Vino

Revija za ljubitelje
vina, kulinarike
in drugih užitkov

letnik XII • št. 1 • pomlad 2014
8,00 € (za naročnike 7,25 €)

ISSN 1581-5587

Coronica str. 10

Naj merloti str. 20

Frankinja str. 24

Jakič str. 40

Lugana str. 50

Modra frankinja

Ko se razni vinopisci na hitro lotijo vinorodne dežele Posavje, se zdi, da je odmik od stereotipnih ocen o vinih in okoliših komaj možen. Če imajo Primorci krepka bela in rdeča, Štajerci pa elegantna, imajo v Posavju – pitka vina. Saj veste, v Posavju pridelujejo lažja bela in rdeča ter mešana vina, primerna za »sprotno konzumacijo«, kot »potrošno vino brez posebnih značilnosti«. Za frankinjo se v Vodniku po slovenskih vinorodnih okoliših iz 1994. leta zapiše, da »je zelo primerna za rezanje z drugimi sortami v zvrsti«, a se za dolenjski okoliš še upravičeno dopiše, »da kot sortno vino na trgu ni prisotna v večjih količinah in zato žal potrošnikom manj poznana«. Kot pohvala se še omeni, da »ima odlike rdečih vin (ustrezno starana) s prepoznavnim obeležjem pridelovalnega območja«, kar je pravzaprav zelo natančna ugotovitev, ki ji pritrjujem.

Med koliko frankinjami sploh lahko izbiramo, ko gremo v trgovino? Morda med dvema. Da bi lahko izbirali po okoliših, pa je za naše trgovce že »rocket science«. Zaradi korektnosti vseeno povejmo, da je tudi pri vinarjih še marsikaj postoriti. V vodniku tedaj omenjeni vinarji so še danes pri moči, ker se je frankinji pri nas in drugod obrnilo na bolje in se prav zdaj pripravlja na modni odskok. Ob vseh teh omledno mehkih, zahrbtno oslajenih, trievrskih rdečinah iz predvsem novega sveta se bo, tako vsaj upam, sodobnemu pivcu zalomilo ob spoznanju, da taka vina z identiteto vinorodne pokrajine nimajo dosti skupnega. In si bo rekel: »Dost 'mam!«

Ja, prav. Kaj pa potem? • Ne nazadnje imam tudi sam s frankinjo različne izkušnje. Pred leti sem od preudarnega Ernesta dobil njegovo litrco skoraj nič žveplane, krasno pitne, mehke, očarljive frankinje iz Prekmurja. Kdo bi si mislil. Enkrat mi je imenitni vinopisec Jože dal svojo, ki je bila lepo uravnotežena in kislinsko zmerna, najbrž takšna, kot jo je hotel imeti. Ob neki priložnosti mi je vedno dobrovoljni Robi namenil nekaj let staro, lepo razvito in tako vrhunsko, da si je še patos staranja ni upal načeti. Lani pa me je dr. Julij založil z nekaj onimi iz Drašičev, češ če hočeš zvedeti, kaj obeta, ti mora zlesti pod kožo. Tista do polovice polna steklenica prekmurske je po pomoti končala v kuhinjski omarici, kjer so kis, olje in začimbe. Mirno priznam, da se je vino kraljevsko skisalo. Tako dobrega kisa skoraj ne pomnim. Še celo iz refoška ali terana ni tako odličen. Nekaj časa sem lahko dolival druga vina, dokler ni matica, najbrž zaradi žvepla, odpovedala privajeno sodelovanje. • Spomnim se tudi take iz ultramoderne nežiderske kleti, kjer se vino po kleti pretaka z visokim nadtlakom (res je!), bile so je same mišice. Pa hrastovih polen v njej tudi ni manjkalo. Težkokategornica. Ampak o sortnosti ni bilo ne duha »ne sluha«. Nerodno je, kadar je vino »ko šus«, sorto pa lahko spoznamo samo na etiketi. • Za več kot eno novoletno rajanje, še iz časov, ko smo zmogli globoko pogledati v kozarec, se je frankinja z modrimi enajstimi maligani izkazala kot najbolj posrečena izbira, ki celo ni povzročala glavobola. Mnogim pa tudi naravnost povem, da sem velikokrat zdolgočaseno obsedel pri takšnih, ki jim omenjeni vodnik ni delal krivice. Sicer lepa, živo modra barva je že sama napovedovala tanjše, kar kislo vino, ki ni imelo niti toliko teleščka, da bi prikrilo trdoto taninov. Zraven pa še tisti vonj po netipičnem zorjenju in staranju, ki ga vina pridobijo, kadar je že na trti porušeno razmerje med listno maso in grozdjem, fenolna zrelost pa pičla.

V redu. Kaj pa druga skrajnost? • Moda bogatih, kar v resnici pomeni tudi etanolno krepkih vin, je prišla iz novega sveta. V Franciji in še kje so v dvajsetih letih imeli porabo vina po prebivalcu, ki je presegala 120 litrov letno. Menda ne bomo menili, da so imela vina 15 volumskih odstotkov kot marsikatero vino dandanes? Vse, kar je doseglo 11 volumskih odstotkov, je bilo dovolj, če je imelo vino 12,5 volumskega odstotka, se je že reklo, da je težko in tako je bilo najprimernejše za izvoz v hladnejše dežele, na primer v Skandinavijo. Finci so znali že iz dveh desetink manj narediti reklamacijo, pri dveh več pa so bili veselo tiho. Kalifornijska vina so v osemdesetih letih zmagovala na sejmih in ocenjevanjih s 14,5 volumskega odstotka, kar je bilo za marsikaterega evropskega vinarja že sumljivo, a začuda niso sprožala pekočih zaznav, ker je bilo tudi drugih substanc obilo. V ZDA so vinu sicer omejili etanolni interval med 8 in 15 odstotkov, a le zaradi trošarinskih razlogov. Pri nas pa je trta po navadi rasla na najbolj revni zemlji, v strmini, kjer za druge kmetijske rastline racionalna pridelava ni bila možna. Na najboljših legah je vino doseglo visoko zrelost in s tem vsebnost etanola, slabe lege pa so narekle izravnavo. Vino se je pilo z vodo, s sifonom, samega redko, danes pa smo vse bližje degustacijskemu (sic!) načinu uživanja vina. • Kaj pravzaprav pomeni, da ima vino »vinski« značaj? To je vinsko grozdna aroma, osvežujoča kislost in zmerna vsebnost etanola ter pri rdečih vinih oprijem trpkosti, da se sploh zavemo, da gre za rdeče vino. Vino ima in nosi identiteto rastišča, če ima vse te značilnosti. Če nekaj umanjka, gre za »denaturacijo«, grob poseg v njegovo bit, ki vinski značaj zmanjšuje v prid mode. Najvplivnejši vinski kritik R. Parker jr. je dolga leta prisegal na težka, bogata vina, ker takih (dokler se jih ni naveličal) razen na izrazito južnih območjih v EU ni bilo. Kdor je vajen gaziranih sladkih pijač z 90 ali več grami sladkorja na liter pijače, bo bolj težko sprejel običajno suho vino s 4 g/l sladkorja in zraven še 6 g/l kisline, kar pri rdečem vinu zaradi taninov naredi »všečnost« še manjšo. Zato se spet pojavljajo slajša rdeča vina, ker smo očitno že večinsko odvisni od sladkobe in inzulinskega stresa. Ko je usekala še Avstralija z bujnimi shirazi, tudi nam ni preostalo drugega, kot da jih dohitimo. Zato so se vpeljali taki novi ampelotehnični in enološki postopki, ki zvišujejo polnost vina in vsebnost etanola. Na jugu je zaradi vročine vedno primanjkovalo kisline, na severu pa sladkorja – pa smo spet pri istem problemu. Le tam, kjer v največji meri narava poskrbi za skladnost sestavin, lahko govorimo o absolutni legi in avtentičnem vinu ter rastišču.

Bodi dovolj. Povej naravnost – zakaj modra frankinja ni tako modna, kot bi lahko bila? • Na tako dilemo je najbolje odgovoriti s številkami. Najprej zato, ker se ne šteje med prvih deset sort na svetovnem trgu. Da se sorta v svetovnem merilu prebije med največje, potrebuje dvajset let. Če se ji sreča nasmehne. Se je 1970. leta kdor koli upal napovedati, da bo chardonnay čez dvajset let na prvem mestu? Nihče. Med sortnimi značilnostmi frankinje ni takih, ki bi jo pri preboju omejevale. Vprašanje je le, kaj bodo pivci cenili čez dvajset let? Frankinja ne spada med prvih 35 sort, ki na svetu zasedejo 66 odstotkov vseh vinogradov, čeprav bi le med rdečimi zasedla 24. mesto. Po globalni razpro-stranjenosti je s 16 000 hektarji na 48. mestu (npr. refošk na okoli 220. mestu).

Žal se je drži »vzhodnoevropski sindrom«, ker je v tem delu Evrope najbolj znana in razširjena (Madžarska, Avstrija, Slovaška, Češka, Romunija, Slovenija, Hrvaška). Najdemo jo tudi v Italiji, Švici, Nemčiji, Kanadi, Washingtonu, Marylandu, celo v Peruju (260 hektarjev) in verjetno še marsikje, vendar gre za manj pomembne ali nepomembne površine. V Avstriji si je pridobila največji ugled z res krepkimi primerki iz Burgenlanda, kar hkrati pove, kaj bi bilo treba postoriti za večjo prepoznavnost. Med sinonimi je z več kot 70-odstotnim deležem uveljavljen *Blaufränkish*, ostala poimenovanja so le lokalno ali regionalno znana, kar je omejitveni dejavnik za uspešno širjenje te sorte. Ker se dogaja še večja koncentracija najbolj znanih sort (v novem svetu prvih 6, v starem pa prvih 16 sort zavzame 50 odstotkov vseh površin) ter je avtohtonim in udomačenim sortam namenjeno le približno 25 odstotkov vseh površin na svetu, je verjetnost za skorajšnji preboj majhna. Povečuje se tudi delež znanih francoskih sort, ki v novem svetu dosže 67 odstotkov, v starem pa 36 odstotkov vseh vinogradov. Za frankinjo dobra novica je dejstvo, da na tradicionalnih trgih vztrajno raste in da v mednarodnih medijskih objavah pridobiva ugled (Forbes: »The Best Red You've Ever Heard of«; W&S:«The Restoration of Austria's Noble Red«). To pa je že lahko podlaga za prodajno izvozno igro v nacionalni, regionalni ali celo svetovni niši. In še eno dejstvo ji gre v korist: če pogledamo najhitreje rastoče sorte na svetu, so med njimi tudi take, ki si s frankinjo delijo nekatere podobne senzorične lastnosti. Te sorte so: syrah, tempranillo, sangiovese, cot, nebbiolo, modri pinot, cabernet franc, montepulciano. Če zraven še dodam, da se je v zadnjih desetih letih delež rdečih sort na svetu z 49 povečal na 55 odstotkov, gre tudi to frankinji v dobro.

Nehaj, no. Smo torej krivi pivci? • Tudi. Do petindvajsetega leta nam tako in tako ni do vina, potem se počasi zavemo raznih prehranskih škodljivosti. In dobrota vina pride v prvi plan vse tja do šestdesetega leta, ko začne normalna fiziologija omejevati porabo alkoholnih pijač. Vmes nas marketinška stroka razporedi v ciljne skupine: vinski poznavalci, entuziasti, pustolovci in tradicionalisti so piarovsko pomembni, a skupaj popijejo le tretjino vina; ženske so pomembnejše v nakupnem smislu, a še vedno ne glede porabe; »žurerji« popijejo največji delež vina, a se vedno bolj bojijo prometnih omejitev; če je v večini držav 20 odstotkov abstinentov (v ZDA 40 odstotkov!) in približno toliko mladeži, se ve, da bo v prihodnje šlo za vsebino in manj za količino. Če je zavedanje o koristnosti le zmernega pitja vina prišlo do malih sivih celic, potem vino zares potrebuje novo paradigmo. S količinsko se bodo ukvarjale samo multinacionalke. Le kako to, da ljudje v mediteranskih deželah, kjer so odkrili »francoski paradoks« (bistveno manj smrtnih primerov zaradi srčno-žilnih bolezni), pijejo vedno manj vina?

Česa pa vinarji še niso naredili? • Ni dovolj, da smo v vinopivcih vzbudili zanimanje za vino. Ni dovolj, da smo pivcem povedali vse o pride-

revija Vino za naročnike cenejša kot na prodajnih mestih

naročanje revije VINO: www.revija-vino.si narocilo@revija-vino.si t: 051 382 381

lavi. Ni dovolj, da smo vinopivce naučili, kako se degustira. In ni več dovolj, da pivci vedo, kaj jim je všeč. Zdaj morajo še vedeti, kako to spoznajo in zakaj je zmerno uživanje vina zanje lahko koristno. Pa še to ni povsem dovolj. Vinarji bomo morali vinopivce še naučiti, da bodo spoznavali svoje zaznave in s tem sebe, medtem ko bodo pili vino. Seveda tudi upam, da ga ne bodo samo degustirali (in izpljunili). Naučiti jih moramo nekaj o njih samih zato, da se bodo znali pametno odločiti. Da bodo izbrali vino kot najbolj higienično pijačo na svetu, kot je vedel že Pasteur. Da se bodo že na daleč izognili industrijskim zvarkom, katerih sestava ni niti približno podobna ničemur, kar zmore dati narava. Resveratrol, pridobljen iz japonskega dresnika – invazivne rastline, ki se je ne moreš znebiti, ko se zasadi –, in njen izcedek v piluli je v kvazi sodobni družbi postal »prehransko dopolnilo«. Ali ni kozarec rdečega ali belega vina prijetnejša rešitev, saj lahko obe vini vsebujeta ravno toliko resveratrola, kolikor ga lahko vstopi v biokemične reakcije v telesu? Kaj nam potem koristi odvečno »dopolnilo«? • Tako zasnovan pristop k vinu in pivcu bi lahko poimenoval kot senzorični marketing (»Pa to mi deli, stari«). Menim, da bo to integralni del bodoče, nove vinske paradigme na mednarodnem trgu. Medalje ne bodo več tako pomembne. Že sedaj bronastih ne podeljujemo, preveč srebrnih administrativno zmanjšujemo, vodiniki s točkovnimi ocenami pa tudi izgubljajo tekmo. Kljub temu bo pivce ocena vina vedno zanimala, saj poenostavlja izbiro. Morda pa bodo več razmišljali o razmerju med kakovostjo in ceno. Ali je vino z 92 točkami pri 37 evrih boljše od tistega s 86 točkami pri 18 evrih? Prvo je zagotovo boljše in dražje, saj sta ocena in cena pomembno višji. V linearnem preračunu razmerja med kakovostjo in ceno ((točke – 50) / cena) pa bi se izkazalo, da je drugo vino dvakrat dražje od prvega. Ste kdaj pomislili na ta način? Seveda je to absurdno, saj kakovost vina ni linearna funkcija. A kakšna je potem? Kako sploh vemo, da je razmerje med kakovostjo in ceno dobro, ugodno ali slabo? Izkustveni odgovor na to vprašanje se izkustveno glasi: po naučenem ali priučenem (a ne učenem) občutku.

Frankinja, ki jo iščem in hočem • Modra frankinja je pri nas kar dobro razširjena. Ne bi mogli reči, da je ljudje ne poznajo, a bi si vseeno upal staviti, da je priklic ne spravi med prvih pet naštetih. Aromatske značilnosti frankinje so prikupne in o tem ne bi izgubljal besed. Bolje bi bilo razmisliti o okusu in otipu. V tej zvezi je vino po svoje zahtevno, saj višja trpkost ob kislini (adstringenca) ni tisto, kar išče na mehkobo (ali sladko) navajen okus. Zato bi pri promoviranju sorte zelo pomagalo, da bi pridelovalci dosegali višjo fenolno zrelost, kot je običajno. To bi prineslo večjo sprejemljivost pri pivcih in ne bi načelo identitete vina, niti sorte. Zato menim, da so taktilne zaznave pri frankinji še pomembnejše kot pri drugih sorodnih vinih oziroma sortah, saj se moramo na frankinjo privaditi, se naučiti spoštovati njeno izrazito osebnost in vinski značaj. Trpkost in majhna grenkost sta pogosti zaznavi. Brez njiju tudi ni resnega rdečega vina. Sta pa to zaznavi, ki sta v evoluciji človeka opozarjali, kaj je bolj ali manj užitno (ali celo nevarno), zato znamo biti do trpkih vin še bolj kritični. Obstaja celo korelacija med željo po tveganem obnašanju in grenkim okusom. Bomo zato za grenko tolerantne vinopivce spoznali za hrabre ali nevarne? Raziskave povedo, da se na večjo toleranco za grenki ali trpki okus ne moremo privaditi ali povečati všečnosti s pogostejšim privajanjem na take zaznave. Zato se za trpkost netolerantnih ljudi ne splača prepričevati o nasprotnem. Bolje jim je čim prej ponuditi kaj mehkejšega. Nikar prehitro ne pozabimo na to. Po drugi strani pa imajo rdeča vina srečo, ker se prag zaznave za grenkost bistveno zviša ob močni rdeči barvi. Torej frankinja rabi globoko barvo, kajne? Viskoznost vina zelo vpliva na tovrstne zaznave. Etanol, glicerol (tretja snov po količini v vinu), sladkor (tokrat žal!) in polisaharidi ter količina proteinov v slini (ki obori tanine), ki je sicer v 99 odstotkih sestavljena iz vode, so zelo individualno pogojeni, zato se ljudje zelo različno odzovemo na trpkost. Gre za različne pragove in za različne časovne zamike pri zaznavah. Če večkrat zaporedoma v 20-sekundnih zamikih okusimo isto vino, se pri višji kislini in nižjem pH, ki je ključen (že samo zato bi morali vinarji vedeti, kolikšen je!), zaznava za trpko bistveno poveča. Zato je na poljudnih pokušinah rdečih vin smotrno pogosto uporabiti kruh, slane krekerje ali celo orehe, cvičkarji pa se znajo izkazati kar z domačimi salamami (taktilnost maščobe). • Adstringenca je skupen učinek trpkosti in kisline (kot da bi ugriznili v nezrelo jabolko) in ni okušalna, ampak otipna zaznava, ki v veliki meri odloča o sprejemljivosti rdečega vina. Ker frankinja spada med vina, ki pogosto izpostavijo kiselkaste zaznave ob vplivnih taninih, bi se teh zakonitosti morali najprej zavedati vinarji, da bi jih nato prikazali in razložili svojim zvestim kupcem. To pa ne pomeni, da jih je treba »ukiniti«, temveč primerno uravnotežiti v odnosu do pH.

Še poenostavljen nasvet za skeptike • Če vam frankinja še ni po meri, predlagam MF-test. Hkrati je treba odpreti po eno steklenico iz Dolenjske, Bizeljsko-Sremiča, Štajerske Slovenije in Metlike, vendar taka vina, ki jih ni označil barik. Hkrati jih okusimo in se opredelimo do dominantnih lastnosti. Če nas prvi dan vina niso pritegnila, poskusimo znova naslednji dan. Pogosto preseneti, kako se frankinje odprejo, ko se nadihajo zraka. Tudi zaradi naše muhavosti ni dobro prehitro sklepati. Kaj pa če je bil prejšnji dan nizek pritisk ali polna luna in nam nič ni bilo po godu? Zato je tretji dan nekakšna varnostna mreža, saj ob ponavljanju ugotovimo, da so nam nekatera vina ljubša od drugih. Nasploh bi lahko s frankinjami ravnali kot pravi snobi, v najboljšem pomenu besede, in kot jih je znal opisati pisatelj Mandić: zastopajo svoje stališče, cenijo dejansko kakovost in se ne pustijo zapeljati visoki ceni, letniku ali ugledu, če se v vinu vse te lastnosti zares ne izpovedo. • Podobno ravnam tudi sam ob vseh degustacijah, ki jim sledijo članki. Nihče ni popoln. Zato je do vina in vinarja pravično, da čim bolj opustim predsodke, vnaprejšnje sodbe in vina ter sebe večkrat preverim. • Naj nas tudi ne skrbi preveč, če so steklenice le do polovice polne, ker vina ne bodo hitro oksidirala. Frankinja ima kleno aromo, poudarjeno kislost in razmeroma nizek pH (odvisno od zrelosti grozdja in biološkega razkisa) ter tolikšno vsebnosti taninov, da se upira negativnim oksidacijskim spremembam.

Bil je petek zvečer, v starem mestnem jedru Krškega • Večerja s frankinjami. Vrhunski kuhar (*chef*) je našel inteligentno razmerje med domišljijo in realnostjo. Zato smo jedli odmerjeno in lokalno dobro. Mojster je znal na kratko povedati bistveno. Da bi le še srečali več tako umnih. • Vina pa so bila takšna kot prisotni vinarji in njihove družice: polna energije in živahnosti, razgledana in morda malo svojeglava. • Pot nazaj proti Ljubljani mi je minila v razmišljajočem zadovoljstvu: ker sem bil v družbi mladih mož in žena, ki vedo, ki zmorejo in ki hočejo. Zato sem se počutil tako, kot da bi dobil dragoceno darilo.

Modra frankinja

Žametno vino Posavja

Vinorodna dežela Posavje se lahko pohvali kot eno najboljših slovenskih in celo evropskih območij za pridelavo modre frankinje, zato je posavska modra frankinja polnega in bogatega okusa, pestrih vonjev, globoke intenzivne barve, ne skopari z zdravilnimi sestavinami, s krajevno pridelano hrano pa se lahko poveže v bogata vinsko-kulinarična doživetja. Kot nadgradnjo Festivala modre frankinje, ki je lansko leto v Sevnici potekal že tretjič, smo zato oblikovali projekt in ga poimenovali Modra frankinja – žametno vino Posavja. Vsebinsko smo ga oblikovali in ga izvajamo štirje partnerji: Javni zavod za kulturo, šport, turizem in mladinske dejavnosti Sevnica kot nosilec projekta (KŠTM Sevnica), Kmečka zadruga Sevnica, Zveza društev vinogradnikov Dolenjske ter Center za razvoj podeželja Posavje. Za projekt smo pridobili evropska sredstva iz programa LEADER.

- Namen projekta je spodbujanje pridelave z usposabljanjem vinogradnikov, povezovanje in organizirano trženje lokalne modre frankinje na načine, ki zagotavljajo višjo kakovost in višjo dodano vrednost, poglavitni cilji pa so naslednji:
  - s spodbudami in izobraževanjem povečati razširjenost in kakovost pridelave ter dvigniti znanje za še boljšo nego modre frankinje;
  - povečati prepoznavnost in uporabo modre frankinje v Posavju in drugje;
  - s sistemom od pridelovalca do ponudnika vzpostaviti trajno oskrbo lokalnih gostinskih obratov in razširiti uporabo modre frankinje v lokalni, regionalni in državni gostinski ponudbi;
  - povečati prepoznavnost in obiskanost Festivala modre frankinje s splošno promocijo in večjo osveščenostjo o dobrih lastnostih modre frankinje na lokalni, regionalni in evropski ravni.

Vizija projekta, ki se je začel lani ter se izvaja še letos in je sestavljen iz več dogodkov, strokovnih predavanj, ocenjevanja vin in spremljevalnega programa, je, da modra frankinja postane prepoznavni kulinarično-gastronomski produkt Posavja, po kakovosti in razširjenosti pa eno od opaznih središč modre frankinje v Evropi. Poleg celostne grafične podobe smo oblikovali tudi strategijo trženja modre frankinje, ki je objavljena na spletnem portalu projekta www.modra-frankinja.com. Delovati je začel lansko leto, poleg različnih informacij in zanimivosti o modri frankinji, predstavitvenega filma, že omenjene strategije in festivala, zanimivosti, receptov ter drugega se na portalu vzpostavljata dva posebna seznama oziroma bazi, in sicer baza gostinskih ponudnikov modre frankinje in baza vinarjev pridelovalcev modre frankinje. Vpis v eno in drugo bazo je brezplačen. Osnovni pogoj za ponudnike je, da imajo v svoji gostinski ali prodajni ponudbi modro frankinjo, medtem ko je treba biti za vpis v bazo vinarjev pridelovalcev registriran kot pridelovalec modre frankinje. Na spletnem portalu www.modra-frankinja.com le izpolnete vlogo s potrebnimi podatki, jo pošljete na elektronski naslov modra.frankinjakstm@gmail.com in vnesli vas bomo v bazo. • Spletni portal postaja vse bolj obiskan, tam so na voljo vse informacije o modri frankinji, predvsem pa lahko na enem mestu najdete najboljše modre frankinje, pridelovalce, gostinske in druge ponudnike, pri katerih lahko vina okusite ali kupite. Spletni portal je sodoben in odličen promocijski ter prodajni kanal. • Vse, ki organizirate dogodek z modro frankinjo (kulinarične večere, degustacije ipd.), vabimo, da nas obveščate o dogodkih in z veseljem vam bomo pomagali promovirati in povečati prepoznavnost vašega dogodka z objavo na portalu, e-obvestilih in še kako. Že zdaj prisrčno vabljeni na 4. festival modre frankinje, ki bo v Sevnici v soboto, 13. septembra 2014. Pijte modro!

Rok Petančič,
KŠTM Sevnica

Vse o projektu in navodila najdete na spletnem portalu www.modra-frankinja.com, lahko nas tudi pokličete ali pišete:

- Rok Petančič, 051 680 289, rok.petancic@kstm.si,
- Matej Imperl, 051 680 280, matej.imperl@kstm.si.

Evropski kmetijski sklad za razvoj podeželja
Evropa investira v podeželje

Center za razvoj podeželja Posavje

Zveza društev vinogradnikov Dolenjske

PIJEM MODRO.©

Tokratni kontekst opisov vin je v trikotniku: pohvaliti - izboljšati - razmisliti

• Pohvaliti je vse tisto, kar že danes pritegne. Težko in na splošno hudo opoteče je napovedati razvoj vina ter zares predvideti, kaj se bo z vinom zgodilo čez čas. In morda bo marsikatero prodano in popito, še preden bo doseglo vrh. V tem smislu je vinarstvo posebno. Naj kupimo zdaj in počakamo, da vino doseže vrh, ali naj vinar ali prodajalec poskrbita, da ga bomo spili v trenutku »največje sreče«, ko bo vino doseglo največjo žlahtnost? • Izboljšati lahko le pomeni, da izstopajoče ali primanjkujoče atribute uravnotežimo, v skladu z modo in usmeritvami. Atributi kvalitete so dinamični in v času spremenljivi. Absolutnega ni. Vino za sprotno rabo morda ne rabi polnosti tistega, ki gre za tri leta v arhiv. Lahko pa popravimo drobne pomanjkljivosti, dosledno izpeljemo »fine tuning« (precizno zvrščanje) in poskrbimo za podrobnosti, ki so nam morda utekle: majhne oksidacije in redukcije, slabo tesnjenje zamaškov, natančnost arome, morda osvežimo etiketo in podobno. • Razmisliti o spremembah še ni hudo. A jih nato izpeljati je vedno tvegano početje. Kaj pa če bo novi slog manj uspešen kot stari, ki ima zveste pivce in kupce? Pri nas skoraj ne izvajamo redizajna etiket. Večina se ob novi etiketi odloči za povsem novo podobo, kot da že prehojena pot ni nič vredna. Namesto počasne, trmaste, marketinške graditve lastne blagovne znamke in identitete se mnogi raje odločijo za povsem nov vizualni ali slogovni preskok, meneč, da bo odlično opravil nalogo. Je pa tudi druga plat: zakaj bi si želeli sprememb pri sicer korektno enostavnem vinu, ki pa trajno dosega dober RVC? Ali ni to uspeh? Saj ni enega pravila za vse, niti enega vatla.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17

Štajerska Slovenija

1. **Hiša vin Emino, Eminent, 2012** • Pohvaliti: lepo vinsko atako s čisto, sodobno sortno zaznavo. Obstojen, malinast pookus in elegantno mehkobo ob zmerni kislosti. Ker ni razloga, da bi hoteli več. Izboljšati: taktilno ne prav izrazit odhod. Razmisliti: da je etiketa svojevrstna, malo tehnična, polna oglatih grafičnih elementov. • Prodajno mesto: Hiša vin Emino, Imeno 84a, Podčetrtek • Cena: 11,35 EUR • www.emino.si

2. **Dveri pax, 2009** • Pohvaliti: lepo, gosto barvo, izrazito aromo suhe slive, divjačine in poznavalsko katranasto aromo dragega barika, kar govori o slogovni izvedbi. Izboljšati: vpliv barika, ki prekrije kvaliteto sadnosti, a poudari intenziteto. Razmisliti: Le kaj je z vrhunsko oceno? Zamašek je najbrž nesramno drag – je to nujno? • Prodajno mesto: v kleti, Polički Vrh 1, Jarenina; Vinski bar Dveri-Pax, Ulica Vita Kraigherja 3, Maribor; spletna prodaja: www.dveri-pax.com/spletna-trgovina/ • Cena: 14 EUR • www.dveri-pax.com

3. **Zlati grič, rosé, 2013** • Pohvaliti: sodobno, živahno barvo, intenzivni prvi vtis, svežino in skladnost okusa ter izrazito saden pookus in suhost. Pravi rose v vseh pogledih. Celo mali fenolni oprijem. Izboljšati: Skoraj ni kaj reči. Razmisliti: Bi manjša estrska nota povedala več? Navojni zamašek je samoumeven, ni res? • Zlati grič, rosé 2013 • Prodajno mesto: v kleti ter v trgovinah Spar in E.Leclerc • Cena: 4,5 EUR • www.zlati-gric.si

Bizeljsko-Sremič

4. **Vinska klet Krško, 2009** • Pohvaliti: temno, globoko, tokrat rubinasto barvo, dozorelost letnika in aromo velikega soda ob čisti sadni noti, lepo skladnost okusov ob srednji polnosti in kančku »sladkih« taninov. Izboljšati: še več otipa. Razmisliti: Še tri leta do vrhunca. 50 000 steklenic v seriji ni mačji kašelj. Je možno pri tej količini sploh meriti še višje? • Prodajno mesto: v kleti, Rostoharjeva 88, Krško; Mercator, Tuš, Spar • Cena v kleti: 5,64 EUR, drugod od 6,60 do 7,00 EUR • www.kz-krsko.si

5. **Dular, 2012** • Pohvaliti: globoko, malo zamolklo barvo, čisto malinasto sadnost ter nežno strukturo ob prijetni kislosti in obči eleganci. Izboljšati: polnost in dolžino pookusa. Razmisliti: o buteljki namesto litrske steklenice; o omembi okoliša namesto dežele; o omembi zavajajočega resveratrola. • Prodajno mesto: v kleti, Kostanjek 20, Zdole • Cena: 4,27 EUR • 041 606 728

6. **Vinska klet Mastnak, 2011** • Pohvaliti: res temno in globoko barvo, cvetico sadežev, široko aromo (čokolada, hrast) in zrelost ob odvečni meseni sledi ter dober otip kljub kiselkastemu odhodu. Izboljšati: čistočo arome (ker še zori). Razmisliti: Veliko podatkov na kupu v glavnem vidnem polju zmanjša eleganco etikete. • Prodajno mesto: v kleti, Orešje 10, Sevnica • Cena: 8 EUR • www.vinamastnak.com

7. **Ilc in sinovi, Oskarjevo, 2009** • Pohvaliti: mladostno barvo kljub petim letom starosti, polnost, ki je ne zmoti opazna kislost, aromo zrele maline in starega soda z nekaj mesene note. Izboljšati: čistočo arome in oksidacijske sledi. Razmisliti: Klasična etiketa z barvno pasico najbrž pričakuje poživitev. • Prodajno mesto: Vinoteka Oskarjevo, Celje, Prešernova 7; v kleti, Janeževa gorca 58, Bizeljsko; in z distribucijo SICARD • Cena: 5 EUR • 041 634 295

8. **Grad Sevnica, Grajska kri, 2012** • Pohvaliti: zelo temno vijoličasto in globoko barvo, pozitiven aromatski naskok, sortnost in vaniljevo sled zdravih dog ter skladnost. Izboljšati: kako do še večje polnosti za še daljši pookus. Razmisliti: Težka konična steklenica s historično sliko deluje arhaično in resnobno – je to grajska potreba? • Prodajno mesto: Grad Sevnica, TA Doživljaj • Cena: 10,20 EUR • www.dozivljaj.si, www.kstm.si

9. **Kobal Family, 2012** • Pohvaliti: občo skladnost vina, ki je umetelno prepletena z lepimi lesnimi notami in potencialom sadnih vonjev, zrelosti in elegance. Izboljšati: skoraj ničesar, le zaznave po bariku so stvar presoje. Razmisliti: je Posavje lahko izvozna entiteta? Glede na etiketo se tako zdi. • Prodajno mesto: v kleti, Trnovec 1, Zabukovje • Cena: 10,37 EUR • 041 377 988

Dolenjska

10. **Kozinc, 2011** • Pohvaliti: zelo temno mlado barvo in sveže sadni prvi vtis ob skoraj vrelnih aromah, ki jih ohranja kislinski naskok. Kako odlična prezenca etikete! Izboljšati: kislost (še znižati) in taktilnost povečati v prid nižje adstringence. Razmisliti: kako rasno bo to isto vino čez, recimo, šest let? • Prodajno mesto: bar Club Caffe, Sevnica • Cena: 12 EUR • www.vino-kozinc.si

11. **Kerin, Struktura, 2011** • Pohvaliti: globoko, zrelo vijoličasto barvo na robu, ki že napove široko in elegantno aromo, ter vpliv večjega starega soda, ki prinese zaznavo vanilje. Skladnost celote pred sorto. Izboljšati: več mehkih taninov in živahnost sorte. Razmisliti: da »struktura« zahteva še več otipa. • Prodajno mesto: v kleti, Straža pri Krškem • Cena: 9,76 EUR

12. **Zajc, 2011** • Pohvaliti: temno barvo, ki je bolj rubinasta kot vijolična, sodobno sortno aromo, mehkobo in le toliko kislosti, ki omogoča stik, res lepo skladnost arome in okusa ter domišljeno celostno podobo s pomensko jasno hrbtno etiketo. Izboljšati: sortno definicijo, drugega nič. Razmisliti: o bolji pluti. • Prodajno mesto: v kleti, Arto 13a, Studenec; na sedežu podjetja, Pod Trško goro 1, Novo mesto • Cena: 21,96 EUR • www.zajc.si

13. **Vina Jelenič, 2007** • Pohvaliti: lepo temno barvo z rubinastim robom, ki napoveduje dozorelost, kar je glede na leta pričakovano, aromatsko (rumov lonec) okušalni profil, ki pusti vtis resnih rdečin, a se ob tem zavedati realnosti potenciala. Izboljšati: fenolno zrelost, polnost. Razmisliti: o nabiranju let. Sedem je pravljično število. • Prodajno mesto: v kleti, Jablance 10, Kostanjevica na Krki • Cena: 12 EUR • 041 568 441

14. **Frelih** • Pohvaliti: temno, a tokrat rubinasto barvo, zelo lep prvi vtis zrele višnje in borovnice ob rastlinski sledi. Aroma srednje intenzitete je nad okusom. Izboljšati: kislinski odhod in trde tanine. Razmisliti: na kapici napis: »Slovensko vino« – zelo domoljubno! A samo »Slovenija« bi bilo bolj neposredno (in nič Slovaško). • Prodajno mesto: v kleti, Šentrupert 35, Šentrupert • Cena: 9 EUR • www.frelih.si

15. **Štemberger, 2011** • Pohvaliti: mladostno barvo, zrelo sadno intenzivno aromo, homogenost celote, občo ljubkost, čeprav je odhod kislo zaznamovan. Izboljšati: jasnost arome. Razmisliti: da si tako lepo in skladno vino zasluži visoko oceno ne glede na srednjo polnost. • Prodajno mesto: v kleti, Na žago 1, 8310 Šentjernej • Cena: 7 EUR • 041 824 116

16. **Klet Pirc, 2011** • Pohvaliti: gosto, kristalno barvo, gladkost in skladnost kljub kleni kislosti, ki daje oporo in strukturo. Izboljšati: čistočo prvega vtisa, zaradi odstopajoče mesenosti. Razmisliti: o zamaških, ki ne bodo prekrivali sadnosti. Kadar je vino lepo in kompletno, zmotijo že malenkosti. • Prodajno mesto: v kleti, Ravni 3, Krško • Cena: 5,49 EUR • www.klet-pirc.si

17. **Martinčič, 2009** • Pohvaliti: presenetljivo mlado barvo za letnik, neposredno saden prvi vtis, v aromi pa paleto strukturiranih vonjev od sadja do gozda in nazaj. Izboljšati: skoraj ni česa, le polnost. Razmisliti: je to vino vatel za prodajno kategorijo? • Prodajno mesto: v kleti, Šmalčja vas 16, Šentjernej, www.kozelj.si • Cena: 6 EUR • www.martincic.si

18 19 20 21 22 23 24 25

Foto vina: Studio Ajd (www.bottleshooters.eu)

18. Martinčič, penina rosé • Pohvaliti: lep videz in zanimivo aromo po jagodičju, ki prevladuje pred okusom, čeprav je vse v pričakovanem skladju. Izboljšati: količino CO_2, ki je na spodnji meji. Razmisliti: kako preiti od izrazite arome do večje nevtralnosti in finese? A le če to pričakuje trg. • Prodajno mesto: v kleti, Šmalčja vas 16, Šentjernej, www.kozelj.si • Cena: 7,2 EUR • www.martincic.si

19. Štemberger, Šentjernejska penina rosé, 2013 • Pohvaliti: svetlo karminasto rdečo barvo brez vijoličnih odtenkov, iskrenje-pena-venec, kot je treba, mineralno zrelo cvetico, ki jo dopolni enako elegantna zmerna aroma, ki prinese vrhunsko oceno. Izboljšati: skoraj ničesar. Razmisliti: Dolenjska je v starih zapisih kot nalašč za penine – se bo še izkazalo. • Prodajno mesto: v kleti, Na žago 1, 8310 Šentjernej • Cena: 7,32 EUR • 041 824 116

Bela krajina

20. Prus, barrique, 2009 • Pohvaliti: globoko, zelo temno barvo, izjemno bogato in široko aromo, ki izhaja iz počasnega zorjenja, obilico zrelih taninov, polnost in kljub koncentraciji še vedno presenetljivo pitnost brez izrazite lesene sledi. Izboljšati: ničesar. Razmisliti: V maniri ripasa najde frankinja neverjetno skladnost. Je to vrh piramide? • Prodajno mesto: v kleti, Krmačina 6, Metlika • Cena: 10,98 EUR • www.vinaprus.si

21. KZ Metlika, Zdravica, 2011 • Pohvaliti: zrelo barvo, zelo klasično in široko aromo (usnje, črnilo, jagoda), bogato mehak okus, polnost in sposobnost za zorjenje. Izboljšati: živost arome in nič drugega. Razmisliti: Potenca vina si zasluži prestižnejšo podobo. • Prodajno mesto: v kleti, Cesta XV. brigade 2, Metlika; Vinoteka Metlika; Prodajni centri KZ Metlika: Izola, Nova Gorica, Radovljica, Ljubljana, Murska Sobota, Maribor, Novo mesto in Metlika • Cena: 7,2 EUR • www.kz-metlika.si

22. Dolc, 2010 • Pohvaliti: zelo temno, globoko barvo visoke intenzitete, izrazito vinsko, tudi cvetno in malo animalično aromo, bujno strukturo, eleganco in mehkobo z odlično hrastovo sledjo. Izboljšati: sortno definicijo. Razmisliti: Namesto kakovostne si zasluži vrhunsko označbo. • Prodajno mesto: v kleti, Drašiči 13, Metlika • Cena: 5 EUR • 041 788 938

23. Sturm, 2012 • Pohvaliti: gosto temno barvo višnje in vijolični rob, strukturo pred sadnostjo, kleno kislost pred eleganco, bogastvo taninov in vse, kar govori v prid staranja. Izboljšati: Samo počakati! Razmisliti: kolikšno koncentracijo zaznav je možno doseči z minimalnim vplivom lesa? • Prodajno mesto: Vinoteka Šturm, Qlandija Novo mesto • Cena: 7,20 EUR • vina.strurm@siol.net

24. Šuklje, Vrbanjka, 2011 • Pohvaliti: temno dozorelo barvo, malinasto sadnost, čeprav malo zaprto aromo, mehkobo in eleganco taninov, ki jih sicer ni veliko. Izboljšati: čistočo in definicijo sortne arome ter kislinski oprijem. Razmisliti: Skoraj vse je na svojem mestu, le kakšen detajl še ni. Spretno zamišljena in pozicionirana etiketa. • Prodajno mesto: v kleti, Trnovec 22, Metlika • Cena: 8 EUR • www.suklje.com

25. Plut, 2011 • Pohvaliti: izrazito rubinasto, kristalno bistro barvo, zrelost v vseh pogledih, mehkobo taninov in toploto okusa, ki ga krasita skladnost in pitnost. Izboljšati: sortno definicijo. Razmisliti: v kolikšni meri pozna trgatev prispeva k zrelosti. Ali vzame nekaj sortnih atributov? • Prodajno mesto: Vinoteka Lontrg Škofja Loka; v kleti, Drašiči 48, Metlika • Cena: 7 EUR • 040 606 566

Dušan Brejc
foto: Marijan Močivnik