



„Leopold Gourmel“ –

išskirtinio konjako mėgėjams

Esate vyno mėgėjas? Dievinate ragauti, atrasti naujas vyno rūšis? Neįsivaizduojate gurmaniškų pietų be taurės brandaus *Bordeaux*? Vadinas, esate Lietuvoje žinomo alkoholinių gėrimų eksperto Juozo Kabašinsko konjako parduotuvių klientas! Paradoksalu? Tie, kurie mano, kad konjaką gerti senamadiška, J. Kabašinsko kolekcijoje atras gėrimą, pakeisiantį tokį požiūrį. Taip teigia ponas **Olivier Blancas**, konjako namų „Leopold Gourmel“ savininkas, kuris prieš tris dešimtmečius aukštin kojomis apvertė keletą šimtmečių gyvuojančias konjako gamybos tradicijas.

Nida Degutienė. Nuotraukos – Liudo Masio.

„Leopold Gourmel“ – žinantiems, ko nori...

„Konjaką „Leopold Gourmel“ renka si naujos kartos smalsūs vyrai ir moterys, kurie paprastai neperka produktų pagal reklamą. Šiems žmonėms itin svarbios rekomendacijos arba jie turi savo nuomonę“, – įsitikinęs ponas Olivier.

Į penktą dešimtį įžengęs prancūzas vadovauja 1971 metais įkurtiems konjako namams ir didžiuojasi, kad, skirtingai nuo pono Hennessy, anapilin išėjusio dar de-

vynioliktame amžiuje, pats gali papasakoti klientams, kaip gimsta jo vynuogynuose užaugintas produktas.

Lemtingieji Olivier klausimai sau pačiam

Viskas prasidėjo dar 1961 metais, kai ponas Olivier, kilęs iš vyną gaminusios šeimos, susidomėjo konjako gamybos procesu. „Geriant puikų vyną iš žymių vynuogynų man ramybės neduodavo esminis klausimas: kai

atidarai 20–30 metų amžiaus vyno butelį, negali patikėti, kad vinas toks šviežias, harmoningas, gilus ir gyvas. Vyno skonį nusako to meto derliaus kokybė ir ypatumas. O konjako pasaulis nesikeičia jau tris šimtmečius: kad ir koks kompanijos vardas būtų, dažniausiai gaminamas VS, VSOP, XO konjakas. Kasmet yra pagaminamas vienas standartizuotas produktas. Tai neįtikėtina, nes konjakas gaunamas distiliuojant vyną, o vinas kasmet juk skirtingas.“

Standartizacija išties buvo puiki mintis

devynioliktame amžiuje, kai prancūzai turėjo visiems paaiškinti, kas yra konjakas. Tada šis taurus gėrimas paplito po pasaulį, o gamintojams reikėjo jį pristatyti kuo paprastesne žinute. Todėl mintis visą konjaką skirstyti į VS, VSOP, XO buvo bene šauniausia to meto rinkodaros idėja.

Puikios asmenybės vardas – puikiam konjakui

Kadangi ponui Olivier konjako gamyba buvo tarsi hobis, jis nusprendė sukurti liniją, kuri būtų įkvėpta vyno, bet ne standartizacijos. Vėliau hobis virto tikru užsidegimu. Todėl pabaigęs studijas jaunas vyras įregistravo savo kompaniją. Ilgai sprendęs, kokių vardu pavadinti konjako namus, pasirinko senelio Leopoldo Gourmelio pavardę. „Mano mylimas senelis iš mamos pusės mirė likus dviem metams iki kompanijos įkūrimo. Tai buvo ypatingas žmogus: jis gamino balnus ir visą odinę įrangą žirgams. Be to, senelis turėjo išpuoselėtą nedidelį vynuogyną, augino daržoves, mėgo žvejoti ir net grojo vietiniame muzikantų kolektyve. Mūsų šeima sutiško, kad šios puikios asmenybės vardu vadintųsi ir mano gaminamas konjakas.“

Kaip gimsta konjakas

Iš pradžių ponas Olivier konjako gamybos procesą kruopščiai suskirstė į 24 stadijas ir ryžtingai užsimojo į visas jas pažiūrėti skirtingai. Visos konjako gimimo stadijos, pasak gamintojo, yra vienodai svarbios: nuo dirvožemio, kuriame auga vynuogės, iki etiketės ant butelio, kuria perduodama žinutė gėrimo pirkėjui. Ponas Blancas turėjo aiškų tikslą – atversti naują puslapį konjako pasaulyje ir pristatyti rinkai iki tol nematytą konjako kategoriją. Tad kuo gi nuo kitų skiriasi „Leopold Gourmel“?

Kuo ypatingas „Leopold Gourmel“

„Mums nėra kokybės ribų. Aš savo gaminamą produktą tobulinu kasmet, – teigia ponas Olivier. – Visų pirma iš kitų išskiriame vieta, kurioje auginame vynuoges. Mes skiriamės distiliavimo būdu, naudojame skirtingas statines ir kitokiu būdu jas deginame. Mes turime net 12 ypatumų, kuriuos naudojame savo produktui brandinti. Naudojame skirtingus butelius nei kiti gamintojai. Ir galų gale mes skiriamės komunikacija.“

„Leopold Gourmel“ konjakas – be jokių priemaišų brandintas produktas. Kiti kon-

**Kai konjakas
brandinamas apie
10 metų, jo skonis
persismelkia turtingais
prinokusių vaisių
aromatais. 15 metų
gėrimas kvepia gėlių
aromatu, o 20 metų
konjakas įgauna ryškų
prieskonių atspalvį.**

jakai maišomi, nes tokie yra jų gaminimo standartai. Gaminant kitų rūšių konjakus reikiamai spalvai išgauti naudojama karamelė, sukurti amžiaus pojūčiui naudojamos medžio sultys, skoniui sušvelninti – sirupas. „Leopold Gourmel“ neturi nė vieno iš šių priedų.“

Konjako brandinimas – lyg vaikų auginimas

Tam, kad būtum išskirtinis konjako rinkoje, nepakanka vien nenaudoti priedų. Išskirtinio konjako gamybai reikalingas ir kitoks vynas: jis turi būti turtingas ir riebus. Ponas Blancas juokauja, kad konjako brandinimas – lyg vaikų auginimas: galima turėti 2, 3 ar 5 atžalas ir visos jos užaugs skirtingomis asmenybėmis. „Su konjaku yra panašiai: gėrimas skiriasi kasmet. Brandinant konjaką po penkerių metų gali atrodyti, kad jo skonis puikus, tačiau dar po keleto metų teks nusivilti. Vėliau skonis taps nepakartojamas, bet po kiek laiko vėl atsiras problemų. Panašiai kaip žmogaus gyvenime“, – atsidūsta ponas Olivier.



Vaisiai, gėlės, prieskoniai

Konjako namų „Leopold Gourmel“ įkūrėjui teko apsispręsti, kaip pavadinti savo konjakus: juk jie nepagaminti pagal standartus, todėl negali būti VO ar VSOP.

„Pastebėjome, kad kai konjakas brandinamas dešimt ir daugiau metų, jo skonis persismelkia turtingais prinokusių vaisių aromatais. Penkiolikos metų gėrimas kvepia gėlių aromatu, o 20 metų konjakas įgauna ryškų prieskonių atspalvį. Todėl juos ir pavadiname „Age du Fruit“ (vaisių amžiaus), „Age des Fleurs“ (gėlių amžiaus) ir „Age des Espices“ (prieskonių amžiaus) konjakas. Mano tikslas buvo pristatyti klientams savo produktą pačiu paprasčiausiu būdu: juk dažniausiai žmonės, ateinantys pirkti konjako, turi lygiai minutę, per kurią pardavėjui reikia pristatyti gėrimą. Taigi nėra laiko išvardyti visų 24 skirtumų, kuo ypatingas „Leopold Gourmel“ konjakas. Klientui pakanka perskaityti gėrimo etiketes: *vaisiai, gėlės, prieskoniai*. Šiuos apibūdinimus supranta visi. Argi skaitydami vyno, viskio ar romo etiketę nutuokiate, koks bus jo skonis? „Leopold Gourmel“ konjakuose galbūt sunku atpažinti dominuojantį vaisiaus ar gėlės aromatą, tačiau paragavęs vieno ar kito gėrimo klientas visada pajus akivaizdų skirtumą ir patvirtins, kad etiketėje užrašyta informacija teisinga.“

Turtingumo ir aromato ženklai

Nuo XVII amžiaus pabaigos, kai atsirado konjakas, iki šių dienų 96 proc. konjako parduodama už Prancūzijos ribų. Tai bene vienintelis pasaulyje taip gausiai eksportuojamas produktas. Konjako gamintojai pasauliui turi pateikti produktą, kuris įtikytų skirtingiems Žemės rutulio regionams.

Norint užtikrinti stabilų gėrimo skonį, kad ir kur jį nuvežtum, reikia konjaką užšaldyti iki 0 laipsnių ir perfiltruoti. Ponas Olivier įsitikinęs, kad filtruojant gėrimą jis praranda specifinį skonį ir riebumą. Tad jei jūs išsinešite „Leopold Gourmel“ konjaką šaltą žiemos dieną į lauką, jo konsistencija bus skirtinga nuo tos, kurią turėjote namuose. Tai gėrimo turtingumo ir aromatingumo ženklas. „Kai tai paaiškinau

Knygose apie konjako gamybą Olivier Blancas minimas kaip „tradicijų laužytojas“ ar „revoliucionierius“.



Ponas Olivier Blancas buvo pirmasis, kurį prieš penkerius metų Konjako regione aplankė ponas Juozas Kabašinskas. Prancūzas tvirtina, kad J. Kabašinskas sukūrė konjako rinką Lietuvoje.

prieš 35 metus, mane palaikė kvailiu, kuris užkerta kelią savo gaminamo produkto eksportui. Tačiau pažvelkite į airišką viskį, kuris jau dvidešimt metų nefiltruojamas. Aš be galo laimingas, kad mano idėjomis buvo patikėta, nes nenoriu vien kartoti to, kas buvo daroma iki manęs, aš turiu svajonę būti inovatorius. Mes pirmieji pradėjome savo gėrimą pildyti į skaidrius butelius, kad klientas matytų tikrąją konjako spalvą. Šiandien skaidrius butelius naudoja beveik 80 proc. gamintojų.“

Daugelyje išleistų knygų apie konjako gamybą ponas Olivier Blancas minimas kaip „revoliucionierius“ ar „tradicijų laužytojas“. Pasak J. Kabašinsko, viena didžiausių jo svajonių buvo susipažinti būtent su ponu Blancu ir atstovauti konjako namams „Leopold Gourmel“ Lietuvoje.

Ekologiškas konjakas

1997 metais ponas Olivier savo versle padarė dar vieną gana rizikingą posūkį: ėmė gaminti ekologišką konjaką.

Atskirame 25 hektarų plotą jis užveisė ekologišką vynuogyną: čia nenaudojami pesticidai, apsaugantys augalus nuo kenkėjų. Kaip žinia, jei uogas ar lapus užpuola ligos, pakanka 24 valandų, kad žūtų to meto derlius. Savo ekologiškame ūkyje prancūzas naudoja tik natūralų kompostą, vabzdžius, kurie natūraliu būdu naikina kenkėjus. Deja, praradimai neišvengiami: ponui O. Blancui nepasisekė su keturiais derliais, tačiau 2001 metais pavyko pagaminti 8 000 butelių išskirtinio konjako. Savo ekologiškam ūkiui tikrinti ponas Olivier pasamdė vieną iš trijų sertifikuotų Europos kontrolierių, kuris išdavė penkis ekologiškos gamybos sertifikatus: patvirtino, kad vynuogynuose nenaudojami pesticidai, kad vyno fermentacijos procesas vyksta be mielių priedo, kad distiliacijos ir brandinimo procesas vyksta natūraliai bei pripažino, kad yra tinkamas išpildyti į butelius. Šis konjakas laikomas geriausiuose kompanijos rūsiuose ir yra tikras pono Olivier Blanco valdomų konjako namų pasididžiavimas. „Gaminti 100 proc. ekologišką konjaką buvo sena mano svajonė, mano įrodymas, kad visuomet esame žingsniu priekyje konjako gamyboje.“

Ambicija: mažas universitetas „Vaisiai, gėlės, prieskoniai“

„Jau 300 metų konjakas yra standartizuotas gėrimas. Galima pamanyti, kad šis procesas neevoliucionuoja, nors visame pasaulyje baziniai dalykai virsta labiau rafinuoti. Smagu, kad didžiosios kompanijos, gaminančios gerai žinomus standartinius produktus, yra tarsi pradinukų mokytojos: jos išmoko mus skaityti, rašyti ir skaičiuoti. Man patinka, kad žmonėms galiu pasiūlyti netipiško konjako, ir jis dažniausiai tampa tikru atradimu. Mano ambicija yra turėti mažą universitetą, kuris vadintųsi „Vaisiai, gėlės, prieskoniai“, ir jame mokyti tuos žmones, kurie nori apie konjaką išmanyti daugiau.“