

FRATIA VINULUI

“Agricola Știrbey” a produs primul spumant de Drăgășani

Primul vin spumant din podgoria Drăgășani va fi prezent pe piața noastră în circa două săptămâni, ne-a spus Raluca Bauer, reprezentantul companiei “Agricola Știrbey”, care a produs noul vin. “Prince Știrbey” este, de asemenea, primul vin spumant din Domeniile Știrbey și primul vin spumant de soi pur de “Crâmpoșie”, potrivit Ralucai Bauer.

Produs într-o ediție limitată de 5.000 de sticle, vinul va putea fi găsit la Crama “Știrbey” din Drăgășani sau în magazinele specializate și în restaurante premium din toată țara.

Urmând să fie lansat la finalul săptămânii viitoare, noul spumant va costa, în vinotecă, circa 90-100 de lei, după cum ne-a spus doamna Bauer. Spumantul este produs doar din soiul de struguri “Crâmpoșie” - recolta anului 2008. Raluca Bauer ne-a declarat că “Agricola Știrbey” va produce în fiecare an această licoare, într-o cantitate similară cu cea din 2011 și la o calitate ridicată.

Pentru realizarea spumantului “Prince Știrbey”, compania a investit în achiziționarea utilajelor necesare pentru producția unui astfel de vin, pentru stocarea și îmbutelierea lui.

“Prince Știrbey” - produs prin metoda “champenoise”

Despre tehnologia de producere a noului vin spumant, Raluca Bauer a explicat: “Deja la începutul secolului al XIX-lea, experții din Franța și Germania au constatat că soiul de struguri “Crâmpoșie” este unul potrivit pentru a fi vinificat ca spumant. Noi am început cu recolta din 2008, vinificând “Crâmpoșie” conform metodei tradiționale «champenoise»: după prima fermentare, am făcut a doua fermentare în sticle de 0,75 litri, vinul maturând pe drojdie, în sticle, în jur de 18 luni. În ultimele trei luni, sticlele au fost puse în poziție înclinată pe pupitre de remuaj, unde au fost scuturate și rotite cu grijă, zilnic, până când toate drojdiile s-au depus în gătul sticlelor. A urmat procedura de degorjare și dozare, dar fără adaos de zahăr, rezultând, astfel - după închiderea sticlelor cu dopuri ciupercă - un spumant «brut nature»”.

Având o cotă de piață redusă, vinurile produse pe domeniile “Știrbey” se regăsesc în segmentul “premium” și “super premium” și sunt distribuite către restaurante, hoteluri și magazine specializate de vinuri. Investiția cea mai importantă din 2010 a fost o linie de îmbuteliere, prin care poate fi ridicată calitatea acestui proces.

Zece ani de la restituirea domeniilor “Știrbey”

În urmă cu zece ani, în ianuarie 2001, s-a încheiat procedura de restituire a domeniilor “Știrbey” din Drăgășani, prin eliberarea titlurilor de proprietate către descendenții prințului Barbu Știrbey.

În februarie 2001, baroana Ileana Kripp, strănepoata prințului Barbu Știrbey, împreună cu soțul ei, baronul Jakob Kripp, au preluat vile și au început să investească în renașterea domeniului viticol “Știrbey” din Drăgășani.

Soții Kripp dețin 30 de hectare de teren, crama din anii 1920, renovată în 2003, casa de locuit și birouri.

EMILIA OLESCU

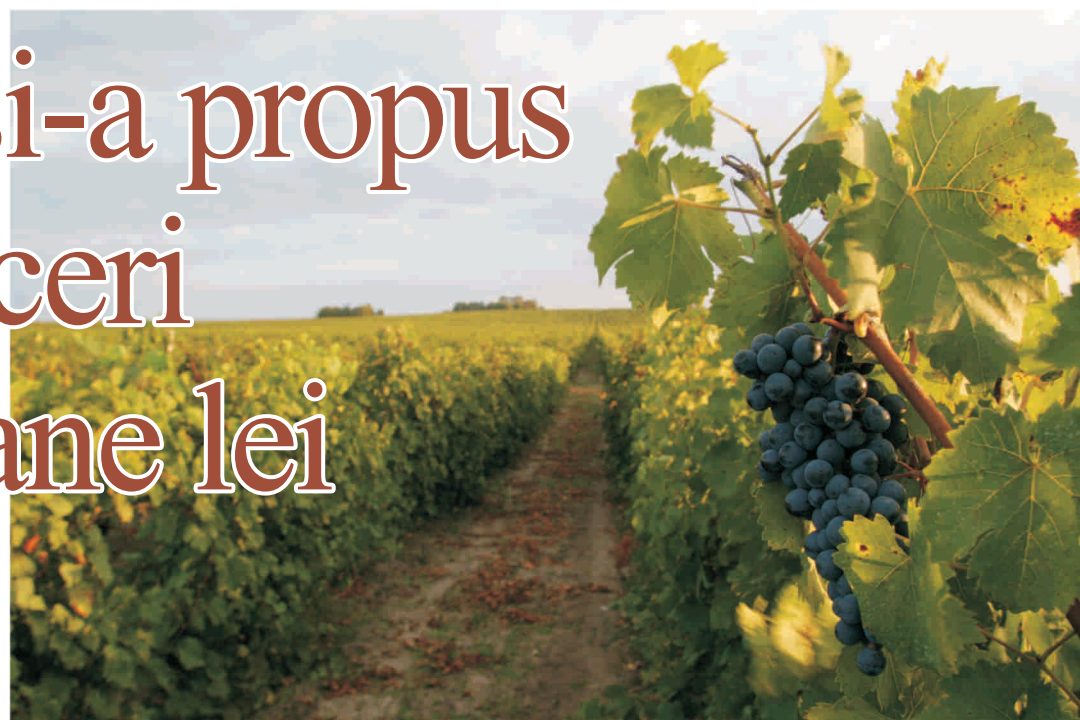
“Murfatlar” și-a propus o cifră de afaceri de 185 milioane lei

Reprezentanții “Murfatlar” estimează că cifra de afaceri a companiei pentru anul trecut se cifrează în jurul valorii de 140 milioane lei. Pentru acest an, au bugetat o menținere a cifrei de afaceri pe vinurile îmbuteliate și o vânzare de circa 45 milioane lei pe rețeaua “Crama Murfatlar”. Astfel, rezultă o cifră totală de afaceri de 185 milioane de lei, estimată pentru acest an. Laura Mușat, PR Manager “Murfatlar”, ne-a spus: “În condițiile în care veniturile scad din ce în ce mai dramatic, iar consumul este afectat atât cantitativ, dar mai ales din punct de vedere valoric, sperăm la o revenire a consumului. Acest lucru se va întâmpla doar în cazul în care nu vor apărea noi măriri de taxe sau alte din aceeși categorii. În plus, blocajul financiar, greutatea recuperării banilor din piață, legislația ambiguă, lipsa finanțării și

pierderile cauzate de falimentele tot mai dese și imposibilitatea recuperării creanțelor au făcut din 2010 un an mult mai dificil decât 2009”.

Potrivit reprezentanților Patronatului Vinului și Viei din România (PNVV), piața internă a vinului, care reprezintă valoarea vânzărilor vinului produs în România, a scăzut în 2010 cu 12%-13%, comparativ cu 2009, până la aproximativ 350 de milioane de euro. În opinia acestora, pentru 2011, cea mai optimistă estimare este stagnarea.

Laura Mușat consideră că “piața de vin este afectată dur, cel mai mare pericol venind din zona pieței «fără taxe» - vinul, țuica și orice alte băuturi făcute în casă plus diverse băuturi contrafăcute. Aceste băuturi câștigă o cotă din ce în ce mai mare, iar producătorii de vin legali, în condițiile actuale, vor putea face față acestei concurențe neloiale foarte greu”.



“Murfatlar” urmează o strategie pe piața externă care include un mix de mijloace de promovare, participarea la târguri și expoziții de profil fiind foarte importante în acest sens. “La fel de importantă este pentru noi și promovarea prin intermediul evenimentelor organizate sau în colaborare cu ambasaderele, consulatele și camera de comerț. Cu partenerii externi, inclusiv lanțurile de magazine, dezvoltăm în permanență acțiuni promoționale. SUA și Israel rămân piețe principale, tradiționale. Mai nou, avem vânzări foarte bune în Italia, Spania, Anglia, datorită comunităților de români din aceste țări. Suntem prezenți în rețelele «Carrefour»,

«Metro», «Eroski» în Spania și «Metro» în Polonia. China este o piață foarte importantă pentru noi, ca de altfel și Rusia, piețe pe care am reușit să intrăm recent”, ne-a mai spus doamna Mușat. Domnia sa a precizat că obiectivul companiei este ca în 2-3 ani circa 30-40% din cifra de afaceri să provină din export.

Anul trecut, “Murfatlar” a realizat investiții de 2,2 milioane euro, pentru mărirea capacității de fer-

mentare/stocaj a vinurilor albe/roșii la temperatură controlată, în rezervoare de inox.

Astfel, capacitatea a fost extinsă cu 9,4 milioane de litri. Totodată, compania a renunțat la stocarea în vase de lemn. La finalul acestei investiții, capacitatea totală de fermentare/stocaj se ridică la 42,5 milioane de litri de vin, potrivit Laurei Mușat.

CORNELIA ANGELESCU

“Vin direct din vie” la “Crama Murfatlar”

Strategia de dezvoltare extensivă a “Murfatlar” pe un segment de piață dinamic a determinat crearea proiectului de magazine de vinuri, “Crama Murfatlar”, care se poziționează sub sloganul “Vin direct din vie”. Planurile de dezvoltare presupun extinderea rețelei la un număr de 100 de magazine într-un an, cu acoperire națională în orașele cu o populație de peste 50.000 de locuitori. Noile magazine dețin atuurile valoroase, care le diferențiază de oferta actuală: preț accesibil, cea mai largă gamă de produse de pe piață, vinuri dedicate magazinelor, prezența remarcabilă în proximitatea casei, servicii tip “consiliere”.

Reprezentantul companiei ne-a relatat că în magazinele “Crama Murfatlar” vor fi comercializate zece tipuri de vinuri vrac în varianta bag-in-box, acoperind game de la albe la roșii și de la seci la dulci, pe mai multe palete de preț, dar și produse îmbuteliate aflate în portofoliul “Murfatlar”, inclusiv vinoteca, dar și vinuri special create pentru magazin, respectiv “Vinul Cramei”.

Laura Mușat ne-a mai spus: “O altă noutate este implementarea sistemului de servire la pahar sau mai popular «vinul casei», un sistem ce permite clientului să cumpere un vin de calitate, beneficiind de un sistem de servire profesional ce include un dispenser de răcire care permite răcirea și servirea a trei vinuri simultan. Acest sistem vine în ajutorul clientului și consumatorului atât pentru evenimente, cât și pentru ocaziile de consum obișnuite din HoReCa. Pentru acest sistem, «Murfatlar» a introdus vinul «bag-in-box» ambalat la zece litri”.

Vânzările din magazinele “Crama Murfatlar” au o creștere de 100%, aceasta datorându-se extinderii rețelei. “Față de luna decembrie 2009, am încheiat cu o creștere de aproximativ 40% la vinurile de masă și circa 20% la restul brandurilor”, a subliniat doamna Mușat.

La “Murfatlar”, tradiția și experiența sunt puse în valoare prin utilizarea celor mai moderne linii tehnologice de vinificare. Tehnologia folosită este adaptată fiecărui soi de vin, iar momentul recoltării strugurilor este stabilit științific în funcție de tipul de vin ce se dorește a fi obținut.

Vinuri premium și superpremium de “Murfatlar”

În categoria premium, “Murfatlar” deține diverse tipuri de vinuri, de la seci la dulci: “Sec de Murfatlar” (“Sauvignon Blanc” și “Cabernet Sauvignon”), “Rai de Murfatlar” (vinuri dulci, cupaj alb, rosé și roșu), precum și noile game lansate - “Conu Alecu” (demisec, “Sauvignon Blanc”, “Muscat Ottonel”, “Merlot Roșu”, “Merlot Roze”) și “Mugur de Viță” (demidulce, “Chardonnay”, “Muscat Ottonel”, “Pinot Gris”, “Merlot”).

“Categorii superpremium este bine reprezentată pe

raftul «Murfatlar», fie că este vorba despre un vin dedicat KAI, cum este «Ferma Nouă» (vin sec, «Chardonnay», «Sauvignon Blanc», «Merlot») sau de un vin exclusiv HoReCa, cum este «3Hectare» («Cabernet Sauvignon», «Fetească Neagră», «Chardonnay»), campionul medaliilor obținute la concursuri de specialitate. «Lacrima lui Ovidiu», o gamă de vinuri speciale, licoroase, cu o vechime de la cinci la 12 ani, vine să întregească această listă”, a completat Laura Mușat.

Recent, “Murfatlar” a creat două game de înaltă clasă. Prima dintre acestea este “Murfatlar Rai Grand Reserve”, ce reprezintă o gamă sortimentală într-o ediție limitată de 50.000 de sticle. Fiecare sticlă este specială, notă aparte constituind-o și numerotarea acestora în ordinea ieșirii lor din fabrică. “Rai Grand Reserve” este un vin dulce de excepție, un sortiment tradițional obținut prin cupajarea soiurilor “Pinot Gris”, “Riesling Italian” și “Chardonnay”, ne-a precizat Laura Mușat.

A doua gamă high-end este reprezentată de nou lansatul “Arezan”, un “Cabernet Sauvignon” de excepție, ce se obține din struguri special selecționați și vinificați prin metode speciale.



Festivalul Internațional al Vinului - pentru prima dată la Cluj-Napoca

Cluj-Napoca va găzdui, în perioada 5-8 mai 2011, Festivalul Internațional al Vinului, aflat la prima ediție. Crina Doda, reprezentantul “Liber Media” - organizatorul evenimentului - ne-a declarat că “orașul avea nevoie de un astfel de eveniment, care, până acum, a lipsit cu desăvârșire”, adăugând că intenționează ca acest Festival să devină o tradiție pentru localitate și pentru zona Transilvaniei.

Organizat în Piața Unirii din centrul Clujului, târgul va reuni, potrivit organizatorilor, circa 35 de producători și distribuitori de vin din țară și străinătate - mai ales din Ungaria - precum și firme cu obiect de activitate legat de domeniul viticulturii, cum ar fi producători de ape minerale sau brânzeturi.

Până în prezent, și-au anunțat participarea companii din România, Ungaria, Moldova și Austria. Produsele vor fi expuse în cadrul a 35 de căsuțe de lemn, de tip vienez, organizate pe o suprafață de circa 2.000 de metri pătrați, ne-a spus doamna Doda.

În cadrul Festivalului, vor avea loc și evenimente conexe, de genul degustărilor, concursurilor de vinuri, prezentărilor, show-urilor gastronomice, conferințelor, workshop-urilor și vernisajelor de artă. Reprezentanții “Liber Media” preconizează că la această manifestare vor fi prezenți aproximativ 35.000 de vizitatori.

Partenerii “Liber Media” în organizarea Festivalului Internațional al Vinului sunt Primăria și Consiliul Local, precum și Asociația Degustătorilor Autorizați din România (ADAR).

La Festival sunt așteptați producători și distribuitori de vin din țară și străinătate, cu preponderență din Ungaria.

EMILIA OLESCU

Sergiu Nedelea: Nuanța vinului rosé depinde de perioada de macerare

Tendința europeană pe piața vinului este reprezentată de vinul roșu sec, către care se îndreaptă tot mai mulți consumatori. Acest lucru se întâmplă după ce, în anii ‘70-‘80, producătorii de vin roșu se confruntau cu o supraproducție, la putere fiind vinul alb. Potrivit lui Sergiu Nedelea, președintele Federației Somelierilor din România, la vremea respectivă, “rațiunile producerii vinurilor rosé au fost mai mult de natură economică. Timpul a făcut ca rosé-ul să fie perceput drept ceea ce este, un vin de calitate, pe care îl alegem să ne fie companion în lungile serii de vară”.

Există falsă impresie că un vin rosé ar fi produsul asamblajului dintre un vin alb cu un vin roșu sau că ar fi, poate, rezultatul vreunui cupaj nereușit. Sergiu Nedelea ne spune că adevărul este tot altul, vinul rosé fiind obținut prin vinificarea în alb a strugurilor roșii, de regulă “Merlot”, “Burgund”, “Pinor Noir”, “Cabernet Sauvignon”, separat sau în diferite cupaje: “Culoarea, aromele și gustul sunt date de contactul redus ca durată al mustului cu pielea bobabelor de strugure roșu, limitând, astfel, transferul total de culoare, obișnuit pentru vinurile roșii. Procedul de obținere a vinurilor rosé de calitate este dat, practic, de macerarea boștinei (statul pe boască) într-o perioadă limitată între 12 și 24 de ore. În momentul în care se atinge culoarea dorită a mustului, se întreprinde macerarea. Aici intervine măiestria vinificatorului în a obține rosé-ul în nuanțe de rosé-coral, rosé-căpșună, rosé-somon, rosé-foiță de ceapă, ultima culoare fiind



considerată un standard al acestui vin. Chiar dacă pentru personalitatea unui rosé culoarea este definitorie, nu trebuie să minimalizăm gustul, care poate fi sec, demisec sau chiar demidulce. Nu trebuie, de asemenea, să uităm de aromele deosebite ale unui rosé - de la căpșuni și trandafiri, la coacăze negre”.

Vinurile rosé sunt cunoscute ca vinuri de pasaj, pe care le asociem în general antreurilor, anumitor preparate din pește sau cărnurilor fripte pe grătar. Totuși, de cele mai multe ori, nu le acordăm atenția pe care o merită, consideră domnul Nedelea: “Rosé-ul este un vin complex, ce transcende simfonia gusturilor, aromelor și culorilor, de la suavele vinuri albe la puternicele vinuri roșii. Producerea acestui vin este o provocare pentru orice vinificator, devenind o mândrie când rezultatele sunt pe măsura așteptărilor”.

În ultima vreme, vinurile rosé au început să se impună și pe piața noastră. Importurile care au făcut să apară produse etalon din piețele consacrate au impus un standard atât consumatorilor cât și producătorilor.

Vinurilor rosé echilibrate, cu nuanțe de fructe de pădure bine coapte, li se poate asocia o tartă cu carne de miel. Argumentul de asociere cu un preparat prin excelență continental este dat și de conținutul de alcool ridicat (13,9%), susține Sergiu Nedelea.

Potrivit domniei sale, rosé-urile vinificate în maniera clasică franțuzească pot fi asociate somonului la grătar cu o garnitură de frigare de fructe (ananas, mere, smochine) sau rondelelor de calamar cu sos picant și condimente mediteraneene, unse cu ulei de măsline.

“Rosé-ul blând la înfățișare precum căpșuna părguită, dar aprig la tărie (13% volum alcoolic), poate sta cu cinste lângă mezeluri fine din vânat, ușor condimentate și bine maturate sau lângă un piept de găscă copt pe sare așezat pe pat de legume”, completează domnul Nedelea. Somelierul adaugă faptul că vinul rosé cu arome și gust de fructe dulci sau demisec este ideal pentru o tartă de căpșuni culese din grădinile de pe malul Dunării.

EMILIA OLESCU

Rossetta *Rețete cercate de bucatari și cofetari*

Restaurant Rossetta - Strada Dimitrie Bolintineanu nr. 9, sector 2, București (Piața Rosetti), tel: 031.805.91.99; 0748.220.220; e-mail: rossetta@gmail.com, web: www.rossetta.ro

Citiți despre vinuri și pe www.bursa.ro