

BIÊN SOẠN: THS. TÔ VIỆT



Khám phá rượu vang

(Kiến thức tổng quan về rượu vang
và khám phá rượu vang)



NHÀ XUẤT BẢN BÁCH KHOA HÀ NỘI

MỤC LỤC

LỜI NÓI ĐẦU

LỜI TÁC GIẢ

I. LỊCH SỬ CÂY NHO VÀ RƯỢU VANG

II. CÁCH LÀM RƯỢU VANG TRUYỀN THỐNG

III. CÔNG NGHIỆP RƯỢU VANG TRÊN THẾ GIỚI

IV. CÁC QUỐC GIA TRỒNG NHO VÀ LÀM RƯỢU CHÍNH CỦA THẾ GIỚI

V. CÁC LOẠI RƯỢU VANG NỔI TIẾNG TRÊN THẾ GIỚI

VI. RƯỢU VANG VÀ SỨC KHỎE

VII. CÁCH THỬ NẾM VÀ PHỤC VỤ RƯỢU VANG

VIII. CÁCH PHÂN BIỆT RƯỢU VANG THẬT, GIẢ VÀ TỔ CHỨC HÂM RƯỢU

IX. LỰA CHỌN RƯỢU VÀ ĐỒ ĂN CHO HỢP KHẨU VỊ

X. CÁC MÙI ĐẶC TRƯNG CỦA RƯỢU VANG

XI. TẢN MẠN VỀ RƯỢU VANG

PHỤ LỤC 1. CHUYÊN GIA NẾM THỬ RƯỢU VANG

PHỤ LỤC 2. RƯỢU CHAMPAGNE

PHỤ LỤC 3. GIỚI THIỆU CHÂN DUNG

TÀI LIỆU THAM KHẢO

LỜI NÓI ĐẦU

Ebook miễn phí tại : www.Sachvui.Com

Chúng tôi xin trân trọng giới thiệu tập sách nhỏ về “Văn hóa rượu vang” của ThS. Tô Việt, chuyên gia cao cấp về văn hóa rượu vang, thành viên tổ chức thử nếm rượu vang Quốc tế (ASI). Trong thời gian vừa qua, anh đã dành rất nhiều tâm huyết cho việc quảng bá văn hóa rượu vang ở nước ta, góp phần tăng cường giao lưu văn hóa, văn hóa ẩm thực và kinh tế của Việt Nam với thế giới trong thời đại hội nhập kinh tế khu vực và quốc tế.

Anh Việt đã được nhiều nơi mời đến giảng dạy những kiến thức về cây nho, công nghệ sản xuất rượu vang truyền thống của Châu Âu, phong cách phục vụ rượu vang tại nhà hàng, khách sạn, quán bar... như tại các trung tâm đào tạo, các hệ thống nhà hàng, khách sạn danh tiếng ở Việt Nam để góp phần tạo ra sản phẩm ẩm thực và du lịch hoàn chỉnh, cùng với những giá trị truyền thống của văn hóa Việt Nam, thu hút ngày càng nhiều du khách quốc tế đến với nước ta.

Cuốn sách nhỏ, nhưng quy nạp nhiều kiến thức tích lũy từ quá trình tham gia trực tiếp nghiên cứu về văn hóa rượu vang ở Pháp, Anh, Italia..., cùng nhiều hình ảnh minh họa sinh động, hy vọng sẽ mang lại nhiều thông tin hữu ích và nguồn cảm hứng cho tất cả những ai quan tâm đến rượu vang.

Xin trân trọng giới thiệu với đông đảo bạn đọc.

Tiến sĩ: Trần Văn
Ban Kinh tế Trung ương

LỜI TÁC GIẢ

Thực ra, văn hóa rượu đã có từ lâu trong tổng thể văn hóa ẩm thực dân tộc. Tuy nhiên, về rượu vang thì còn ít người sành biết trong cảm thụ, thưởng thức. Trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế và bùng nổ du lịch, dòng khách nước ngoài vào đầu tư, làm ăn và đi du lịch ở Việt Nam ngày càng tăng. Do đó, việc nâng cao kiến thức về văn hóa rượu vang cùng một loạt các ngành kinh tế dịch vụ như: du lịch, nhà hàng, khách sạn, phục vụ hành khách, hàng không, đường sắt, đường thủy... và bản thân người phục vụ cho du khách biết thưởng ngoạn rượu vang là rất cần thiết.

Sau nhiều năm công tác ở nước ngoài trong lĩnh vực văn hóa rượu vang, tôi muốn dành tất cả tâm huyết của mình để giới thiệu với độc giả trong nước về vấn đề này. Tôi đã có một quá trình làm việc lâu dài ở Pháp, Monaco và Anh, tại các khách sạn nổi tiếng như “Grand Hotel du Cap Ferrat”, “Le Chateau du Domaine Saint - Martin”, “Belles - Rives”, “Monte Carlo Beach”, tổ hợp khách sạn Hotel du Vin của ông Gérard Basset, chuyên gia rượu giỏi nhất Châu Âu năm 1996, thứ nhì thế giới năm 1992 và 2004.

Là thành viên liên đoàn thử nếm rượu vang quốc tế (ASI), tôi đã giảng dạy về văn hóa rượu vang ở nhiều nước. Tại Việt Nam, tôi được vinh dự tham gia giảng về văn hóa rượu vang ở Đại học Đà Lạt, Đại học Bách khoa Hà Nội, Đại học Bách khoa TP. Hồ Chí Minh, Trường Du lịch - Khách sạn Hoa Sữa Hà Nội, Trường Công nghiệp Thực phẩm thành phố Hồ Chí Minh, Bộ Ngoại giao, tập đoàn khách sạn Accord - Sofitel ở Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh và Đà Lạt, đoàn tiếp viên hãng hàng không Quốc gia Việt Nam, công ty Nông sản - Thực phẩm - Thương mại Đà Lạt, trong khuôn khổ chương trình văn hóa rượu vang (FPS Việt Nam) do tôi làm giám đốc trong 2 năm 2004 và 2005. Các khóa học đã thực sự mang lại các kiến thức cần thiết và những điều lý thú về lịch sử cây nho và rượu vang, cách làm rượu vang, các vùng rượu vang nổi tiếng trên thế giới, rượu vang và sức khỏe, và nhất là kỹ năng thử nếm và phục vụ rượu vang.

Tôi đặc biệt trân trọng cảm ơn các đồng nghiệp như ông G. Vaccarini (Italia), chuyên gia rượu giỏi nhất thế giới năm 1978, Hiệp hội Chuyên gia thử nếm rượu vang quốc tế (ASI), Hội Adaly thành phố Montpellier, Hội đồng hành chính vùng Languedoc - Roussillon, ông bà Nguyễn Văn Luật - Đình Thu Hường và công ty Thiên Linh Wine&Spirits, công ty TNHH Nông sản Thực phẩm - Thương mại Đà Lạt, ông Youri Korsakov và công ty Aple, ông Đỗ Vĩnh Bảo và Trường Công nghiệp Thực phẩm thành phố Hồ Chí Minh.

Minh, ông Sylvain Bournigault và công ty Les Celliers d'Asie, bà Ngô Thị Hiếu Thảo và cơ quan Sopexa Việt Nam, bà Béatrice Tauziède và phòng thương mại Đại sứ quán Pháp tại Việt Nam, các bạn phóng viên báo chí và truyền hình Minh Diệu, Bích Diệp, Phương Anh, Lan Anh, Kim Dung, Kim Hoa, Thu Huyền, Lan Hương, Vân Nga, Tuyết Mai, Quang Tâm, Ngọc Bảo ... đã dành cho tôi sự giúp đỡ quý báu trong thời gian giảng dạy tại Việt Nam và xuất bản cuốn sách này.

Là lần đầu tiên xuất bản bằng tiếng Việt, nên cuốn sách không tránh khỏi những sơ suất, mong được bạn đọc góp ý kiến, phê bình. Chúng tôi xin chân thành cảm ơn.

Tô Việt

I. LỊCH SỬ CÂY NHO VÀ RƯỢU VANG

1. Lịch sử cây nho

Cây nho thuộc về họ cây leo (Ampelidacé). Tất cả các loại cây nho để ăn hoặc làm rượu đều thuộc họ nho Vitis. Có gần 40 loại nho Vitis trên thế giới, các loại quan trọng nhất là Vitis vinifera hay họ nho vitis Châu Âu, Vitis Labrusca, Vitis Rupestri... là những họ nho ở Châu Mỹ.



Trong mỗi họ nho lại chia ra nhiều giống như: giống Merlot, giống Chardonnay, giống Carrignan, giống Gamay... Một số giống nho vừa có thể dùng để ăn, vừa làm rượu như giống Chasselas, giống Muscat, giống Italia. Các giống khác chủ yếu để làm rượu. Việc phân định giống nho dựa theo các tiêu chuẩn như: màu sắc của mầm nho, màu sắc quả, hình dạng lá hay mức độ to nhỏ của chùm nho.

Để có thể duy trì lâu dài chất lượng nho, người ta chiết cây chứ không gieo hạt, nhất là từ khi có nạn rệp rễ nho (phyloxera). Cách ghép: ghép mầm cây bệnh vào gốc cây Vitis Labrusca của Mỹ là giống nho có sức đề kháng mạnh không bị rệp phyloxera tấn công. Hiện nay, trên thế giới có hơn 6.000 giống nho cho các loại nho khác nhau về: hương vị, màu sắc và mức độ to

nhỏ của chùm quả.

Ở Pháp có khoảng 50 loại nho chính dùng để sản xuất rượu vang. Các dòng nho vỏ đỏ được trồng nhiều nhất là Carrignan, Grenache, Merlot, Cabernet Sauvignon, Syrah, Gamay, Cabernet Franc, Pinot Noir... Các giống nho vỏ trắng là Ugni Blanc, Chardonnay, Sauvignon, Semillon, Chenin, Colombard, Riesling...

Tuy nhiên, khi làm rượu vang, người ta có thể phối hợp một số giống nho theo tỷ lệ nhất định (thường là bí quyết riêng của từng nhà sản xuất) để làm ra những loại vang đặc biệt, ví dụ như vang vùng Bordeaux, Languedoc - Roussillon, Côtes de Provence hoặc rượu champagne.

Hiện trên thế giới có khoảng 8 triệu ha đất trồng nho. Diện tích trồng nho ở Pháp và Italia đứng thứ hai trên thế giới sau Tây Ban Nha, nhưng Pháp lại đứng đầu thế giới về sản lượng rượu vang.

2. Lịch sử rượu vang.

Rượu vang là một sản phẩm nguyên chất thu được từ sự lên men rượu toàn phần hoặc một phần từ nho tươi ép ra nước, hoặc từ hỗn hợp nước nho và bã nho ép ra nước. Từ điển của Viện Hàn lâm Âm thực Pháp hoàn chỉnh định nghĩa rượu vang như sau: “Là một chất lỏng sinh động, rượu vang có thể mang bệnh, có thể già và chết”.

Cây nho có thể được coi là một trong những loài cây lâu đời nhất thế giới. Người ta tìm thấy vết tích của cây nho trong nhiều vùng khác nhau trên thế giới, trước cả khi có những vết tích của người cổ đại. Thời kỳ đó, nho còn là loài cây hoang dã. Phần lớn các nhà nghiên cứu nhất trí cho rằng cây nho có nguồn gốc từ Tiểu Á (bán đảo Crimée hiện nay), nhưng không ai biết được rượu nho đã được người Tiểu Á làm ra như thế nào? Theo truyền thuyết, một ông vua xứ Ba Tư đã vô tình để quên các chùm nho trong một vại sành, trên nắp có đề chữ “Độc dược”. Một bà vợ kế của vua, vì bị ruồng bỏ, đã quyết định tự kết liễu đời mình. Bà tìm ra chiếc vại sành nói trên và lấy nước nho ra uống, lầm tưởng đó là độc dược... Rượu vang đã ra đời như vậy theo truyền thuyết.

Khoảng 2000 năm trước Công nguyên, rượu nho đã có mặt ở Ai Cập. Trong Kinh Thánh, rượu vang được nhắc đến hơn 500 lần. Sau đó, người Ai Cập đã dạy cho người Hy Lạp cách trồng nho. Rồi người Hy Lạp lại truyền nghề cho người La Mã, người La Mã cho người Gaulois. Nhưng theo người Hy Lạp thì không phải người Ai Cập đã truyền nghề cho họ mà là thần Dionysos, chúa tể Hy Lạp của rượu vang.

Đến thế kỷ thứ 6 trước Công nguyên, cây nho xuất hiện ở vùng Địa Trung Hải thuộc nước Pháp bây giờ. Người Gaulois tỏ ra là những học trò xuất sắc của người La Mã. Chính họ đã nghĩ ra việc nuôi rượu trong thùng gỗ. Diện tích trồng nho ở xứ Gaule phát triển nhanh chóng và rượu vang của người Gaulois rất được người La Mã ưa chuộng.

Đến thời Trung Cổ, nhà thờ giữ một vai trò quan trọng trong việc mở rộng diện tích trồng nho và cách làm rượu vang, lý do là họ sử dụng nhiều rượu vang trong các buổi lễ thánh. Các tu sĩ phát hoang rồi trồng nho xung quanh

các nhà thờ và tu viện. Cũng trong thời Trung Cổ, rượu vang của Pháp đã được xuất sang Anh, Bỉ, Hà Lan, Luxembourg và các nước Bắc Âu.

Năm 1864 xuất hiện nạn rệp rể nho (phyloxera) ở miền Trung nước Pháp (Languedoc). Sự xuất hiện của loại rệp này hoàn toàn ngẫu nhiên, khi người Pháp đưa vào trồng thử các giống nho mới của Mỹ. Trong vòng 20 năm, loại rệp này đã tàn phá toàn bộ các vùng trồng nho của Pháp. Nhưng cũng chính các giống nho Vitis Labrusca của Mỹ đã cứu nền nông nghiệp trồng nho của Pháp bằng cách ghép các mầm nho bệnh của Pháp vào các gốc cây mang từ Mỹ về.

Năm 1935, Viện kiểm chứng quốc gia về sản phẩm rượu vang chất lượng cao (INAO) được thành lập. Cho đến nay, nhiều nước trên thế giới vẫn coi INAO là người đảm bảo cho rượu vang Pháp giữ được phẩm chất cao nhờ các quy định ngặt nghèo.

Cũng từ đầu thế kỷ thứ 20, rượu vang không những chỉ là một đồ uống như những đồ uống khác mà đã trở thành một chủ đề văn hóa như văn chương, âm nhạc hay hội họa. Khắp nơi ở Pháp, ở Châu Âu, Châu Mỹ hay



***Phù điêu thần Bacchus
Chúa tể của rượu vang***

Châu Úc, các buổi tọa đàm về văn hóa rượu vang ngày càng thu hút được thính giả.

Cách đây 20 năm, các ấn phẩm về rượu vang hầu như không có trong các hiệu sách ở Việt Nam thì nay đã thấy bán. Vì thế, các chủ tiệm ăn, khách sạn hoặc là các chủ nhà ăn, khách sạn trong tương lai phải đặc biệt chú ý: càng ngày càng có nhiều thực khách muốn mạn đàm với các bạn về văn hóa rượu vang, đừng nên làm cho họ thất vọng. Văn hóa rượu vang, cũng như văn chương và âm nhạc, đang đi dần vào cuộc sống văn hóa ở Việt Nam. Dù là chủ tiệm ăn hay nhân viên phục vụ bình thường, các bạn phải hiểu rõ sản phẩm mà các bạn trưng bày hay rao bán. Thực khách của các bạn sẽ thất vọng biết chừng nào trong vòng mấy phút đồng hồ, chỉ bởi một chủ tiệm ăn hay nhân viên phục vụ, vì thiếu hiểu biết về văn hóa rượu vang, đã không lý giải được rượu vang khác với những loại đồ uống khác ở chỗ nào, và vô hình chung đã coi thực khách của mình như những người kém hiểu biết.

II. CÁCH LÀM RƯỢU VANG TRUYỀN THỐNG

1. Thành phần của quả nho

Nho gồm có 4 phần: cuống, vỏ, thịt và hạt

1.1. Cuống nho

Cuống nho là cầu nối giữa nho và thân cây cũng như lá cây, giúp cho quả nho đạt được lượng đường cao trong quá trình lá nho hấp thụ tia nắng mặt trời. Khi bạn nhấm nháp cuống nho, bạn có cảm giác đắng chát khó chịu ở lưỡi. Đó là chất chát, chất này rất quan trọng vì nó sẽ có vai trò trong việc sản xuất rượu có chất lượng, cũng như giúp cho việc bảo quản vang được lâu dài. Tiếp đó là chất chua, chất này cũng giữ vai trò quan trọng vì nó đảm bảo cho rượu vang có tính tươi mát. Cuống nho còn chứa chất xơ và các tổ chất hóa học khác như muối khoáng và vitamin.



1.2. Vỏ và thịt nho

Vỏ nho được phủ bởi 1 lớp phấn và lông mịn, đảm bảo cho nước không thấm vào thịt nho, đồng thời giữ lại các chất lên men do gió và côn trùng đem lại. Trong vỏ nho có các chất chỉ thị màu như: Anthocyanes đối với

rượu vang đỏ và Flavoines đối với rượu vang trắng. Cá biệt có một vài loại nho mang tố chất chỉ thị màu ngay trong thịt nho như là loại Poulsard. Khi ta ép nho đỏ, ba khả năng có thể xảy ra: ta sẽ có rượu vang trắng nếu ta để nước nho tách vỏ lên men. Nếu ta cho vỏ và nước nho cùng lên men, sau một thời gian sẽ thu được rượu vang đỏ. Trong quá trình rượu lên men, ta có thể thu được rượu vang hồng nếu ta biết ngừng quá trình tiếp xúc giữa vỏ nho và nước nho sau một thời gian ngắn. Đối với một số giống nho, hương vị của nho nằm ngay trong vỏ (Muscato, Chardonnay). Mỗi một giống nho có hương vị và đặc thù riêng, nhưng độ đậm nhạt của hương vị đó còn tùy thuộc vào nhiều yếu tố khác như chất đất và năm thu hoạch.

Thịt nho là phần quan trọng nhất của quả nho, gồm 70 - 80% nước. Trong một lít nước nho ép có từ 100 - 300g đường. Trong nước nho ép còn có các loại axit chua, muối khoáng và các loại vitamin.

1.3. Hạt nho

Nếu ai đã có dịp cắn vỡ hạt nho hẳn sẽ nhăn mặt vì vị đắng. Quả thật, hạt nho rất đắng nhưng cũng chứa nhiều chất dầu. Để tham khảo, cứ trong 225 lít nước nho, ta thu được số lượng hạt nho đủ để sản xuất một lít dầu hạt nho. Dầu hạt nho dùng để trộn xà lách hay còn được sử dụng trong công nghiệp mỹ phẩm và được bán rất đắt tiền. Cũng vì thế, trong quá trình ép nước nho phải hết sức chú ý để hạt nho không bị dập vỡ.

2. Các giống nho làm rượu chủ yếu.

Có một mối liên hệ chặt chẽ giữa các giống nho làm rượu vang và rượu vang của từng vùng sản xuất.

2.1. Các giống nho đỏ.

1.1. Merlot: cho ra các loại rượu đậm màu, khá tròn trịa, ngậy béo với các hương vị hoa quả, lá mục và da thuộc, vị chát không nhiều.



1.2. Cabernet Franc: rượu có hương vị thơm với tính chất hoa quả và vị hơi ngai ngái của cỏ utor, chât chât mạnh hơn giống Merlot.



1.3. Cabernet Sauvignon: rượu có mùi rất thơm, khi có tuổi sẽ trở nên vừa mạnh mẽ vừa mềm mọng, chât chât nhiều nhưng quý phái. Đây là giống nho chính của các vùng rượu vang có chât lượng tuyệt hảo Médoc Vàgraves (Bordeaux).

1.4. Grenache: cho các loại rượu thơm ngon, đậm màu, tròn trịa, ít chua, độ cồn cao. Giống nho chủ yếu ở vùng Côtes du Rhône và Chateauneuf - du - Pape, nhưng cũng rất phổ biến ở vùng Languedoc - Roussillon.



1.5. Carrignan: cho các loại rượu đậm màu, ít thơm, nhiều chât chât. Sẽ rất tốt nếu phối hợp với các giống nho béo và nhiều hương vị.



1.6. Cinsault: màu nhạt, nhiều vị hoa, quý phái, mềm mại, ít chất chát, không giữ được lâu. Đây là giống nho được sử dụng nhiều để làm rượu hồng và rượu đỏ mới (Vins Primeurs).



1.7 Mourvedre: cho những kết quả rất tốt ở vùng Bandol. Vang có màu rất đậm, độ sánh cao và giàu chất chát. Vang được nuôi trong thùng gỗ sồi tới 18 tháng, có thể giữ được rất lâu, chỉ nên đem ra uống sau 3 - 5 năm. Khi đó, hương vị rượu sẽ đạt đến mức tuyệt đỉnh: có mùi cỏ hoang dã, mùi cam thảo, mùi hôi, mùi gia vị và da thuộc.

1.8. Syrah: khi còn trẻ, rượu có mùi hoa quả (nhất là hoa Violette); giữa chừng xuân sẽ có mùi hạt tiêu và da thuộc. Vang đậm và giàu chất chát, ít bị oxy hóa.





1.9. Pinot Noir: vang giàu hương vị, chuyển khá nhanh từ mùi hoa quả sang mùi da lông thú. Được sử dụng trong hỗn hợp rượu champagne và vang sủi.

1.10. Gamay: thường được sử dụng làm rượu Beaujolais mới, có mùi thơm của chuối và hoa quả tươi như anh đào và dâu tây. Nếu được ủ lâu sẽ cho các loại vang đậm giữ được 2 - 3 năm.



1.11. Tannat: vang rất đậm màu, rất chát, phải đợi vài năm mới dịu đi. Giống nho chính trong rượu Madiran vùng Tây - Nam.

1.12. Côt hay Malbec hay Auxerrois: vang đậm và giàu chất chát. Giống



nho chính trong rượu Cahors vùng Tây - Nam.

1.13. *Duras*: giống nho chính làm rượu Gaillac, mùi vị thơm, rượu khá đậm.



1.14. *Négrette*: giống nho chính của rượu Côtes du Frontonnais, rượu đậm, có mùi dâu tây.

1.15. *Braquet (Folle Noire)*: giống nho chính làm rượu Bellet cạnh

thành phố Nice miền Nam nước Pháp.



1.16. *Grolleau*: giống nho phụ trợ ở vùng Anjou, Saumur và Touraine, sử dụng nhiều trong vang sủi.



1.17. *Pinot Meunier*: vang tinh tế, nhiều chất liệu hoa quả.



1.18. *Mondeuse*: vang mạnh, nhiều hương vị.

1.19. *Poulsard*: vang màu đỏ nhạt, nhẹ nhàng, duyên dáng.



1.20. Tibouren: chủ yếu dùng làm rượu hồng, hương vị hoa quả tinh tế.



1.21. Trousseau: vang đậm màu, có độ cồn và độ chát cao, thường được trộn lẫn với dòng nho Poulsard.



2.2. Các giống nho trắng.

2.1. Aligoté: vang trắng nhẹ, ít chất chua, nên sử dụng nhanh.

2.2. Chardonnay: vang làm từ giống nho này thường rất hài hòa giữa chất chua, chất béo và chất ngọt, để được lâu, nhưng sản lượng thu hoạch



không cao.



2.3. *Chasselas*: vang nhẹ, nhiều hương vị nhưng ít chua, nên dùng ngay sau khi đóng chai.

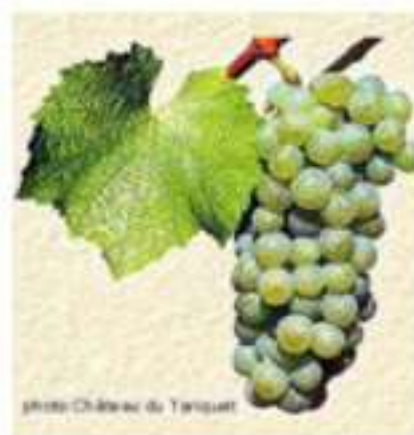
2.4. *Chenin blanc*: dùng làm vang khô hay vang ngọt, khi còn trẻ hơi khó uống vì độ chua cao.





2.5. *Clairette*: vang có mùi hạnh nhân và độ cồn cao.

2.6. *Colombard*: vang có nhiều vị hoa, vị chua tương đối cao.



2.7. *Gewurztraminer*: vang đậm màu, độ cồn, độ sánh cao, hương vị đặc biệt (hoa hồng, gia vị: quế, hạt tiêu...).



2.8. *Folle blanche*: vang có độ cồn thấp, tươi mát.

2.9. *Gros và Petit Manseng*: vang có độ chua cao nhưng không gắt, hương vị đặc biệt (hoa quả nhiệt đới), trồng chủ yếu ở vùng Đông Pyrénées.



2.10. *Macabéo*: vang nhiều vị hoa quả và độ cồn cao, có thể sử dụng làm vang thường hoặc vang sủi.



2.11. *Marsanne*: vang trắng nhẹ, tinh tế.



2.12 *Mauzac*: vang chất lượng cao, giàu hương vị.



2.13. *Muscadelle*:
thường dùng trong hỗn hợp
Sauvignon - Sémillon.



2.14. *Muscadet*: trồng sát bờ biển Đại Tây Dương, vang thơm mát, có vị
mặn mòi của biển.



2.15. *Muscat*: vang khô, dịu hoặc ngọt, có vị
nhỏ, mật ong và gia vị.

2.16. *Pinot Blanc*: vang thô hơn vang làm từ giống Chardonnay, dùng
nhiều trong vang khô và vang sủi.

2.17. *Pinot Gris*: vang đậm, độ cồn cao, nhiều khi dùng làm vang ngọt.

2.18. *Riesling*: vang trắng tươi mát, nhiều hương vị, nhất là mùi hoa và
khoáng chất.



2.19. *Roussane*:
vang tinh tế, quý
phái, giữ được lâu.



2.20. *Roussette* hay còn gọi là *Altesse*: vang vùng Savoie, có thể làm

vang khô hay vang dịu



2.21. *Sauvignon Blanc*: giống nho vương giả, được trồng khắp nơi trên thế giới, hương vị hoa quả và ớt ngọt.

2.22. *Savagnin*: vang vùng Jura, sánh đậm, giữ được lâu.



2.23. *Sémillon*: giống nho vương giả, thường trộn với Sauvignon blanc để làm rượu Bordeaux trắng.



2.24. *Sylvaner*: vang có độ chua cao, khô, nhiều hương vị chanh, bưởi



2.25. *Ugni Blanc*: vang có nhiều hương vị hoa quả, đồng thời lại có nhiều chất chua - béo.



2.26. *Vermentino* hay còn gọi là *Rolle*: vang rất thơm, nhưng có xu

hương chuyển sang mùi rượu bị oxy hóa nếu thu hoạch nhò muộn.



2.27. *Viognier*: vang trắng tinh tế, quý phái, có thể giữ được lâu và càng để lâu càng tăng giá trị.



3. Làm rượu vang

Đây là quá trình chuyển hóa nước nho thành rượu. Cần khoảng từ 1,3 - 1,5kg nho tươi để thu được 1 lít rượu vang. Các giai đoạn chủ yếu trong quá trình sản xuất rượu là: tách cuống nho khỏi chùm nho, ép nước nho, ủ nho và lên men. Tùy theo ý muốn của nhà sản xuất rượu, muốn thu được rượu vang đỏ, hồng hay trắng mà các công đoạn sản



Rượu lên men, tạo khí CO₂

xuất sẽ khác nhau. Giống nho làm rượu cũng ảnh hưởng đến loại rượu thu được.

Giai đoạn lên men rượu, giai đoạn chủ yếu của quá trình làm rượu, là một quá trình tự nhiên, trong đó đường có ở nho chuyển hóa thành cồn do tác động của vi khuẩn và chất lên men có sẵn trong vỏ nho. Rượu trong quá trình lên men sẽ thải ra khí CO₂. Chính loại khí này trong các chai rượu champagne sẽ làm bật nút chai và làm rượu champagne sủi bọt trông rất hấp dẫn.

Rượu vang đỏ chỉ có thể làm từ nho đỏ, trong khi đó rượu vang trắng có thể làm từ nho đỏ hay nho trắng. Rượu vang hồng, làm từ nho đỏ, có thể làm từ hai phương thức sau: để cho vỏ nho tiếp xúc với nước nho trong một thời gian ngắn sau khi ép để thu được màu hồng đậm (Rosé de Saigné) hoặc ép thẳng nho đỏ và tùy theo mức điều chỉnh độ ép mà thu được màu hồng như ý (Rosé de Presse).



Sau khi ép, nước nho được lọc cặn, cho thêm một lượng nhỏ khí sulfua để diệt khuẩn và được nuôi trong thùng inox hoặc thùng bê tông tráng sơn thực phẩm (Epoxy) hay thùng gỗ sồi. Thời gian nuôi trong thùng gỗ do nhà sản xuất tính toán tùy theo tính chất của giống nho. Một thời gian sau, vang được rút ra khỏi thùng, lọc và đóng chai trước khi đem ra bán cho người tiêu dùng.

3.1. Cách làm rượu vang đỏ

Nho đỏ được hái, đưa về xưởng hoặc nhà máy rồi được ép nhẹ để làm bật hạt nho khỏi quả nho. Sau đó, người ta tăng độ ép để thu được nước nho và bã nho. Nho sau khi được ép sẽ chuyển qua khâu tách cuống nho khỏi chùm nho. Công đoạn này có mục đích tránh cho cuống nho tiếp xúc với nước nho và làm cho rượu có mùi ngai ngái của cỏ ứt. Nước nho và bã nho ngay sau đó được đưa vào các bồn chứa lớn bằng inox hoặc bê tông quét sơn thực phẩm (Epoxy). Rượu trong bồn sẽ lên men từ 4 - 10 ngày.

Trong khoảng thời gian đó, chất màu và chất chát (tanin) sẽ hòa lẫn vào hỗn hợp lỏng gồm nước nho và bã nho. Người ta có thể thu được rượu có màu sắc và độ chát theo ý muốn tùy theo thời gian ủ nho trong thùng chứa.

Nói chung là các loại rượu vang đỏ danh tiếng thường được ủ lâu hơn các loại rượu khác. Sau khi nho đã được ủ theo thời gian do nhà sản xuất tính toán, rượu sẽ được rút ra khỏi thùng chứa theo nguyên tắc từ tính: chất lỏng (rượu) sẽ tự tách ra khỏi các thành phần nặng khác như: hạt



nho, cuống nho, vỏ nho. Nước rút đầu đó được gọi là vang giọt. Hỗn hợp còn lại của thùng chứa sẽ được đem ra ép lại để có được vang ép rất đậm màu và giàu chất chất. Nói chung, người ta thường trộn lẫn vang giọt và vang ép trước hoặc sau khi đưa vang vào nuôi trong thùng gỗ. Giai đoạn này được đánh dấu

bởi một quá trình lên men lần thứ hai, kết quả là chất chua trong vang sẽ giảm đi.

3.2. Cách làm rượu vang trắng

Rượu vang trắng khác rượu vang đỏ nhờ công đoạn ép nho, theo đó người ta không để cho nước nho ép tiếp xúc với vỏ nho. Sau khi tách hạt nho khỏi quả nho, người ta sẽ ép nho ngay lập tức nhằm tránh không cho nước nho ép tiếp xúc nhiều với vỏ nho. Tính đặc thù của rượu vang trắng sẽ thể hiện qua sự tươi mát, đôi khi gắt dịu, nhờ vào độ axit chua tương đối cao. Cũng vì để giữ cho rượu vang trắng có nhiều axit chua, người ta thường ép nho ở nhiệt độ thấp.

3.3. Cách làm rượu vang hồng

Rượu vang hồng được sản xuất như rượu vang đỏ, nhưng thời gian tiếp xúc giữa vỏ nho và nước nho được tính toán sao cho thu được độ màu sẫm

(Rosé de Saigné) hoặc ép mạnh trực tiếp để thu được hỗn hợp phơn phớt hồng (Rosé de Presse).

3.4. Cách làm rượu champagne

Nho được lựa kỹ và hái bằng tay trước kỳ thu hoạch ít ngày để tránh cho nho không bị chín quá, sau đó được ép ngay để tránh cho vỏ tiếp xúc với nước nho. Tiếp đó, nho được ủ ở nhiệt độ thấp để giữ tính chất hoa quả tươi mát. Kết thúc quá trình ủ chua, nho được rút khỏi bình chứa inox, lọc chất cặn bằng cách cho lòng trắng trứng hoặc chất keo cá vào trong rượu, sau đó được pha lẫn nhau tùy theo ý muốn của chuyên gia làm rượu để giữ được vị gia truyền của nhà sản xuất từ thế hệ này sang thế hệ khác.

Tiếp đó rượu được đưa ra đóng chai, chuyên gia làm rượu cho thêm vào hỗn hợp rượu sirô đường và chất lên men gọi là Liqueur de Tirage. Chai champagne sẽ được

đóng nút rồi để lên những kệ gỗ (pupitre) hoặc sắt (Giropalette), cổ chai quay xuống dưới và được nuôi một thời gian để tạo bọt. Chuyên gia làm rượu mỗi tuần sẽ quay chai 45 độ cho cặn lắng xuống đáy cổ chai. Khi cặn đã xuống hết, chuyên gia làm rượu sẽ nhúng cổ chai vào một chất lỏng đông



Máy ép nho vùng Champagne

lạnh để cặn đóng băng, sau đó nhờ sức ép của khí CO₂ đẩy vọt cặn ra ngoài sau khi mở nút chai. Rượu thay thế phần rượu và cặn bị mất được gọi là Liqueur d'Expédition, gồm hỗn hợp rượu lâu đời và sirô đường. Chai champagne được đóng nút lại lần thứ hai và nuôi thêm trong hầm rượu ít lâu trước khi đưa ra dán nhãn và tiêu thụ.



Kệ gỗ vùng Champagne

III. CÔNG NGHIỆP RƯỢU VANG TRÊN THẾ GIỚI

1. Liên minh Châu Âu (15 nước trước khi mở rộng)

Sản lượng thu hoạch nho năm 2004 đạt 177 triệu hectolit, tăng 8% so với năm 2003 và 2001 (đều đạt sản lượng 163 triệu hectolit). Năm 2002 là năm có sản lượng thấp nhất, chỉ đạt 158 triệu hectolit.

Sau đây là sản lượng thu hoạch nho năm 2004 tính theo từng nước:

- Pháp 58 triệu hectolit,
- Italia 52 triệu hectolit,
- Đức 10,5 triệu hectolit,
- Bồ Đào Nha 7,5 triệu hectolit,
- Hy Lạp 4,2 triệu hectolit.

Riêng sản lượng thu hoạch nho năm 2004 của Tây Ban Nha, do bị nạn sâu rầy, đã giảm 7% so với năm 2003, tuy nhiên vẫn đạt 44 triệu hectolit. Sản lượng thu hoạch nho của Hungary năm 2004 tăng 26% so với năm 2003, đạt 4,8 triệu hectolit, đứng trên cả Hy Lạp.

2. Italia

Vụ thu hoạch nho năm 2004 ở Italia đã tốt hơn nhiều so với dự đoán. Cuối tháng 10/2004, Liên đoàn các nhà sản xuất rượu vang và Viện nghiên cứu Công nghiệp Thực phẩm Italia nhất trí đưa ra số liệu 52 triệu hectolit, tăng 18% so với năm 2003. Trái lại, chất lượng nho vụ thu hoạch 2004 sẽ kém hơn vụ thu hoạch 2003 chút ít.

Trên toàn Italia, sản lượng thu hoạch nho ở tất cả các vùng đều tăng so với năm 2003: vùng Piémont tăng 33%, vùng Toscane tăng 25%, vùng Umbrie tăng 21%, vùng Vénétie tăng 20%. Với sản lượng 8,8 triệu hectolit, vùng Vénétie đã trở thành vùng sản xuất rượu lớn nhất Italia.

3. 2004, năm làm rượu tuyệt vời ở Thụy Sĩ

Theo Bộ Nông nghiệp Liên bang Thụy Sĩ (OFAG), sản lượng thu hoạch nho năm 2004 ở Thụy Sĩ đạt 116 triệu lít, tăng 18,9 triệu lít so với năm 2003. Tuy nhiên, so với sản lượng thu hoạch 10 năm trước đây, sản lượng thu hoạch nho năm 2004 đã bị giảm 1,5 triệu lít.

Nếu như năm 2002 được đánh dấu là năm đầu tiên Thụy Sĩ sản xuất nhiều rượu vang đỏ hơn vang trắng, xu hướng này ngày càng biểu hiện rõ trong năm 2004 với 60,5 triệu lít vang đỏ so với 55,4 triệu lít vang trắng. Đây là kết quả của việc rượu vang Thụy Sĩ phải chuyển hướng để đối phó với sự cạnh tranh của nước ngoài, cũng như để đáp ứng nhu cầu trong nước về vang đỏ ngày càng cao.

Từ năm 2002, diện tích trồng nho trắng như giống Chasselas chẳng hạn đã giảm đi 325ha, trong khi đó diện tích trồng nho đỏ tăng 247ha.

Năm 2004 còn được coi là năm làm rượu tuyệt vời ở Thụy Sĩ do điều kiện thời tiết, khí hậu lý tưởng vào tháng 9, thời điểm thu hoạch nho ở các vùng Valais, Chablais, Lavaux và một phần vùng Tessin.

4. Rượu vang Mỹ củng cố vị trí trên trường quốc tế

Theo Viện nghiên cứu rượu Mỹ, việc trồng nho vô tội vạ vào những năm 1990 ở Mỹ nhằm đáp ứng nhu cầu tiêu thụ rượu vang ngày một tăng đã đưa lại hậu quả là rượu vang được sản xuất ngày càng nhiều trong những năm gần đây. Để thu hút người tiêu dùng, các nhà sản xuất rượu vang Mỹ đã tìm tòi, nghiên cứu đưa ra bán nhiều loại rượu vang tương đối rẻ tiền. Kết quả là thị trường rượu vang mới này đã tăng 5% về sản lượng trong năm 2003, đạt 2,37 tỷ lít, còn giá trị kim ngạch tăng 2,3%, đạt 21,6 tỷ đô la.

Trong lĩnh vực rượu vang chất lượng cao mà vùng California cung cấp đến 90% sản lượng, nước Mỹ còn củng cố được chỗ đứng trên trường quốc tế. Hiện nay, Mỹ đứng thứ 4 thế giới về sản lượng rượu vang sau Pháp, Italia và Tây Ban Nha, chiếm 7% sản lượng rượu vang toàn thế giới.

Trong hai năm 2002 và 2003, xuất khẩu rượu vang Mỹ đã tăng 17% về kim ngạch xuất khẩu, đạt 643 triệu đô la, tăng 29% về sản lượng, đạt 96 triệu ga lông (1 ga lông bằng 3,785 lít). Rượu vang Mỹ đang tràn mạnh vào các thị trường Anh, Canada, Hà Lan, Đức và Nhật Bản.

5. Người Anh ngày càng dùng nhiều rượu vang

Mức tiêu thụ rượu vang tính theo đầu người không ngừng tăng lên ở Anh, từ 14 lít/người năm 1998 đã tăng lên đến 16,6 lít/người năm 2003.

Cùng thời gian đó, mức tiêu thụ bia tính theo đầu người đã giảm trung bình 3% hàng năm.

Theo báo cáo của hãng nghiên cứu số liệu Datamonitor, xu hướng này sẽ được khẳng định rõ năm 2008 với mức tiêu thụ tính theo đầu người 19,3 lít/năm. Dù sao Anh cũng chỉ đứng thứ 5 trên thế giới về mức tiêu thụ rượu vang tính theo đầu người năm 2003 sau Pháp (48,5lít/người), Italia (47,5 lít/người), Đức và Tây Ban Nha.

Việc người tiêu dùng Anh chuyển từ uống bia sang uống rượu vang đã ảnh hưởng không nhỏ đến công nghiệp bia. Nhiều tiệm bán bia “Pubs” đã mất khách do người Anh chuyển mạnh từ uống bia sang uống rượu vang ở nhà hay ở tiệm ăn. Vì thế, nhiều tiệm bán bia ở Anh chuyển sang bán đồ ăn và rượu vang với tên gọi mới “GastroPubs”.

6. Thị trường rượu vang Trung Quốc và thế giới

Thị trường rượu vang thế giới đang có nhiều biến động và phải chuyển hướng mạnh để có thể đáp ứng được những yêu cầu mới của người tiêu dùng.

Theo những số liệu do công ty Impact Databank cung cấp, trong khoảng từ 10 - 12 năm tới, mức tiêu thụ rượu vang trên thế giới sẽ dao động quanh mức tiêu thụ hiện nay (2004). Tuy nhiên, việc chia sẻ thị trường rượu vang quốc tế sẽ ngày càng bất lợi cho các nước sản xuất rượu chính như Pháp và Italia. Những số liệu nói trên cũng chỉ rõ rằng, nếu như năm 1975, chỉ riêng Pháp và Italia đã chiếm 50% thị trường rượu vang thế giới, vị trí bá chủ này sẽ tụt xuống còn 25% từ nay đến 2010. Một thay đổi lớn nữa là mặc dù số người tiêu thụ rượu vang tăng lên, số lượng rượu vang tiêu thụ tính theo đầu người lại giảm đi. Chẳng hạn, năm 2002, số lượng rượu vang tiêu thụ tính theo đầu người trên toàn thế giới giảm xuống còn 3,5 lít/người so với 3,9 lít/người năm 1995. Ở Pháp, trong khoảng thời gian từ 1990 đến 2002, số lượng rượu vang tiêu thụ tính theo đầu người đã giảm từ 73 lít xuống còn 56 lít.

Liên minh Châu Âu giữ vị trí thống soái trên thị trường rượu vang quốc tế: diện tích trồng nho của các nước thành viên trong Liên minh Châu Âu chiếm 45% diện tích trồng nho trên thế giới; Liên minh Châu Âu sản xuất 60% sản lượng rượu vang và chiếm 70% số lượng rượu vang xuất khẩu trên toàn thế giới. Hiện nay, ngay cả thị trường nội địa của Liên minh Châu Âu cũng bị xáo động. Từ năm 1994 đến năm 1996, số lượng rượu vang nhập khẩu vào Liên minh Châu Âu từ các nước thứ ba đã tăng gấp đôi. Ba nước xuất khẩu nhiều rượu nhất sang Liên minh Châu Âu là Bulgaria, Hungary và

Rumania. Các nước khác như Mỹ, Chile, Argentina, Nam Phi và Australia cũng ra sức quảng bá và thâm nhập thị trường Châu Âu bằng các chính sách chất lượng và giá cả phải chăng. Tất nhiên, nước Pháp vẫn là nước sản xuất rượu vang lớn nhất thế giới với sản lượng hàng năm chiếm gần 20% tổng sản lượng thế giới. Nhưng từ 1998 - 2003, mức tiêu thụ rượu vang tính theo đầu người ở Pháp đã giảm 15%, cộng thêm hiệu quả nạn tẩy chay hàng hóa Pháp ở Mỹ sau khi xảy ra chiến tranh Iraq (do Pháp chống lại việc Mỹ xâm lược Iraq), đã khiến Mỹ trở thành nước xuất khẩu rượu vang lớn thứ tư trên thế giới sau Pháp, Italia và Tây Ban Nha, đồng thời là cường quốc số một về kim ngạch xuất khẩu rượu vang.

Ở Trung Quốc, mức tiêu thụ rượu vang hàng năm được ước tính vào khoảng từ 300 đến 600 triệu lít. Con số này thấp so với mức tiêu thụ rượu vang hàng năm ở Pháp. Nếu tính theo đầu người, mỗi người Trung Quốc tiêu thụ văn vẹn có 0,5 lít/năm. Phần lớn rượu vang tiêu thụ ở Trung Quốc được sản xuất trong nước. Rượu vang Trung Quốc được nhiều người nước ngoài biết đến nhất là rượu “Vạn lý trường thành - Great Wall”.

Theo một báo cáo của Bộ Nông nghiệp Canada, mặc dù lượng rượu vang tiêu thụ hàng năm tính theo đầu người ở Trung Quốc thấp, thị trường rượu vang ở Trung Quốc có rất nhiều triển vọng, bởi vì nếu cách đây 10 năm, hầu như không người Trung Quốc nào uống rượu vang thì nay đã có một số người uống rượu vang trong các thành phố lớn. Hai thị trường rượu vang lớn nhất là Bắc Kinh và Thượng Hải. Ra khỏi các thành phố lớn, người Trung Quốc rất ít khi uống rượu vang, nhất là vang ngoại, một phần vì thiếu hiểu biết về văn hóa rượu vang, một phần do giá nhập khẩu rượu vang ngoại vào Trung Quốc khá cao.

Trên thực tế, rượu vang Trung Quốc được sản xuất từ các vùng trồng nho trong nước, sau đó pha trộn với những sản phẩm nhập bằng thùng lớn (Container) từ nước ngoài. Các sản phẩm pha trộn này dĩ nhiên chất lượng tồi. Một chai rượu vang nội loại thường thường được bán với giá 30 - 40 nhân dân tệ, tương đương 3 - 4 euros. Thị trường rượu vang cao cấp vẫn bị chi phối gần như 100% bởi các sản phẩm ngoại quốc, nhất là rượu Pháp.

Người Trung Quốc thường uống rượu vang vào các dịp lễ, Tết chứ không uống thường xuyên trong các bữa ăn như ở Châu Âu. Hơn thế, phần lớn người tiêu dùng rượu vang ở Trung Quốc chú ý nhiều hơn đến mối quan hệ tương tác giữa “rượu và sức khỏe” hơn là đến hương vị rượu.

Rõ ràng là cần phải có thời gian để quảng bá văn hóa rượu vang trong một quốc gia mà tuyệt đại bộ phận dân chúng không có khái niệm gì về sản phẩm này. Nhưng những tiến bộ về văn hóa rượu vang ở Trung Quốc trong mấy năm gần đây rất là đáng kể. Nhiều công ty nước ngoài, nhất là Pháp và

Hồng Kông, đã chú ý đầu tư vào công nghiệp sản xuất rượu vang Trung Quốc. Ngành công nghiệp trẻ tuổi này có mức tăng trưởng hàng năm từ 12 - 15%. Hiện có khoảng 190.000ha đất trồng nho ở các tỉnh Trường Giang, Giang Tây, Hán Đông, Lưu Đông và Vân Nam. Một vài thương hiệu rượu nổi tiếng hiện nay ở Trung Quốc (thường là các sản phẩm hợp tác Pháp - Trung): Dynasty, Great Wall, Dragon Seal và Imperial Court.

Điều đáng nói nữa là nếu như chỉ có 2% sản phẩm rượu Cognac được tiêu thụ ở Pháp, sản phẩm đặc biệt, niềm tự hào dân tộc của người Pháp này được dành cho xuất khẩu tới 98%. Số lượng rượu Cognac nhập vào Trung Quốc hàng năm trị giá khoảng 1.200 triệu nhân dân tệ, tương đương 200 triệu euros.

7. Người Nam Triều Tiên có xu hướng chuyển từ rượu mạnh sang rượu vang

Rượu vang được nhập mạnh vào Nam Triều Tiên trong những năm gần đây. Ngày càng có nhiều người Nam Triều Tiên khám phá và mê mẩn mộ rượu vang Pháp, nhất là rượu vang có tiếng. Loại rượu này chiếm tới 50% thị trường rượu vang ngoại nhập vào Nam Triều Tiên. Năm 2003, đất nước “Buổi mai yên tĩnh” này đã nhập khẩu tới 46 triệu đô la rượu vang ngoại (khoảng 37 triệu euros), tăng 55% so với năm 2002.

6 tháng đầu năm 2004, kim ngạch nhập khẩu rượu vang ở Nam Triều Tiên tăng 44%, trong khi đó rượu Cognac giảm 52% và rượu Whisky giảm 27%. Rượu vang nhập khẩu được bán nhiều ở các thành phố lớn, khách hàng chính là các tầng lớp trung lưu.

Các quán bán vang ly, các hầm rượu, các câu lạc bộ những người muốn tìm hiểu văn hóa rượu vang, các chương trình phát thanh, truyền hình và các thông tin về rượu vang qua Internet ngày càng thu hút được đông đảo người Nam Triều Tiên ở độ tuổi 25 - 35. Ít nhiều chịu tác động của “nghịch lý Pháp - French Paradox” về ảnh hưởng tốt của rượu vang đối với sức khỏe, các bạn trẻ ở lứa tuổi này có xu hướng chuyển mạnh từ rượu Whisky, rượu Cognac và các loại rượu mạnh khác sang rượu vang. Việc mua và mang rượu vang về sử dụng trong gia đình cũng bắt đầu trở nên phổ biến, song song với việc dùng rượu vang trong các tiệm ăn, khách sạn.

Ông Han Kwan Kyu, Tùy viên thương mại của phái đoàn kinh tế Pháp tại Seoul cho biết: “85% số rượu nhập khẩu vào Nam Triều Tiên là rượu Pháp; các nước Mỹ, Chile, Australia và Nam Phi chia nhau số 15% còn lại. Tuy nhiên, nước Pháp cũng cần phải hết sức chú ý để giữ được vị trí độc tôn

này. Năm 2003, rượu Chile nhập vào Nam Triều Tiên đã tăng 148% và rượu Australia tăng 125%”.

Tây Ban Nha và Đức cũng đẩy mạnh xuất khẩu rượu vang vào Nam Triều Tiên. Kết quả là giá trị kim ngạch xuất khẩu của rượu Pháp vào Nam Triều Tiên đã giảm đi từ 49,5% trong năm 2003 xuống còn 44,7% trong sáu tháng đầu năm 2004. Nhiều công ty Nam Triều Tiên lớn như công ty Lotte đang bán các sản phẩm rượu vang đóng chai từ Pháp nhưng lại mang thương hiệu của chính ngay công ty Lotte ở Nam Triều Tiên. Trái với các loại rượu có tên tuổi, rượu vang Pháp chất lượng trung bình và trung bình khá thường khó bán hơn rượu vang các nước khác, vì giá thành cao hơn và người tiêu dùng khó tiếp cận các loại nhãn, mác cũng như các vùng trồng nho đa dạng ở Pháp, nếu như không được trang bị các kiến thức cơ bản về văn hóa rượu vang.

Những năm gần đây, nhờ các cố gắng về thông tin, quảng bá và các buổi thử nếm rượu Pháp, các nhà sản xuất rượu vang vùng Alsace, vùng Cotes du Rhône và vùng Languedoc - Roussillon đã bắt đầu đột phá được vào thị trường vốn bị rượu Bordeaux, Bourgogne và Beaujolais lũng đoạn này.

8. Rượu Bourgogne lại được ưa chuộng trở lại ở Nhật Bản

Từ năm 1990 đến năm 1998, rượu vang vùng Bourgogne (Pháp) đã thâm nhập rất mạnh vào thị trường Nhật Bản, khiến thị trường này bị bão hòa mất khoảng mấy năm.

Quả thế, từ 1999 - 2001, nhập khẩu rượu vang Bourgogne vào Nhật Bản chỉ tăng lên chút ít. Tiếp đó, kinh tế Nhật Bản lại trải qua một thời kỳ tương đối khó khăn từ 2002 - đầu 2003, làm xu hướng này chững lại. Từ nửa cuối 2003 đến nay, rượu Bourgogne lại được ưa chuộng trở lại do kinh tế khá lên. Trong năm 2003, rượu Bourgogne nhập vào Nhật Bản đã tăng 28% về số lượng và 39% về giá trị kim ngạch. Nhưng đó thực ra mới chỉ là bản dạo đầu: 6 tháng đầu 2004, nhập khẩu rượu Bourgogne vào Nhật đã tăng gấp đôi so với cùng thời kỳ này năm 2003 và đạt doanh số 38 triệu euros, gần bằng doanh số của những thời kỳ hoàng kim 1990 - 1998.

9. Rượu trắng cất từ vang đầu tiên của Pháp

Tháng 6/2004, Ủy ban liên lạc các nhà sản xuất rượu Armagnac ra thông báo về việc Viện kiểm chứng quốc gia các sản phẩm có nguồn gốc, xuất xứ được xác định (INAO) đã cho phép sản xuất “rượu trắng”, thứ rượu đầu tiên

chưng cất từ nước nho nhưng lại không qua giai đoạn nuôi trong thùng gỗ sồi như rượu Cognac và rượu Armagnac.

Thứ “nước sống” mới được cho phép này nhằm vào những đối tượng tiêu thụ rượu trắng chất lượng cao lúc khai vị, có đá hoặc dùng “séc”, hoặc uống với cá hun khói, gan béo, các món tráng miệng hoặc nhâm nhi cuối bữa ăn.

Trái với rượu Armagnac truyền thống, thứ “nước sống” lâu đời nhất ở Pháp nhưng lại đang xuống dốc từ nhiều năm nay cả ở Pháp và nước ngoài, “rượu trắng”, với giá bán lẻ khoảng 25 euros, sau khi chưng cất, sẽ được nuôi 3 tháng trong thùng sắt không gỉ (inox) chứ không qua giai đoạn nuôi trong thùng gỗ sồi. Ông Sébastien Lacroix, tổng giám đốc Ủy ban liên lạc các nhà sản xuất rượu vùng Armagnac tin rằng “các nhà làm rượu Armagnac hy vọng sẽ bán được 50.000 chai “rượu trắng” trong năm 2005”.

Hiện nay, hàng năm vùng Armagnac sản xuất từ 6 - 8 triệu chai rượu Armagnac, bán ra 6 triệu chai trong tổng số gần 70 triệu chai tích trữ trong kho, trong số đó 45% được xuất khẩu sang 132 nước trên toàn thế giới.

IV. CÁC QUỐC GIA TRỒNG NHO VÀ LÀM RƯỢU CHÍNH CỦA THẾ GIỚI

1. Pháp



Bản đồ các vùng trồng nho của Pháp

Từ Bắc xuống Nam, toàn nước Pháp có các vùng trồng nho và làm rượu chính sau đây:

1.1 Champagne

Với khoảng 30.000ha, chiếm 2% diện tích trồng nho toàn quốc, đây là vùng trồng nho ở tận cùng cực Bắc nước Pháp, trải dài trên các vùng hành chính: Marne (hơn 22.000ha), Aisne (2.000ha), Aube (gần 6.000ha) và trên địa bàn vài xã vùng Haute - Marne và Seine et Marne (trên dưới 40ha). Các giống nho chính để làm rượu ở đây là hardonnay (30%), Pinot Noir (30%) và Pinot Meunier (40%). Đất đai vùng này rất cằn cỗi, từ đá vôi ở vùng Marne đến đá vôi pha cát ở vùng Aube, bắt buộc rễ cây nho phải ăn sâu vào lòng đất nhiều khi đến 20m để tìm nước và các khoáng chất cần thiết. Người ta phân biệt các loại rượu champagne như champagne không tuổi (Bruts sans

année hay còn gọi là champagne SA) đến champagne có tuổi (Millésimés), champagne kỷ niệm các sự kiện đáng ghi nhớ (Cuvée Spéciale), champagne trắng (Blanc de Blancs, chỉ làm từ giống nho Chardonnay), champagne hỗn hợp (Blanc de Noirs), champagne chất lượng đặc biệt cao (Grand Cru), champagne hồng và vang nổ vùng Champagne (Crémants).



Đặc biệt vùng Champagne còn sản xuất các loại rượu vang không sủi bọt như vang đỏ và hồng ở địa phận Riceys, vang trắng ở địa phận Bouzy, Sillery, Mareuil... Các thương hiệu champagne nổi tiếng: Bollinger, Krug, Ruinart, Veuve Cliquot, Moët - Chandon, Laurent - Perrier...

1.2. Alsace

Vùng trồng nho này, với diện tích khoảng 15.000ha, nằm trên những sườn đồi dốc hoặc thoải, ở độ cao từ 200 - 450m. Đây là vùng trồng nho kéo dài khoảng 100km, dọc theo sông Vosges và thung lũng sông Rhin. Chất đất và độ cao đã ảnh hưởng không ít đến chất lượng rượu vang của vùng Alsace, từ rượu vang khô đến rượu vang dịu và rượu vang ngọt đậm, với đặc điểm là tính khoáng chất cao.

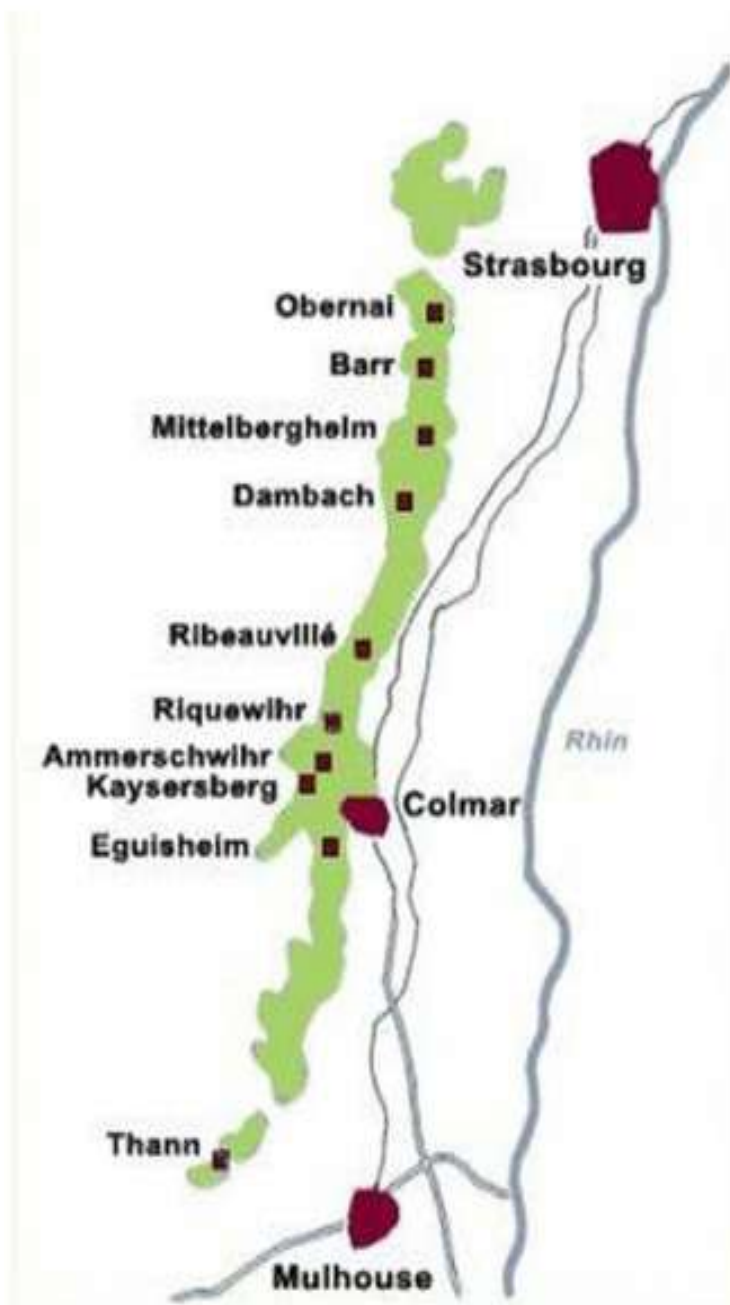
Vùng Alsace lại chia thành 3 vùng rượu vang có chất lượng cao được nhà nước bảo hành (AOC): vang Alsace chất lượng cao, vang Alsace chất lượng đặc biệt (Grand Cru) và vang nổ Alsace (Crémant d'Alsace). Tất cả các loại rượu vang này đều mang tên các dòng nho làm ra chúng. 7 giống nho trắng được trồng và sản xuất ra rượu vang ở vùng Alsace là: Chasselas, Gewurztraminer, Muscat, Pinot Blanc, Pinotgris, Riesling và Sylvaner. Giống nho đỏ duy nhất được trồng và làm rượu ở đây là giống Pinot Noir, từ giống này có thể làm rượu hồng và rượu đỏ.

Nói đến rượu vang vùng Alsace, ta không thể quên rượu vang làm từ nho thu hoạch muộn (Vendanges Tardives) và rượu vang làm từ nho bị nấm quý tộc tấn công (Sélection de Grains Nobles). Đây là một giống nấm có tên khoa học *Botrytis cinerea*. Dứt khoát, bạn không thể không thử nếm và thưởng thức loại rượu đặc biệt này, ví như một cô gái với cơ thể mềm mại, uyển chuyển, sắc đẹp mặn mà, sâu sắc, đồng thời lại tinh tế đến mức bất kỳ ai cũng phải siêu lòng.

1.3. Jura, Savoie và Bugey

Đây là những vùng trồng nho và làm rượu tương đối nhỏ ở Pháp (Jura: 1700ha, Savoie: 2000ha, Bugey: 450ha).

Vùng trồng nho Jura kéo dài khoảng 80km, với chiều rộng 6km, ở độ cao trung bình khoảng 300m, đất đá vôi và đá vôi pha cát. Vùng này lại chia làm 4 vùng rượu vang có chất lượng cao (AOC) là: Côtes du Jura, Arbois, Château - Chalon và Étoile. Rượu vang nổi tiếng nhất ở đây là rượu vang vàng (vin Jaune) được làm từ giống nho Savagnin hay còn gọi là nho Naturé. Rượu vang vàng được nuôi trong thùng gỗ 6 năm 3 tháng, không đổ thêm rượu khác vào, vì thế trong thùng rượu sẽ hình thành một lớp màng bảo vệ cho rượu khỏi bị lão hóa, nhưng cũng đem lại cho rượu những hương vị đặc biệt như mùi hạt dẻ tươi. Một sản phẩm đặc biệt khác của vùng Jura là rượu vang cô đặc (Vin de Paille), còn quý hiếm hơn cả rượu vang vàng, vì đó là một tinh chất mà khi uống vào hương vị sẽ còn đọng mãi rất lâu nơi cuống họng.



Ngoài giống Savagnin, ở vùng Jura còn có giống Chardonnay hay còn gọi là Melon d'Arbois dùng để sản xuất rượu vang khô truyền thống. Rượu vang đỏ vùng Jura được làm từ các giống nho Pinot Noir, Poulsard và Trousseau.

Khác với vùng Jura, phần lớn các ruộng nho của vùng Savoie nằm trên những sườn núi hoặc đồi bị sạt lở ở độ cao tới 500m. Khí hậu vùng này rất khắc nghiệt, với nhiệt độ chênh lệch giữa mùa đông và mùa hè tới 30°C và độ ẩm rất cao.



Vùng này cũng chia làm 4 vùng nho có chất lượng cao (AOC): vang Savoie, Roussette de Savoie, Seyssel và Crêpy. Giống nho địa phương Roussette de Savoie đem lại rượu vang tròn trịa, mềm mại và mùi gia vị hơi cay nơi cuống họng; giống nho Jacquère cho những sản phẩm nhẹ nhàng với bọt sủi lẫn lẫn; giống nho Roussanne hay còn gọi là Bergeron, là giống nho cho những sản phẩm rượu vang có tiếng nhất ở vùng Savoie. Cuối cùng, giống nho Chasselas cho sản phẩm khô nhưng đầy tính chất hoa quả. Về rượu vang đỏ, phải kể đến các giống nho Pinot Noir, Gamay và Mondeuse, một giống nho địa phương cho những sản phẩm rượu vang có hương vị hoa quả và chất chát cao, bảo quản được lâu dài. Một trong những thương hiệu nổi tiếng ở vùng Savoie: Perrier và các con trai (Vins Perrier&Fils).



Những chai vang vàng “Vin jaune” nổi tiếng vùng Jura

Cuối cùng, vùng Bugey là vùng trồng nho nhỏ nhất nằm trên địa bàn hành chính tỉnh Ain. Vùng này chỉ sản xuất các loại rượu vang chất lượng cao do địa phương bảo hành (AOVDQS). Đặc sản địa phương vùng này: rượu vang làm từ các dòng nho Cerdon và Montagnieu.

1.4. Loire Valley (Vallée de la Loire)



Đây là vùng trồng nho rộng lớn (75.000ha) nằm dọc theo các dòng sông lớn và các nhánh nhỏ của chúng trong vùng châu thổ Loire Valley. Vùng này sản xuất ra 2.500.000 hectolit rượu vang hàng năm, trong đó 55% là vang trắng, 24% là vang đỏ, 14% là vang hồng và 7% là vang sủi. Có đến 55 loại rượu vang chất lượng cao (AOC) và 13 loại vang vùng (VDQS), phân bố trong 4 địa danh chính là: vùng Nantes với rượu vang trứ danh “Muscadet”: 13.000ha; vùng Anjou và Saumur: Anjou (3000ha), Saumur (1300ha), Saumur Champigny (1200ha), Coteaux du Layon (1600ha)...; vùng Touraine: Bourgueil (1200ha), Saint - Nicolas de Bourgueil (850ha) và vùng trung tâm (Centre): Sancerre (2300ha), Pouilly - Fumé (900ha), Reuilly (130ha)... Các giống nho trắng chủ yếu: Chenin, Sauvignon Blanc, Chasselas, Muscadet và Chardonnay. Các giống nho đỏ chính: Pinot Noir, Cabernet Franc, Gamay, Cabernet Sauvignon, Grolleau và Pineau d'Aunis. Các thương hiệu nổi tiếng: Langlois Château, Henri Bourgeois, Mellot, Thierry Redde...

1.5. Vùng Bordeaux

Đây là một trong những vùng trồng nho lớn nhất thế giới, với hơn 105.000ha và 57 địa danh có chất lượng cao được nhà nước bảo hành (AOC). Chỉ tính riêng các lâu đài nổi tiếng, địa danh Médoc có 60 rượu vang được xếp hạng trong bảng phân loại 1855, địa danh Saint - Emilion có 11 rượu vang được xếp ngoại hạng và 63 rượu hạng nhất trong bảng phân loại 1955 vùng Saint - Emilion, chưa kể đến các lâu đài vùng Pomerol và Graves.



Phía Bắc, Médoc là một vùng tiếng tăm lừng lẫy với các địa danh: Pauillac, Margaux, Listrac, Moulis, Saint Julien, Saint - Estèphe. Phía Nam, các địa danh “người tám lạng kẻ nửa cân” Pessac -

Leognan và các vùng làm rượu ngọt nổi tiếng: Cérons, Sauternes, Barsac trên bờ trái của sông Garonne, Sainte - Croix - du - Mont và Loupiac trên bờ phải. Một vài thương hiệu nổi tiếng: Château la Rame (Saint - Croix du - Mont), Maison Malet - Roquefort (Saint- Emilion), Château Dassaut, Château la Couspaude, Château Grand Mayne...

Các giống nho Sauvignon Blanc và Sémillon là hai giống nho chính làm rượu trắng, với các giống phụ trợ là Muscadelle, Merlot Blanc, Colombard, Mauzac và Ondenc. Các giống nho làm rượu đỏ chính: Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Merlot, Malbec và Petit Verdot.

1.6. Vùng Tây Nam

Vùng Tây Nam (13.000ha, với 10 loại rượu vang chất lượng cao (AOC) và 7 loại rượu vang địa phương (VDQS) là một vùng có các giống nho làm rượu chủ yếu của vùng Bordeaux như: Cabernet Sauvignon, Merlot, Cabernet Franc, Malbec. Tuy nhiên, vùng này còn có các giống nho truyền thống địa phương như: Arrufiac, Courbu, Petit và Gros Manseng (trắng), Fer Servadou, Jurancon Noir (đỏ).



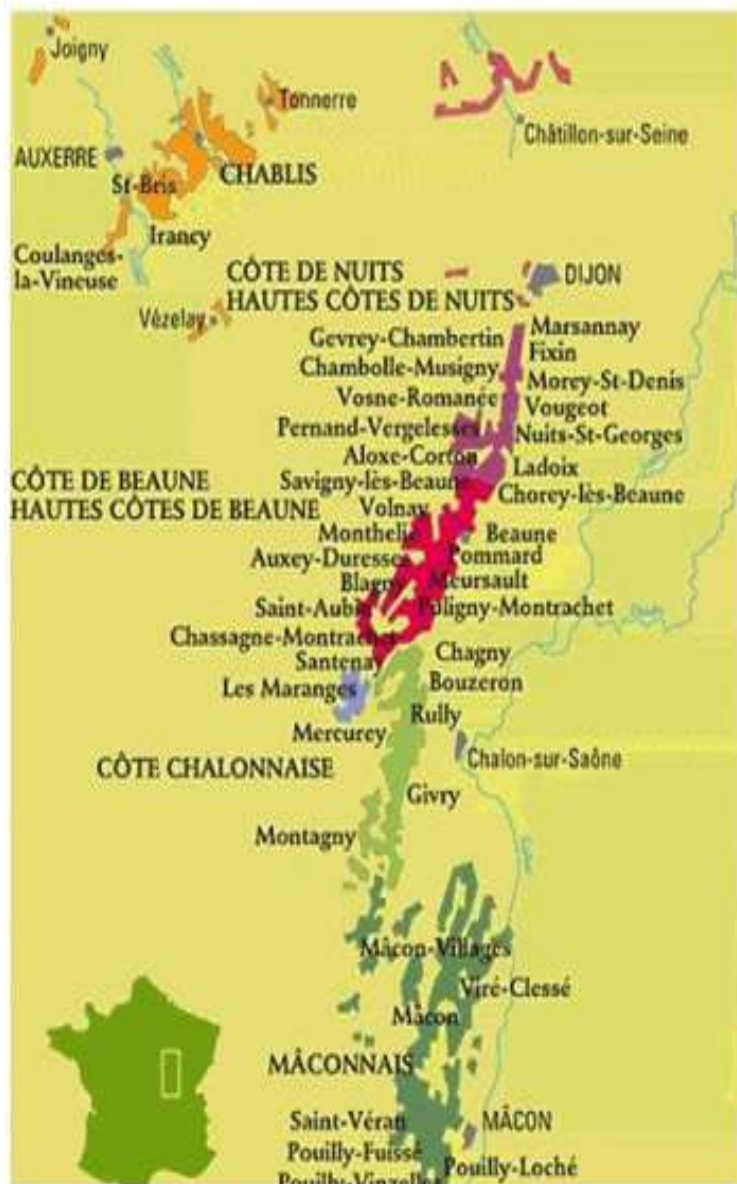
1.7. Vùng Bourgogne

Tuy chỉ có một diện tích trồng nho tương đối nhỏ (24.000ha), đây là vùng trồng nho, làm rượu nổi tiếng nhất sau Bordeaux. Từ Bắc xuống Nam, ta có vùng onne với hai địa danh Chablis và Irancy, tiếp đó là vùng Côtes de Beaune với các địa danh nổi tiếng Meursault và Puligny là những rượu vang trắng nổi tiếng nhất của Pháp.

Phía dưới nữa là địa danh Pouilly - Fuissé và tận cùng của vùng Bourgogne là địa danh Beaujolais làm ta nhớ đến những cuộc “chén thù chén tạc” với bạn bè thân hữu quanh ly rượu vang mới (Beaujolais Nouveau), cùng đĩa đồ nhậu xúc xích - pho mát rất đặc trưng cho vùng này.

Một tính đặc thù nữa của vùng Bourgogne là chỉ có hai giống nho chính làm rượu: Chardonnay (trắng) và Pinot Noir (đỏ). Ở đây, giống nho Pinot Noir chiếm tới 70% diện tích trồng nho và đem lại niềm kiêu hãnh cho người dân xứ Bourgogne vì những rượu vang đỏ lừng danh thế giới như Romanée - Conti, La Tâche và Richebourg.

Địa danh Yonne nổi tiếng với rượu Chablis được chia làm 4 nhánh: Chablis chất lượng lừng danh (Grand Cru), Chablis chất lượng số một (Premier Cru), Chablis chất lượng cao (Chablis) và Chablis nhỏ (Petit Chablis). Vùng Yonne còn có địa danh Irancy sản xuất vang đỏ từ giống nho Pinot Noir.





Địa danh Côtes d'Or nằm giữa trung tâm vùng Bourgogne, gồm rất nhiều doanh nghiệp sản xuất rượu vang có chất lượng đặc biệt cao từ giống nho Pinot Noir (vang đỏ) và Chardonnay (vang trắng).

Vùng Côte de Nuits với rượu vang đỏ lừng danh từ giống nho Pinot Noir với các tên tuổi Nuits - Saint - Georges, Vosne - Romanée, Romanée - Conti, Chambolle - Musigny...

Vùng Côte de Beaune có diện tích lớn gấp đôi địa danh Côte de Nuits, địa danh này nổi tiếng với các tên tuổi gắn liền với vang trắng như Meursault và Montrachet. Một trong những thương hiệu nổi tiếng: Chanson Père&Fils...

Côte Chalonnaise là vùng đệm giữa vùng Côte de Beaune và vùng Mâconnais, với các đặc tính của vùng Côte de Beaune: cùng chất đất, giống nho và truyền thống làm rượu.

Vùng Mâconnais: sản xuất rượu vang có tính chất tiêu dùng đại chúng.

Vùng Beaujolais sản xuất rượu vang có tính chất quảng đại quân chúng nhất, giống nho Gamay phát huy được hết thể mạnh của nó ở vùng đất đá hoa cương này. Rượu vang đỏ ở đây có màu sắc đậm đà, đầy hương vị dâu tây và hoa Violette.

1.8. Vùng Côtes du Rhône

Với 75.000ha ruộng nho, 26 vùng có nguồn gốc xuất xứ được xác định

(AOC), vùng Côtes du Rhône là vùng sản xuất rượu vang có chất lượng đứng hàng thứ hai ở Pháp sau vùng Bordeaux.

Phía Bắc, vùng này rất hẹp, ruộng nho nằm dọc theo các sườn đồi trông ra sông Rhône. Đất đá hoa cương, khí hậu lục địa ôn hòa, nổi tiếng với các địa danh Côte - Rôtie, Condrieu, Château - Grillet, Saint - Joseph, Cornas, Saint - Péray, Hermitage và Crozes - Hermitage.

Giống nho đỏ duy nhất được trồng ở vùng này là giống Syrah. Các giống nho trắng chủ yếu ở đây: Viognier là giống nho duy nhất để sản xuất rượu Condrieu, tiếp đến là các giống nho trắng Marsanne và Roussanne. Sát với phía Nam, ta có thể thưởng thức rượu vang trắng làm từ các dòng nho Muscat và Clairette.



Nam Rhône: phía Nam thành phố Montelimar, đồng bằng trải rộng, các ruộng nho tập trung trên các sườn đồi cao trung bình và thấp. Khí hậu ở đây mang tính chất Địa Trung Hải, với gió nóng và khô từ tháng 5 đến tháng 9, còn gọi là gió Mistral. Các giống nho đỏ chính ở miền Nam Côtes du Rhône là: Grenache, Syrah, Mourvedre, Carrignan, Cinsault. Các giống nho trắng chính là: Grenache Blanche, Roussanne, Marsanne, Viognier, Clairette và Bourboulenc. Vùng Nam Rhône rất tự hào về 5 địa danh rượu vang có chất lượng đặc biệt cao: Châteauneuf du Pape, Gigondas, Tavel, Lirac, Vacqueyras, và 2 địa danh sản xuất vang ngọt tự nhiên (vin doux naturel) là Muscat de Beaumes - de - Venise và Rasteau. Ngoài ra, vùng này còn có

những địa danh nổi tiếng khác như Côtes du Rhône Villages, Côteaux de Tricastin, Côtes du Ventoux, Côtes du Vivarais, Côtes du Luberon... Một trong những thương hiệu nổi tiếng của vùng là Château Saint - Estève d'Uchaux và Cave de Tain l'Hermitage.

1.9. Vùng Languedoc - Roussillon

Với hơn 4 triệu hectolit vang hàng năm, vùng Languedoc - Roussillon sản xuất ra 70% sản lượng vang vùng của cả nước Pháp, với khoảng 60 loại vang khác nhau. Cộng với 40.000ha nho và 13 loại vang chất lượng cao (AOC), toàn bộ vùng Languedoc - Roussillon chiếm tới 40% diện tích trồng nho của cả nước Pháp. Đây là vùng mà ta có thể tìm thấy tất cả các giống nho trồng trên đất Pháp, trừ vùng Alsace. Cũng nhờ cố gắng rất cao của các nhà trồng



nho và làm rượu trẻ tuổi mà từ hơn chục năm nay, rượu vang vùng Languedoc - Roussillon ngày càng có chất lượng và phong phú về chủng loại. Rượu chủ yếu ở vùng Languedoc - Roussillon là vang đỏ, sau đó là vang trắng và vang hồng. Các địa danh nổi tiếng ở đây là: Mas de Daumas Gassac, Canet Valette, Domaine Pech Rome, Domaine Brial, Château Pech - Redon, Pic Saint - Loup... Giáp với Tây Ban Nha, các loại vang ngọt tự nhiên Banyuls, Maury và Rivesaltes không khỏi nhắc ta nhớ đến những buổi thử xì gà hoặc nếm chocolates đầy hương vị những miền đất lạ.

1.10. Vùng Provence

Đổi ngược với những vùng trồng nho và sản xuất rượu khác của Pháp, vùng Provence là một vùng làm rượu trẻ tuổi không có những tên tuổi lừng danh như Château Latour hay Romanée - Conti, trừ địa danh Bandol, với tính chất đặc thù của đất đai, khí hậu và giống nho (Mouvedre) đã gây dựng nên tên tuổi của mình như một trong những rượu vang đỏ nổi tiếng của Pháp.

Các dòng nho đỏ để làm rượu vang đỏ và rượu vang hồng: Grenache, Cinsault, Syrah, Tibouren, Mouvedre, Carrignan và Cabernet Sauvignon.

Các dòng nho để làm rượu vang trắng: Clairette, Ugni Blanc, Rolle và Sémillon.



Với 19.160ha ruộng nho và sản lượng dưới 55 hectolit/ ha, vùng Provence rất tự hào với các địa danh đang được nói đến nhiều như địa danh Bellet cạnh thành phố Nice với các loại vang trắng và đỏ rất hợp với các món ăn miền Nam Địa Trung Hải, địa danh Cassis gần thành phố Marseille nổi tiếng với vang trắng và món súp cá Bouillabaisse, địa danh Palette (20ha) với các gia đình Rougier và Meyreuil, địa danh Bandol với Château de Pibarnon, Domaine de la Vivonne, Domaine de la Laidière và nhiều địa danh Côtes de Provence khác đang lên: Clos Cibonne, Domaine de Triennes, Château Estoublon, Château Bas, Domaine de Gavoty, Château de Beaupré, Château Maime, les Valentines...

1.11. Vùng Corse

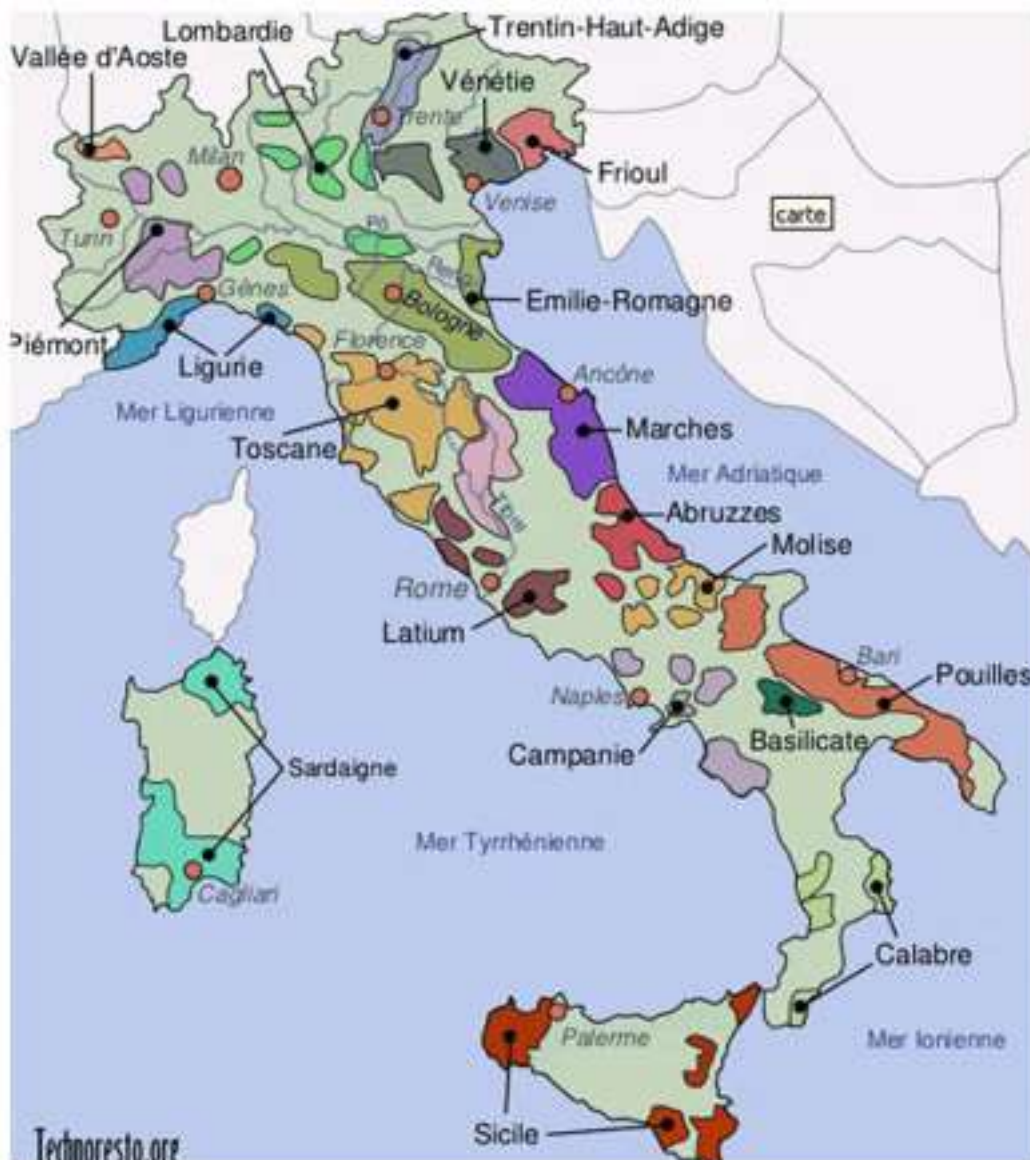
Vùng đảo này ít nhiều có xu hướng dùng ngôn ngữ Italia trong việc gọi tên các dòng nho địa phương như Nieluccio, Vermentinu, Genovese, Biancolella, Sciacarello, nhưng cũng có ảnh hưởng từ vùng Provence với các dòng nho Grenache, Cinsault và Carrignan. Năm địa danh cần được ghi nhớ ở đảo Corse là: Calvi, Côteaux du Cap Corse, Figari, Porto - Vecchio và Sartène. Thêm vào đó là 2 địa danh có chất lượng đặc biệt cao: Ajaccio và Patrimoine.

2. Italia

Italia là một trong những quốc gia có truyền thống lâu đời về rượu vang, nhiều tác phẩm văn học đã nói đến rượu vang ở Italia từ thế kỷ thứ ba trước Công nguyên. Đây cũng là cường quốc rượu vang nhất nhì thế giới cùng với Pháp (908.000ha trồng nho, với sản lượng dao động từ 54 - 62 triệu hectolit/năm và mức tiêu thụ tính theo đầu người 55 lít/năm). Toàn Italia có 20 vùng sản xuất rượu vang, với hơn 400 giống nho địa phương. Rượu vang Italia về đại thể được chia làm 4 loại:

- Rượu vang bàn (Vino da Tavola). Quy định về rượu vang bàn tương đối lỏng lẻo, cho phép nhà sản xuất rượu có quyền làm gần như bất cứ những gì họ muốn (pha thêm các thứ nước hoa quả lên men hoặc đường vào rượu như một số loại đã nhập vào Việt Nam hoặc không cần phải tuân thủ các quy định về tỷ lệ các giống nho trong rượu).
- Rượu vang vùng (Indicazione Geographica Tipica - IGT). Các nhà sản xuất rượu phải tuân thủ những quy định về các giống nho làm rượu, nhưng không cần phải áp dụng các quy định khác về phương pháp làm rượu và sản lượng thu hoạch. Năm 2001, có khoảng 116 nhãn rượu vang vùng được đăng ký ở Italia.
- Rượu vang có nguồn gốc xuất xứ được xác định (Denominazione di Origine Controllata - DOC).





Quy định này tương đương với quy định AOC ở Pháp, nghĩa là các nhà trồng nho phải tuân thủ vùng sản xuất, giống nho làm rượu, sản lượng thu hoạch nho, cách trồng nho và làm rượu, cũng như lập các Ban giám khảo định kỳ để xác định xem rượu có đạt tiêu chuẩn DOC không. Đến cuối năm 2001, có khoảng 296 rượu DOC ở Italia.

- Rượu vang chất lượng tuyệt hảo (Denominazione di Origine Controllata Garantita - DOCG). Đây là thứ hạng rượu cao nhất ở Italia, tương đương với rượu Grands Crus (chất lượng tuyệt vời) ở Pháp hay rượu DOC (Denominacion Origen Calificada) của Tây Ban Nha. Thường các chuyên gia thử nếm rượu nhận biết tương đối dễ dàng các loại rượu DOCG của Italia, bởi vì rượu này tinh tế, thanh cao, sang trọng. Sau đây là 23 loại rượu vang chất lượng tuyệt hảo được công nhận ở Italia năm 2001:

+ Vùng Piémont: Barolo, Barbaresco, Moscato d'Asti, Brachetto d'Acqui, Gattinara, Gavi, Ghemme.

- + Vùng Lombardie: Franciacorta, Valtellina Superiore,
- + Vùng Vénétie: Bardolino Superiore, Recioto di Soave,
- + Vùng Frioul - Vénétie - Julienne: Ramandolo,
- + Vùng Emilie - Romagne: Albana di Romagna,
- + Vùng Toscane: Brunello di Montalcino, Carmignano, Chianti, Chianti Classico, Vernaccia di San Gimignano, Vino Nobile di Montepulciano,
- + Vùng Umbrie: Sagrantino di Montefalco, Torgiano Rosso Riserva,
- + Vùng Campanie: Taurasi,
- + Đảo Sardinie: Vermentino di Gallura.

Từ Bắc xuống Nam, Italia trải dài trên 1.200km với địa hình vô cùng đa dạng, mỗi địa phương đều có truyền thống sản xuất rượu vang riêng và các giống nho riêng, trừ một số giống nho quốc tế mà chủ yếu là các giống nho Pháp.

Vùng Piemonte nằm ở phía Tây - Bắc là vùng trồng nho làm rượu nổi tiếng nhất Italia, với 7 loại rượu vang chất lượng tuyệt hảo (DOCG) và 43 loại có nguồn gốc xuất xứ được xác định (DOC). Một số giống nho địa phương nổi tiếng của Italia như giống Nebbiolo tỏ ra rất thích hợp với chất đất vùng đồi Langhe và Monferrato và cũng chính giống nho này cho ra đời hai sản phẩm DOCG nổi tiếng Italia và thế giới: DOCG Barolo và DOCG Barbaresco. Hai giống nho đỏ khác đang được quan tâm là giống Barbera và giống Dolcetto, rất thành công ở vùng Alba và Asti. Trong các giống nho trắng, phải kể đến giống Cortese, giống Arneiss hay giống Muscat hạt nhỏ là giống nho có trong rượu vang sủi Asti (Asti Spumante).



Một số loại rượu vang Italia

Nằm ở trung tâm Italia, với 27.000ha, vùng Lombardie sản xuất các loại vang rẻ tiền, không được người địa phương ưa chuộng, trừ rượu vang sủi Spumante tươi mát. Tuy nhiên, cần phải nói thêm là hàng năm có tới 6 triệu chai rượu Nebbiano của vùng Lombardie được xuất sang Thụy Sĩ.

Vùng thung lũng Aoste, nằm lọt trong những hẻm núi phía Tây - Bắc, với 600ha, được biết đến như những sản phẩm rượu vang địa phương nhằm thỏa mãn tính hiếu kỳ của khách du lịch.

Vùng Liguria, với 500ha, sản xuất chủ yếu vang trắng đến từ 5 làng trồng nho, đánh cá (Cinque Terre) cạnh thành phố La Spezia. Nho ở đây được trồng trên những sườn núi chênh vênh trông ra biển.

Vùng Trentin Haute Adige, với 11.100ha và khí hậu lục địa lạnh và khô, sản xuất các loại vang trắng tươi mát, nhiều tính khoáng chất.

Sát biên giới Áo và Slovenia, vùng Frioul - Vénétie - Julienne, với 12.300ha, sản xuất nhiều rượu vang trắng nổi tiếng Italia và thế giới, ví dụ như rượu Tocai Friulano. Rượu vùng Frioul tươi mát, hương vị thơm ngát mùi hoa quả, nhưng thường không giữ được lâu.

Kế bên, vùng Vénétie rộng lớn với 35.400ha (sản xuất khoảng 225 triệu chai hàng năm, gồm các loại vang đỏ DOC Bardolino và Valpolicella, vang trắng Soave, chưa kể đến rượu vang đỏ Amarone nổi tiếng từng được quảng

bá trong phim “*Bầy cừu im tiếng*” và rượu DOCG Recioto.

Phía Nam vùng Vénétie, vùng Emilie Romagne với rượu vang sủi nổi tiếng Lambrusco, sản xuất tới 700.000 hectolit hàng năm, trong đó 75% rượu vang đỏ.

Vùng Toscane, với 68.000ha, sản xuất tới 33% sản lượng rượu vang toàn Italia, trong đó 85% vang đỏ. Giống nho đỏ Sangiovese đã đem lại vinh quang không chỉ cho rượu Chianti mà còn cho rượu Vino Nobile di Montepulciano và Brunello di Montalcino. Vùng Toscane còn nổi tiếng với các loại rượu làm từ các giống nho Bordeaux như Cabernet Sauvignon và Merlot (rượu Tignanello và Sassicaia).

Tuy nhiên, vùng Toscane danh bất hư truyền không làm chúng ta lãng quên các vùng trồng nho, làm rượu khác của Italia như vùng Latium với các rượu vang trắng nổi tiếng Frascati (các giống nho Trebbiano, Malvasia Vagrecò) rất được thị dân Roma ưa chuộng, rượu Marino, cũng làm từ các giống nho như rượu Frascati, rượu Castelli Romani, rượu Est! Est! Est! di Montefiascone mà truyền thuyết kể lại rằng có một cố đạo—tửu đồ người Đức, trên đường hành hương đến Roma năm 1100, đã yêu cầu người đầy tớ của mình đi trước mở đường với nhiệm vụ ghi lại bằng phấn chữ “Est”, có nghĩa là “vang ngon (Vinum Est Bonum)” trước cửa những quán ăn bán rượu ngon. Khi đến địa phận Montefiascone, quá mê rượu ở đây, người đầy tớ đã ghi tới 3 chữ “Est” trên cửa tiệm ăn, từ đó trở thành huyền thoại rượu Est! Est! Est! Di Montefiascone.

Vùng Campanie cũng có một huyền thoại khác liên quan đến rượu Lacryma Christi del Vesuvio. Chuyện kể rằng quỷ Sa Tăng khi bị đuổi ra khỏi Thiên Đường đã ăn cắp một mảnh Trời Xanh chạy trốn xuống vịnh Naples. Vì thế mà thành phố Naples và vùng phụ cận thường bị gọi là “Thiên đường của quỷ dữ”. Chúa Jesus, trong một lần xuống trần gian, đứng trên sườn núi lửa Vésuve, đã nhỏ nước mắt thương xót cho người trần gian phải chịu cảnh ngang trái. Nơi những giọt nước mắt chúa Jesus nhỏ xuống trên sườn núi, mọc lên xanh tốt những vườn nho. Từ đó, rượu làm từ nho mọc trên núi Vesuve được gọi là “rượu nước mắt Chúa”.

3. Tây Ban Nha

Tây Ban Nha là một trong những nước có diện tích trồng nho lớn nhất trên thế giới (1,1 triệu ha), nhưng chỉ đứng thứ 3 thế giới về sản lượng rượu vang, sau Pháp và Italia. Lý do là vì khí hậu khắc nghiệt, đất đai cằn cỗi nên sản lượng nho rất thấp, chỉ khoảng 31 hectolit/ha, trong khi ở Pháp sản lượng này lên tới 60 hectolit/ha. Tuy nhiên, từ năm 1995, Bộ Nông nghiệp Tây Ban

Nha đã cho phép những nhà trồng nho được tưới nước khi ruộng nho bị khô hạn, nhằm giúp cho sản lượng thu hoạch được nâng cao.



Ngoài một số nhà sản xuất lớn như Torres hay các tập đoàn lớn như Cordoniu, các vùng trồng nho thường bị chia năm sẻ bảy bởi các nhà sản xuất nhỏ. Bên cạnh đó còn có rất nhiều hợp tác xã. Mỗi vùng sản xuất đều có các hội đồng điều hành nhằm đảm bảo chất lượng rượu vang do vùng sản xuất ra.

Ở Tây Ban Nha, mặc dù rượu vang bàn chiếm đa số, bạn cũng có thể tìm thấy những mặt hàng rượu vang vô cùng phong phú, từ rượu vang trắng dùng để uống ngay đến các rượu vang đỏ danh tiếng vùng Rioja, rượu vang hồng vùng Navarre, rượu vang đỏ nhẹ vùng Valdepenas hay rượu vang nổ vùng Catalogne.

Rượu vang Tây Ban Nha với nhãn DO (Denominacion de Origen) có tiêu chuẩn tương đương với các loại rượu vang chất lượng cao của Pháp (AOC).

Đối với vang đỏ, bạn thường thấy 4 loại sau đây:

- Loại “Garantia de origen” là loại vang trẻ, không qua quá trình nuôi trong thùng gỗ sồi và thường được uống ngay trong năm đầu hoặc năm thứ

hai sau khi đóng chai.

- Loại “Vino de Crianza” là loại được nuôi 2 năm trong chai và thùng gỗ sồi, với ít nhất 6 tháng trong thùng gỗ sồi.

- Loại “Vino de Reserva” là loại rượu được nuôi ít nhất 3 năm trong chai và trong thùng gỗ sồi, với ít nhất 1 năm trong thùng gỗ sồi.

- Loại “Gran Reserva” được nuôi ít nhất 5 năm trong chai và trong thùng gỗ sồi, với ít nhất 2 năm trong thùng gỗ sồi.

Từ vựng rượu vang Tây Ban Nha

Bodega: để chỉ một hầm rượu, một nơi làm rượu hay một nhà sản xuất.

Cava: để chỉ vang nổ làm theo phương pháp cổ truyền.

Consejo Regulador: hội đồng điều hành.

Cosecha: mùa thu hoạch.

Tinto: đỏ; *Vino tinto*: vang đỏ.

Generoso: vang ngọt dùng với món tráng miệng.

Theo một đạo luật ban hành năm 1972, toàn Tây Ban Nha có 12 vùng trồng nho và sản xuất rượu vang, đó là các vùng Galice, Estremadure, Andalousie, Baleares, Canaries, Aragon, Catalogne, Andalousie, Levant, Alto Ebro, Cantabrie, Centre, Douro.

Các vùng trồng nho lớn kể trên lại chia ra thành nhiều vùng nhỏ; trong các vùng nhỏ nổi tiếng phải kể đến vùng Rioja, Priorato và Penedes (thuộc vùng lớn Catalogne), Ribera del Duero, Valdepenas, Galice và Jerez.

Tây Ban Nha có 1.250 giống nho, nhưng chỉ có 200 giống được dùng để sản xuất rượu vang và trong số 200 giống đó chỉ có khoảng 50 giống được dùng nhiều nhất. Nếu như Tây Ban Nha rất nổi tiếng với rượu vang đỏ thì một giống nho trắng, giống Airen, lại là giống nho được trồng nhiều nhất với 450.000ha, sau đó là giống Viura hay còn gọi là Macabéo, được dùng nhiều để sản xuất rượu vang nổ. Có 4 giống nho chính được dùng để sản xuất rượu vang đỏ ở Tây Ban Nha là: Grenache (Garnacha) với 170.000ha, giống Mourvedre (Monastrel) với hơn 100.000ha, giống Bobal với 100.000ha và giống Carrignan. Tuy nhiên, giống nho địa phương nổi tiếng được khôi phục lại sau nạn rệp rầy nho (phyloxera) là giống Tempranillo đang ngày càng được phát triển, chiếm khoảng 33.000ha. Gần đây, nhiều nhà trồng nho Tây Ban Nha đã thành công trong việc trồng ở Tây Ban Nha các giống nho Pháp như Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Pinot Noir, Chardonnay, Riesling.

4. Bồ Đào Nha

Với 260.000ha ruộng nho, hàng năm Bồ Đào Nha sản xuất khoảng 7 triệu hectolit rượu vang, trong đó 3 triệu lít vang trắng Vinho Verde, 650.000 hectolit rượu Porto và 250.000 hectolit rượu Madère. Mức tiêu thụ rượu vang tính theo đầu người: 50 lít/năm.

Các giống nho trắng chủ yếu: Alvarinho, Arinto, Avesso, Barcelo, Boal, Loureiro, Malvasia, Sercial...

Các giống nho đỏ chủ yếu: Boga de Curo, Moreto, Tinta Amarela, Tinta Francisca, Tinta Roziz, Tinto Cao, Touriga Francesa, Touriga Nacional, Verdelho Tinto...



Từ năm 1990, Bồ Đào Nha qui định thứ hạng rượu vang theo hình mẫu AOC của Pháp: ngoài 15 vùng sản xuất rượu có nguồn gốc xuất xứ được xác định DOC (Denominacao de Origen Controlada), còn có 30 vùng IPR (Indicacao de Provenienca Regulamentada) tương đương với rượu được sản xuất trong những vùng được quy định của Liên minh Châu Âu (VQPRD).

Sau đây là 15 vùng sản xuất rượu vang chất lượng cao của Bồ Đào Nha:

- Alentejo,
- Algarve,
- Bairrada,
- Bucelas,

- Carcavelos,
- Colares,
- Dao,
- Douro,
- Estremadura,
- Lafoes,
- Madere,
- Pinhel,
- Ribatejo,
- Setubal,
- Vinhos Verdes.

Trong phạm vi bài viết này, tôi chỉ giới thiệu sâu về rượu Porto là loại rượu Bồ Đào Nha bán phổ biến ở Việt Nam.

Theo luật, nhà làm rượu có thể sử dụng đến 35 giống nho khác nhau để làm rượu Porto. Trong thực tế, chỉ có 5 loại thường được sử dụng nhất là: Touriga Nacional, Touriga Francesa, Tinto Cao, Tinta Roziz và Tinta Barroca.

4.1. Porto Ruby: là loại Porto rẻ tiền nhất, được trộn từ nhiều hỗn hợp vang Porto nuôi trong các thùng bê tông hoặc gỗ sồi từ 2 - 3 năm trước khi đóng chai. Chúng ta cũng có thể gặp loại Ruby Reserve hoặc Vintage Character, với đặc điểm là rượu đậm hơn và cũng được nuôi lâu hơn trong thùng bê tông hoặc gỗ sồi (3 - 4 năm) trước khi đóng chai.

4.2. Porto trắng: làm từ hỗn hợp các giống nho trắng được nuôi trong thùng inox hoặc gỗ sồi từ 2 - 3 năm.

4.3. Tawny: Porto chất lượng cao hơn loại Ruby, thường được nuôi từ 3 - 5 năm trong thùng gỗ sồi Bồ Đào Nha (vì người Bồ Đào Nha cho rằng gỗ sồi của họ ít chất chát (tanin) hơn gỗ sồi của Pháp).

4.4. Aged Tawny: làm từ hỗn hợp các rượu Porto lâu năm. Ngoài thị trường, ta thường thấy ghi trên nhãn chai 4 loại Tawny cao tuổi: 10 năm, 20 năm, 30 năm và trên 40 năm. Người Anh là người sành rượu Tawny cao tuổi nhất, họ thường uống sau bữa ăn. Người Pháp uống khai vị, còn người Bồ Đào Nha uống với đá.

4.5. Colheita: Tawny trong những năm rất tốt để làm rượu, được nuôi ít

nhất 7 năm trong thùng gỗ sồi. Trên nhãn chai bắt buộc có năm thu hoạch nho và năm đóng chai.

4.6. *Vintage*: Porto thuần túy từ một vụ thu hoạch nho, không pha trộn với các vụ khác. Rượu được nuôi 2 - 3 năm trong thùng gỗ sồi rồi được quyết định có đủ tiêu chuẩn *Vintage* hay không trước khi đóng chai. Rượu tốt, có thể giữ được từ 20 - 30 năm, nhưng khi đem ra phục vụ khách phải thận trọng vì là rượu không lọc cặn (nếu có thể, dùng vải màn sạch lọc và chuyển ra bình thủy).

4.7. *Late Bottled Vintage (LBV)*: những lô Porto bị loại trong quá trình lựa rượu *Vintage*, sau đó được nuôi từ 4 - 6 năm trong thùng gỗ sồi trước khi đóng chai. Có thể được lọc cặn hay không.

Các thương hiệu Porto nổi tiếng:

- Ferreira, Quinta do Porto 10 năm tuổi,
- Fonseca, Tawny cao tuổi,
- Quinta do Noval, LBV,
- Taylor, Tawnies 20 năm tuổi,
- Niepoort.

5. Đức

Không những ở Việt Nam mà trên thế giới cũng rất ít người biết đến rượu vang Đức, bởi:

- Rượu vang Đức chủ yếu được tiêu thụ trong nước,
- Số ít rượu ngon dành cho xuất khẩu rất mắc tiền, do mức sống của người Đức cao.
- Việc phân loại, đọc và hiểu nhãn chai rượu Đức cũng rất phức tạp, do đó làm nản người tiêu dùng.



Tuy nhiên, với 105.000ha trồng nho, với sản lượng 12.000.000 hectolit/năm và mức tiêu thụ tính theo đầu người 23,7 lít/năm, nước Đức đứng hàng thứ 6 trên thế giới và nhiều chai vang trắng của Đức được xếp hạng trong số những loại rượu vang trắng nổi tiếng nhất thế giới (ví dụ như rượu Johannisberg).

Các giống nho trắng chủ yếu ở Đức là Muller - Thurgau (là giống nho lai giữa giống Riesling và giống Sylvaner), Riesling, Sylvaner, Kerner và Rulander... 3 giống nho đỏ chủ yếu là Spatburgunder (Pinot Noir), Klevner và Portugieser.

Nước Đức được chia làm 13 vùng trồng nho:

- Vùng Ahr, chủ yếu sản xuất rượu vang đỏ từ các giống nho Spatburgunder, Klevner và Portugieser,

- Vùng Mosel - Saar - Ruwer, chủ yếu vang trắng có tính chất hoa quả tươi mát,
- Vùng Mittelrhein: vang trắng đậm,
- Vùng Rheigau: vùng này sản xuất nhiều rượu Riesling có tên tuổi,
- Vùng Nahe,
- Vùng Rheinhessen, cả vang trắng và vang đỏ,
- Vùng Rheinpfalz: nhiều loại vang trắng và đỏ rất đa dạng,
- Vùng Hessische Bergstrasse: vùng trồng nho nhỏ nhất nước Đức,
- Vùng Franken: các chai rượu vang ở vùng này có dạng dẹt, như bi đồng nước,
- Vùng Wurttemberg,
- Vùng Baden,
- Vùng Saale - Unstrut,
- Vùng Sachsen.

Cách phân loại rượu vang Đức

- Deutscher Tafelwein: rượu vang bàn.
- Deutscher Landwein: rượu vang vùng.
- Qualitätswein bestimmter Anbaugebiete (QbA): rượu vang trong những vùng trồng nho được xác định, tương đương tiêu chuẩn VQPRD của Liên minh Châu Âu (Vins de Qualité Produits dans des Régions Déterminées). Nhà sản xuất phải đáp ứng các tiêu chuẩn về giống nho làm rượu, nhưng có thể pha thêm đường cho rượu bớt chua.
- Qualitätswein mit Prädikat (QmP): đây là loại rượu vang có chất lượng cao, tương đương loại AOC của Pháp.

Các loại rượu QmP lại được xếp hạng tùy theo độ đường nguyên thủy có trong nho

- Loại Kabinett là loại khô, nhẹ và cũng rẻ tiền nhất, có từ 7 - 9 độ cồn (7 - 9%).
- Loại Spatlese, nửa khô, thường được nuôi 3 năm trong thùng Inox hoặc gỗ sồi.
- Loại Auslese, có lượng đường cao, làm từ nho rất chín (surmaturé).

- Loại Beerenauslese, rất ngọt, thậm chí gần như rượu mùi (Vins Liqueureux). Rượu này được làm từ nho bị nấm quý tộc tấn công (như rượu Sauternes của Pháp), vì thế hiếm và đắt.

- Loại Trockenbeerenauslese, làm từ nho chín héo quắt lại trên cây, đầy mùi mật và sáp ong. Đây cũng là một trong những loại rượu quý hiếm trên thế giới, như kiểu rượu làm từ nho phơi trên thảm rơm (vin de paille) của vùng Jura và Côtes du Rhône (Pháp).

- Loại Eiswein, làm từ nho thu hoạch muộn giữa mùa Đông (15/01 hàng năm, khi nhiệt độ xuống dưới 13 độ âm). Rất mắc tiền.

Một số thương hiệu nổi tiếng:

- Weingut Bercher - Burkheim, Baden, Weissburgunder, QmP Spatlese 1999,

- Niersteiner - Pettental, Rheinhessen, Riesling, QmP Kabinett, 2001,

- Louis Guntrum, Rheinhessen, Riesling, QmP Auslese, 1976,

- Joachim Heger, Baden, Spatburgunder, QbA “Trocken”, 2000.

6. Áo

Nước Áo có 60.000ha đất trồng nho trong đó hơn một nửa ở Hạ Áo và 21.000ha ở vùng Burgenland.

Vùng trồng nho ở thủ đô Vienne chỉ có 740ha, chiếm hơn 1% diện tích trồng nho cả nước.

Sản lượng hàng năm là 2.800.000 hectolit, mức tiêu thụ tính theo đầu người 35 lít/năm.

Tuy xuất khẩu mỗi năm khoảng 250.000 hectolit, Áo vẫn phải nhập khẩu hàng năm



500.000 hectolit, chủ yếu là từ Italia.

Cách phân loại rượu vang Áo chủ yếu dựa trên cách phân loại của Đức, nghĩa là ngoài vang có nguồn gốc xuất xứ được xác định (Qualitätswein) còn có vang địa phương (Spitzenwein) và vang bàn (Tischwein).

Các giống nho trắng chính:

- Gruner - Veltliner chiếm 35,5% diện tích trồng nho. Giống nho này có mặt ở Hạ Áo, Burgenland và Vienne.

- Muller - Thurgau, 9% diện tích trồng nho.

- Welschrisling, 8,2% diện tích trồng nho

- Ngoài ra, còn có các giống Sylvaner, Gewurztraminer, Neuburger, Rotgipfler, Rulander, Scheurebe và Zierfandler.

Các giống nho đỏ: Portugieser, Pinot Noir, Blau Wildbacher, Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Merlot, Nebbiolo, Syrah.

Các vùng trồng nho chính:

- Weinviertel, nằm ở phía Bắc thủ đô Vienne. Hai lãnh địa được nhắc đến nhiều là Retz và Falkenstein.

- Vienne. Các ruộng nho trong chính nội thành Vienne càng làm cho thành phố có sức mê hoặc. Cũng như vùng Beaujolais của Pháp, vùng Vienne sản xuất loại “rượu mới” có tên là “Heurige”, tươi mát và nhiều tính chất hoa quả dùng thay cho nước giải khát trong mùa hè. Các lãnh địa nổi tiếng về rượu mới là Grinzling, Kahlenberg, Nussdorf, Sievering và Weiden.

- Vùng Thermenregion, nằm ở phía Nam thủ đô Vienne, xung quanh thành phố Baden và Gumpoldskirchen. Ngoài các loại vang trắng mà nổi bật nhất là vang Gumpoldskirchener từ 2 dòng nho Rotgipfler và Zierfandler, vùng này còn sản xuất vang đỏ từ các dòng nho Portugieser, Pinot Noir và Cabernet Sauvignon.

- Vùng Burgenland, 19.215ha, nằm sát biên giới Hungary, xung quanh hồ lớn Neusiedler. Khí hậu vùng này rất thích hợp cho sự phát triển của nấm quý tộc (Botrytis cinerea). Vùng này nổi tiếng với loại rượu ngọt Ausbruch làm từ các dòng nho Riesling, Muller - Thurgau, Grunerveltliner và Muscat Ottonel.

- Vùng Wachau, với diện tích 1.350ha, nằm trên các ngọn đồi phía Nam sông Danube, phía Tây thủ đô Vienne, được coi là vùng sản xuất rượu vang trắng ngon nhất Áo. Bạn có thể tìm thấy ở vùng này các chai vang tuyệt vời Schluck, từ nho trắng Sylvaner, hay các chai Grunerveltliner và Riesling của

các hầm rượu Josepf Jamek, F.Pichler và Hutter.

- Vùng Kamptal - Donauland, với các loại vang trắng tương đối ngon từ các dòng nho Riesling và Grunerveltliner.

- Vùng Donauland - Carnuntum, sản xuất cả vang trắng và vang đỏ, nhưng vang đỏ vùng này được biết đến nhiều hơn là vang trắng.

- Vùng Steiermark, 3.582ha, rất nổi tiếng với một loại vang hồng đặc biệt có tên là “Schilcher”. Rượu này làm từ nho đỏ Blau Wildbacher, tươi mát, vị chua thậm chí hơi gắt, hiếm và đắt vì nho Blau Wildbacher cho sản lượng thấp, đồng thời rất nhạy cảm với sâu bệnh.

7. Thụy Sĩ

Thụy Sĩ là nước Trung Âu có diện tích trồng nho tương đối nhỏ, chỉ khoảng 15.000ha, sản lượng hàng năm 1.276.000 hectolit, xuất khẩu 13.000 hectolit/năm, chủ yếu là sang Anh và Đức, nhập khẩu 1.817.000 hectolit/năm, chủ yếu từ Italia, mức tiêu thụ tính theo đầu người 41,3 lít/năm.

Công việc trồng, chăm sóc và thu hoạch nho ở Thụy Sĩ rất vất vả do địa hình đồi núi phức tạp, nhiều nơi vào mùa thu hoạch nho người ta phải bắc giàn giáo hoặc dùng tời để hái nho. Thụy Sĩ cũng là nước Trung Âu có các ruộng nho cao nhất thế giới, ở độ cao 1.100m (vùng Valais).

Các giống nho trắng chủ yếu: Chasselas (76% diện tích trồng nho trắng ở Thụy Sĩ), Sylvaner (tên địa phương là Rhin, 11,5%), Pinotgris (2%), Chardonnay (1,8%), Petite Arvine (1,5%), Marsanne (tên địa phương là Ermitage, 1,4%), Amigne (0,75%), Riesling (0,70%), Muller - Thurgau (tên địa phương là Riesling - Sylvaner, 0,60%)...

Các giống nho đỏ chủ yếu: Pinot Noir



(61,5%), Gamay (35,5%), Humagne, Cornalin, Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Merlot, Nebbiolo, Syrah...

Các vùng trồng nho chủ yếu:

Suisse romande (vùng nói tiếng Pháp), 11.000ha. Đây cũng là vùng trồng rau và cây ăn quả cung cấp cho toàn quốc: măng tây, dâu tây, phúc bồn tử, lê, táo...

“Fendant” là tên một loại rượu trắng từ dòng nho Chasselas, rất thơm, rất khô, dư vị kéo dài, nhiều tính chất hoa quả.

“Dôle” là tên một loại rượu đỏ với 51% nho Pinot noir, 49% nho Gamay.

“Goron” là tên loại rượu hạng hai của “Dôle”, chất lượng cũng kém hơn.

“La Marque” và “Le Coquempey” là tên hai loại rượu làm từ nho Petite Arvine.

“Perlan” là tên một loại rượu sản xuất ở hạt Genève, từ dòng nho Chasselas. Rượu này có chút bọt tăm nhưng không phải là rượu vang sủi (Vin Mousseux).

Suisse alémanique (vùng nói tiếng Đức), 2.500ha. Dòng nho đỏ duy nhất trồng ở vùng này là Pinot Noir. Trong các dòng nho trắng như Muller - Thurgau, Pinotgris, Gewurztraminer và Riesling, dòng Muller - Thurgau cho kết quả khả quan nhất.

Suisse Italienne hay là vùng Tessin, 1.000ha. Đây là vùng trồng nho nổi tiếng nhất của Thụy Sĩ. “Nostrano” là nhãn mác một loại vang bản địa trộn giữa các dòng nho địa phương, “Vitis” là nhãn mác các loại vang chất lượng cao từ dòng nho Merlot có độ cồn từ 12% trở lên. “Vitis” cũng là một trong những loại vang đỏ ngon nhất ở Thụy Sĩ.

Ngoài 3 vùng trồng nho lớn kể trên, còn có một vùng trồng nho nhỏ khoảng vài trăm ha bên cạnh hồ Neuchatel và hồ Murat. Hai dòng nho trắng ở vùng này là Chardonnay và Chasselas, nhưng đặc sản địa phương lại là rượu “Œil de Perdrix”, một loại vang phớt hồng pha sắc vàng từ dòng nho Pinot Noir.

8. Hungary

Rượu vang Hungary, nhất là rượu ngọt Tokaj, đã nổi tiếng từ thế kỷ thứ 15 với các bí quyết chữa bệnh gia truyền. Không phải vô cớ mà vua Pháp

Louis thứ 14 đã gọi rượu Tokaj là “vang của các Hoàng đế và Hoàng đế của các loại rượu vang”.

Địa hình nước Hungary là một đồng bằng lớn với vài rặng núi cao trung bình 1.000m. Khí hậu lục địa với mùa hè dài, nóng và khô, mùa đông lạnh và ẩm ướt. Nho rất thích hợp với chất đất núi lửa quanh hồ Balaton và vùng Đông Bắc (Tokaj và Eger). 70% sản lượng rượu vang Hungary là vang trắng. Các giống nho trắng địa phương nổi tiếng là Furmint, Harslevelu, Szurkebarat (Pinotgris), Olaszrizling và Léanyka. Các giống nho trắng quốc tế nổi tiếng là Chardonnay, Riesling và Muscat. Bên cạnh các giống nho địa phương đỏ như Kéfrankos, Kadarka, Kisburgundi, Nagyburgundy (Pinot Noir) và Kékoporto, phải kể đến các giống nho đỏ quốc tế như Cabernet Sauvignon và Merlot.



Toàn Hungary có 7 vùng trồng nho lớn với diện tích gần 150.000ha:

- Vùng núi Mecsek, kéo dài từ Tây Nam (Pecs) lên Đông Bắc (Szekszard). Vùng này nổi tiếng với các loại rượu vang Walschriesling trắng của Pecs và Szekszard, rượu vang đỏ Nemes Kadar từ dòng nho Kadarka, nhất là các loại vang đỏ Cabernet Sauvignon và Merlot.

- Vùng đồng bằng trung tâm giữa hai con sông Danube và Tisza, với sản lượng hàng năm khoảng 200.000 - 300.000 hectolit rượu vang trắng, nổi tiếng với loại Kecskemeti Léanyka và các loại rượu mạnh chưng cất từ nho. Tuy nhiên, hai huyện Hajos - Vaskuti và Csongrad còn sản xuất các loại vang đỏ từ nho Kadarka.

- Vùng hồ Balaton: các loại rượu vang trắng sản xuất ở vùng hồ Balaton được xem như là những loại vang trắng ngon nhất Hungary. Có thể kể đến

rượu vang trắng Keknyelu trồng trên đá Bazan phía Bắc hồ Balaton, rượu Szurkebarat của vùng Badacsony hay rượu Muskotaly của xã Boglari, rượu Olaszrizling của xã Csopaki và rượu Ezerjo của xã Balatonfuredi.

- Vùng Sopron, sát biên giới Áo, nổi tiếng với các loại vang đỏ làm từ nho Kefrankos, Cabernet Sauvignon, Merlot và Pinot Noir.

- Vùng Matralja, cách thủ đô Budapest 80km về phía Đông - Bắc. Các ruộng nho dưới và trên sườn núi Matra cũng như xung quanh thành phố Gyongyos cung cấp chủ yếu các loại vang trắng từ các dòng nho Chasselas, Chardonnay, Sauvignon Blanc, Muskotaly và Szurkebarat.

- Vùng Eger, nằm dưới chân rặng núi Bukk, cách Matralja 30km về phía Đông - Bắc. Rất nổi tiếng với rượu vang đỏ Egri Bikaver “Máu bò” làm từ hỗn hợp nho Kefrankos, Cabernet Sauvignon và Kekoportó và rượu Egri Kadarka, màu đỏ sẫm, giàu chất chát, có thể giữ được lâu. Ngoài hai loại vang đỏ nói trên, du khách có thể thử nếm vang trắng Egri Leányka và vang trắng Muscat.

- Vùng Tokaj, nằm cạnh biên giới Ukraine, dọc theo sông Bodrog. Rượu Tokaj là “linh hồn” của rượu vang Hungary, là “quốc hồn” của dân tộc Hungary. Đây là một vùng giàu vào bậc nhất Hungary, với 5.000ha nho Muscat, Furmint và Hárslevelu. Vào mùa thu hoạch, các chùm nho bị nắm quý tộc tấn công được hái kỹ lưỡng bằng tay và được để riêng trong các giỏ cần xé 25kg, được tính như một đơn vị đo lường 1 puttonyos. Tùy theo số lượng các giỏ nho bị nắm quý tộc tấn công được pha trộn vào 136 lít nho chín bình thường mà ta thấy trên các chai rượu Tokaj có ghi từ 3 - 6 puttonyos. Những năm đặc biệt thuận lợi, vùng Tokaj có quyền sản xuất ra loại Tokaj Eszencia, với 650gr đường/lít, đặc sánh như mật ong và tất nhiên là... rất mắc tiền.

Tất cả các loại rượu Tokaj từ 3 - 5 puttonyos có thể giữ được từ 20 - 30 năm, loại 6 puttonyos và Eszencia có thể giữ được tới 150 - 200 năm.

9. Bulgaria

Với 110.000ha đất trồng nho, Bulgaria sản xuất ra 4.000.000 hectolit rượu vang/năm và đứng thứ năm trong số các nước xuất khẩu nhiều rượu vang nhất trên thế giới.

So với hệ thống đo lường tiêu chuẩn chất lượng của Pháp, Bulgaria có khoảng 27 loại rượu vang có nguồn gốc xuất xứ được xác định (Controliran). Rượu vang có chất lượng đặc biệt cao (Reserve) là những loại rượu vang nuôi trong thùng gỗ sồi (2 năm đối với rượu vang trắng, 3 năm đối với rượu

vang đỏ).

Những năm gần đây, rượu vang Bulgaria ngày càng có uy tín do Bulgaria đã mạnh dạn đưa vào trồng các giống nho quốc tế và cải tiến trang thiết bị trồng nho và các trang thiết bị sản xuất rượu cũng như chú trọng đến chất lượng và giá thành sản phẩm.

Có 4 giống nho đỏ địa phương nổi tiếng là:

- Mavrud, được chủ yếu trồng ở miền Nam Bulgaria, xung quanh thành phố Asenovgrad. Các loại rượu được sản xuất từ nho Mavrud có màu sắc đậm đặc, nhiều chất chát, mùi đậm đen và gia vị.
- Gamza (thực ra là giống Kadarka của Hungary), được trồng nhiều ở miền Bắc, nhất là xung quanh thành phố Suhindol. Rượu được sản xuất từ nho Gamza thường đậm đặc, nhiều chất chát, có thể giữ lâu.
- Pamid là loại nho cho ra rượu vang đỏ bình thường và tươi mát.
- Melnik cho sản xuất ra vang đỏ có màu rất đậm, rất chát, nên để một thời gian trước khi dùng.

Tuy nhiên, các nước nhập khẩu rượu vang của Bulgaria đều cho rằng Bulgaria thành công hơn với các dòng nho quốc tế như Cabernet Sauvignon, Merlot (đỏ) và Chardonnay, Riesling (trắng). Bulgaria trồng tới 18.000ha nho Cabernet Sauvignon. Tổng số diện tích trồng nho Cabernet Sauvignon và nho Merlot chiếm đến 3/4 diện tích trồng nho đỏ ở Bulgaria.

Trong số các dòng nho trắng địa phương, phổ biến nhất là dòng nho Rkatziteli, có nguồn gốc từ Géorgie. Bulgaria cũng rất thành công với các dòng nho trắng quốc tế như Chardonnay, Sauvignon Blanc, Riesling, Gewurtztraminer... tại các vùng trồng nho ven biển Đen như Preslav, Novi Paza, Khan Krum...



10. Rumania

Vang Rumania đã nổi tiếng từ thế kỷ thứ 3 trước Công nguyên dưới cái tên vang xứ Dacie. Đến thời Trung cổ, Rumania bán rượu vang sang Nga, Ba Lan và Italia. Dưới thời Ceausescu, các ruộng nho ở các vùng đồi núi được khôi phục lại và chất lượng vang Rumania được nâng cao. Hiện nay, Rumania là một trong 10 nước sản xuất rượu vang lớn nhất trên thế giới, với 250.000ha đất trồng nho, chia ra làm 8 vùng lớn, với 50 loại rượu vang có nguồn gốc xuất xứ được xác định(V.S.O). Sản lượng vang hàng năm của Rumania vào khoảng 10.000.000 hectolit.



- Vùng đồi Murfatlar, với rượu ngọt Muscat de Murfatlar, được coi là một trong những loại rượu trắng miệng ngon nhất Rumania, với độ cồn 16 - 18, hương hoa cam và vị mật ong. Vùng Murfatlar còn sản xuất các loại vang trắng từ các dòng nho Chardonnay, Muscat Ottonel, Pinotgris; các loại vang đỏ từ các dòng nho Cabernet Sauvignon và Pinot Noir.

- Vùng Dealul Mare, với các loại rượu vang trắng từ các dòng nho Sauvignon Blanc, Riesling, Feteasca Regala, Muscat Ottonel và các loại vang đỏ từ các dòng nho Pinot Noir, Cabernet Sauvignon và Feteasca Negra.

- Vùng Cotnari, cạnh biên giới Moldavie, nổi tiếng với rượu vang trắng ngọt Cotnari từ dòng nho Furmint. Rượu này có thể làm từ nho bị nấm quý tộc tấn công hoặc được nuôi trên thảm rơm như kiểu rượu ngọt Vin de Paille của vùng Jura (Pháp). Các dòng nho khác: Feteasca Alba, Tamaiioasa (trắng), Merlot, Cabernet Sauvignon (đỏ).

- Vùng Dragasani, với rượu vang trắng nổi tiếng Dragasani từ dòng nho Muscat Ottonel. Các dòng nho khác: Sauvignon Blanc, Riesling (trắng);

Cabernet Sauvignon, Feteasca Negra, Pinot Noir (đỏ).

- Vùng Tirnave. Sản phẩm chủ yếu của vùng này là vang trắng từ các dòng nho Sauvignon Blanc, Pinotgris, Riesling, Gewurtztraminer và Muscat Ottonel. Rượu vang trắng nổi tiếng nhất ở đây có tên là “Viên ngọc trai của Tirnave - Perla” từ dòng nho Feteasca Alba.

- Vùng Vrancea, là vùng trồng nho lớn nhất Rumani, với các địa danh Cotesti (vang đỏ Merlot và Pinot Noir), Nicoresti (vang đỏ Feteasca Negra và Merlot), Odobesti (vang trắng Feteasca Alba và Muscat Ottonel).

- Vùng Banat, nổi tiếng với rượu vang đỏ từ dòng nho Kadarka.

- Vùng châu thổ sông Danube, chủ yếu là vang bàn và vang địa phương.

11. Hy Lạp

Là đất nước tràn ngập ánh nắng mặt trời, với đất đá vôi hoặc đất đá núi lửa, dường như Hy Lạp hội tụ đủ các điều kiện cần thiết để sản xuất ra rượu vang chất lượng cao.

Tuy nhiên, với 165.000ha đất trồng nho và sản lượng hàng năm khoảng 4.800.000-5.000.000 hectolit, Hy Lạp không có nhiều rượu vang ngon và vẫn phải nhập khẩu 63.000 hectolit/năm, trong khi đó vang xuất khẩu chỉ đạt 43.000 hectolit/năm. Mức tiêu thụ tính theo đầu người ở Hy Lạp khoảng 25 lít/năm.



Từ thời xa xưa, Hy Lạp đã xuất khẩu rượu vang sang nhiều nước ven bờ Địa Trung Hải. Đến thời Trung cổ, rượu ngọt đảo Samos vẫn được nhiều quốc gia yêu thích. Bản thân từ “rượu vang” cũng có nguồn gốc từ tiếng Hy

Lạp “Oenos”. Sau khi Hy Lạp giành được độc lập (1830), ngành trồng nho, làm rượu ở Hy Lạp phát triển rất nhanh.

Hy Lạp có khoảng 300 giống nho địa phương. Các giống nho đỏ chính: Agiorgitiko, Limnio, Mandelaria, Xinomavro... Các giống nho trắng chính: Assyrtiko, Rhoditis, Savatiano, Robola, Debina, Athiri, Muscat...

Cách phân loại rượu vang Hy Lạp:

- Vang bàn: Epitrapezeos oenos,
- Vang vùng: Topikos oenos,
- Vang làm theo phương pháp truyền thống: Onomasia kata Paradise,
- Vang có nguồn gốc xuất xứ được xác định: chia ra làm 2 loại:
 - + Vang khô: OPAP (Onomasias Prolefsis Anoteris Piotisas),
 - + Vang ngọt: OPE (Onomasias Prolefsis Elenchomenis) từ các dòng nho Muscat.

Rượu “Retsina” là một loại rượu vang trắng hoặc hồng làm từ dòng nho Savatiano. Khi rượu đang lên men, người ta cho nhựa thông Alep vào làm cho rượu ổn định và chịu được nhiệt độ cao. Sau đó ít lâu, rượu được rút khỏi bồn chứa, lọc và đóng chai.

Các vùng trồng nho chính của Hy Lạp:

- Vùng Peloponnese: 60.000ha, được chia thành 3 địa danh:
 - + Némée, rất nổi tiếng với các loại rượu “Máu lực sĩ Hercule” và “Sư tử thành Némée”,
 - + Mantinia,
 - + Patras, nổi tiếng với rượu ngọt đỏ “Mavrodaphne de Patras” và rượu ngọt trắng “Muscat de Patras”.
- Vùng trung tâm, 30.000ha, nổi tiếng với rượu “Retsina”.
- Vùng Macédoine và Thrace, 15.000ha, nổi tiếng với rượu vang đỏ “Naoussa” từ dòng nho Xynomavro.
- Vùng đảo Ioniennes, 8.600ha.
- Vùng Thessalie, 8.500ha.
- Vùng Epire, 1.000ha.
- Vùng Cyclades, 5.000ha, nổi tiếng với vang trắng đảo Santorin.

- Vùng Rhodes, nổi tiếng với rượu trắng ngọt “Muscat de Rhodes”.
- Vùng đảo Crète, 32.000ha, nổi tiếng với rượu “Arkane” trắng từ dòng nho Vilana, rượu “Dafnes” và “Sitia” đỏ từ dòng nho Liatiko.
- Vùng đảo Crète, 32.000ha, nổi tiếng với rượu “Arkane” trắng từ dòng nho Vilana, rượu “Dafnes” và “Sitia” đỏ từ dòng nho Liatiko.

12. Mỹ

Với khoảng 210.000ha đất trồng nho và 23.300.000 hectolit rượu vang được sản xuất ra hàng năm, Mỹ là một trong 4 nước đứng hàng đầu thế giới về công nghiệp rượu vang.



Nho được trồng nhiều nhất ở bang California, nhưng một số bang khác cũng trồng nho và sản xuất rượu, như bang New York, bang Illinois, bang Ohio, bang Orégon...

Lịch sử rượu vang bang California bắt đầu năm 1769, khi một cha cố người Tây Ban Nha tên là Junipero Serra mở nhà truyền đạo ở thị trấn San Diego. Nho được trồng xung quanh xứ đạo để làm rượu lễ (Vin de Messe). Những năm sau đó, diện tích trồng nho được mở rộng để cung cấp rượu lễ cho các xứ đạo lân cận Santa Barbara, Sonoma, Monterey, Yerba Buena, sau này trở thành San Francisco, thủ phủ bang California.

Cho đến năm 1821 là năm Mexico giành được độc lập, các cha cố giữ độc quyền về trồng nho, làm rượu ở California. Từ những năm 1848, với cơn sốt đào vàng là sự xuất hiện của người Pháp nhập cư với các giống nho vùng

Bordeaux, công nghiệp rượu vang ở California đã phát triển nhảy vọt. Ngày nay, với 190.000ha đất trồng nho, California sản xuất tới 90% sản lượng rượu vang toàn nước Mỹ. Rượu vang Mỹ chất lượng cao (American Viticultural Areas - AVA) có thể coi ngang hàng với rượu AOC của Pháp. Toàn nước Mỹ có 66 AVA, với quy định muốn đạt tiêu chuẩn AVA phải có tới 85% nho làm rượu đến từ vùng sản xuất được quy định. Muốn lấy tên nho đặt cho rượu thì trong thành phần của rượu phải có từ 75% nho đó trở lên.

Nói chung, khí hậu bang California nóng, nhiều khi ngột thở vào mùa hè, nhất là trong các thung lũng nằm kẹp giữa rặng núi Sierra Nevada ở phía Đông và sa mạc Mohave phía Đông - Nam. Rượu vang trong các thung lũng này có độ cồn cao, nhưng thiếu tươi mát. Đặc biệt các ruộng nho trồng trên các sườn núi của rặng Sierra có thể cho các mẻ rượu tốt, nhờ khí hậu tương đối mát mẻ.

Các ruộng nho nằm trong các thung lũng cạnh bờ biển Thái Bình Dương được hưởng sương mù buổi sáng và mặt trời chiều, vì thế rượu vang ở đây được coi là rượu ngon nhất. Vùng Napa Valley, với 30.000ha, nổi tiếng với giống nho đỏ Cabernet Sauvignon và Zinfandel ở các địa phận Stags Leap, Rutherford và Howell Mountain, còn giống nho trắng Chardonnay lại thích hợp với độ cao vùng núi Mount Veeder.

Địa phận Mendocino, với ảnh hưởng của khí hậu biển, được nhiều nhà sản xuất rượu champagne của Pháp đầu tư để làm rượu vang sủi từ các giống nho Pinot Noir và Chardonnay. Xa hơn về phía Đông, địa phận Clearlake trồng nhiều giống Cabernet Sauvignon, Zinfandel, Chardonnay và Sauvignon Blanc (còn gọi là giống Fumé Blanc).

Vùng Sonoma nổi tiếng với các địa phận Alexander Valley và Dry Creek Valley chuyên sản xuất rượu vang đỏ chất lượng cao từ các giống nho Cabernet Sauvignon, Merlot và Zinfandel. Giữa vùng Sonoma, địa phận Green Valley và Los Carneros, nhờ có khí hậu mát mẻ, sản xuất rượu trắng từ giống nho Chardonnay và rượu đỏ từ giống Pinot Noir.

Ngoài bang California, hai bang khác ở vùng Tây - Bắc là bang Washington và Oregon cũng nổi tiếng với các rượu vang trắng làm từ các giống nho Chardonnay và Riesling, các rượu vang đỏ làm từ các giống nho Pinot Noir, Merlot và Cabernet Sauvignon.

Sát bờ biển Đại Tây Dương, bang New York nổi tiếng với các giống nho địa phương như Aurora và Seyval Blanc (trắng) hoặc Baco Noir và Maréchal Foch (đỏ).

Một số thương hiệu nổi tiếng:

- Beringer, cuvée Stone Cellars từ giống nho Cabernet Sauvignon,
- Ridge, cuvée Lytton Springs, từ giống nho Zinfandel,
- Au Bon Climat, cuvée Mount Carmel, từ giống nho Chardonnay,
- Robert Mondavi, cuvée Twin Oaks, từ giống nho Zinfandel,
- Stag's Leap, Cuvée Cask 23, từ giống nho Cabernet Sauvignon.

Năm 2002, nền kinh tế California thu được từ nghề trồng nho, làm rượu 45,4 tỷ đô la, tăng 40% trong 4 năm, tức trung bình 10% mỗi năm.

Theo các số liệu do Viện nghiên cứu rượu vang và Hội những nhà trồng nho, làm rượu California đưa ra, mặc dù có sự cạnh tranh giữa các nước và rượu nho được sản xuất quá nhiều, trong năm 2002, rượu nho vẫn là sản phẩm nông nghiệp thành công nhất ở California, thu hút tới hơn 200.000 lao động.

Chủ tịch Viện nghiên cứu rượu California, ông Robert Koch tuyên bố: “Mặc dù gặp rất nhiều khó khăn do sự cạnh tranh gay gắt trên thế giới, các vấn đề thương mại và nông nghiệp, cộng thêm thuế má và các luật lệ ngày càng khắt khe, công nghiệp rượu vang vẫn phát triển mạnh và góp phần đáng kể vào sự năng động kinh tế của California”.

Năm 2002, có 207.550 nhân công chính làm việc trong ngành sản xuất rượu ở California, với tổng số lương chưa tính thuế là 7,6 tỷ đô la. Hơn thế, nhà nước và bang California còn thu lợi trên các khoản thuế khóa về rượu (1 tỷ đô la trong năm 1998, 1,9 tỷ đô la trong năm 2002 cho bang California, 3,7 tỷ đô la trong năm 2002 cho ngân sách liên bang).

Các vùng trồng nho ở California cũng thu hút tới 14,8 triệu lượt khách du lịch, thu lợi 1,3 tỷ USD.

California là vùng sản xuất rượu vang lớn thứ 4 trên thế giới, sau Pháp, Italia và Tây Ban Nha. Năm 2003, kim ngạch xuất khẩu rượu vang California đạt 643 triệu đô la (537 triệu đô la năm 1998).

Mỹ đứng đầu thế giới về tiêu thụ rượu vang năm 2008

Theo một báo cáo của viện nghiên cứu đặc biệt Anh ISRW/DGR, được công bố ngày 27/01/2005 ở Paris, năm 2008, nước Pháp sẽ tụt xuống hàng thứ ba sau Mỹ và Italia về mức tiêu thụ rượu vang.

Năm 2008, với mức tiêu thụ rượu vang là 27,66 triệu hectolit, tăng 28,6% so với năm 2003, Mỹ sẽ trở thành nước tiêu thụ rượu vang lớn nhất

thế giới, vượt Italia chút đỉnh (27,24 triệu hectolit, tăng 2,4% so với năm 2003), còn Pháp sẽ tụt xuống hàng thứ 3, với 26,93 triệu hectolit, giảm 7,4% so với năm 2003.

Trong số 10 nước đứng đầu thế giới về mức tiêu thụ rượu vang, Pháp sẽ giảm 7,4%, Tây Ban Nha giảm 10,2%, Bồ Đào Nha giảm 9,1%, Argentina giảm 4,7%. Ngược lại, mức tiêu thụ rượu vang tăng mạnh ở Đức (28,6%), Anh (15,7%) và Nam Phi (21,1%).

Mỹ, Anh và Đức sẽ chiếm đến 3/4 mức tăng trưởng về tiêu thụ rượu vang trên thế giới (6,4%) từ nay đến năm 2008.

Năm 2008, ba nước nói trên sẽ tiêu thụ tới 38,7% mức tiêu thụ rượu vang thường (không tính rượu vang sủi) trên thế giới so với 25,4% năm 2003, tức là tăng gần 9 triệu hectolit. Lần đầu tiên trong lịch sử, Pháp cũng sẽ mất vị trí bá chủ về mức tiêu thụ rượu vang tính theo đầu người. Italia sẽ trở thành nước đứng đầu trong lĩnh vực này với 60,2 lít/người so với 58 lít/người ở Pháp (giảm 9,7% so với năm 2003).

Thị trường rượu vang quốc tế sẽ đạt đến 100 tỷ đô la, tương đương với thị trường mỹ phẩm. Tuy nhiên, thị trường rượu mạnh vẫn giữ vị trí hàng đầu với 150 tỷ đô la, trong đó 60% được thực hiện ở Châu Á.

Sau đây là dự đoán mức tiêu thụ rượu vang của 10 nước đứng đầu thế giới năm 2008 (tính theo triệu hectolit):

	1999	2003	2008
Mỹ	18,1	21,5	27,6
Pháp	32,2	29,0	26,9
Đức	19,6	21,6	23,6
Anh	8,7	10,7	12,3
Argentina	12,7	12,0	11,5
Tây Ban Nha	11,0	10,1	9,0
Rumania	5,2	4,9	5,0
Nam Phi	3,2	2,9	3,6
Bồ Đào Nha	4,2	3,9	3,5

13. Canada

Canada có khoảng 20.000ha đất trồng nho, trong đó 2/3 nằm ở bang Ontario, số còn lại nằm ở hai bang Colombie Britanique và Nouvelle Ecosse.

Nho được trồng trên qui mô lớn ở Canada từ những năm 1811, nhưng do điều kiện khí hậu khắc nghiệt, chủ yếu các giống nho được trồng là dòng nho Vitis Labrusca (nho dại) chứ không phải là nho Vitis Vinifera (nho đã được thuần hóa) và nho trắng chứ không phải là nho đỏ. Tuy nhiên, khí hậu Canada lại là khí hậu lý tưởng cho việc thu hoạch nho trên tuyết và việc sản xuất rượu vang từ nho thu hoạch trên tuyết (Vin de Glace - Ice Wine).

Muốn được công nhận là rượu có nguồn gốc xuất xứ được xác định VQA (Vintners Quality Alliance), thì cả ba vùng trồng nho của Canada đều phải đáp ứng các tiêu chuẩn sau: trong rượu phải có 100% các giống nho được phép trồng, và 100% nho phải được thu hoạch ở ngay chính các vùng được luật pháp cho phép.



Các giống nho trắng chủ yếu: Vidal, Chardonnay, Riesling, Chenin Blanc, Pinot Blanc, Gewurztraminer.

Các giống nho đỏ chủ yếu: Pinot Noir, Merlot, Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Maréchal Foch (lai giữa Pinot Noir và Gamay) và Chaunac.

Các vùng trồng nho chính:

+ Colombie Britannique, được chia thành 2 vùng là Okanagan Valley (6.500ha) và Similkameen Valley.

+ Ontario. Phần lớn số 13.000ha nho ở vùng này nằm ở bán đảo Niagara và được hưởng khí hậu ôn hòa do sự điều tiết của các hồ lớn. Đây cũng là nơi tập trung các nhà sản xuất danh tiếng nhất Canada như:

+ Stoney Ridge, với rượu Chardonnay và Riesling,

+ Hillebrand Estates, với rượu Chardonnay, Riesling và Vidal thu hoạch muộn,

+ Inniskillin, với các rượu Chardonnay, Riesling, Gewurztraminer (trắng), Maréchal Foch, Merlot, Cabernet Sauvignon và Pinot Noir (đỏ).

+ Henry of Pelham: Chardonnay, Riesling, Merlot.

- + Cave Spring: Chardonnay, Riesling.
- + Château des Charmes: Chardonnay, Riesling, Ice Wine...
- Nouvelle Ecosse, chỉ có một ít ruộng nho, không có gì đặc biệt.

Rượu vang từ nho thu hoạch trên tuyết thực ra được khám phá một cách hết sức tình cờ vào năm 1794 bởi các nhà sản xuất vùng Franconie (Đức), sau đó quy trình sản xuất này được du nhập vào Canada. Nho được thu hoạch vào ban đêm, thường là vào cuối tháng giêng, khi nhiệt độ ngoài trời tụt xuống -130C, sau đó được ép ngay. Bởi trong nho có chứa đến 80% nước nên phần nước đóng băng sẽ bị loại bỏ, chỉ còn lại nước nho cô đặc. Kết quả thu được là loại rượu vang có nồng độ cồn tương đối thấp, đặc sánh như mật ong, có mùi đào và mơ, với dư vị kéo dài với mùi vỏ cam và gỗ trắc bách diệp. Các dòng nho dùng làm rượu Ice Wine là: Vidal, Riesling và Gewurztraminer. Với khoảng 20 nhà sản xuất rượu Icewine, vùng Ontario là vùng sản xuất rượu Icewine lớn nhất và danh tiếng nhất thế giới. Năm 1991, 12 rượu Ice Wine của Ontario tham gia cuộc thi quốc tế rượu vang Intervin và cả 12 chai đều đoạt huy chương vàng.

14. Argentina

Đầu thế kỷ thứ 16, khi người Tây Ban Nha đến Argentina tìm vàng, họ đã đưa nho vào trồng ở nước này, nhưng nghề trồng nho, làm rượu chỉ thực sự được mở mang từ thế kỷ thứ 19 với sự nhập cư ồ ạt vào Argentina của người Tây Ban Nha và người Italia. Với 200.000ha trồng nho, Argentina là nước sản xuất rượu vang lớn nhất ở Nam Mỹ (12 triệu hectolit năm 2003) và đứng thứ 5 trên thế giới, sau Pháp, Italia, Mỹ, Tây Ban Nha và Đức, với mức tiêu thụ tính theo đầu người 38 lít/năm.

Tuy nhiên, rượu vang Argentina lại không được nổi tiếng như nước láng giềng Chile, lý do bởi vì gần như toàn bộ sản lượng rượu sản xuất ra được tiêu dùng trong nước và vốn đầu tư vào ngành công nghiệp rượu vang không được mạnh như ở Chile. Từ những năm 1930, các nhà sản xuất rượu ở Argentina đã tỏ ra lưu tâm hơn đến việc làm rượu có chất lượng nhằm bán cho tầng lớp tư sản đô thị mới và xuất khẩu. Cũng từ đó, rượu vang Argentina với giá thành hạ và chất lượng cao, đã dễ dàng tìm được thị trường ngoài nước.

Các vùng trồng nho của Argentina trải dài trên 1.700km từ Bắc xuống Nam, gồm:

- Vùng Mendoza, nằm phía tây rặng núi Andes hùng vĩ. Vùng Mendoza sản xuất 70% sản lượng rượu vang toàn Argentina. Giống nho đỏ thành công

nhất ở đây là giống Malbec, thường được trồng xen với giống Barbera hay giống Cabernet Sauvignon. Bên cạnh 3 giống nho chủ yếu đó, ta cũng thường gặp các giống khác như giống Criolla, Cereza (là các giống nho địa phương), Merlot, Tempranillo, Syrah, Grenache, Pinot Noir, Nebiollo, Cabernet Franc...

Các giống nho trắng chủ yếu ở vùng Mendoza là: Chenin, Sauvignon Blanc, Semillon, Ugni Blanc, Torontes, Pedro Ximenez...

- Vùng San Juan. Khí hậu vùng này nóng hơn, vì thế phải tưới nước cho các ruộng nho. Vùng này sản xuất 22% sản lượng rượu vang toàn Argentina, chủ yếu là vang trắng có độ cồn cao.

- Vùng Rio Negro và Neuquen, nằm ở phía Nam tỉnh Mendoza, khí hậu tương đối ôn hòa, sản xuất vang đỏ nhẹ, vang trắng tươi mát và vang sủi.

- Vùng Rioja và Catamarca, khí hậu khô nóng, sản xuất rượu thô, có độ cồn cao.

Hiện nay Argentina đang phát triển sản xuất rượu vang có nguồn gốc xuất xứ được nhà nước bảo hành như kiểu AOC của Pháp.

Một số thương hiệu nổi tiếng:

- Etchart, sản phẩm được biết đến nhất của thương hiệu này là rượu



trắng khô từ giống nho Torontes, có hương vị rất thơm. Etchart cũng có tiếng với rượu vang đỏ làm từ các giống nho Malbec và Cabernet Sauvignon.

- Finca Flichman, nổi tiếng với vang đỏ làm từ giống Cabernet Sauvignon.

- Catena, nổi tiếng với vang trắng làm từ giống Chardonnay...

15. Chile

Với 104.000ha trồng nho, Chile sản xuất ra khoảng 6,5 triệu hectolit rượu vang hàng năm, với mức tiêu thụ tính theo đầu người 15 lít/năm.

Lịch sử nghề trồng nho, làm rượu ở Chile bắt đầu từ thế kỷ thứ 16, khi người Tây Ban Nha đưa nho vào trồng ở xứ này. Cùng với sự phát triển của đạo Thiên chúa ở Chile, công nghiệp rượu vang phát triển nhanh và mạnh đến mức trở thành một mối đe dọa cho chính rượu Tây Ban Nha, vì thế vua Tây Ban Nha Philippe II ra sắc lệnh cấm trồng nho và xuất khẩu rượu Chile, nhưng không thành công. Đến thế kỷ thứ 18, Chile đã trở thành một trong những nước xuất khẩu rượu vang rẻ tiền làm từ các giống nho Pais, Mission và Moscatel. Sang thế kỷ thứ 19, một số điền chủ người Chile tìm cách đưa các giống nho Pháp như Cabernet Sauvignon, Merlot, Pinot Noir, Malbec, Sauvignon Blanc, Chardonnay, Sémillon và Riesling vào Chile. Các giống nho này đã phát triển nhanh chóng trong một môi trường thuận lợi; cùng thời gian này, các vùng trồng nho ở Pháp và Châu Âu bị nạn rệp rễ nho *Phyloxera* tàn phá nặng nề.

Nửa đầu thế kỷ thứ 20, với mức tiêu thụ rượu vang trong nội địa ngày càng cao, diện tích trồng nho ở Chile đã lên đến 100.000ha. Trước tệ nạn nghiện rượu ngày càng phát triển, chính phủ Chile phải ban hành các biện pháp cấm không cho mở rộng các vùng trồng nho. Những biện pháp cứng rắn này đã làm giảm mức tiêu thụ rượu vang trong nước, cộng với nạn khủng hoảng thừa rượu trên thế giới vào những năm 1960 đã khiến chính phủ Chile phải hủy bỏ các biện pháp cấm đoán rượu vào năm 1974 và đền bù cho nông dân nhỏ 45% diện tích trồng nho để sử dụng vào các mục đích nông nghiệp khác.

Thấy trước tiềm năng to lớn của Chile, năm 1978, nhà trồng nho, làm rượu Tây Ban Nha nổi tiếng Miguel Torrès đã đầu tư vào công nghiệp rượu vang Chile, tiếp gót ông là những nhà đầu tư Mỹ và Pháp. Từ 1990 đến 2000, diện tích trồng nho đã vượt quá 100.000ha và xuất khẩu rượu vang Chile ra nước ngoài đã tăng lên gấp 6 lần.

Các giống nho đỏ chủ yếu: Cabernet Sauvignon, Merlot, Carmenère,

Pais.

Các giống nho trắng chủ yếu: Chardonnay, Sauvignon Blanc, Riesling, Gewurtraminer.

Các vùng trồng nho chính: Aconcagua, Casablanca, Maipo (3.000ha), Rapel, Curico (10.000ha), Maule, Iata và Bio - Bio.

4 loại rượu vang Chile dành cho xuất khẩu là:

- Loại thường: 1 năm nuôi trong thùng gỗ sồi,

- Loại đặc biệt (Special): 2 năm trong thùng gỗ sồi,

- Loại đặc biệt (Special): 2 năm trong thùng gỗ sồi,

- Loại “tuyệt đỉnh (Gran Vino)”: 6 năm hoặc hơn nữa trong thùng gỗ sồi.

Một số thương hiệu nổi tiếng:

- Vina Errazuriz: Merlot, Cabernet Sauvignon, Chardonnay
- Los Boldos: Sauvignon Blanc, Chardonnay
- Cousino - Macul: Cabernet Sauvignon
- Casa Lapostolle: Chardonnay
- Valdivieso: Malbec.



16. Australia

Nghề trồng nho ở Australia chắc chắn là một trong những nghề phát triển nhanh nhất thế giới: diện tích trồng nho đã từ 59.000ha năm 1990 tăng lên đến hơn 140.000ha hiện nay, với sản lượng trên 8 triệu hectolit/năm và mức tiêu thụ tính theo đầu người 20,4 lít/năm.



Tất nhiên, lịch sử nghề trồng nho ở Australia tương đối hiện đại: đầu thế kỷ thứ 19, người nhập cư, thương gia và các chủ đồn điền ở Australia đã đưa các giống nho Châu Âu vào trồng ở châu lục này. Từ năm 1820, nho đã được trồng nhiều ở bang Nam Nouvelle - Galles; tiếp đó, năm 1829, ở miền Tây nước Australia, nhờ nhà thực vật học Thomas Waterns; ở bang Victoria, nhờ việc phát hiện ra các mỏ vàng; cuối cùng, ở miền Nam nước Australia nhờ dân Italia nhập cư. Cho đến khi xuất hiện nạn rệp rễ nho *Phylloxera* năm 1877, bang Victoria đã là nơi cung cấp rượu chính cho toàn nước Australia. Những năm tiếp theo, vùng miền Nam, do không bị rệp *Phylloxera* tấn công,

lại biết phát triển hệ thống kênh tưới tiêu trong thung lũng Murray và xuất khẩu rượu vang pha cồn sang Anh, nên đã đạt được những tiến bộ vượt bậc. Đến năm 1930, sản lượng nho vùng miền Nam nước Australia đã chiếm đến 75% sản lượng nho toàn quốc. Rượu vang Australia xuất khẩu sang Anh đã giữ vị trí bá chủ trong suốt thời kỳ 1927 - 1939, trên cả rượu vang Pháp.

Những năm sau Chiến tranh thế giới lần thứ hai, do nhu cầu tiêu thụ về rượu vang trong nước tăng lên rất mạnh, do những tiến bộ khoa học kỹ thuật trong trồng nho, làm rượu và do sự phát triển của hệ thống các cửa hàng chuyên môn, các hầm rượu và các Câu lạc bộ những người hâm mộ rượu vang, diện tích trồng nho và sản lượng rượu ở Australia cũng tăng lên nhanh chóng. Những năm 1980, 80% sản lượng rượu là rượu có chất lượng trung bình, được bán lẻ hoặc là rượu bịch “bag - in - box”.

Từ 1985 đến 2000, diện tích trồng nho “quý tộc”, tức các giống nho nhập từ Pháp, đã tăng từ 1/3 lên 2/3 tổng diện tích trồng nho, trong khi đó rượu có chất lượng trung bình đã giảm từ 80% xuống 60%.

Một trong những vấn đề cấp bách đặt ra cho nền nông nghiệp trồng nho Australia là khí hậu quá nóng và khô, do vậy việc tưới tiêu là không thể tránh khỏi. Vùng Riverland nằm giữa bang Victoria và miền Nam nước Australia chẳng hạn có khí hậu đặc biệt thiêu đốt, nhưng nhờ các hệ thống kênh rạch tưới tiêu nên đã sản xuất đến 60% sản lượng quốc gia vang bán lẻ và vang bịch. Tất nhiên, các loại rượu vang chất lượng cao đều đến từ các vùng có khí hậu tương đối mát mẻ: vùng Margaret River ở miền Tây nước Australia, vùng Coonawarra và Adelaide Hills ở miền Nam Australia, hay vùng Yarra Valley trong bang Victoria.

Vùng trồng nho có khí hậu khắc nghiệt nhất, vùng Tây Australia, với 4.453ha, chỉ chiếm 3% tổng sản lượng quốc gia. Các giống nho đỏ trồng ở đây là Cabernet Sauvignon, Pinot Noir; các giống nho trắng là Riesling, Sauvignon Blanc và Chardonnay.

Vùng Nam Australia nằm giữa bang Victoria và Tây Australia, sản xuất đến 46% sản lượng quốc gia nhờ rượu vang chất lượng trung bình của địa danh Riverland. Nhưng Nam Australia còn nổi tiếng nhờ rượu Riesling và Cabernet Sauvignon ở địa danh Clare Valley. Địa danh Barossa Valley nổi tiếng với giống nho Syrah (Shiraz theo tiếng địa phương). Địa danh Adelaide Hills nổi tiếng với các giống Sauvignon Blanc, Chardonnay và Pinot Noir. Địa danh McLaren Vale nổi tiếng với các giống nho đỏ Syrah và Cabernet Sauvignon. Địa danh Coonawarra nổi tiếng không những bởi giống nho Cabernet Sauvignon mà còn bởi cấu tạo đất gồm một lớp đất đỏ trên một tầng đá vôi.

Vùng Nam Nouvelle - Galles là một trong những vùng trồng nho và sản xuất rượu lâu đời và quan trọng nhất nước Australia. Ngay từ năm 1852, địa danh Hunter Valley, nơi ông tổ của nghề trồng nho Australia là James Busby có một đồn điền, đã sản xuất tới 270.000 lít/năm. Ruộng nho còn được trồng nhiều quanh các thành phố Mudgee, Cowra và Young, cũng như trong các thung lũng nằm giữa hai con sông Murrumbidgee và Murray.

Nho được trồng nhiều ở bang Victoria cuối những năm 1840, chủ yếu ở các địa danh Melbourne, Yarra Valley và Geelong. Cùng với việc phát hiện ra các mỏ vàng ở bang này năm 1851, diện tích trồng nho đã tăng lên nhanh chóng. Hiện nay, bang Victoria sản xuất tới 17% sản lượng quốc gia.

Chủ yếu rượu vang Australia được tiêu thụ trong nước, nhưng những năm gần đây, vang Australia xuất khẩu đã chiếm tới 25% tổng sản lượng quốc gia. Các nước nhập rượu Australia quan trọng nhất là: Anh, Thụy Điển, Đức, Ireland, Mỹ, New Zealand, Canada, Nhật Bản, Na Uy, Thụy Sĩ và Hồng Kông.

Một số thương hiệu Australia nổi tiếng:

- Penfolds, nhất là rượu Lagrange Hermitage, từ giống nho Shiraz,
- Wolf Blass - Yellow Label - Cabernet Sauvignon,
- Wynns - Cabernet - Shiraz,
- Henschke - Abbot Prayer 1997,
- D'Arenberg - The Dead Arm 1999,
- Eileen Hardy - Shiraz 1998,
- Jim Barry - The Armagh 1998.

17. New Zealand

Trong số các nước sản xuất rượu vang “mới”, rượu vang New Zealand nổi trội nhờ chất lượng cao. Với vị trí cách xa đường chí tuyến Nam và khí hậu ôn hòa, New Zealand tập hợp được các điều kiện thuận lợi cho việc trồng và sản xuất các giống nho trắng tươi mát (70% sản lượng quốc gia là vang trắng). Trong cả nước có 12.000ha trồng nho với sản lượng 12.538.000 hectolit/năm và lượng vang tiêu thụ tính theo đầu người 16 lít/năm. Các giống nho đỏ chủ yếu ở New Zealand là: Pinot Noir, Cabernet - Sauvignon và Merlot, các giống nho trắng chủ yếu là: Sauvignon Blanc, Riesling, Chardonnay và Muller - Thurgau.

Lịch sử nghề trồng nho ở New Zealand bắt đầu năm 1819, khi linh mục

đạo Tin lành Samuel Marsden đưa nho vào trồng trên đảo. Nhưng người New Zealand vốn thích dùng bia, nên đến cuối thế kỷ thứ 19 sản lượng rượu vang toàn New Zealand cũng chỉ đủ cung cấp 25% nhu cầu tiêu dùng trong nước, số 75% còn lại phải nhập từ bên ngoài, chủ yếu từ Australia. Việc binh lính Mỹ đổ bộ vào New Zealand trong Chiến tranh thế giới II đã khiến nhu cầu tiêu thụ rượu vang trong nước tăng mạnh. Các giống nho Mỹ được đưa vào trồng đại trà ở New Zealand (cho đến năm 1960, giống nho Mỹ Isabella vẫn là giống nho chính) nhằm đạt sản lượng thu hoạch cao. Chỉ từ những năm 1970, New Zealand mới có kế hoạch đưa các giống nho Châu Âu vào thay dần

các giống nho Mỹ và chuyển dần từ sản xuất rượu vang chất lượng trung bình sang rượu vang chất lượng cao. Cho đến năm 2000, mặc dù diện tích trồng nho tăng mỗi năm khoảng 1.000ha, rượu vang nhập từ nước ngoài vẫn chiếm tới 42% tổng sản lượng tiêu thụ rượu vang trong nước.

Các vùng trồng nho chủ yếu ở New Zealand: Auckland, Gisborne, Hawkes Bay, Wairarapa, Martinborough (đảo Bắc), Nelson, Marlborough, Waipara, Canterbury và Gibbston Valley (đảo Nam).

Một số thương hiệu rượu nổi tiếng:

- Villa Maria - Sauvignon Blanc 2003 và Merlot/ Cabernet - Sauvignon -



1998

- Villa Maria - Sauvignon Blanc 2003 và Merlot/ Cabernet - Sauvignon - 1998

- Villa Maria - Sauvignon Blanc 2003 và Merlot/ Cabernet - Sauvignon - 1998

- Kim Crawford - Tane 1998

- Goldwater - Cabernet - Sauvignon/Merlot 1998

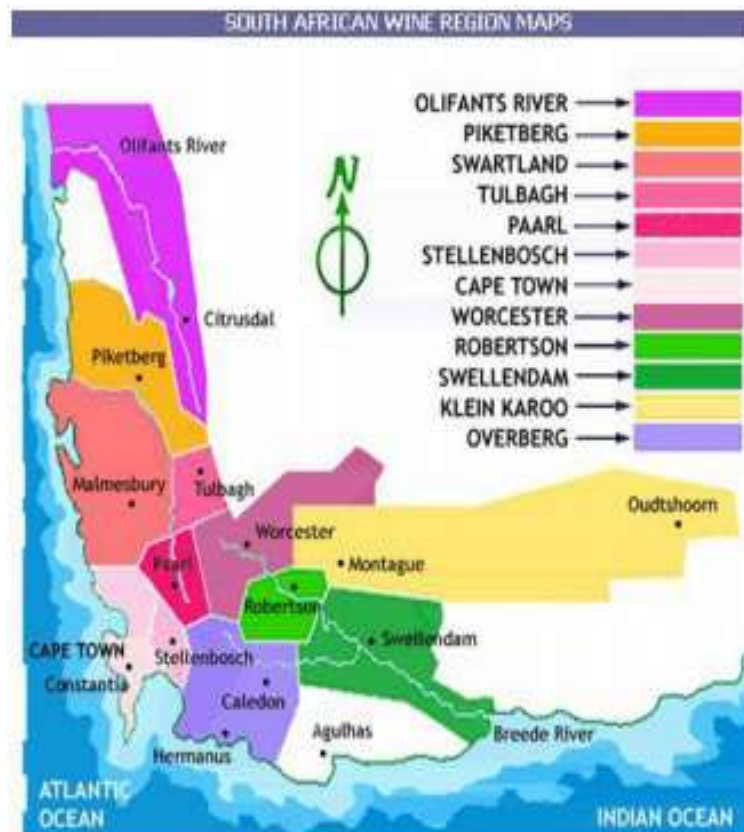
18. Nam Phi

Ngay từ khi người Hà Lan đến đô hộ Nam Phi vào thế kỷ thứ 17, họ đã đưa nho vào trồng ở xứ này. Nam Phi nằm ở vĩ tuyến 35 độ Nam, có khí hậu lục địa nóng và khô, nhưng các vùng ven biển lại có khí hậu tương đối ôn hòa như các nước ven bờ biển Địa Trung Hải.

Những ruộng nho đầu tiên được trồng ở Nam Phi năm 1654, mẽ nho đầu tiên được thu hoạch và ép ngày 02/02/1659.

Ngày nay, Nam Phi có 117.000ha trồng nho với sản lượng khoảng 7 triệu hectolit/năm, đứng thứ 10 thế giới, với mức tiêu thụ tính theo đầu người 10 lít/năm. Các giống nho làm rượu ở Nam Phi chủ yếu được nhập từ Châu Âu, trừ giống nho địa phương nổi tiếng Pinotage được lai tạo giữa giống

Cinsault và Pinot Noir. Rượu vang trắng chiếm gần 90% sản lượng rượu của cả nước, trong đó rượu vang trắng làm từ giống nho Chenin (tên địa phương là Stein) đã chiếm tới 30%. Các giống nho trắng làm rượu khác là Chardonnay, Colombard, Riesling và Sauvignon Blanc. Các giống nho đỏ làm rượu chủ yếu là Pinotage, Cinsault (tên địa phương là Hermitage), Pinot



Noir, Syrah và Cabernet Sauvignon.

Các vùng trồng nho nổi tiếng của Nam Phi đều nằm dọc theo bờ biển, ít khi xa biển tới 100km. Vùng nằm xa nhất về phía Bắc là vùng Nothern Cape, dọc theo sông Orange, sản xuất 15% sản lượng rượu vang toàn quốc. Tiếp đến vùng Olifants River chuyên sản xuất nho dùng để chưng cất rượu mạnh. Vùng Piketberg, sản xuất rượu ngọt tự nhiên, chủ yếu là rượu đỏ. Vùng Swarland và Tulbagh, nhờ các cố gắng của một hầm rượu có tiếng tên là Swarland Coöperative, đã tạo dựng được tên tuổi từ ít lâu nay.

Phía Nam vùng Swarland là vùng Paarl, chiếm 20% diện tích trồng nho của cả nước. Đi sâu theo hướng Tây - Nam, ta đến vùng Durbanville và một vùng tuy nhỏ nhưng đã từng nổi tiếng nhất Nam Phi là vùng Constantia. Tiếp về phía Đông - Nam là vùng Stellenbosch với các loại rượu đỏ danh tiếng làm từ các giống nho Pinotage, Merlot và Cabernet Sauvignon. Xa hơn về phía Đông là vùng trồng nho nhỏ Franschhoek hay còn gọi là “khu người Pháp”, với các loại vang trắng nổi tiếng làm từ các giống nho Chardonnay, Sémillon và Sauvignon Blanc và các loại rượu vang đỏ đang lên. Bên cạnh đó là vùng Worcester chiếm 22% sản lượng rượu toàn quốc. Vùng kế bên, Robertson, có khí hậu khô, nóng khiến cho việc tưới nước là điều không thể tránh khỏi...

Một số thương hiệu rượu nổi tiếng:

- Edonia,
- Warwick,
- Constantia Utsig,
- Bouchard Finlayson,
- Neil Ellis.

19. Nhật Bản

Các bạn đừng vội cười. Đúng vậy, đất nước mặt trời mọc không chỉ sản xuất rượu sa kê mà còn sản xuất rượu vang. Những ruộng nho đầu tiên xuất hiện ở Nhật Bản vào thế kỷ thứ 12, nhưng phải đến thế kỷ 17, dưới triều vua Edo, ngành sản xuất rượu vang ở Nhật Bản mới thực sự phát triển với giống nho trắng địa phương nổi tiếng “Koshu”.

Năm 1877, hai chuyên gia Nhật được cử sang Bordeaux (Pháp) để học cách làm rượu theo kiểu Châu Âu. Khi về nước, họ đã tổ chức hầm rượu “hoành tráng” đầu tiên ở Nhật. Hầm rượu này sau đó đã trở thành bảo tàng rượu.

Các vùng trồng nho của Nhật nằm rải rác trên các đảo Hokkaido ở phía Bắc và Kyushu ở phía Nam, nhưng tập trung trên đảo chính Honshu, vùng Yamanashi. Khí hậu nóng ẩm mưa nhiều đã khiến các chuyên gia Nhật chọn các giống nho chín sớm, trước tháng 9 hàng năm để tránh các cơn mưa lớn rất có hại cho vụ thu hoạch nho.

Các giống nho trắng chính là Koshu (địa phương), Sémillon, Chardonnay, Muller - Thurgau và Riesling.

Các giống nho đỏ chính là Cabernet Sauvignon, Merlot và Campbell's early.



Một vài thương hiệu Nhật nổi tiếng:

- Château Mercian,
- Suntory,
- Polaire,
- Mann's.

Chuyên gia rượu giỏi nhất thế giới năm 1995, ông Shynia Tasaki, đang làm hết sức mình để rượu vang vùng Yamanashi được công nhận là rượu vang có nguồn gốc xuất xứ được xác định đầu tiên ở Nhật.

20. Trung Quốc

Theo những số liệu gần đây, toàn Trung Quốc có 240.000ha trồng nho ăn và nho làm rượu, sản xuất ra khoảng 5,2 triệu hectolit (đứng hàng thứ 11 trên thế giới), với mức tiêu thụ tính theo đầu người 0,33 lít/năm. Tuy nhiên, với số dân 1,3 tỷ người, dù hiện nay Trung Quốc mới chỉ tiêu thụ 400 triệu chai vang hàng năm, đây là một thị trường có tiềm năng rất lớn, bởi những người uống rượu vang tương đối thường xuyên chỉ chiếm 5% tổng số dân.

Lịch sử rượu vang Trung Quốc đã có từ trước thời nhà Hán, khi vua Hán Cao tổ cử một đoàn sứ giả đi về phía Tây, vào địa phận một quốc gia mà thần dân làm rượu từ nho và thường xuyên sử dụng thứ đồ uống có cồn này. Đoàn sứ giả nước Hán thuật lại rằng các nhà giàu ở xứ Wan chứa tới 300.000 lít rượu vang trong hầm rượu, những thứ rượu tốt có thể giữ được hơn 10 năm...

Những năm gần đây, nhằm hạn chế mức tiêu thụ rượu mạnh, nhất là rượu gạo, chính phủ Trung Quốc đã khuyến khích phát triển công nghiệp rượu vang và nhiều công ty liên doanh, nhất là các công ty Pháp - Trung hoặc Đức - Trung đã đầu tư mạnh vào ngành này. Báo chí Trung Quốc cũng nói nhiều đến tác dụng tích cực của rượu vang đối với sức khỏe, nhất là rượu vang đỏ.

Rượu vang nội địa Trung Quốc thường được làm từ nho làm rượu trộn lẫn với nho ăn trái và nước cốt nho rẻ tiền nhập từ nước ngoài với khối lượng lớn. Rượu vang chất lượng cao thường được nhập từ nước ngoài, nhất là Pháp, Italia, Australia, Chile và Tây Ban Nha.

Người Trung Quốc đặc biệt chú trọng đến giá cả khi mua rượu vang ngoại: họ cho rằng rượu càng mắc càng quý, nhất là khi tặng, biếu ai. Họ thường sử dụng rượu vang trong các dịp lễ tết hoặc khi bạn bè bù khú hơn là trong các bữa ăn gia đình. Nói chung, quảng đại người tiêu dùng Trung Quốc quan tâm đến các khía cạnh rượu vang và sức khỏe hơn là đến hương vị rượu. Vì thế, cần phải có thời gian để tạo “vị rượu vang” trong một quốc gia chưa từng có một chuyên gia thử nếm và phục vụ rượu được đào tạo theo trường phái chính thống (Châu Âu).



Các thương hiệu rượu vang Trung Quốc nổi tiếng:

- Great Wall, nhà sản xuất rượu vang có tên tuổi nhất Trung Quốc, có sản lượng 50.000 tấn nho/năm từ 7 giống nho khác nhau, xuất khẩu tới 50% sản phẩm sang nhiều nước khác nhau trên thế giới.
- Dragon Seal, liên doanh với hãng rượu Pernod - Ricard của Pháp, có sản lượng khoảng 10.000 tấn nho/năm.
- Changyu, nhà sản xuất lớn nhất Trung Quốc và Châu Á, với sản lượng 80.000 tấn nho/năm. Sản phẩm của công ty Changyu được xuất khẩu sang Mỹ, Bỉ, Hà Lan, Nam Triều Tiên, Malaysia, Singapore, Thái Lan và nhiều nước khác trên thế giới.
- Huadong, có sản lượng 60.000 tấn nho/năm, chú trọng đầu tư nghiên cứu sản xuất vang trắng, nổi tiếng với vang làm từ giống nho Chardonnay.
- Loulan, công ty nhỏ với sản lượng 5.000 tấn nho/ năm, nhưng rất quan tâm đến việc nâng cao chất lượng sản phẩm và thường xuyên mời chuyên gia nước ngoài, nhất là Pháp vào đào tạo tại chỗ. Loulan cũng là một trong những công ty Trung Quốc đầu tiên đưa năm thu hoạch nho lên nhãn chai, nổi tiếng với rượu Cabernet Sauvignon (đỏ) và Sauvignon Blanc (trắng).

21. Việt Nam

Có thể nói người tiên phong trong lĩnh vực mới mẻ này là anh Nguyễn Văn Việt, tổng giám đốc công ty Ladofoods (vang Đà Lạt).

Đó là năm 1999. Được mời tham gia một Hội chợ quốc tế rượu vang ở Italia, anh Việt đã nảy ra một ý nghĩ táo bạo: “Tại sao mình không thể làm rượu vang ở Việt Nam?”.

Trở về nước, anh Việt bắt tay vào làm rượu vang với những trang thiết bị còn quá nghèo nàn của nhà máy vang Đà Lạt. Cũng cần nói thêm là từ sau năm 1975 cho đến năm 1999, nhà máy vang Đà Lạt chỉ sản xuất rượu từ nước hoa quả lên men.

Mẻ rượu vang đầu tiên, làm từ hỗn hợp nước nho và dâu tây, đã nhanh chóng chiếm được cảm tình của người tiêu dùng trong nước. Với sản lượng 50.000 lít rượu vang trong những năm đầu, hiện nay nhà máy vang Đà Lạt đã sản xuất ra khoảng 1,5 triệu lít vang (2004).

Rượu vang Đà Lạt được chia làm 3 loại: vang trắng, vang đỏ và vang sủi. Theo đánh giá của người tiêu dùng trong nước, vang sủi Đà Lạt được coi

là một trong những vang ngon nhất Việt Nam.

Vang đỏ Đà Lạt lại được chia thành 3 loại: 1 loại dành cho người tiêu dùng trong nước, 1 loại dành cho xuất khẩu (Export) và 1 loại đặc biệt (Superior) được nuôi 24 tháng trong bồn inox. Sắp đến, nhà máy vang Đà Lạt sẽ nhập khẩu thùng gỗ sồi để nuôi rượu lâu dài.

Nho để làm vang Đà Lạt là giống Cardinal, được trồng nhiều ở các tỉnh miền Trung (Ninh Thuận, Bình Thuận...). Sau khi thu hoạch, nho sẽ được chuyển lên Đà Lạt để ép, ủ men và làm rượu.



Công ty Ladofoods, ngoài vang Đà Lạt, còn sản xuất rượu ngọt từ hoa quả (Liqueur) và hạt điều. Công ty có một đội ngũ bán buôn, bán lẻ tuy chưa thật sự lành nghề, nhưng hiện diện ở hầu hết các tỉnh, thành trong phạm vi cả nước. Hiện nay, công ty đang trồng thí điểm 5ha các giống nho quốc tế như Cabernet Sauvignon, Merlot, Syrah (đỏ), Chardonnay và Sauvignon Blanc (trắng). Mục tiêu của Ladofoods trong những năm đến là tăng sản lượng vang lên 5 triệu lít/năm và xuất khẩu sang một số nước khu vực như Nhật Bản, Nam Triều Tiên, Malaysia (hiện đang nhập khoảng 100.000 chai vang Đà Lạt/năm). Đặc biệt, có một Việt kiều ở Thụy Sĩ nhập mỗi năm khoảng vài ngàn chai nhằm cung cấp cho các nhà hàng Châu Á tại nước này.

Trăn trở lớn nhất của anh Nguyễn Văn Việt là làm sao đưa được thương hiệu vang Đà Lạt lên máy bay Vietnam Airlines trên những chặng bay quốc tế. Quả vậy, có lẽ Vietnam Airlines là hãng hàng không duy nhất trên thế giới không đưa thương hiệu quốc gia vào danh sách rượu trên máy bay. Ví dụ thì rất nhiều, tôi chỉ xin nêu ra ở đây các trường hợp điển hình nhất: Air France sử dụng vang Pháp và có ông Olivier Poussier, Chuyên gia rượu giỏi nhất thế giới 2000 làm cố vấn về rượu, Lufthansa sử dụng vang Đức, Malev

sử dụng vang Hung, United Airlines sử dụng vang Mỹ và có ông Frost Doug là cố vấn về rượu, British Airways sử dụng vang sủi Nyetimber, vang trắng Chapel Hills, vang đỏ Chapel Down đều sản xuất tại Anh...

Sau công ty Ladofoods và vang Đà Lạt, phải kể đến những cố gắng của anh Nguyễn Văn, Chủ tịch Hội đồng quản trị công ty liên doanh Việt - Đức Van - Gres có trụ sở ở thị xã Bảo Lộc. Van - Gres đã ký hợp đồng thuê trong 50 năm 52ha đất ở Bình Thuận năm 2004 để trồng 23 giống nho Đức và quốc tế như Muler - Thurgau, Riesling, Sauvignon Blanc, Chardonnay, Spatburgunder, Cabernet Sauvignon, Merlot... Trong khi chờ đợi mẻ nho đầu tiên (phải mất từ 2 - 3 năm sau khi trồng), Van - Gres đã xây dựng một nhà máy rượu hiện đại với toàn bộ trang thiết bị đưa từ Đức sang. Đầu năm 2005, Van - Gres đã nhập và đóng chai ở Việt Nam 2 loại rượu chất lượng tương đối cao: Riesling nhập từ Đức và Merlot nhập từ Chile. Khi chính thức sử dụng nho thu hoạch trên các ruộng nho của mình, Van - Gres sẽ đưa một phần rượu vào nuôi trong thùng gỗ sồi dùng cho nhu cầu trong nước và xuất khẩu.

Trong tương lai, Van - Gres sẽ là một trong những công ty có tiềm năng lớn ở Việt Nam: nhà máy sản xuất rượu vang với trang thiết bị hiện đại, chuyên gia làm rượu có chuyên môn cao, các giống nho làm rượu đạt tiêu chuẩn quốc tế, không bị lệ thuộc hoặc lệ thuộc rất ít vào nguồn nho thu mua từ nông dân bên ngoài...

Một số công ty khác như Thanh Bình cũng hợp tác với nhà làm rượu nổi tiếng Jean - Pierre Moueix của vùng Bordeaux để trồng thí điểm 1,5ha ở Bảo Lộc, công ty Agripark với 1,5ha ở Đà Lạt, nhưng với vốn đầu tư và quy mô nhỏ hơn nhiều so với Ladofoods và Van - Gres.

V. CÁC LOẠI RƯỢU VANG NỔI TIẾNG TRÊN THẾ GIỚI

1. Danh mục rượu vang Bordeaux danh tiếng 1855: đã lỗi thời nhưng không ai bắt bẻ được

Danh mục rượu Bordeaux nổi tiếng 1855 do chính Hoàng đế Pháp Napoléon III đề nghị các thương gia buôn bán rượu vùng Bordeaux bình chọn và lập ra tại triển lãm toàn cầu 1855 ở Paris và vẫn còn có giá trị cho đến ngày nay.

Danh sách này từ trước đến nay vẫn được coi là một công trình thế kỷ, một công trình có giá trị lịch sử, ghi nhận sự phân hạng của 61 loại rượu vang đỏ và 26 loại rượu vang trắng ngọt danh tiếng vùng Bordeaux.

Thời đó, các doanh nhân buôn bán rượu của phòng thương mại Bordeaux bình chọn thứ hạng rượu trên tiêu chuẩn giá bán rượu trong một thời gian lâu dài, bởi vì giá bán rượu là một trong những tiêu chí không ai có thể bắt bẻ được về chất lượng của rượu. 3 loại rượu hàng đầu được bình chọn trong số 61 loại rượu có tên trong danh mục rượu 1855 nằm ở vùng Médoc, đó là các lâu đài: Château Latour, Château Lafitte - Rothschild và Château Margaux, 1 ở vùng Graves là Château Haut - Brion. Tuy nhiên, một cuộc cách mạng nhỏ đã xảy ra vào năm 1973, khi Château Mouton - Rothschild, chỉ được xếp hạng nhì năm 1855, đã được mời lên đứng ngang hàng 4 bậc đàn anh số một vào năm 1973.

Danh mục 1855 lựa chọn rượu theo tên các lâu đài sản xuất, có nghĩa là các thương hiệu, chứ không dựa theo tên vùng trồng nho hay diện tích trồng nho. Từ năm 1855 đến nay, nhiều lâu đài đã tăng diện tích trồng nho và cũng thay thầy đổi chủ nhiều lần. Thực trạng ngành trồng nho và sản xuất rượu ở Pháp thời nay cũng khác xa so với thế kỷ thứ 19. Nhưng, tựu trung, danh mục rượu 1855 vẫn giữ nguyên giá trị, nhất là những gì liên quan đến 5 loại rượu hàng đầu. Cái khác đi là nhiều loại rượu có thứ hạng thấp hơn như Château Léoville - Las Cases, Château Ducru - Beaucaillou, Château Pichon - Comtesse Longueville hoặc thậm chí cả Château Lynch - Bages là rượu được xếp hạng thứ 5, hạng cuối cùng trong danh mục rượu 1855, hiện đang được bán với giá nghiêng ngửa các loại rượu hàng đầu.

1.1. Sau đây là toàn bộ danh mục xếp hạng vang Bordeaux 1855

Rượu vang đỏ:

Thứ nhất (*Premiers Crus*)

Château Lafite Pauillac

Château Margaux Margaux

Château Latour Pauillac

Château Haut - Brion Pessac (Graves)

Château Mouton Rothschild Pauillac

Thứ nhì (*Deuxièmes Crus*)

Château Rausan - Ségla Margaux

Château Rauzan - Gassies Margaux

Château Léoville - Las - Cases St. Julien

Château Léoville - Poyferré St. Julien

Château Léoville - Barton St. Julien

Château Durfort - Vivens Margaux

Château Lascombes Margaux

Châteaugruaud - Larose St Julien

Château Brane - Cantenac Cantenac - Margaux

Château Pichon - Longueville Pauillac

Château Pichon - Longueville, Comtesse de Lalande Pauillac

Château Ducru - Beaucaillou St Julien

Château Cos - D'Estournel St Estèphe

Château Montrose St Estèphe

Thứ ba (*Troisièmes Crus*)

Château Giscours Labarde - Margaux

Château Kirwan Cantenac - Margaux

Château d'Issan Cantenac - Margaux

Château Lagrange St. Julien

Château Langoa St. Julien

Château Malescot - Saint - Exupéry Margaux
Château Cantenac - Brown Cantenac - Margaux
Château Palmer Cantenac - Margaux
Château La - Lagune Cantenac - Margaux
Château Desmirail Margaux
Château Ferrière Margaux
Château Calon - Ségur St Estèphe
Château Marquis d'Alesme - Becker Margaux
Château Boyd - Cantenac Margaux
Thứ tư (*Quatrièmes Crus*)
Château Saint - Pierre - Bontemps St. Julien
Château Saint - Pierre - Sevaistre St. Julien
Château Branaire St. Julien
Château Talbot St. Julien
Château Duhart - Milon - Rothschild Pauillac
Château Pouget Cantenac - Margaux
Château La Tour - Carnet St Laurent
Château Lafont - Rochet St Estèphe
Château Beychevelle St Julien
Château Prieuré - Lichine Cantenec - Margaux
Château Marquis de Terme Margaux
Thứ năm (*Cinquièmes Crus*)
Château Pontet - Canet Pauillac
Château Batailley Pauillac
Châteaugrand - Puy - Lacoste Pauillac
Châteaugrand - Puy - Ducasse Pauillac
Château Haut - Batailley Pauillac
Château Lynch - Bages Pauillac

Château Lynch - Moussas Pauillac

Château Dauzac - Lynch Labarde - Margaux

Château Mouton - d'Armailhacq (maintenant Mouton - Baronne - Philippe) Pauillac

Château du Tertre Arsac - Margaux

Château Haut - Bages - Libéral Pauillac

Château Pédesclaux Pauillac

Château Belgrave St Laurent

Château Camensac St Laurent

Château Cos - Labory St Estèphe

Château Clerc - Milon Pauillac

Château Croizet - Bages Pauillac

Château Cantemerle Macau

Rượu vang trắng ngọt:

Thượng hảo hạng (*Premier Cru supérieur*)

Château Yquem Sauternes

Thứ nhất (*Premiers Crus*)

Château la tour - Blanche Bommes

Château Lafaurie - Peyraguey Bommes

Château Clos Bommes

Château Haut - Peyraguey Bommes

Château Rayne - Vigneau Bommes

Château Suduiraut Preignac

Château Coutet Barsac

Château Climens Barsac

Château Guiraud Sauternes

Château Rieussec Fargues

Château Rabaud - Promis Bommes

Château Sigalas - Rabaud Bommes

Thứ nhì (*Deuxièmes Crus*)

Château Myrat Barsac

Château Doisy - Daëne Barsac

Château Doisy - Dubroca Barsac

Château Doisy - Védrines Barsac

Château Rabaud - Promis Bommes

Château Arche Sauternes

Château Filhot Sauternes

Château Broustet Barsac

Château Nairac Barsac

Château Caillou Barsac

Château Suau Barsac

Château Malle Preignac

Château Romer Fargues

Château Romer - du - Hayot Fargues

Château Lamothe - Despujols Sauternes

Château Lamothe - Guignard Sauternes

1.2. Xếp hạng 1955 rượu vang vùng Saint - Emilion

Vang danh tiếng nhất, hạng A	
Château Ausone Château Cheval Blanc	
Vang danh tiếng nhất, hạng B	
Château Angélus Château Beauséjour Château Beauséjour-Bécot Château Belair Château Canon Château Duffau-Lagarosse	Château Figeac Clos Fourtet Château La Gaffelière Château Magdelaine Château Pavie Château Trotteville

1.3. Các loại rượu vang nổi tiếng nhất vùng Pomerol

Trên thực tế, không có xếp hạng chính thức. Tuy nhiên, giới chuyên môn mặc nhiên thừa nhận một số lãnh địa nổi tiếng sau (xếp theo thứ tự ABC chứ không phải theo giá trị thương mại).

Château Beauregard	Château Certan de May de Certan
Château La Conseillante	Château l'Evangile
Château Gazin	Château Latour (à Pomerol)
Petrus	Clos du ClocherVieux
Château Certan	Château Le Bon Pasteur
Château Clinet	Château l'Eglise Clinet
Château La Fleur Pétrus	Château Lafleur
Château Petit Village	Château Trotanoy
Clos René	Château Le Pin

1.4. Xếp hạng rượu vang danh tiếng vùng Graves và Pessac - Leognan

VANG ĐỎ DANH TIẾNG

Château Haut - Brion (1^{er} cru
classé)

Château La Mission Haut
Brion

Château Malartic Lagravière

Château Smith Haut Lafitte

Château Bouscaut

Château Carbonnieux

Château de Fieuzal

Château Pape Clément

Château La Tour Haut -
Brion

Château Olivier

Château La Tour Martillac

Château Haut - Bailly

Domaine de Chevalier

VANG TRẮNG DANH TIẾNG

Château Laville Haut - Brion

Château Olivier

Château Couhins - Lurton

Domaine de Chevalier

Château Malartic
Lagravière

Château La Tour Martillac

Château Carbonnieux

1.5. Một số tên tuổi hảo hạng

a. Château Lafite - Rothschild: Rượu vang hài hòa nhất trong số các rượu vang vùng AOC Pauillac

Những người không mấy am hiểu về rượu Château Lafite - Rothschild thường bị thất vọng khi thử nếm loại rượu này. Lý do hoặc vì rượu bị uống quá sớm, khi chưa đến tuổi sung mãn, hoặc vì người uống cảm thấy rượu này sang như một ông thầy dòng vừa đẹp trai vừa khắc khổ.

Quả vậy, để có thể đánh giá đúng mức Château Lafite - Rothschild cần

phải đợi ít nhất từ 10 - 20 năm sau khi rượu được đóng chai.

Lãnh địa Lafite - Rothschild có hơn 100ha nho, chủ yếu là giống nho Cabernet Sauvignon (75%), với sản lượng khoảng 250.000 chai/năm. Rượu Château Lafite - Rothschild có màu sắc đậm đà, hương vị thanh cao của hoa Violette, mùi quả chín mọng, mùi thoang thoảng gỗ trầm và gia vị phương Đông, uống vào rồi quên chết.

Rượu Château Lafite - Rothschild đã được nhà thơ La Mã nổi tiếng Ausone nói đến từ những năm 325 sau Công nguyên. Các danh nhân khác như vua Pháp Louis XV, Hồng y giáo chủ Richelieu và bà hoàng Pompadour đều không ngớt lời ca ngợi. Cách đây 20 năm, một chai rượu Château Lafite - Rothschild do Đại sứ Mỹ Thomas Jefferson mua năm 1787 đã được bán đấu giá tại nhà tổ chức bán đấu giá Christie's với giá 160.000 euros.

b. Château Haut - Brion: Ông hoàng của rượu vùng AOC Graves

Khi đến vùng ngoại ô thành phố Bordeaux, địa phận Pessac, du khách ít khi để ý đến những ruộng nho ẩn hiện qua các khu biệt thự lúp xúp. Vậy mà đó là 46ha ruộng nho của Château Haut - Brion, đứng thứ nhất trong Danh mục 1855 các rượu vang danh tiếng Bordeaux.

Château Haut - Brion ra đời năm 1525, từ sự xe duyên giữa cô con gái rượu của ông thị trưởng thành phố nhỏ Libourne với ông Jean de Pontac, dân biểu thành phố Bordeaux. Con trai họ, ông Arnaud de Pontac, đã mở rộng diện tích trồng nho và mở một quán bán đồ ăn với rượu Château Haut - Brion ở London (Anh). Chỉ ít lâu sau, quán “Pontace” đã trở thành tụ điểm của giới quý tộc và trí thức thời đó, ví dụ như nhà triết học Anh John Locke. Năm 1787, Đại sứ Mỹ tại Pháp, ông Thomas Jefferson, đã đánh giá Château Haut - Brion ngang hàng với các Château Lafite - Rothschild, Château Latour và Château Margaux, đều đứng thứ nhất trong Danh mục 1855 các rượu vang danh tiếng Bordeaux.

Các giống nho chính trồng ở đây: Cabernet Sauvignon (45%), Merlot (37%) và Cabernet Franc (18%).

c. Rượu Romanée - Conti: Đắt như vàng

Lãnh địa Romanée - Conti (vùng Bourgogne), ngoài rượu Romanée - Conti “danh bất hư truyền”, còn sản sinh ra các “kỳ quan rượu vang” khác như rượu Echezeaux, Grands Echezeaux, Romanée Saint - Vivant, Richebourg và La Tâche.

Lãnh địa 24,85ha này thuộc quyền sở hữu của gia đình Aubert de Vilaine, gồm vùng sản phẩm có nguồn gốc xuất xứ được xác định AOC Romanée - Conti (1,8ha, 4.000 - 6.000 chai/năm), AOC La Tâche (6,10ha),

AOC Richebourg, AOC Romanée Saint - Vivant, AOC Grands Echezeaux và AOC Echezeaux. Toàn bộ lãnh địa Romanée - Conti sản xuất ra khoảng 94.000 chai rượu/năm. Nhưng nếu bạn có ý đồ mua 1 chai Romanée - Conti vì một lý do nào đó thì phải:

- Liên hệ ngay với các Đại lý độc quyền của Romanée
- Conti 1 năm trước khi rượu được đóng chai.
- Bạn là chủ các tiệm ăn hoặc khách sạn có tên tuổi hoặc là các chính khách, danh nhân, minh tinh màn bạc, siêu sao bóng đá...
- Mua 1 thùng 12 chai, trong đó chỉ có 1 chai Romanée
- Conti và 11 chai rượu khác: 2 La Tâche, 2 Romanée Saint
- Vivant, 2 Richebourg, 2 Grands Echezeaux và 3 Echezeaux. Giá 1 thùng hỗn hợp như vậy giá khoảng 2.000 - 4.000 euros, đắt như vàng!

d. Rượu Château Cheval - Blanc: Tên tuổi lớn của vùng Saint - Emilion

Rượu Château Cheval Blanc, một trong những tên tuổi lớn của vùng Saint - Emilion, không những nổi danh vì chất lượng cao mà còn vì một ngoại lệ khác: thành phần của rượu chứa tới 58% giống nho Cabernet Franc và 42% giống nho Merlot, trong khi tất cả các lâu đài khác ở vùng này đều có tỷ lệ nho Merlot cao hơn 50%.

Với 36ha ruộng nho, Château Cheval Blanc sản xuất ra khoảng 200.000 chai rượu vang/năm: rượu vang Château Cheval Blanc tròn trịa, sảng sảng, thơm ngon, xứng đáng được phục vụ trong các đại tiệc.

e. Rượu Côte - Rôtie và gia đình Marcel Guigal

Marcel Guigal vẫn thường tự hào rằng vì những cố gắng cải tạo các ruộng nho vùng AOC Côte - Rôtie của ông mà vùng AOC này thoát khỏi “Họa tuyệt chủng”? Nếu bạn đọc bản khoản tự hỏi vì sao, Marcel Guigal giải thích: “Tôi không thể nào chấp nhận ý tưởng theo đó vùng trồng nho có lịch sử 2.500 năm này chết dần chết mòn”.

Quả có thể, vào những năm 1960, Marcel Guigal đã bỏ ra không ít tiền của để cải tạo các ruộng bậc thang trồng nho Syrah và Viognier ở đây. Trong 2 thập niên, Marcel Guigal đã trở thành một siêu sao làm rượu kiêm bán rượu (Négociant - Éleveur) của vùng phía Bắc Côtes du Rhône.

Những nhãn hiệu thương phẩm nổi tiếng nhất của gia đình Guigal tập trung ở vùng sản phẩm có nguồn gốc xuất xứ được xác định AOC Côte - Rôtie, cạnh thành phố nhỏ Ampuis: đó là rượu “La Mouline”, rượu “La

Landonne”, rượu “La Turque” và rượu “La Doriane”.

Rượu “La Mouline” (3.600 - 6.000 chai/năm) đến từ các ruộng nho “Cô gái tóc vàng - Côte Blonde”. Thành phần chủ yếu của rượu La Mouline là giống nho Syrah, pha với từ 8 - 12% giống nho Viognier (là một giống nho trắng). Rượu này vừa chát vừa mềm, với các hương vị quả lý đen, hạt tiêu và mùi khói, có thể giữ được 20 năm.

Rượu “La Landonne”, 100% giống nho Syrah, đến từ các ruộng nho “Cô gái tóc nâu - Côte Brune”. Rượu La Landonne đậm đà, nhiều chất chát, chỉ nên khai từ 7 - 10 năm sau khi rượu được đóng chai và có thể giữ được từ 20 - 40 năm.

Rượu “La Turque” (7.000 - 8.000 chai/năm) là hình ảnh phối hợp giữa rượu La Mouline và rượu La Landonne. Thành phần của rượu chủ yếu là giống nho Syrah, pha thêm từ 5 - 7% giống nho Viognier. Rượu này có sức mê hoặc tuyệt vời, nhưng không giữ được lâu: từ 10 - 15 năm.

Rượu “La Doriane” là vang trắng làm từ giống nho Viognier, sản lượng 10.000 chai/năm. Khai một chai rượu này, chúng ta sẽ ngất ngây trước âm hưởng dạt dào của các hương vị mơ, táo, đào, hoa keo, chanh, bưởi, mật ong... Rượu trôi vào miệng nồng nàn, ngây béo, thơm tho, một khoái cảm tuyệt vời!

f. Pétrus, “Hoàng đế rượu vang” vùng Bordeaux

Nếu có ai hỏi rằng trong số các loại rượu vang danh tiếng vùng Bordeaux, có loại nào không được xếp vào danh mục 1855 thì chắc không ít người sẽ nói rằng đó là rượu Pétrus (nhiều người, không biết vô tình hay hữu ý, đã cho thêm chữ “lâu đài - Château” vào tên rượu, nhưng đúng ra tên rượu chỉ là “Pétrus”, mộc mạc, chân tình!

So với các rượu Bordeaux nổi tiếng khác, Pétrus là một ngoại lệ ở chỗ đây là rượu có nguồn gốc xuất xứ được xác định (AOC) vùng Pomerol và cũng chưa từng được xếp hạng trong danh mục 1855. Pétrus được những người Mỹ giàu có biết đến từ đầu thế kỷ 20, nhưng phải đến sau đại chiến thế giới lần thứ hai mới trở nên có tên tuổi. Năm 1964, gia đình Jean - Pierre Moueix, một thương gia buôn bán gia súc và các sản phẩm từ sữa, đã mua lại lãnh địa Pétrus. Gia đình Moueix lại có sáng kiến tuyệt vời là biếu rượu Pétrus cho cố Tổng thống Mỹ Kennedy trong những tối tiếp tân trọng thể tại nhà trắng. Từ đó, rượu Pétrus trở thành thứ rượu không thể thiếu trong các yến tiệc linh đình, vương giả.

Pétrus, với 11,5ha đất trồng nho, cũng hết sức đặc biệt ở chỗ các ruộng nho của lãnh địa này nằm trên một tầng đất sét xanh và đất pha chất sắt

(Crasse de fer) rất dày. Nho được trồng với mật độ 6.500 gốc trên 1ha, với sản lượng trung bình của toàn lãnh địa 45.000 chai rượu vang/năm. Thành phần rượu Pétrus gồm 95% giống nho Merlot và 5% Cabernet Franc.

Nho được tỉa lá và hái bớt quả vào mùa hè, sau đó được hái kỹ lưỡng bằng tay trong mùa thu hoạch. Cách làm rượu cũng rất đặc biệt, có xu hướng thủ công, lỗi thời theo cách suy nghĩ của những người cấp tiến: nho hái ở mỗi thửa ruộng được đưa vào ủ và chờ lên men trong từng bồn chứa bê tông quét sơn thực phẩm riêng rẽ. Sau đó, nước nho đã lên men được đưa vào các thùng gỗ sồi mới và được nuôi từ 20 - 22 tháng trước khi đem ra đóng chai.

g. Château Yquem: Minh tinh màn bạc của rượu ngọt vùng Sauternes

Năm 1787, Đại sứ Mỹ Thomas Jefferson (sau này trở thành Tổng thống), trong một chuyến đi thăm thú các vùng trồng nho của Pháp, đã dừng lại ở Bordeaux, thử nếm rượu Château Yquem và khen ngợi thứ rượu ngọt màu hổ phách trời cho này như là một kiệt tác nghệ thuật của vùng Bordeaux.

Được đánh giá là rượu ngoại hạng trong danh mục 1855 các rượu vang nổi tiếng Bordeaux, rượu ngọt Château Yquem thực sự đáng được kính nể bởi sự lựa chọn kỹ càng đến mức tuyệt đối nho bị nấm quý tộc tấn công (Botrytis Cinérea).

Thật vậy, vào mùa thu hoạch nho, mỗi gốc nho ở lãnh địa Yquem được hái đi hái lại bằng tay đến 5 lần, đòi hỏi nhiều công lao động và chính vì vậy mà giá thành rượu cũng rất cao.

Tùy theo năm thu hoạch nho tốt hay xấu, mỗi năm chỉ có từ 10 - 80% sản lượng nho thu hoạch ở lãnh địa Yquem được đưa ra ủ men, làm rượu. Mỗi gốc nho cũng chỉ cho được 1 cốc rượu ngọt Yquem. Sau khi ép, nước nho sẽ được ủ và cho lên men trong những điều kiện vệ sinh, kỹ thuật ngặt nghèo và sau đó được nuôi trong thùng gỗ sồi 36 tháng so với từ 18 - 24 tháng ở các lâu đài lân cận. Để giữ uy tín thương hiệu, những năm cực kỳ yếu kém như năm 1992, Château Yquem đã không cho ra đời sản phẩm.

h. Château Margaux: Không tiền khoáng hậu

Château Margaux là loại rượu vang danh tiếng Bordeaux duy nhất mang ngay chính tên vùng sản phẩm có nguồn gốc xuất xứ được xác định: AOC Margaux.

Ngay từ thế kỷ thứ 13, rượu của Château Margaux đã được coi là ngon hơn hẳn các rượu khác cùng nằm trong vùng sản phẩm có nguồn gốc xuất xứ được xác định AOC Margaux.

Lâu đài Margaux hiện nay, với kiến trúc kiểu Hy Lạp cổ với rất nhiều bậc tam cấp, được xây dựng đầu thế kỷ thứ 19 trên nền lâu đài cũ kiểu Gothic. Kiến trúc sư là ông Louis Combe, học trò của ông Victor Louis, người đã có công xây Nhà hát lớn thành phố Bordeaux.

Chủ lâu đài Margaux là gia đình Mentzelopoulos. Gia đình này sở hữu 78ha ruộng nho, sản xuất ra khoảng 390.000 chai rượu vang/năm. Các giống nho chính ở đây: Cabernet Sauvignon (75%), Merlot (20%), Cabernet Franc (2,5%) và Petit Verdot (2,5%).

Rượu đàn em (Deuxième vin) của Château Margaux có tên “Biệt thự đỏ - Pavillon Rouge”, cũng là một thứ vang vừa đậm đà, lịch lãm, vừa duyên dáng, thanh tao.

Ngoài vang đỏ, Château Margaux còn có 12ha nho Sauvignon Blanc, sản xuất ra vang trắng có tên “Biệt thự trắng - Pavillon Blanc”, chỉ được xếp hạng rượu Bordeaux thường (AOC Bordeaux).

i. Lâu đài Mouton - Rothschild và bá tước Philippe de Rothschild

Bá tước Philippe de Rothschild không những nổi tiếng vì ông là chủ 81ha ruộng nho vùng sản phẩm có nguồn gốc xuất xứ được xác định Pauillac (AOC Pauillac), mà còn vì ông đã cả gan đứng ra quản lý lâu đài Mouton - Rothschild (thứ nhất trong Danh mục 1855 các rượu vang danh tiếng Bordeaux) vào năm 1922, khi ông mới 20 tuổi, cũng như đưa ra 3 sáng kiến làm biến đổi cơ bản Château Mouton - Rothschild.

Sáng kiến thứ nhất: nếu như trước năm 1922, các nhà sản xuất rượu vùng Bordeaux thường bán ngay nước nho đã ủ men sau mùa thu hoạch trong những thùng gỗ nhỏ cho các thương gia buôn bán rượu, để rồi các thương gia này tự xoay xở đóng chai ở đâu đó thì tùy. Vì lý do đó mà rượu của 1 lâu đài thường được bán cho nhiều thương gia khác nhau, và tùy theo sự lèo lái của các thương gia này mà sản phẩm đóng chai giữa người nọ người kia có sự khác nhau tuy cùng từ một xuất xứ mà ra. Bá tước Philippe de Rothschild đã làm một cuộc cách mạng nhỏ khi ông cho đóng chai ngay tại lâu đài Mouton - Rothschild. Từ đó trở về sau, việc đóng chai ở ngay Lâu đài được coi là một bảo đảm nguồn gốc xuất xứ.

Sáng kiến thứ hai: vào những năm 1930, khi bá tước Philippe de Rothschild cho ra đời rượu đàn em (Deuxième vin) của Château Mouton - Rothschild tên là Mouton - Cadet, ông đã gặp nhiều thất bại. Thế nhưng ngày nay Mouton - Cadet đã trở thành một thương hiệu có giá trị cao.

Sáng kiến thứ ba: từ năm 1945, bá tước Philippe de Rothschild đã yêu cầu các họa sĩ lớn vẽ các nhãn chai Château Mouton - Rothschild. Một số

danh họa như Picasso, Miro, Warhol, Bacon... đã hưởng ứng lời thỉnh cầu này. Ông cũng là một trong những nhà sản xuất rượu đầu tiên ở vùng Médoc mở bảo tàng rượu vang và tổ chức cho du khách đến tham quan. Suốt hai thập niên 50 - 60, ông đã ra sức đấu tranh, thuyết phục để sửa đổi danh mục 1855 các rượu vang Bordeaux danh tiếng. Kết quả là năm 1973 Château Mouton - Rothschild đã được nâng từ thứ nhì lên thứ nhất trong danh mục 1855.

j. Hầm rượu Tain L'Hermitage

22, Route de Larnage-BP 3-26603 Tain-l'Hermitage Cedex

Tel: +33 (0)4 75 08 20 87 - Fax: +33 (0)4 75 07 15 16

Website: www.cavedetain.com

E - mail: export@cavedetain.com

Tổng giám đốc: Julie Campos

Trợ lý xuất khẩu: Valérie Duron

Hầm rượu Cave de Tain được thành lập năm 1933 với giám đốc đầu tiên là ông Louis Gambert de Loche. Hiện nay hầm rượu có 370 thành viên là các nhà trồng nho, với tổng diện tích 1.140ha nho, trong đó 1.000ha có nguồn gốc xuất xứ được xác định (AOC). Mỗi năm hầm rượu sản xuất 50.000 hectolit rượu, trong đó 85% là rượu vang đỏ và 15% là vang trắng.

Rượu vang của chúng tôi là sản phẩm đến từ các ngọn đồi, từ các đồng bằng, từ những cơn mưa, từ ánh mặt trời, nói tóm lại là từ những vùng đất đặc thù có tính truyền thống (Terroirs). Cách đây hàng trăm năm, chúng tôi có nhận xét là giống nho Syrah rất thích hợp với thổ nhưỡng và khí hậu địa phương. Vì thế, chúng tôi đang làm tăng giá trị của giống nho này bằng cách sản xuất ra các loại rượu vang đầy tính chất hoa quả, tràn trề hương gia vị, đậm đà mà quyến rũ, tế nhị mà sâu sắc. Rất nhiều người cho rằng chúng tôi là một trong những hầm rượu hàng đầu ở Pháp, điều đối với chúng tôi vừa là phần thưởng vừa là sự thách thức: chúng tôi phải biết hoàn thiện mình để không ngừng tiến bộ. Chúng tôi không có lý do tồn tại gì khác ngoài việc thỏa mãn nhu cầu của những người ham thích rượu vang bằng cách cung cấp cho họ từ những loại vang sang trọng, thanh lịch, quý phái, mang đậm tính địa phương trong một cuộc thử nếm đặc biệt, cho đến loại vang dân dã mê hoặc bạn ngay từ lần uống đầu tiên.

Nghệ thuật rượu vang vùng bắc sông Rhône là nghề nghiệp và niềm đam mê của chúng tôi.

- Chúng tôi là một hầm rượu hiện đại, nhưng vẫn trung thành với các

truyền thống lâu đời,

- Tất cả các loại rượu vang chúng tôi sản xuất đều đến từ các ruộng nho của hầm rượu Tain l'Hermitage; chúng tôi là những nhà sản xuất chứ không phải là những nhà buôn bán rượu,

- Các ruộng nho của chúng tôi đều được phân loại, đánh giá, xếp hạng từ thấp lên cao. Khi thu hoạch nho, mỗi lô nho cũng được các chuyên gia làm rượu phân hạng, ủ và theo dõi riêng.

- Chúng tôi là một cơ cấu, có tổ chức về mặt luật pháp và tài chính, vì thế có tính ổn định, vững chắc: các bạn có thể làm ăn lâu dài với chúng tôi.

Hầm rượu Tain l'Hermitage không ngừng đầu tư vào trang thiết bị, đồng thời kết hợp các truyền thống tốt nhất với các máy móc hiện đại nhất:

- Chúng tôi có 5 máy ép nho ruột cao su,

- Hơn 2.000 thùng nuôi rượu nhỏ bằng gỗ sồi Pháp, được thay thế sau 5 năm,

- Một hầm rượu với những thùng gỗ sồi nuôi rượu lớn có dung tích 150 hectolit,

- Hai hầm nuôi rượu bằng thép không rỉ, với hệ thống điều hòa nhiệt độ và máy tự động nhấn chìm lớp vỏ bã nho trong thời gian ủ,

- Một hầm rượu truyền thống bằng bê tông, dung tích nhỏ,

- Một máy lọc rượu,

- Một xưởng đóng chai hiện đại.

Chúng tôi sản xuất 5 loại vang AOC: Hermitage, Crozes - Hermitage, Cornas, Saint - Joseph, Saint - Peray, và 2 loại vang vùng từ nho Syrah (đỏ) và nho Marsanne (trắng).

2. Vega Sicilia, rượu vang Tây Ban Nha nổi tiếng

Rượu vang danh tiếng Tây Ban Nha Vega Sicilia có tên bắt nguồn từ việc gia đình Santos Sicilia mua đất trồng nho ở vùng này. Tiếp đó, vào năm 1864, gia đình Eloy Lecanda y Chaves mua lại những ruộng trồng nho nói trên và quyết định nhổ các giống nho địa phương Tây Ban Nha và trồng thay vào đó các giống nho vùng Bordeaux.

Rượu Vega Sicilia đã thành công rực rỡ, bởi vì không những nó là thứ rượu nhà độc tài Franco yêu thích mà còn là một trong những thứ rượu mắc tiền nhất ở Tây Ban Nha, khoảng 100 euros/chai. Thành phần của rượu Vega

Sicilia, trừ một vài ngoại lệ, được giữ nguyên từ trước đến giờ: 60% từ giống nho Tempranillo, 25% từ giống Cabernet Sauvignon, 9% từ giống Merlot, còn lại là các giống Malbec và Albillo. Sản lượng thu hoạch thấp (20 hectolit/ha), thu hoạch bằng tay, nuôi rượu theo phương pháp thủ công... đó chính là những yếu tố thành công của rượu Vega Sicilia. Sau khi lên men, rượu được đưa vào nuôi trong thùng gỗ sồi từ 6 - 7 năm, tiếp đó được đóng chai không qua giai đoạn lọc cặn và được nuôi tiếp trong hầm rượu từ 1 - 4 năm nữa. Kết quả là 1 chai rượu Vega Sicilia chỉ có thể đến được tay người tiêu dùng 10 năm sau vụ thu hoạch nho.

Nếu bạn có may mắn mua được 1 trong số 60.000 chai Vega Sicilia xuất ra khỏi hầm rượu hàng năm, bạn sẽ được thưởng thức một thứ rượu vang đỏ đặc biệt vẫn còn giữ hương vị hoa quả, nhưng chủ yếu là mùi gia vị và thuốc lá sợi vàng, với độ chua tương đối cao, có thể làm những người chưa quen với vị của rượu Tây Ban Nha thất vọng.

Cũng như các rượu Bordeaux nổi tiếng, người anh em sinh đôi kém phẩm chất hơn Vega Sicilia một chút là rượu Valbuena, cũng được sản xuất ra từ 180ha nho trồng trong lãnh địa Vega Sicilia.

3. Lãnh địa Clos Cibonne - Tibouren vùng Provence

Địa chỉ: Chemin des Vignes - Route de la Cibonne (cách trung tâm thành phố 2km) - 83220 Le Pradet (Provence)

Điện thoại: 00 33 4 94 21 70 5500 33 4 94 21 70 55 - Fax: 00 33 4 94 08 13 44

E - mail: [contact@clos - cibonne.com](mailto:contact@clos-cibonne.com)

Web site: [www.clos - cibonne.com](http://www.clos-cibonne.com)

Diện tích trồng nho: 13ha

Giống nho: Tibouren

Sản lượng rượu vang đỏ: 25%

Sản lượng rượu vang hồng: 75%

Chủ lãnh địa: Ông Claude Deforges

Lãnh địa Cibonne là một trong 14 thành viên của “Câu lạc bộ những lãnh địa có phẩm cấp cao (Crus Classés) vùng Provence”.

Lịch sử của Câu lạc bộ khép kín này, một trong những phiên bản của Xếp hạng 1855 các lâu đài Bordeaux danh tiếng bắt đầu từ năm 1947, khi

một nhóm chuyên gia của Viện kiểm chứng quốc gia các sản phẩm có nguồn gốc xuất xứ được xác định (INAO) chọn 23 lãnh địa vùng Provence theo các tiêu chí ngặt nghèo về thổ nhưỡng, tiếng tăm và sự uyên bác trong nghệ thuật trồng nho, làm rượu của các chủ sở hữu.

Năm 1955, với quyết định ngày 20/07/1955 của Bộ Nông nghiệp Pháp, 23 lãnh địa nói trên được chính thức công nhận là những “lãnh địa có phẩm cấp cao - Crus Classé”.

Riêng rượu vang vùng Provence chỉ được công nhận là rượu vang có nguồn gốc xuất xứ được xác định (AOC) từ năm 1977.

Cùng với những thăng trầm của lịch sử, nhiều lãnh địa đã tự nguyện rút ra khỏi danh sách 1955 do chất lượng sản phẩm suy giảm. Hiện nay, chính thức chỉ còn 14 lãnh địa tích cực tham gia các hoạt động của “câu lạc bộ những lãnh địa có phẩm cấp cao vùng Provence - Club des Crus Classés des Côtes de Provence”, trong đó có lãnh địa Clos Cibonne.

Đây cũng là lãnh địa duy nhất chỉ trồng dòng nho Tibouren là dòng nho quý tộc nhưng khá nhạy cảm với các loại sâu bệnh của nho, vì thế đòi hỏi nhiều công chăm sóc.

Vào mùa thu hoạch, nho Tibouren được hái bằng tay, sau đó được ép và ủ men trong những thùng gỗ sồi lớn. Lãnh địa có một hệ thống dây chuyền đóng và dán nhãn chai tại chỗ, đảm bảo tính xác thực của những sản phẩm độc nhất vô nhị không những ở vùng Provence mà trên toàn nước Pháp.

VI. RƯỢU VANG VÀ SỨC KHỎE

Thời gian gần đây, có rất nhiều tranh luận về ảnh hưởng của rượu nói chung và rượu vang nói riêng đối với sức khỏe. Trong phạm vi bài viết này, tôi chỉ đề cập đến khía cạnh có lợi của việc dùng rượu vang điều độ.

1. Dùng rượu vang đỏ điều độ sẽ tránh được lão hóa

Theo một nghiên cứu mới được công bố của tạp chí khoa học “tự nhiên”, việc sử dụng rượu vang đỏ có mức độ cho phép con người kéo dài tuổi thọ. Kết luận này dựa trên một nghiên cứu khoa học về vi khuẩn, theo đó các vi khuẩn này đã kéo dài được tuổi thọ nhờ vào tổ chất resveratrol và polyphénol có trong rượu vang đỏ. Tác dụng của tổ chất resveratrol cũng tương tự như việc lạm dụng các chất dinh dưỡng. Theo Bác sĩ Sinclair và các đồng nghiệp của ông ta ở trường y tế Havard của Mỹ, việc sử dụng chất resveratrol cho phép tăng enzyme SIR2 được coi là tổ chất làm trẻ hóa và ổn định AND trong cơ thể. Theo tờ New York Times, bác sĩ Leonard Guarante của học viện kỹ thuật Massachussets đã tuyên bố rằng nếu con người cũng có những phản ứng tương tự như vi khuẩn đối với tổ chất resveratrol thì tuổi thọ của họ sẽ được tăng lên 30%. Như vậy, ông Leonard Guarante cho rằng một người ở tuổi 50, nếu sử dụng thường xuyên chất resveratrol có trong rượu vang đỏ sẽ tăng tuổi thọ 10 năm.

2. Rượu vang có lợi cho tim? Đúng như vậy!

Ngày 21/1/2004, trả lời câu hỏi trực tiếp trên đài truyền hình 5 của Châu Âu: “Có đúng là dùng rượu vang sẽ có lợi cho tim không?”, bác sĩ được mời dự chương trình này đã trả lời: “Đúng như vậy!”. Ông ta cũng đã minh chứng rõ ràng rằng các công trình nghiên cứu khoa học về bệnh di truyền đều kết luận là việc sử dụng rượu vang đỏ điều độ (1 - 3 ly/ ngày) có tác dụng rất tốt đối với bệnh tim mạch. Nghiên cứu khoa học cho thấy tỷ lệ bệnh tim mạch ở các đối tượng uống rượu vang điều độ, thường xuyên thấp hơn so với các đối tượng không bao giờ uống rượu vang. Hiện tượng này được lý giải bởi trong rượu vang đỏ có các chất chống lão hóa và chất chất. Tuy nhiên, tác dụng tích cực này chỉ có ở rượu vang đỏ mà không có trong rượu mạnh.

3. Rượu vang chống vi trùng?

Một nghiên cứu khoa học mới đây ở Mỹ đã nhấn mạnh rằng, không dùng rượu vang trong các bữa ăn có thể ảnh hưởng bất lợi đến sức khỏe. Một nhóm nhà nghiên cứu Mỹ đã chứng minh rằng uống rượu vang có lợi trong việc chống lại các vi trùng lý ghê gớm như Salmonelles trong dạ dày. Để minh họa cho ý tưởng này, các nhà nghiên cứu nói trên đã làm 2 dạ dày nhân tạo, sau đó đổ vào đó thức ăn, dịch vị nhân tạo và vi trùng Salmonelles. Trong dạ dày nhân tạo đầu tiên, họ đổ rượu vang, còn trong dạ dày nhân tạo thứ hai, họ đổ nước nho. Sau 120 phút, trong dạ dày nhân tạo có chứa hỗn hợp thức ăn và rượu vang, vi trùng Salmonelles đã bị tiêu diệt. Ở dạ dày nhân tạo có chứa hỗn hợp thức ăn và nước nho, chúng vẫn còn tồn tại. Hiệu quả chống vi khuẩn gây hại ở rượu vang lớn hơn các loại rượu khác, bởi trong rượu vang có nhiều axit chua có tác dụng diệt khuẩn, trong khi trong các loại rượu khác chỉ có cồn, dễ bay hơi và thoái hóa.

4. Rượu vang và gỗ sồi, liên minh vững chắc chống bệnh ung thư?

Việc nuôi rượu vang trong thùng gỗ sồi không chỉ đem lại hương vị thơm ngon mà còn đem lại nhiều lợi ích khác. Nếu không tiếp xúc với gỗ rượu vang sẽ không có các tổ chất acutissimin A là một tổ chất chống các khối u ác rất hiệu nghiệm. Một nhóm các nhà khoa học Pháp ở Học viện nghiên cứu Hóa sinh vùng Pessac do ông Stéphane Quideau hướng dẫn đã công bố công trình khoa học này trong tạp chí quốc tế “Angewandte Chemic” của Đức. Tổ chất acutissimin A sẽ ngăn chặn sự phát triển của các u ác bằng cách bao vây rất có hiệu quả tế bào gây bệnh. Trong bình thí nghiệm vô trùng, tổ chất acutissimin có hiệu quả gấp 250 lần một loại thuốc chống ung thư đang được sử dụng, thuốc Étopisode VP16.

VII. CÁCH THỬ NЕМ VÀ PHỤC VỤ RƯỢU VANG

1. Thử nєм rượu vang

Một khi bạn đã biết uống và thưởng thức rượu vang thì tức là bạn đã có một bước tiến đến quá trình thử nєм rượu vang. Thử nєм rượu trước hết là phân tích những cảm giác bạn nhận được khi nєм rượu vang rồi sau đó là sự diễn đạt những cảm xúc đó bằng những từ ngữ cụ thể, chính xác và thích hợp. Thử nєм rượu vang, hay nói khác đi là phân giải những cảm quan cho phép bạn đánh giá chất lượng



của rượu vang và tìm ra những nhược điểm, nếu có. Thử nєм rượu vang được chia ra làm 3 giai đoạn, nhờ 3 giác quan chính: mắt, mũi và miệng.

1.1. Quan sát bằng mắt

Rượu trong hay đục, áo rượu (Robe du Vin) có rực rỡ hay xỉn tối, màu sắc áo đậm hay nhạt, đường rua của áo rượu có màu gì? Đối với rượu vang đỏ hay rượu champagne, cần quan sát xem bọt rượu có nhiều không, có mịn không?

1.2. Ngửi bằng mũi

Giai đoạn này rất quan trọng. Bước đầu, bạn ngửi rượu bất động trong ly. Sau đó, bạn lắc ly cho rượu trong ly tiếp xúc nhiều hơn với khí oxy và phát huy được hết hương vị của nó. Dí mũi vào ly, hít mạnh để cảm nhận những hương vị đó. Nếu cần, bạn có thể lặp đi lặp lại động tác này. Tiếp đó là giai đoạn đánh giá sự đậm đặc hay nhạt nhẽo của hương vị, chất lượng hương vị và xuất xứ của hương vị đó. Nói chung các hương vị có trong rượu

được chia thành các nhóm mùi:

1.2.1. *Mùi quả*: chuối, cam, chanh, bưởi, ổi, táo, đào, lê, anh đào, chanh leo, dứa, xoài, dâu tây, nho đen...

1.2.2. *Mùi hoa*: hoa hồng, hoa lan, hoa đào gai, hoa đoan, hoa violette...

1.2.3. *Mùi cỏ, mùi rêu*: cỏ mới cắt, ớt xanh, rong rêu, rom rạ ướt...

1.2.4. *Mùi hóa chất*: dấm chua, rượu hủ hơi, rượu cồn mạnh...

1.2.5. *Mùi gia vị*: hạt tiêu, ớt bột, cà-ri, hồi, quế, vani...

1.2.6. *Mùi da thú*: da thuộc, lông thú khô hoặc ướt, mùi xạ hương, mùi chồn cáo...

1.2.7. *Mùi các chất rang, chất cháy*: cà phê, caramen cháy, Chocolates, bánh mì nướng...

1.2.8. *Mùi nhựa cây*: thông, tùng, trắc...

1.3. Nếm bằng miệng

Đây là giai đoạn cuối, cho phép xác định chính xác “hương vị rượu” và sự hài hòa giữa 3 yếu tố cấu thành của rượu vang: chất chua (acidité), chất ngọt - chất béo (moelleux) và chất chát (tanin). Giai đoạn nếm bằng miệng lại chia ra thành 3 giai đoạn nhỏ:

1.3.1. *Bắt đầu nếm*: cho phép bạn cảm nhận các vị ngọt, mặn, chua, chát, cũng như các cảm giác đắng, cay hay độ cồn cao.

1.3.2. *Nếm*,

1.3.3. *Sau nếm*: phân tích hương vị xem có hài hòa hay khó chịu và thời gian hương vị đọng lại ở trong miệng.

2. Làm phiếu thử nếm rượu vang

Phiếu thử nếm rượu vang (Fiche de Degustation)

Ngày, nơi mua rượu: Date, lieu Rượu thử nếm: Vin dégusté

Tên rượu: Dénomination

Vùng sản xuất: Région

Giống nho: Cépage

Mắt nhìn: Examen visuel

Mũi ngửi: Examen olfactif

Miệng nếm: Examen gustatif

Kết luận: Conclusion générale

Sự hòa hợp giữa rượu và món ăn: Accords mets et vins

Rượu phục vụ ở nhiệt độ sau: Température de service.

- Vang đỏ danh tiếng: 15-17⁰C;

- Vang đỏ mới: 13-15⁰C;

- Vang hồng: 10-11⁰C;

- Vang trắng danh tiếng: 12-14⁰C;

- Vang trắng nhẹ: 9-11⁰C;

- Champagne: 7-8⁰C.



3. Phục vụ rượu ở bàn như thế nào?

3.1. Đối với các loại rượu vang không sủi bọt (Vin Tranquille)

- Cắt một đường xung quanh cổ chai dưới ngón thứ hai (chai không được xoay chuyển, chỉ xoay mũi dao).

- Sử dụng dụng cụ chuyên gia thử nếm rượu vang. Đặt mũi xoắn nhọn vào tim nút chai, vặn nhẹ nhàng, chú ý không cho mũi xoắn chọc xuyên qua nút chai.

- Rút nhẹ nhàng bằng đòn bẩy, khi nút chai đã gần ra hết, khẽ nghiêng nút chai, rút nhẹ nhàng bằng ngón cái và ngón trỏ cho không khí vào từ từ, tránh tiếng kêu đột ngột làm phiền khách và rượu có thể bắn ra ngoài.

- Người nút chai xem có vấn đề gì không, sau đó rót một chút ra ly và ý tứ khẽ nghiêng người để thử rượu.

- Rót rượu vang cho người gọi rượu thử, sau đó phục vụ theo trật tự ngôi thứ (phụ nữ có tuổi, phụ nữ trẻ, đàn ông có tuổi... cuối cùng là người gọi rượu).

3.2. Đối với rượu champagne và rượu vang nổ

Để nguyên chai champagne trong xô đá, ngón cái tay trái giữ nút chai, tay phải xoay dây bảo hiểm. Xoay nút chai từ từ, ngón cái tay trái luôn giữ nút chai.

- Khi nắp chai gần bật ra, khẽ nghiêng nút chai để không khí tiếp xúc với rượu, tránh để nút chai bắn vọt ra gây tiếng nổ, kinh động đến khách ăn và rượu sẽ bắn vọt ra ngoài.

- Phục vụ theo trật tự ngôi thứ.



4. Phục vụ rượu vang ở nhà hàng và quán bar

4.1. Công tác chuẩn bị

- Sử dụng khay để vận chuyển ly, cốc.

- Chuẩn bị ly theo số lượng và chủng loại rượu khách đặt: ly nào vang này, vang đỏ với ly lớn, vang trắng với ly nhỏ, vang danh tiếng với ly đặc biệt, đồng thời lấy tất cả những ly không cần thiết ra khỏi bàn ăn.

- Đặt sẵn ở bàn nhỏ bên cạnh một ly khác với ly của khách để thử nếm, một đĩa nhỏ để đựng nút chai, một khăn nhỏ bằng vải hoặc giấy để lau cổ chai.

4.2. Lấy rượu từ hầm rượu lên như thế nào?

- Lựa chọn dụng cụ chắc chắn và thích hợp với dáng chai để phục vụ rượu có hiệu quả.

- Vào hầm rượu, đặt chai rượu ở vị trí nằm ngang vào lồng, lồng chuyển động nhưng chai rượu thì bất động.

4.3. Giới thiệu với khách.

- Trang trọng nâng chai rượu hoặc lãg rượu giới thiệu với khách ở vị trí sao cho khách không phải xoay người để nhìn rõ nhãn chai.

- Bằng một giọng rõ ràng, mạch lạc, thông báo cho khách tên rượu, vùng sản xuất, năm làm rượu và tên nhà làm rượu hoặc bán rượu.

4.4. Mở rượu như thế nào?

- Chai rượu phải được giữ cố định trong giai đoạn này.

- Đặt chai rượu lên bàn nhỏ ở vị trí lựa trước sao cho bạn không phải loay hoay dịch chuyển chai rượu.

- Dùng dao mở nút chuyên dụng của chuyên gia thử nếm và phục vụ rượu để cắt nút thiếc bảo vệ dưới ngấn thứ hai của cổ chai.

- Lau sạch phần cổ chai lộ thiên bằng khăn vải hay khăn giấy nhỏ đã chuẩn bị sẵn trong túi áo.

- Đặt mũi xoắn vào giữa tim nút bấc, ấn nhẹ và xoay, hết sức chú ý sao cho mũi xoắn không chọc thủng nút bấc.

- Rút nút chai nhẹ nhàng, tay trái giữ cổ chai, ngón trỏ tay phải đặt trên đòn bẩy làm điểm tựa, khi nút chai gần ra hết, khẽ nghiêng nút chai để không khí vào từ từ, tránh gây tiếng động làm phiền đến khách ăn. Rút nút chai khỏi mũi xoắn, tiến hành kiểm tra bằng mũi rồi đặt nút chai vào đĩa nhỏ đã chuẩn bị trước.

- Lau sạch cổ chai lần nữa.

- Nhẹ nhàng, lịch sự rót một chút rượu ra ly đã chuẩn bị sẵn ở bàn nhỏ bên cạnh, khẽ xoay người để thử nếm.

4.5. Phục vụ rượu như thế nào?

- Tránh không cầm ly của khách để rót cho khách thử (vì thế phải tập luyện sao cho khi rót rượu không rót ra ngoài).

- Giới thiệu nút chai, rót một chút cho khách gọi rượu thử, nếu cần có thể hỏi xem khách có hài lòng về rượu không?

- Sau đó, rót cho tất cả những khách có mặt ở bàn ăn theo trật tự ngôi thứ, cuối cùng mới rót lại cho khách thử rượu.

- Nguyên tắc phục vụ rượu: rượu trắng rót 1/3 ly, rượu đỏ 1/2 ly, tuyệt đối không rót đầy ly.

- Nếu có điều kiện, nên để chai rượu ở bàn nhỏ bên cạnh.

- Sau mỗi lần rót cho khách, chú ý lau sạch cổ chai để rượu không rót ra

bàn.

- Sau khi kiểm tra lại lần cuối xem có thiếu sót gì không, thu dọn tất cả những gì không cần thiết khỏi bàn nhỏ và để mắt phục vụ cho khách được vui lòng.

5. Nhân viên tiếp thị và phục vụ rượu trong các tiệm ăn, khách sạn lớn

Hà Nội cũng như nhiều thành phố lớn khác trên thế giới, có rất nhiều nhà hàng, khách sạn Âu - Á lớn. Làm việc trong lĩnh vực nhà hàng - khách sạn rất thú vị, nhưng cũng đòi hỏi nghiệp vụ kỹ thuật cao.

Phục vụ rượu vang là một nghề mang tính nghệ thuật. Một trong những ưu điểm của nghề này là không bao giờ thất nghiệp vì ai ai cũng có nhu cầu ăn uống.

Nhân viên tiếp thị rượu vang có nhiệm vụ phục vụ đồ uống hoặc bán rượu với mục đích làm hài lòng khách, thu lợi nhuận cho công ty, đồng thời tạo cho mình mức lương cao.

Mục đích của công ty là gì? Mục đích của công ty là lợi nhuận, từ đó có thể trả lương và tăng thu nhập cho các thành viên của công ty. Chính vì vậy các em phải biết cách làm cho các sản phẩm của công ty bán chạy. Để tăng lợi nhuận cho công ty và thu nhập cho chính bản thân mình, cần phải trau dồi nghiệp vụ để trở thành một nhân viên tiếp thị, kinh doanh giỏi.

Trong các tiệm ăn, khách sạn lớn, nhân viên tiếp thị là người hướng dẫn khách lựa rượu cho phù hợp với các món ăn khách đã chọn, sau đó mở rượu và phục vụ khách. Ở công ty, nhân viên tiếp thị có nhiệm vụ:

- Lau chùi, dọn dẹp, sắp đặt quầy hàng,
- Đón khách, giới thiệu các mặt hàng rượu,
- Khuyên khách chọn rượu,
- Đảm bảo chất lượng phục vụ ở showroom.

- Phải có trí nhớ tốt và luôn luôn học hỏi để có thể diễn tả tức thì một danh sách rượu phong phú, đa dạng.

Khách sạn, nhà hàng và showroom là nơi mà sự giao tiếp giữa người với người rất quan trọng. Nguyên tắc vàng trong nghề của chúng ta: khách hàng là thượng đế, nhưng không phải vì thế mà khách hàng có quyền quyết định tất cả.

Lịch sự, nhã nhặn, có kiến thức về rượu vang, đồng phục chỉnh tề, say mê nghề nghiệp, tôn trọng nội quy kỷ luật của công ty, đi làm đúng giờ là quy tắc vàng của một nhân viên tiếp thị giỏi.

Nhân viên tiếp thị cũng là người rất nhạy cảm, có thể đoán nhận khẩu vị và những gì thực khách chờ đợi ở tiệm ăn, khách sạn của mình. Em cũng là người đi lấy rượu, mở rượu và phục vụ rượu ở nhiệt độ tối ưu. Chính vì vậy mà ngoài phần lương chính, em sẽ có thêm một khoản phụ cấp đáng kể tùy theo số lượng rượu bán ra. Nhân viên tiếp thị giỏi luôn có sức lôi cuốn đối với thực khách và tửu khách.

Tất nhiên, không phải là tiệm ăn, khách sạn nào cũng có khả năng thuê nhân viên tiếp thị rượu. Ta thường gặp em trong các tiệm ăn, khách sạn danh tiếng và các hầm rượu. Các siêu thị lớn và các tiệm bán đồ gia vị, ẩm thực cao cấp cũng thường xuyên có nhu cầu mời nhân viên tiếp thị rượu đến phục vụ và quảng bá văn hóa ẩm thực. Kiến thức của nhân viên tiếp thị rượu giỏi cũng rất đắt khách ở nước ngoài (ở Châu Á, phải kể đến Nhật Bản, Singapore, Hồng Kông và Ấn Độ là những nước có đầu tư rất lớn vào việc đào tạo văn hóa rượu vang).

Một nhân viên tiếp thị rượu vang giỏi cần được trang bị những gì? Vị giác là cơ quan làm việc chủ yếu của em. Em luôn phải rèn luyện để phát triển các kỹ năng về vị giác và khứu giác của mình. Cũng như tất cả các nhân viên phục vụ khác ở tiệm ăn, khách sạn, em thường phải thức khuya, dậy sớm và làm rất nhiều giờ trong ngày. Nhưng em vẫn luôn luôn có thái độ hòa nhã, ưu ái với khách ăn, bởi vì trang phục làm việc cũng như phong độ giao tiếp của em là bộ mặt của khách sạn, tiệm ăn cũng như công ty nhập khẩu rượu. Nếu em nói được một trong ba ngoại ngữ (Anh, Pháp, Nhật...) thì đó là một ưu thế đáng kể.

Việc tuyển chọn nhân viên tiếp thị rượu vang khá công phu: học viên phải có kiến thức tinh thông, có động cơ thúc đẩy và phải qua một kỳ sát hạch với ban giám khảo gồm Ban giám đốc và các trưởng phòng có liên quan. Vì thế, ta thấy các đối tượng được tuyển chọn thường có trình độ học vấn hết cấp II hoặc III, hoặc có kinh nghiệm làm việc lâu năm, hoặc có niềm đam mê, bởi rượu là một trong 3 thứ đam mê của con người: kim, tửu, sắc. Một khi nhân viên tiếp thị có biểu hiện gắn bó với công ty, ban lãnh đạo sẽ tạo mọi điều kiện cho em nâng cao năng lực chuyên môn và trình độ ngoại ngữ. Đó cũng chính là công cụ giúp các em tăng thu nhập, có được cuộc sống cá nhân và tập thể hài hòa, giúp ích cho gia đình và xã hội.

VIII. CÁCH PHÂN BIỆT RƯỢU VANG THẬT, GIẢ VÀ TỔ CHỨC HÀM RƯỢU

1. Cách phân biệt rượu vang thật, giả

Hiện nay, trên thị trường Việt Nam có rất nhiều rượu vang mang nhãn hiệu Bordeaux. Để có thể phân biệt được đâu là rượu thật, đâu là rượu giả, ta có thể chú ý đến một số đặc điểm sau:

- Cũng như nút thiếc bảo vệ, nhãn chai vang thật được dán bằng máy và bằng keo dán công nghiệp nên nhãn mịn màng, tương đối dễ bóc nếu nuôi vỏ chai vào nước nóng, trong khi nhãn các chai vang giả được dán bằng keo dán chất lượng tồi nên nhãn chai không được mịn, lại được dán rất chắc, khi bạn lấy nhãn chai khỏi vỏ chai rất hay bị rách.

- Nhãn chai: vì người Việt Nam cho rằng đã là Bordeaux thì càng lâu năm càng quý nên các nhà làm rượu giả đã lợi dụng yếu tố này để in các nhãn chai Bordeaux với năm đóng chai từ 1993 - 1997. Điều cần phải biết, đây là những chai Bordeaux hết sức bình thường. Ở Pháp, thời hạn sử dụng đối với Bordeaux trắng loại này từ 2 - 3 năm, rượu đỏ từ 4 - 5 năm là tối đa trong những điều kiện bảo quản tối ưu (hàm rượu ít ánh sáng, nhiệt độ ổn định thường xuyên từ 13 - 15°C, độ ẩm không khí từ 65 - 75 độ). Do đó, rượu vang Bordeaux không tên tuổi thuộc những năm sản xuất này, nếu không phải là giả thì cũng đã hỏng, trở thành “dấm chua”.

- Các nhà làm rượu giả do kiến thức có hạn nên nhiều khi nhầm lẫn giữa các giống nho làm rượu. Lỗi thường gặp là trên cả rượu vang đỏ và vang trắng đều ghi các giống nho làm rượu giống nhau: Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc và Merlot. Trong thực tế, đây là các giống nho dùng làm rượu vang Bordeaux đỏ, còn rượu Bordeaux trắng làm từ các dòng nho Sauvignon Blanc và Sémillon.

- Một lỗi thường gặp khác là trên một số nhãn chai Bordeaux giả có đề chữ “*mise en bouteille par AOC 1993*”, có nghĩa là đóng chai bởi AOC năm 1993. Thực ra AOC là chữ viết tắt tiếng Pháp “*Appellation d’Origine Contrôlée*” có nghĩa là sản phẩm có nguồn gốc xuất xứ được xác định, thay vì phải viết “*mise en bouteille au Chateau ou en Domaine*” (có nghĩa là đóng chai tại lâu đài hay lãnh địa - nơi sản xuất rượu vang). Bản thân chữ Bordeaux đã có nghĩa là AOC rồi.

- Kiểu dáng chai: tất cả các chai Bordeaux đỏ và trắng khô đều có màu xanh lá cây phơn phớt (để hạn chế ánh sáng) và đáy chai lõm. Các chai rượu ngọt (Sauternes, Loupiac, Sainte - Croix - du - Mont...) có màu trắng và đáy chai lõm.

- Màu sắc rượu: khi đưa chai ra ánh sáng, đối với rượu vang trắng, nếu là những năm 1993, ít nhất rượu phải có màu vàng sẫm hoặc màu hổ phách. Đối với rượu vang đỏ, rượu sẽ có màu hồng ngọc hoặc màu ngói tươi. Cũng có thể thấy trong một số chai rượu vang đỏ một chút cặn ở đáy chai (nếu rượu thực sự được giữ lâu năm).

- Nút thiếc bảo vệ: nếu là vang Bordeaux thật, bạn có thể xoay nút thiếc dễ dàng vì nút thiếc được đóng bằng máy, trong khi ở các chai vang giả nút thiếc được đóng bằng tay, nhiều khi lại dán thêm cồn nên khó xoay chuyển xung quanh cổ chai.

2. Cách tổ chức hầm rượu

Hầm rượu tốt cần được đào sâu trong lòng đất để có được các điều kiện sau:

- Ít ánh sáng, bởi vì ánh sáng sẽ làm cho rượu chóng bị già, tức là sự chuyển hóa của rượu sẽ xảy ra nhanh hơn.

- Độ ẩm cao (65 - 75%), vì nếu không khí trong hầm quá khô, nút bấc sẽ teo đi, quá trình trao đổi khí sẽ nhiều hơn, cũng làm cho rượu chóng bị già.

- Nhiệt độ thấp và ổn định (13 - 15⁰C). Nếu nhiệt độ quá cao thì rượu chóng bị già. Nhiệt độ chênh lệch giữa mùa đông và mùa hè trong năm không nên vượt quá 5 - 7⁰C.



Hầm rượu Guigal

- Hầm rượu không bị ảnh hưởng nhiều bởi tiếng ồn và độ rung của sàn.

Cửa hầm rượu luôn quay ra hướng Bắc, cửa thông gió ra hướng Nam để

không khí mát luân luân chuyển trong hầm. Nếu bạn không có điều kiện làm hầm rượu dưới lòng đất thì nên sử dụng máy điều hòa nhiệt độ hay tủ mát chuyên dụng để bảo quản rượu kiểu “EurosCave”.

Nói chung sàn hầm rượu nên rải một lớp cát mỏng, trên lớp cát đó là một lớp đá dăm để hút ẩm và giữ cho sàn luôn được khô ráo. Trong trường hợp không khí trong hầm rượu quá khô thì bạn có thể thỉnh thoảng tưới nước trên sàn. Đó là ở Châu Âu, còn ở Việt Nam độ ẩm trong không khí thường xuyên cao nên có thể không cần thiết phải làm như vậy.

Phải rất chú ý để trong hầm rượu nói chung và khu vực bảo quản rượu nói riêng không có các loại thực phẩm hay hóa chất nặng mùi như hành, tỏi, sơn, véc-ni, xăng dầu, hóa chất tẩy rửa...

Giá kệ để rượu: nên sử dụng kệ bằng gạch thô, gạch xi hay các chất liệu xây dựng nhẹ và thông thoáng. Tránh sử dụng gỗ ván ép vì ván ép thường đã được xử lý chống mối, một bằng hóa chất, dễ ảnh hưởng đến mùi rượu (mùi nút chai).

Rượu bao giờ cũng để ở vị trí nằm ngang trên giá, để rượu luôn tiếp xúc với nút bấc và sự trao đổi khí oxy với môi trường bên ngoài được dễ dàng hơn.

Số lượng và chủng loại rượu cần tồn trữ: hai trường hợp có thể xảy ra:

- Thứ nhất, bạn xây dựng một hầm rượu cho nhu cầu cá nhân với sức tiêu thụ khoảng 3 chai/tuần, trong đó có 2 chai uống hàng ngày, còn 1 chai cho những dịp tiếp khách. Như vậy, bạn cần có thường xuyên trong hầm khoảng 150 chai các loại gồm: 100 chai rượu với thời hạn sử dụng 2 - 4 năm (tất cả các loại rượu thông dụng, từ vang địa phương (VDP)

đến vang có nguồn gốc xuất xứ được xác định (AOC), 50 chai với thời hạn sử dụng từ 5 - 10 năm (là các loại rượu có tên tuổi của Bordeaux, Bourgogne, Côtes du Rhone, Languedoc - Roussillon, Provence, Italia, California, Chile, Australia...).



Hầm rượu hiện đại kiểu design

- Thứ hai, là hầm rượu sưu tập. Trong trường hợp này, thường người ta tìm mua những loại rượu có tên tuổi để có thể bảo quản được lâu dài. Đối với các loại rượu Bordeaux, nên chọn các địa danh Pauillac, Margaux, St Estèphe, St Julien, Graves và St Emilion... Đối với rượu Bourgogne, nên chọn các địa danh Puligny - Montrachet, Montrachet, Volnay, Pommard, Nuits St Georges... Số lượng rượu tồn trữ tùy thuộc vào khả năng tài chính và sự đam mê sưu tập của từng người. Ở các nước Châu Âu, người ta coi đó là một dạng đầu tư. Giá một chai rượu sau 2 - 3 năm có thể tăng 5 - 10%, nhưng sau 10 - 15 năm, giá có thể tăng 100 - 150% hoặc cao hơn nữa.

IX. LỰA RƯỢU VÀ ĐỒ ĂN CHO HỢP KHẨU VỊ

Với tư cách một chuyên gia quốc tế rượu vang đã làm việc 15 năm trong các cửa hàng chuyên môn và các khách sạn 4 sao Luxe ở Anh, Pháp và Monaco, đã lập danh sách rượu và đào tạo các chuyên gia thử nếm rượu cho nhiều khách sạn lớn và vừa, tôi vẫn không ngừng khám phá ra các công thức lựa



rượu và đồ ăn mới. Nếu như cho đến nay tôi đã thử hàng ngàn chai rượu khác nhau và đã nếm cũng hàng trăm thứ đồ ăn của các nước khác nhau trên thế giới, tôi phải thừa nhận rằng sự lựa chọn giữa rượu và đồ uống hoàn toàn mang dấu ấn cá nhân. Tuy nhiên, xu hướng chung vẫn dựa trên sự phân tích giữa hương vị và sự hài hòa của các nguyên liệu trong một món ăn để lựa rượu cho hợp khẩu vị.

Cần tránh pha trộn quá nhiều loại rượu trong một bữa ăn, trừ các bữa chiêu đãi đặc biệt thịnh soạn hoặc các bữa ăn kéo dài. Nguyên tắc chung là không nên dùng quá 3 loại rượu trong một bữa ăn.

Kinh nghiệm cho thấy ta nên dùng:

- Rượu vang trắng khô trước rượu vang trắng đậm,
- Tiếp đến rượu vang hồng,
- Rượu vang đỏ nhẹ trước vang đỏ đậm,
- Vang đỏ ít tuổi trước vang đỏ lâu năm.

Nguyên tắc này rất đơn giản: không để khách ăn phải nuối tiếc rượu đã dùng trước đó, nhưng cũng không phải là nguyên tắc bất di bất dịch. Chẳng hạn bạn có thể phục vụ một chai rượu Beaujolais đỏ mới đầy tính chất hoa quả và ít chất chát (tanin) trước một chai rượu trắng Bordeaux vùng Pessac - Léognan mạnh mẽ về tính cách. Tất cả tùy thuộc vào rượu mạnh hay nhẹ và

sự nhạy cảm của chuyên gia thử nếm. Cũng như đại đa số cho rằng không có gì hợp với món gan vịt hoặc ngỗng béo hơn là rượu ngọt Sauternes vùng Bordeaux, một số ít chuyên gia cho rằng gan béo sẽ còn ngon hơn nữa nếu được dùng với rượu Gerwurtraminer vùng Alsace hay rượu Jurancon ngọt vùng Pyrénées.

Tôi cũng muốn nhấn mạnh ở đây rằng sự phối hợp giữa rượu và món ăn cũng khó khăn không kém gì việc chọn vợ gả chồng: có cặp không ở được với nhau, có cặp ông ăn chả bà ăn nem, có cặp ông chẳng bà chuộc, có cặp tương đối hòa hợp, nhưng hiếm khi ta gặp những cặp say nhau như điều đó từ lúc “tình trong như đã, mặt ngoài còn e” đến lúc đầu bạc răng long.

Một phối hợp lý tưởng giữa rượu và đồ ăn nghĩa là giữa thứ này và thứ kia có mối quan hệ tương tác, ví như “trai quân tử gái thuyền quyền” hoặc “trai tài gái sắc” cùng tôn vẻ đẹp và sự thông minh của nhau lên. Nhưng không được quên rằng mỗi người, mỗi dân tộc đều có bản sắc riêng và sự phối hợp giữa rượu với món ăn đều ít nhiều mang dấu ấn cá nhân hay dân tộc.

1. Các món ăn không hợp tí nào với rượu

May thay, các món này không nhiều lắm, ví dụ như:

- Tỏi (hành tây trong một chừng mực nào đó),
- Cá mòi,
- Các loại rau xà lách,
- Trứng gà, vịt, ngan, ngỗng, cút,
- Quả chua: chanh, bưởi, sấu, me, bứa, cóc,
- Các món ăn quá cay làm cho lưỡi mất cảm giác. Trong trường hợp này, tốt nhất là dùng bia hơi,
- Các món ăn trộn nhiều giấm chua hoặc mù tạc cay.

Trong trường hợp này, nên dùng nước khoáng.

2. Các món ăn ít hợp với vang đỏ

Trong thực tế, một số món ăn không hợp lắm với chất chát của vang đỏ:

- Xà lách, tôm, cua, cá,
- Cá trích trộn dầu,

- Gan béo,
- Các món mỳ nấu hoặc xào,
- Các món mỳ nấu hoặc xào,
- Các món ăn ngọt nói chung.

3. Các món khai vị

Đối với các loại đồ nhắm khai vị như lạc rang, hột điều, hạt dẻ và hạnh nhân, sẽ vô ích nếu bạn khai một chai rượu có tiếng. Nên để dành chai rượu đó cho bữa ăn.

Để khai vị, bạn có thể dùng rượu champagne, rượu vang nổ vùng Loire Valley như Crémant Langlois Château, rượu vang nổ vùng Bourgogne như Crémant de Bourgogne, hay rượu vang nổ vùng Languedoc - Roussillon như Crémant de Limoux. Bạn cũng có thể dùng vang nổ của Italia như Prosecco hay của Tây Ban Nha như Cava Freixenet. Nếu bạn muốn dùng rượu vang trắng rẻ tiền hơn thì bạn có thể dùng rượu vang trắng khô Alsace như Muscat, Sylvaner hoặc Riesling. Phụ nữ có thể dùng Kir (vang trắng Aligoté với rượu ngọt Cassis) hay Kir vương giả (Kir Royal) pha từ rượu ngọt Cassis với vang nổ hoặc champagne rẻ tiền.

4. Xúp, cháo, phở

- Xúp, cháo, phở loãng, ít cay: vang trắng, hồng hoặc vang đỏ nhẹ,
- Xúp, phở đặc: Beaujolais đỏ, Côtes de Provence hồng và đỏ, Loire Valley đỏ, Valpolicella Italia...

5. Trứng

- Trứng rán: vang trắng Alsace,
- Trứng rán hành, khoai tây: vang đỏ cùng Beaujolais hoặc Loire Valley,
- Trứng xào nấm: vang đỏ các vùng Bourgogne, Bordeaux, Cahors hoặc vùng Languedoc - Roussillon.

6. Các món ăn khai vị

- Măng tây (Asparagus): đối với loại rau này, thích hợp nhất là Muscat khô vùng Alsace, sau đó là Sauvignon Blanc hoặc Chenin Blanc của vùng

Loire Valley (Pháp) hay Sauvignon Blanc của New Zealand và Australia. Bạn cũng có thể thử m畅 tây với rượu Pinot Blanc hoặc Pinot Gris vùng miền Bắc Italia hoặc Sauvignon Blanc của Nam Phi.

- A-ti-sô (Artichokes): nên dùng rượu khô không qua giai đoạn nuôi trong thùng gỗ sồi như rượu Sylvaner và rượu Pinot trắng vùng Alsace, rượu Aligoté vùng Bourgogne, rượu Apremont vùng Savoie hay rượu Sauvignon Blanc vùng Loire Valley.

- Cà tím xào tỏi và húng quế: dùng rượu Sauvignon trắng. Nếu là cà tím xào thịt lợn thì bạn có thể dùng rượu hồng hoặc các loại rượu đỏ nhẹ làm từ các giống nho Grenache hoặc Gamay (Pháp), Carmenère (Chile) hoặc Tempranillo (Argentina).

- Quả bơ trộn dầu giấm: Rượu Sauvignon Blanc, Muscadet hoặc Aligoté

- Trứng cá tầm (caviar): vodka, champagne

- Nấm rơm sống: Beaujolais đỏ, Anjou đỏ

- Gan béo: Meursault trắng (Bourgogne), Montbazillac, Jurancon, Coteaux du Layon, Bonnezeaux, Pinot Gris, Gewurtraminer, Sauternes

- Pizza: vang hồng hoặc vang đỏ nhẹ

- Thịt heo lát mỏng hun khói: vang đỏ vùng Beaujolais hoặc Côtes du Rhône. vùng miền Bắc Italia hoặc Sauvignon Blanc của Nam Phi.

- A-ti-sô (Artichokes): nên dùng rượu khô không qua giai đoạn nuôi trong thùng gỗ sồi như rượu Sylvaner và rượu Pinot trắng vùng Alsace, rượu Aligoté vùng Bourgogne, rượu Apremont vùng Savoie hay rượu Sauvignon Blanc vùng Loire Valley.

- Cà tím xào tỏi và húng quế: dùng rượu Sauvignon trắng. Nếu là cà tím xào thịt lợn thì bạn có thể dùng rượu hồng hoặc các loại rượu đỏ nhẹ làm từ các giống nho Grenache hoặc Gamay (Pháp), Carmenère (Chile) hoặc Tempranillo (Argentina).

- Quả bơ trộn dầu giấm: Rượu Sauvignon Blanc, Muscadet hoặc Aligoté

- Trứng cá tầm (caviar): vodka, champagne

- Nấm rơm sống: Beaujolais đỏ, Anjou đỏ

- Gan béo: Meursault trắng (Bourgogne), Montbazillac, Jurancon, Coteaux du Layon, Bonnezeaux, Pinot Gris, Gewurtraminer, Sauternes

- Pizza: vang hồng hoặc vang đỏ nhẹ

- Thịt heo lát mỏng hun khói: vang đỏ vùng Beaujolais hoặc Côtes du

Rhône.

7. Các món rau

- Nói chung, ít có món rau nào thật hợp với rượu, ta chỉ có thể cố gắng cho chúng cùng “tồn tại hòa bình”.

- Súp lơ, xu hào, rau muống, rau cải...: vang đỏ nhẹ Beaujolais hoặc vang đỏ nhẹ vùng Loire Valley.

- Khoai tây, khoai sọ...: vang đỏ tương đối đậm, Côtes de Provence, Côtes du Rhône, Languedoc - Roussillon.

- Cà chua nhồi thịt: Côtes de Provence đỏ, Valpolicella Italia, Pinot Noir Australia.

- Nấm xào thịt: vang đỏ Saint - Emilion (Bordeaux), Corbières, Saint - Chinian (Languedoc - Roussillon), Côtes de Provence, Côtes du Rhône.

8. Rượu và các món thịt

- Thịt lợn caramen: vang đỏ tương đối đậm, ít chất chát như Lirac, Vacqueyras (Rhône), Faugères (Languedoc - Roussillon), Montepulciano, Nero d'Avola (Italia), Pinotage (Nam Phi).

- Lợn sữa quay: vang đỏ nhẹ, Beaujolais, Anjou, Coteaux du Tricastin

- Bê: vang trắng đậm như Chablis Grand Cru (Bourgogne), Graves (Bordeaux), hoặc vang đỏ nhẹ.

- Gia cầm: vang trắng đậm hoặc vang đỏ nhẹ, trừ vịt, ngan, ngỗng quay (trong trường hợp này, dùng vang đỏ đậm Bordeaux, Bandol, Cahors).

- Bò bít tết: hợp với món này nhất là rượu vang đỏ vùng Côtes du Rhône như St Joseph, Hermitage, Cornas hay Côte

- Rôtie. Bạn cũng có thể dùng rượu Italia như Valpolicella hay Chianti hoặc rượu Australia hoặc rượu California đỏ.

- Bò sốt vang: hợp nhất là rượu vang đỏ vùng Bourgogne (Pháp). Nên để dành chai rượu mắc tiền lúc dùng món ăn đó (bạn không cần dùng loại rượu mắc tiền làm sốt vang).

- Bò nấu kiểu Nga (Stronganoff): nên dùng rượu vang đỏ vùng Côtes du Rhône như Lirac, Vacqueyras, Gigondas, rượu vang đỏ vùng Côtes de Provence hay rượu vang đỏ vùng Languedoc - Roussillon.

- Bò nấu kiểu Hungary (Goulash): dùng rượu vang đỏ Hung như loại máu bò (Eger Bikaver) hoặc rượu vang đỏ làm từ giống nho địa phương Kadarka.

- Bò bít tết tấm hạt tiêu: dùng rượu vang đỏ vùng Côtes du Rhône, rượu Côtes de Provence, rượu Languedoc

- Roussillon, hoặc rượu làm từ giống nho Shiraz (Australia), hoặc rượu làm từ giống nho Pinotage (Nam Phi).

- Bò xay Tartare: rượu hồng Tavel Côtes du Rhône, rượu hồng Côtes de Provence hoặc Languedoc - Roussillon, hoặc Sancerre đỏ (Pinot Noir) của vùng Loire Valley.

- Bò trộn xà lách: vang đỏ nhẹ, ít chất chát như vang vùng Loire Valley từ các giống nho Pinot Noir và Cabernet Franc, vùng Bourgogne từ các giống nho Pinot Noir và Gamay, rượu Montepulciano của Italia, rượu Argentine từ các giống nho Tempranillo và Bonarda.

9. Hải sản

Nói chung, các loại rượu vang trắng khô rất hợp với đồ hải sản, nhưng một số món sốt chua ngọt kèm theo lại đòi hỏi ta phải dùng đến rượu vang trắng đậm hoặc rượu hồng. Ví dụ:

- Mực xào: vang hồng Provence hoặc Languedoc - Roussillon.

- Sò, nghêu nướng: vang Bourgogne trắng, vang hồng.

- Tôm: vang trắng khô Muscadet, Sylvaner, Riesling, Entre - deux - Mers, Aligoté, Savoie.

- Tôm hùm: Sauvignon Blanc, Chenin (Pháp), Soave, Pinot Grigio (Italia).

- Cá sông: Muscadet, Sancerre, Pouilly - Fumé, Entre - deux - Mers, Graves

- Cá biển: Graves, Chablis Grand Cru, Hermitage, Chateauneuf - du - Pape, Cassis, Bandol.

10. Thịt rừng

Đặc điểm của các loại thịt này là có mùi hôi, phải làm kỹ. Thịt rừng rất hợp với vang đỏ đậm đặc, hương vị quý phái như Côtes de Nuits (Bourgogne), Pomerol, Pauillac (Bordeaux), Hermitage (Rhône), Barolo

(Italia), Penfolds (Australia)...

11. Các món tráng miệng

- Kem: nước khoáng.
- Bánh ga tô: champagne dịu (Demi - Sec) hoặc nửa ngọt (Doux).
- Chè thập cẩm, chè bà cốt: Coteaux du Layon, Jurancon, Sainte - Croix - du - Mont.
- Xà lát hoa quả: Muscat d'Alsace, Gewurtraminer thu hoạch muộn, Montbazillac, Moscato d'Asti (Italia), Moscatel (Tây Ban Nha).
- Kẹo lạc, mè xừng: rượu ngọt tự nhiên (Banyuls, Maury), Porto, Macvin (Jura).

X. CÁC MÙI ĐẶC TRƯNG CỦA RƯỢU VANG

1. Táo (Pomme - Apple)

Mùi táo là mùi rất đặc trưng cho nhiều loại rượu trắng của các vùng trồng nho ở Pháp, nhưng nếu mùi táo quá nhiều thì lại là khiếm khuyết. Tùy theo các giống nho và chất lượng nho mà hương vị táo chỉ thoáng thoảng hay rất đậm. Max Leglise phân biệt rõ mùi táo vàng (Golden) rất dễ nhận trong các loại rượu trắng mới hoặc đang trong giai đoạn lên men. Mùi này thường gặp trong rượu trắng vùng Savoie, rượu Muscadet hoặc nhiều rượu từ dòng nho Chardonnay trên thế giới. Mùi táo nữ hoàng (Rainette), thanh lịch hơn, thường thấy trong các loại champagne làm từ dòng nho Pinot Meunier, trong các rượu Chablis thượng hạng, trong rượu Meursault và trong một số rượu trắng vùng Bordeaux. Trái lại, mùi táo ửng trong rượu thường là dấu hiệu cảnh báo rượu đã bị lão hóa.



Mùi táo cũng thường gặp trong các rượu trắng vùng Bắc Rhône như Crozes - Hermitage và Condrieu. Giống nho Mauzac ở vùng Gaillac, Chenin hoặc Pineau de Loire ở vùng Loire Valley đều ít nhiều có vị táo vàng Golden.

2. Lê (Poire - Pear)

Cây lê, xuất xứ từ những khu rừng Châu Âu, đã được trồng trong vườn từ thời cổ xưa. Ngày nay có đến 1.500 giống lê, thịt trắng, tươi mát, giòn tan, ngọt lừ, tan biến trong miệng, tuyệt đỉnh với mùi vani chẳng hạn. Mùi lê cũng rất đặc biệt, vừa nhẹ nhàng vừa thanh tao. Trong nhiều loại vang trắng

ngọt danh tiếng vùng Loire Valley, ta không thể quên hương vị hài hòa giữa vị lê và vị mơ. Vị lê còn thấy trong các rượu ngọt vùng Bordeaux, trong một số rượu trắng Bourgogne nổi tiếng từ dòng nho Chardonnay và nhất là trong rượu champagne Blanc de Blancs (Chardonnay).



3. Nấm (Chanpignon - Mushroom)

Mối quan hệ giữa rượu vang và mùi nấm là điều tất nhiên, bởi các chất lên men hay nói khác đi là nấm đã góp phần tích cực trong việc chuyển hóa nước nho thành rượu. Tuy nhiên, không nên lầm lẫn giữa mùi nấm thanh tao, thoang thoảng ấy với mùi ẩm mốc khó chịu. Mùi ẩm mốc này thường do các thùng nuôi rượu không được tẩy rửa kỹ, hoặc là kết quả của nấm xám khi thu hoạch nho.



4. Chanh (Citron - Lemon)



Chanh là loại quả được dùng nhiều trong y học, trang trí bàn ăn và sử dụng trong các món ăn. Mùi chanh là một mùi rất tế nhị, nhưng hay bị lãng quên trong các cuộc thử nếm. Thế mà nó lại là mùi đặc trưng cho nhiều rượu trắng của Pháp, Australia, California và New Zealand từ dòng nho Sauvignon trắng. Mùi chanh cũng phổ biến trong các rượu champagne không tuổi (SA).

Mùi chanh có trong rượu Riesling vùng Alsace. Trong rượu Sauternes và các rượu Alsace chọn lựa kỹ càng (Selection de Grains Nobles), ta có cảm giác như đó là mùi mứt chanh trộn lẫn với mật ong và hoa quả nhiệt đới.

5. Anh Đào (Cerise - Cherry)



Mùi anh đào thường xuất hiện sau khi rượu đã được đóng chai khoảng 1 năm, không phải là mùi chủ đạo nhưng bao giờ cũng đem lại tính cách sang trọng, quyền quý, nhất là khi có thêm các mùi nho đen hay dâu tây trong các chai rượu Bourgogne vùng Côtes de Nuits. Loại anh đào hoang dã Griotte rất

đặc trưng cho hương vị rượu vùng Chambertin, bởi thế mà một trong những rượu vang danh tiếng ở đây mang ngay tên Griotte -Chambertin. Trong các rượu Porto trẻ thuộc những năm làm rượu đặc biệt thuận lợi (Vintage), cũng như trong rượu Cahors và Madiran thuộc vùng Tây - Nam nước Pháp, mùi anh đào chín nuột (burlat bien mure) rất rõ.

6. Mơ (Abricot - Appicot)

Mơ xuất hiện ở Trung Quốc ở trạng thái hoang dại, sau đó được người Ả-rập đem về trồng ở các nước quanh bờ biển Địa Trung Hải. Mùi mơ thật thanh tao, sang trọng, quý phái. Khi mới chín thì thoang thoảng, chín nuột trên cây thì mời mọc, kêu gọi, chín khô rồi vẫn giữ nguyên hương vị ngọt ngào, đậm mà không thô, béo mà không ngấy. Ta thường gặp vị mơ trong rượu Condrieu từ dòng nho Viognier, hay trong các rượu ngọt Bordeaux như Sauternes, Barsac, Cérons, Sainte - Croix - du - Mont và Loupiac. Tại Loire Valley, vị mơ tiềm ẩn trong rượu ngọt Quarts de Chaume.



7. Vải Thiều (Lichi - Lychee)

Vải thiều được trồng nhiều ở Trung Quốc, Ấn Độ, Việt Nam và Đông Nam Á. Trong rượu vang, mùi vải thiều thường gặp nhất với giống nho Gewurztraminer vùng Alsace, đặc biệt với rượu Gewurztraminer chọn

kỹ (selection de grains nobles) hay thu hoạch muộn (vendanges tardives). Phối hợp với mùi hoa hồng có sẵn trong rượu Gewurztraminer, mùi vải thiều tạo nên một bản hòa tấu tuyệt vời mà các nốt nhạc là âm hưởng của mùi hoa quả: những năm nắng nóng, mùi quả thật nhiều, còn khi trời mát mẻ, mùi hoa chiếm ưu thế.



8. Dưa bở (Melon - Melon)



Dưa
bở, cũng
như bí

đỏ, là một loại cây leo có nguồn gốc từ Châu Á, sau đó được đưa về trồng tại nhà nghỉ của các Giáo Hoàng ở Cantaluppo, gần Rome (Italia), vì thế mà thành tên dưa Cantaloup rất được người sành ăn mến mộ. Dưa bở là một tặng vật quý của thiên nhiên vào mùa hè, với màu vàng nhạt hoặc đậm tùy theo độ chín, với mùi thơm nồng nàn, càng ăn càng đỡ khát và khoẻ người ra. Mùi dưa bở thường gặp trong các loại rượu ngọt của Áo làm từ các giống nho Welschriesling và Bouvier, trong rượu Chardonnay của Australia và thỉnh thoảng trong các rượu Chardonnay miền Nam nước Pháp.

9. Nho Muscat (Muscat - Muscat)

Ngoài vị thanh ngọt, nho Muscat có mùi pha trộn giữa hạt rau mùi, hoa hồng leo và quế. Các dòng nho Muscat chính là: Muscat trắng, Muscat hồng hay còn gọi là “Muscat chùm nhỏ - Muscat à petits grains”, Muscadelle thường được trộn lẫn với các dòng Semillon và Sauvignon ở vùng Tây Nam, hay dòng nho Aleatico ở Italia, tuy là nho đỏ nhưng khá ngọt và đầy hương vị thơm ngon.

Nho Muscat không chỉ nổi tiếng ở vùng Alsace mà còn rất thành công ở Australia cũng như ở Áo. Mùi nho Muscat, như Eric Verdier khẳng định, còn có trong một số lô rượu Montrachet, nhất là ở địa danh “khấp khểnh như răng chó - en dents de chien”.

10. Dứa (Ananas - Pineapple)

Dứa có nguồn gốc từ Brazil, vị ngọt, thơm, có thể dùng ăn tươi hoặc xào, nấu với thức ăn, rất có lợi cho tiêu hóa, chẳng thế mà các chuyên gia thử nếm rượu thường dùng dứa sau những buổi yến tiệc linh đình hoặc thử nếm mệt mỏi.



Mùi dứa tươi thường có trong rượu trẻ. Mùi dứa chín nứt nẻ có trong rượu ngọt. Mùi này có được do tác động của nấm quý tộc *Botrytis Cinerea* trên nho Sémillon.

Mùi dứa trong rượu Riesling hay pha với mùi chanh, còn trong rượu Gewurztraminer thì lẫn với mùi vải thiều.

Ta cũng gặp mùi dứa trong các rượu vang danh tiếng vùng Bourgogne, trong những năm nắng nóng, hay trong rượu Chardonnay ở Australia và

California.

11. Bưởi (Pamplemousse - Grapefruit)

Có nguồn gốc từ Malaysia, bưởi là loại chanh lớn nhất. Khi lai với cam ta sẽ có Pomelos hay Grapefruits. Chua dòn dốt, ít đắng, bưởi thường được ăn trước khi dùng cơm nhằm kích thích tiêu hóa.

Nếu ai tinh ý một chút sẽ thấy trong vị bưởi có chút mùi lưu huỳnh, mùi này rất dễ nhận trong các chai vang trắng trẻ, tươi mát, nhiều chất chua. Mùi bưởi thường gặp trong rượu Riesling; nó cũng để lại dấu ấn đậm nét trong rượu Sancerre và Pouilly - Fume (nho Sauvignon vùng Loire Valley), hay rượu Sauvignon của New Zealand và California.



12. Cam (Orange - Orange)

Xuất xứ từ Trung Quốc và Ấn Độ, cam đã được Vasco de Gama đưa về Bồ Đào Nha.

Màu cam vàng rực trên các quầy hàng ở các chợ Châu Âu trong các mùa đông giá buốt làm cho lòng ta ấm lại, cũng như nước cam vắt tươi mát, bổ, đầy vitamin đã trở thành một thứ đồ uống quốc tế không thể thiếu. Nước hoa cam cũng được sử dụng rất nhiều trong công nghệ làm bánh ngọt.



Nếu như mùi cam ít gặp trong rượu đỏ thì nó thể hiện khá rõ trong rượu Sauternes từ dòng nho Sémillon bị nấm quý tộc tấn công. Rượu ngọt Muscat Saint Jean de Minervois, trong những năm có nhiều ánh nắng mặt trời và rượu Museum của nhà làm rượu Yalumba (Australia) cũng thường xuyên có hương vị vỏ cam.

13. Chuối (Banane - Banana)

Xuất xứ từ Châu Á, được người Ấn Độ coi là “trái cấm địa đàng” như người Thiên Chúa Giáo với trái táo, chuối được trồng ở khắp nơi. Mùi chuối, gần giống như mùi kẹo hơi chua, thường gặp trong các rượu trắng và đỏ “mới - Vins de Primeur”.

Mùi chuối được tạo ra khi làm rượu ở nhiệt độ thấp, trong bồn kín, không có sự tiếp xúc với khí oxy và vì thế quá trình tạo khí CO₂ rất nhiều. Rượu vang mang vị “chuối” thường không giữ được lâu, mùi chuối cũng chóng bay hơi, nhưng khi còn “mới”, rượu này rất được ưa chuộng.



Không chỉ có trong các loại rượu “mới”, nhiều giống nho cũng ít nhiều mang hương vị này: Gamay, Syrah, Chardonnay. Vì thế, ta cũng không nên ngạc nhiên khi thấy vị chuối trong các rượu Macon đỏ, trắng và nhất là trong rượu Beaujolais và Gamay

de Touraine (Loire Valley).

14. Quả coing (Coing - Quince)



Quả coing có nguồn gốc ở thành phố Cydon trên đảo Crète (Hy Lạp). Khi còn xanh quả coing rất chát, nhưng khi chín tỏa ra mùi thơm nhẹ đầy sức quyến rũ. Mùi quả coing thường gặp trong các loại rượu ngọt và rượu mùi có từ 10 năm tuổi trở lên như Vouvray, Montlouis và Coteaux du Layon từ

dòng nho Chenin. Những rượu này thường có mùi hoa keo, nho chín, hoa Tilleul, hạnh nhân và quả coing. Ngoài ra, mùi quả coing cũng rất đặc trưng cho rượu Sauternes cao tuổi, rượu Pinot Gris thu hoạch muộn của vùng Alsace, rượu làm từ nho để chín khô và nho thu hoạch trên tuyết (Vin de Glace) rất nổi tiếng của Đức.

15. Dâu tây (Fraise - Strawberry)

Trong rượu vang ta thường thấy mùi dâu tây tươi mới hái trong rượu hồng (Tavel, Lirac) và rượu đỏ mới, cũng như trong rượu Saumur Champigny, cùng với mùi phúc bồn tử (Framboise). Mùi dâu tây rất chín, nẫu nuốt, mùi mứt dâu tây, là một thứ mùi thanh cao hay gặp trong rượu Porto và rượu Banyuls, nhưng cũng không hiếm trong các rượu đỏ cổ truyền vùng Bourgogne (Cotes de Nuits, Nuits - Saint - Georges và Morey - Saint - Denis), vùng Bordeaux (Saint - Julien) và rượu Italia.



16. Phúc bồn tử (Framboise - Raspberry)

Phúc bồn tử, vốn trong trạng thái cây bụi hoang dã, đã được thuần hóa và trồng trong vườn.



Đây là mùi sơ khai có trong nhiều loại rượu đỏ mới. Trong các rượu cao tuổi, mùi phúc bồn tử sẽ phối hợp cùng mùi nho đen tạo nên những âm hưởng tuyệt vời.

Ở vùng Bourgogne, mùi phúc bồn tử được coi là thứ mùi đặc trưng cho Echezeaux. Trong rượu Bordeaux, mùi này do dòng nho Cabernet Franc đem lại. Chính vì thế

mà mùi này có nhiều trong rượu Bourgueil và Chinon. Rượu Côte - Rôtie vùng Côtes du Rhône cũng có mùi phúc bồn tử. Sau cùng, đây cũng là mùi đặc trưng cho rượu Cabernet Sauvignon vùng Toscane (Italia) và rượu Zinfandel vùng California.

17. Đào (Pêche - Peach)

Các nhà thực vật học cho rằng đào có nguồn gốc từ Trung Quốc là nơi những cánh đào phai đã làm không biết bao nghệ sĩ phải cầm bút vẽ nên những tác phẩm tuyệt vời. Từ thời cổ xưa đến nay, ở Trung Quốc, hoa hồng và hoa đào bao giờ cũng được coi là biểu tượng của sắc đẹp và tuổi trẻ.



Mùi đào, cũng như mùi hoa Violette, là những mùi quý phái, ít gặp. Mùi đào làm ta liên tưởng đến rượu trắng Pessac - Leognan mềm mại, uyển chuyển. Rượu trắng lãnh địa Chevalier nổi tiếng trên thế giới vì mùi đào trắng thanh khiết pha lẫn mùi Verveine. Trong Côtes du Rhône, giống nho Marsanne đưa mùi đào vào rượu Hermitage. Trong Loire Valley, mùi này có trong rượu Savennières. Ở vùng Champagne, mùi này có trong rượu champagne Louis Roederer Cristal. Mùi đào còn có trong rượu ngọt Saussignac, trong rượu Gewurztraminer nho lựa kỹ và nho thu hoạch muộn. Bên Italia, mùi đào có trong rượu Moscato d'Asti và rượu Passito di Pantelleria làm từ dòng nho Muscat.

18. Nho chua (Groseille - Redcunant)

Quả nho chua được các nhà thực vật học xếp vào dòng nho đen (Cassis),

tuy mùi vị của hai loại quả này hoàn toàn khác nhau.

Mùi của quả nho chua thanh và mát hơn quả Cassis.

Mùi quả nho chua thường gặp trong rượu làm từ nho Cot (Malbec) vùng Loire Valley và nho Auxerrois (Malbec) vùng Cahors.



19. Nho đen (Cassis - Blackcunant)



Từ nước quả nho đen ta thu được một loại rượu mùi nổi tiếng ở thành phố Dijon và mứt quả nho đen cũng không kém phần nổi tiếng. Khi thử nếm, mùi nho đen là mùi đặc trưng cho nho chín kỹ và được lựa tốt. Màu sắc đậm đặc của rượu vang đỏ cũng là một tiêu chí nói lên nhiều khả năng trong rượu sẽ có mùi nho đen. Mùi nho đen nồng nàn

đầy tính chất hoa quả trong rượu vang đỏ cũng khác mùi mâm nho đen được vò nát rất đặc trưng cho rượu vang trắng làm từ dòng nho Sauvignon.

Mùi nho đen có nhiều trong rượu vang đỏ Bourgogne từ dòng nho Pinot Noir trồng trên đất đá vôi. Mùi này rất ổn định, thanh lịch mà không lộ liễu.

Trong rượu vang đỏ Bordeaux, mùi nho đen có trong rượu Médoc. Khi còn trẻ, rượu Margaux cũng mang mùi nho đen tươi mát. Trong rượu Pauillac, mùi nho đen quyện với mùi hoa violette tạo nên hương vị khiến nhiều đệ tử của thần Bacchus đắm say.

20. Việt quất (Myrtille - Billerry)

Cũng như quả sim tím ở Việt Nam, quả việt quất, hay còn gọi là quả nho rừng có rất nhiều ở các vùng đồi lúp xúp ở Châu Âu. Ở Pháp, quả việt quất có nhiều trong rừng núi Alpes, ở vùng Jura, vùng Auvergne và vùng Vosges. Lúc chín, quả việt quất có màu tím xanh, ngoài vỏ phơn phớt một lớp bụi phấn trắng.



Mùi việt quất khó đoán nhận hơn nhiều so với mùi dâu tằm hoặc nho đen.

Nói chung, mùi việt quất thường có trong rượu Bordeaux từ dòng nho Cabernet Sauvignon vùng Médoc và Pessac - Léognan. Mùi này cũng có trong rượu Bandol từ dòng nho Mouvedre, trong rượu Crozes - Hermitage và rượu Cornas vùng Côtes du Rhône, cũng như trong rượu Australia từ dòng nho Syrah, trong rượu Chile và rượu California.

21. Dâu tằm (Mure -

Blackberry)

Không nên nhầm lẫn giữa dâu tằm còn gọi là dâu hoang dại với quả mâm xôi (cáo rất thích ăn loại quả này).

Mùi dâu tằm khá giống mùi dâu tây, nho đen và nho chua (Groseille), với chút hơi hướng hạt tiêu hoặc mùi da lông thú.

Mùi dâu tằm có nhiều trong các loại vang đỏ làm từ các dòng nho Syrah, Tannat, Malbec, Négrette và Cabernet Sauvignon trồng trên một số thổ nhưỡng nhất định. Âm hưởng của mùi dâu tằm rất đậm nét trong rượu Côte Rôtie và các rượu Australia nổi tiếng từ dòng nho Syrah.

Mùi dâu tằm cũng ý hợp tâm đầu với mùi gỗ sồi nếu mùi gỗ sồi không nặng quá.



22. Hoa keo (Acacia - Acacia)

Hoa keo có mùi thơm đặc biệt, gần như ngọt ngào, đầy nữ tính.

Mùi hoa keo rất đặc trưng cho các rượu vùng Bourgogne từ dòng nho Chardonnay như Chablis, Macon trắng và Puligny - Montrachet. Mùi hoa

keo cũng thường gặp trong các rượu trắng Australia và California.

Nồng nàn trong rượu Hermitage làm từ giống nho Marsanne, mùi hoa keo nằm trong một tổng thể hài hòa giữa mùi mật ong, mùi mứt cam và hoa đoan (tilleul) trong rượu ngọt Sauternes.



Trong rượu Anjou và Touraine như Vouvray và Montlouis, mùi hoa keo quyện chặt mùi hạnh nhân và hạt dẻ tươi.

23. Hoa hồng (Rose - Rose)



“Phải là tửu đồ mới có thể hiểu ngôn ngữ của rượu vang và hoa hồng “thi sĩ và nhà toán học Ba Tư nổi tiếng Khay am từng nói. Hiểu nôm na theo tiếng Việt là “tửu sắc tương liên”.

Cần có ít nhất 3 tấn cánh hoa hồng Bulgary hoặc miền Trung nước Pháp để sản xuất ra 1kg tinh chất hoa hồng dùng trong công nghiệp nước hoa.

Đối với vang đỏ, mùi hoa hồng thường gặp trong các loại rượu nổi tiếng cao tuổi. Chẳng hạn như các rượu lừng danh Pauillac và Margaux vốn là niềm kiêu hãnh của người dân ở đây với các mùi hoa hồng, hoa tím (Violette) và hoa đuôi diều (Iris).

Ở vùng Bourgogne, rượu Clos des Mouches nổi danh bởi mùi hạnh nhân, hoa hồng, anh đào và dâu tây.

Mùi hoa hồng cũng có trong rượu Gerwurztraminer, trong rượu vang Áo, và nhất là trong rượu ngọt nổi tiếng thế giới từ dòng nho Muscat: Muscat Beaumes - de - Venise (Côtes du Rhône).

24. Hoa tím (Violette - Violet)

Mùi hoa tím, vừa mạnh vừa kín đáo, là một trong những thứ mùi dễ nhận trong rượu vang.

Mùi này có trong rượu Romanée-Conti và Musigny (Bourgogne); Pauillac, Margaux, Saint Julien, Saint Estèphe và phần nào kín đáo hơn trong rượu Pomerol (Bordeaux); Chinon (Loire Valley). Rượu Barbaresco của Italia càng để lâu thì mùi hoa tím càng nồng nàn.



Những năm nhiều ánh nắng, ta cũng có thể gặp mùi hoa tím trong rượu Condrieu và Château Grillet (Côtes du Rhône) từ giống nho Viognier.

25. Đào gai (Aubépine - Hawthorn)



Đào gai thuộc về họ đào, lê tuy sống trong trạng thái nửa hoang dại. Trong chúng ta ít ai lại không để ý đến mùi đào gai đọng đầy những khoảng không tràn ngập ánh nắng đầu xuân.

Mùi đào gai có gì đó gợi mùi hạnh nhân hay mùi hồi 5 cánh Châu Á. Mùi đào gai thường gặp trong rượu vang trắng từ dòng nho Chardonnay, nhất là rượu Chablis, Montrachet và trong nhiều loại rượu champagne. Đây cũng là mùi thường gặp trong các rượu vang trắng Australia và California từ dòng nho Chardonnay.

Cá biệt, một số loại vang đỏ cũng có mùi đào gai như rượu Chambertin và rượu Echezeaux (Bourgogne).

26. Hoa đoạn (Tilleul - Linden)

Cây đoạn cành lá xum xuê, thường được gọi là “cây chè Châu Âu” với nhiều công dụng y dược, nở hoa vào tháng 6 hoặc tháng 7. Hoa đoạn chóng nở, chóng tàn, nhưng ai đã ngửi một lần thì chắc sẽ không thể nào quên mùi hương nồng nàn, thanh tao ấy.

Mùi hoa đoạn cũng lại rất ngọt ngào, vì thế hoa đoạn thường được so

sánh với hoa keo và mùi mật ong.

Các loại vang trắng Anjou, từ dòng nho Chenin, rất đặc trưng cho hương vị hoa đoan, thỉnh thoảng có pha chút mùi hoa keo. Đó là rượu Quarts - de - Chaume, rượu Savennieres và rượu Savennières - Coulée - de - Serrant.

Ở vùng Bordeaux, mùi hoa đoan quện với mùi hoa keo và mật ong trong rượu Sauternes, nhưng cũng có hơi hướng trong các loại vang trắng mà thành phần nho Sauvignon là chính. Ở vùng Alsace, mùi hoa đoan có trong rượu Riesling, hòa với mùi hoa keo và hoa cam, cũng như trong rượu Muscat. Ở vùng

Savoie, giống nho Jacquère cho các loại vang trắng với mùi hoa đoan và mùi cỏ ngái. Ở Hungary có giống nho tên là “Harslevelu”, có nghĩa là “lá cây đoan”. Giống nho này cho một loại rượu trắng ngọt, béo và đậm đặc với hương hoa đoan.



27. Mầm cây nho đen (Bourgeon de Cassis - Blackcunant Bud)

Nếu bạn có dịp gặp trên đường một cây nho đen thì hãy dừng chốc lát để vò nát một mầm nho đen non giữa hai ngón tay. Cái mùi ngai ngái tuyệt vời ấy gợi cho bạn nhớ lại mùi cây buis hay cây Valériane. Trong các rượu vang trắng dòng Sauvignon, mùi này rất đặc trưng, nhưng cũng nên phân biệt giữa cái mùi thanh tao trộn lẫn ít nhiều vị ngọt ấy với mùi ngai ngái khó chịu của cái mà ta gọi là “mùi nước đá mè”.

Mùi mầm cây nho đen có nhiều trong rượu trắng Pessac - Léognan, ít hơn chút đỉnh trong rượu Entre - Deux - Mers. Mùi này cũng có trong rượu “Pavillon Blanc” của Château Margaux.

Ở vùng Loire Valley, ta gặp mùi nho



đen trong các rượu Sancerre và Pouilly - Fumé, nhưng mùi này cũng có nhiều trong rượu trắng California và New Zealand từ dòng nho Sauvignon.

28. Mùi ớt xanh ngọt (Poivron - Green Peppe)



Ớt ngọt là một loại ớt quả to có màu xanh hay đỏ tươi khi chín, ngọt dòn dốt chứ không cay.

Cũng nên phân biệt mùi ớt ngọt với mùi cỏ ngái do việc lựa nho không được kỹ, để lẫn nhiều nho xanh đem lại.

Mùi ớt ngọt đặc trưng cho nhiều loại rượu đỏ từ dòng Cabernet Franc và dòng Cabernet Sauvignon. Lẽ tất nhiên là mùi này có nhiều trong các rượu Bordeaux và Loire Valley trẻ, nhưng cũng không hiếm gặp trong các rượu California, Australia và New Zealand từ dòng nho Cabernet Sauvignon.

Ở vùng Bordeaux, mùi ớt ngọt thanh tao có trong rượu Graves và Pessac - Leognan nơi mà thành phần nho Cabernet Franc trong rượu chiếm đa số, nhưng cũng có trong rượu Medoc, nhất là năm 1986 là một năm rất tốt cho giống nho Cabernet Sauvignon. Các rượu vang đỏ Chinon, Bourgueil và Touraine đều ít nhiều tiềm ẩn mùi này.

29. Mật ong (Miel - Honey)

Trong kinh thánh, mật ong và rượu vang là biểu tượng của giàu sang phú quý và niềm vui sống. Nhưng trong thực tế, rượu vang trắng cũng thường được pha thêm mật ong trước khi ủ men như rượu Mulsum của người La Mã hay rượu Oinoméli của người Hy Lạp.

Mùi mật ong luôn được gắn với mùi hoa (hoa keo) hoặc mùi quả (quả mơ chín khô). Hỗn hợp mùi đó khá kỳ lạ, nó là một cái gì giữa mùi hoa và mùi sáp ong, thậm chí có cả mùi da lông thú.



Mùi mật ong có nhiều trong các loại rượu trắng ngọt hoặc rượu mùi làm từ nho bị nấm quý tộc tấn công (botrytis cinerea) hoặc nho chín muộn

(vendanges tardives). Ví dụ như rượu Sauternes, Barsac, Montbazillac, Jurancon, Quarts - de - Chaume và các loại rượu ngọt Alsace, Đức, Áo, Canada...

Các loại rượu trắng lừng danh vùng Bourgogne như Montrachet, Mersault và Corton - Charlemagne cũng ít nhiều mang hương vị mật ong.

30. Nhựa thông (Pin - Pipe)



“Mùi nhựa thông là một mùi hăng hắc nhưng không phải là không tinh tế. Ta thường gặp mùi này trong các loại rượu đỏ làm từ nho trồng trên đất pha cát, nhất là vùng Médoc. Phải là những chuyên gia giàu kinh nghiệm mới có thể phát hiện và đánh giá cao thứ mùi tinh tế này” Max

Léglise, một chuyên gia thử nếm rượu Pháp nổi tiếng, nhận định.

Mùi nhựa thông sẽ rất tuyệt vời nếu kèm theo nó là mùi các loại thảo cỏ miền Nam Châu Âu như Thym (húng tây), Laurier (nguyệt quế), thì là (Anis). Ta thường gặp mùi nhựa thông trong nhiều loại rượu từ dòng nho Cabernet - Sauvignon, nhưng mùi này cũng có trong rượu Bandol từ dòng nho Mourvèdre hay rượu đảo Corse.

Ở Italia, ta gặp mùi nhựa thông trong rượu Valtelina, trong rượu Chianti Classico hay rượu Toscane làm từ nho Cabernet - Sauvignon.

Một loại rượu Hy Lạp vừa nổi tiếng vừa đại chúng, rượu Retsina, được pha thêm nhựa thông Alep trong quá trình lên men, sau đó phần nhựa không tan đọng xuống đáy sẽ được rút ra khi nhà làm rượu lọc cặn.

31. Mùi gỗ tùng (Cèdre - Cedan)

Hẳn ai trong chúng ta cũng biết đến cây tùng Liban, nổi tiếng đến mức trở thành biểu tượng quốc gia. Người anh em của nó, cây tùng Atlas ở Maroc, có thể đạt đến độ cao 50m trong vùng núi Atlas. Giống tùng được nhập và trồng nhiều ở Châu Âu hiện nay là giống tùng có lá màu xanh da trời bàng bạc, có tên khoa học là “Glauca”.

Mùi gỗ tùng có tác dụng chống mối! Mùi này khá giống mùi vỏ cây bút chì khi ta gọt bút chì. Mùi gỗ tùng là mùi quốc tế, đặc trưng cho dòng nho Cabernet - Sauvignon. Trong rượu vang đỏ nổi tiếng Château Lafite

Rothschild, mùi gỗ tùng không lẫn át các hương vị khác mà hòa nhập với các hương vị khác để trở thành một tổng thể hài hòa ta thường gọi là “chùm hương - Bouquet”.



32. Hạnh nhân (Amande - Almond)



Quả hạnh nhân đã được biết đến từ gần 4.000 năm nay. Mùi tinh dầu hạnh nhân có được nhờ việc chưng cất hạt hạnh nhân đắng và các loại quả có hạt khác như đào, mận, anh đào...

Hạnh nhân đắng có một mùi đặc biệt na ná như mùi cồn dán công nghiệp, mùi sirô Orgeat hay mùi Nitrobenzène. Mùi này cũng khá giống mùi bột dẻo hạnh nhân hoặc mùi “Marzipan” là nhân bột hạnh nhân trong bánh nướng Galette des Rois.

Trong các rượu vang đỏ trẻ, mùi hạnh nhân chuyển hóa theo dạng mà các chuyên gia thử nếm gọi là “mùi hạt” chưng cất, quyến với mùi thảo mộc.

Mùi này có nhiều trong các loại vang đỏ làm từ dòng nho Cabernet Franc và Cabernet Sauvignon, dù là rượu Chinon vùng Loire Valley hay rượu vang Bordeaux.

Trong vang trắng, mùi hạnh nhân có trong rượu Champagne Blanc de Blancs, trong rượu Chablis (Bourgogne) và trong rượu California từ dòng nho Chardonnay.

Thỉnh thoảng, ta có thể gặp mùi hạnh nhân trong rượu vang đỏ Gevrey - Chambertin (Bourgogne), trong một số rượu vang đỏ Italia và có hơi hướng trong rượu Tây Ban Nha Fino de Jerez.

33. Mận sấy khô (Pruneau - Prune)

Sau khi thu hoạch, mận được đưa vào lò sấy để rồi sau đó những túi mận sấy Agen nổi tiếng với hương vị ngọt ngào được chuyển đi khắp nước Pháp và trên toàn thế giới.

Mùi mận sấy khô có nhiều trong các rượu vang đỏ cao tuổi và trong các

loại rượu pha thêm rượu mạnh trước hoặc trong quá trình lên men (Porto, Maury, Banyuls). Mùi mận sấy khô mạnh và nồng nàn hơn mùi mận chín; mùi này tạo cho ta cảm giác rằng rượu sẽ trở nên mạnh mẽ và quyến rũ hơn.

Mùi mận chín có nhiều trong các loại vang đỏ làm từ dòng nho Grenache, Carrignan và Auxerrois, giống nho làm rượu Cahors. Nhìn chung, mùi mận chín là biểu tượng của mùi nho rất chín trong những loại rượu vang có

độ đặc sánh và độ cồn cao, sản xuất trong những năm có nhiều ánh nắng mặt trời.

Điều này lý giải tại sao mùi

mận chín có nhiều trong rượu vang đỏ California và rượu Australia làm từ dòng nho Syrah. Riêng trong rượu Cahors, đó là một tổng thể các mùi mận nâu chín, nghiền nhừ và mứt quả mận. Rượu Chateauneuf - du - Pape (Côtes du Rhône) và rượu Corbières cũng có thể có mùi mận chín. Nhưng duy nhất chỉ có rượu Château Latour (Pauillac), trong những năm đặc biệt thuận lợi như năm 1959, mới tạo cho ta cảm giác mùi mận chín ở mức độ tuyệt đỉnh.



34. Quả óc chó (Noix - Walnut)

Cây óc chó (noyer) được người La Mã đưa đi trồng khắp các nước Châu Âu theo dấu chân các đoàn quân chinh phạt. Gỗ cây óc chó được dùng đóng giường, tủ, bàn, ghế, còn quả cây óc chó, trông giống như một trái tim thu nhỏ, thực sự là một kiệt tác trong giới thực vật.

Quả óc chó có rất nhiều chất dinh dưỡng. Cả khi đã khô, mùi vị nguyên thủy của quả óc chó vẫn không bị mất đi. Từ quả óc chó sấy khô ta có thể thu được dầu óc chó được sử dụng rất nhiều trong xà lách trộn dầu giấm.



Rượu vang vàng vùng Jura và rượu Château - Châlon là những minh chứng hùng hồn cho mùi quả óc chó. Rượu vang vàng, được làm với giống nho Savagnin (hay còn gọi là Naturé) tại 4 xã của vùng Jura, đòi hỏi những điều kiện đặc biệt như chất đất, hướng ruộng nho (quay về phía Nam để tránh gió lạnh) và nhất là cách làm rượu kiên trì: rượu phải

nuôi mát 6 năm trong thùng, không cho thêm rượu mới, dưới một lớp màng

đặc biệt do vi khuẩn tạo nên (la Fleur) bảo vệ không cho rượu tiếp xúc với không khí và đưa lại cho rượu mùi quả óc chó rất đặc trưng. Một khi đã được đóng vào chai cũng đặc biệt vì chỉ chứa 62cl, rượu này có thể giữ được 100 năm mà vẫn giữ nguyên hương vị.

Chúng ta cũng có thể tìm lại hương vị này ở miền Nam Tây Ban Nha, trong loại rượu nổi tiếng Xérès hay còn gọi là Sherry theo cách gọi của người Anh. Khác với rượu Château - Châlon, rượu Xérès thường có độ cồn cao hơn và mang nhiều khoáng chất. Ngoài ra, các loại rượu vang trắng California và Australia không đưa thêm khí sunfuric để khử trùng, cũng như rượu Johannisberg của Đức và rượu Madère của Bồ Đào Nha có thể có mùi quả óc chó.

35. Nấm đen (Truffe - Truffle)

Loại nấm mọc chìm dưới mặt đất này, vốn được coi là “viên kim cương” của văn hóa ẩm thực Pháp, có thể ăn sống hay nấu chín, rất hợp với một số cây, nhất là cây sồi. Có hai loại, nấm đen được ưa chuộng hơn cả là nấm trắng, thường có ở vùng Piémont thuộc Italia, và “nấm



đen Périgord”, không chỉ mọc ở vùng này mà còn có mặt ở nhiều nơi khác. Tuy nhiên, chỉ ở vùng Périgord nấm đen mới có hương vị đặc thù. “Rượu ngon, nấm tuyệt” một câu thành ngữ Pháp từng nói. Mùi nấm đen thường gắn với rượu để lâu năm. Với những rượu Bordeaux nổi tiếng từ dòng nho Merlot như ở các địa danh Pomerol và Saint Emilion, mùi nấm đen ngự trị như một hoàng đế: đó là sự thật đối với các rượu danh bất hư truyền Pétrus và Château Trotanoy. Mùi nấm đen cũng có trong một vài rượu nổi tiếng vùng Médoc và Pessac - Leognan (năm 1966 chẳng hạn).

Ở vùng Bourgogne, mùi nấm đen có trong rượu La Tâche và ở một mức độ thấp hơn trong những rượu Pommard, Musigny và Clos de Vougeot cao tuổi. Mùi nấm đen quyến với mùi gia vị của rượu Chateauneuf - du - Pape và mùi quả đỏ của rượu Gigondas. Cũng không phải là hiếm nếu bạn gặp mùi này với rượu Cahors là một trong những vùng sản xuất nấm đen lớn của Pháp. Mùi nấm đen còn nồng nàn hơn nữa với rượu Barolo và rượu Brunello de Montalcino là hai loại rượu nổi tiếng của Italia.

36. Hạt dẻ nướng (Noisette Grillée - Roasted Hazelnut)



Mùi hạt dẻ nướng vừa thơm vừa ngọt béo thường gặp trong các rượu vang trắng từ dòng nho Chardonnay như rượu Meursault, trong các rượu Champagne cao tuổi, nhất là rượu Champagne Blanc de Blancs. Các rượu vang trắng California nổi tiếng từ dòng Chardonnay, cũng như các vang trắng Argentina trồng trên cao nguyên đều có mùi

hạt dẻ nướng.

Trong Loire Valley, mùi hạt dẻ nướng có trong rượu Montlouis và Vouvray. Trong Côtes du Rhône, rượu Crozes - Hermitage và Saint Péray ít nhiều có mùi này. Trong vùng Jura, mùi hạt dẻ nướng và mùi quả óc chó rất đặc trưng cho rượu Château - Châlon nổi tiếng. Sang đến Tây Ban Nha, rượu Jerez Amontillado cũng nồng nàn mùi hạt dẻ nướng.

37. Mùi bánh mì cháy (Pain Grillé - Toasted Bread)

Khi bạn nướng bánh mì cho bữa ăn sáng, hãy bạn chú ý đến độ nướng, từ màu vàng rộm đến màu cháy nâu đen. Khi bạn đưa miếng bánh mì nướng vào miệng, bạn sẽ có cảm giác giòn tan với những hương vị khen khét mà vẫn tuyệt vời dưới lớp bơ vàng óng mịn màng và lớp mút quả ngọt ngào, cùng ly cà phê bốc hơi nghi ngút. Một khoảng khắc tuyệt vời, hy hữu trước khi bắt đầu một ngày làm việc mới.



Mùi bánh mì cháy và mùi bơ tươi thường gặp trong các rượu vang trắng Bourgogne nổi tiếng, cũng như trong rượu vang trắng California và Australia. Trong rượu Champagne cao tuổi, mùi bánh mì nướng thường đi kèm với mùi cà phê cháy.

Nói chung, mùi này thường có trong rượu vang trắng, nhưng nhiều khi bạn cũng gặp trong một số rượu vang đỏ làm từ nho Cabernet - Sauvignon và nuôi trong thùng gỗ sồi mới.

38. Mùi hạnh nhân cháy (Amande Grillée - Roasted Almonds)

Mùi hạnh nhân cháy là một mùi thường gặp khi bạn thử nếm rượu vang trắng. Trong số những rượu vang trắng Bourgogne nổi tiếng, phải kể đến rượu Meursault, Chassagne - Montrachet, Corton - Charlemagne và Chablis.

Trong rượu Champagne, mùi hạnh nhân cháy thường do việc nuôi rượu trong thùng gỗ sồi mới đem lại. Ở California (Napa Valley) và Australia (Hunter Valley), các rượu vang trắng từ dòng nho Chardonnay ít nhiều có mùi hạnh nhân cháy.

Mùi này cũng có trong rượu Crépy (Savoie), Château - Grillet (Rhône Valley), Muscadet và Vouvray (Loire Valley). Rượu Soave, một trong những rượu vang trắng khô nổi tiếng nhất Italia, được biết đến như một biểu tượng của mùi hạnh nhân cháy trong vang trắng.

39. Mùi cam thảo (Régline - Licorice)



Cam thảo, còn được gọi là “gỗ mềm” hoặc “rễ ngọt”, có nguồn gốc từ Đông - Nam Châu Âu và Tiểu Á. Từ rễ cam thảo người ta chiết xuất ra tinh dầu cam thảo, dùng nhiều trong bánh kẹo. Chẳng hạn ở Pháp, có kẹo “Zan” và

“Cachous” dùng vị cam thảo.

Tùy theo chất đất mà vị chát của các dòng nho Merlot, Cabernet - Sauvignon, Pinot Noir hoặc Mourvèdre sẽ phối hợp cùng mùi gỗ sồi để tạo ra mùi cam thảo. Mùi này nhiều hay ít còn tùy thuộc vào độ đốt của thùng gỗ sồi. Ta thường gặp mùi cam thảo trong nhiều loại Bordeaux. Ở Bourgogne, mùi này có trong rượu Gevrey - Chambertin và Clos de Vougeot.

Trong Côtes du Rhône và vùng Provence, mùi cam thảo có trong rượu Hermitage, Chateauneuf - du - Pape và Bandol.

Nhưng có lẽ chỉ trong rượu Porto mùi cam thảo mới phát huy được hết tính ưu việt.

40. Mùi vani (Vanille - Vanilla)

Cây vani là một loại phong lan có nguồn gốc từ Mexico. Từ cây này người ta thu được quả vani có hình dũa, mùi rất thơm, được toàn thế giới ưa chuộng.

Người ta hái khi quả vani còn xanh, đắng và không có mùi vị, sau đó đem phơi hoặc sấy khô. Hương vị vani sẽ thành hình trong giai đoạn này.

Bạn sẽ gặp mùi vani trong các rượu nuôi trong thùng gỗ sồi, bởi từ thớ gỗ sẽ tiết ra chất vani. Mùi vani làm tăng độ quyến rũ của các loại vang trắng và đỏ một khi các loại rượu này có độ đậm, sánh cao. Tuy nhiên, mùi vani cũng có thể có trong các loại rượu không qua giai đoạn nuôi trong thùng gỗ sồi. Theo chuyên gia làm rượu Pháp nổi tiếng Emile Peynaud “cần phải tôn trọng sự hài hòa giữa các yếu tố trong rượu vang, mùi vani không được lấn át các mùi khác, không được thay thế các mùi khác để trở thành cả “chùm hương”.



41. Mùi nụ đinh hương (Clou de Girofle - Clove)

Cây đinh hương có nguồn gốc từ Ấn Độ. Nụ đinh hương đã được chưng cất ở Trung Quốc từ 3.000 năm trước Công nguyên lấy tinh chất dùng để gây mê khi nhổ răng.

Mùi nụ đinh hương, mùi quế, mùi hồi mà chúng ta thường gặp trong một số rượu vang đỏ danh tiếng không ngừng đưa chúng ta từ ngạc nhiên này sang sững sờ khác: rượu Hermitage, Chateauneuf-du-Pape, rượu vùng Roussillon và rượu vang Tây Ban Nha, với những hương gia vị đã nói ở trên, còn có thêm mùi hạt tiêu và mùi gừng ở mức độ khác nhau.



Mùi nụ đinh hương còn có trong một số rượu vang trắng nổi tiếng vùng Bordeaux và rượu Sauternes. Trong rượu ngọt và rượu mùi Jurancon, mùi tử đinh hương quyến với mùi quế, còn trong rượu Gewurztraminer, từ “gewurz” theo tiếng Alsace có nghĩa là “gia vị”, nói khác đi là sự liên tưởng đến mùi tử đinh hương.

42. Mùi quế (Cannelle - Cinnamon)

Quế là một loại vỏ cây bóc ra từ cây quế Siri Lanca (*Cinnamomum zeylanicum*) và cây quế Trung Quốc (*Cinnamomum cassia*). Mùi quế Siri Lanca thơm hơn mùi quế Trung Quốc. Nói chung, ít nhiều mùi quế có trong rượu vang là do việc nuôi rượu trong thùng gỗ sồi đem lại.

Trong rượu vang đỏ Bordeaux, mùi quế có trong rượu Saint Emilion và

rượu Pomerol vì hai loại rượu này chủ yếu làm từ dòng nho Merlot là dòng nho có xu hướng tạo mùi quế khi ta nuôi rượu lâu năm. Ở vùng Bourgogne, mùi này có trong rượu Aloxe - Corton và rượu Gevrey - Chambertin. Rượu vùng Côtes du Rhône và rượu Australia làm từ dòng nho Syrah cũng có nhiều mùi quế.

Trong rượu vang trắng, ta hay gặp mùi quế với rượu Corton - Charlemagne (Bourgogne), rượu Tokay Pinot Gris và rượu Gewurztraminer (Alsace), rượu Jurancon ngọt, và nhất là rượu Sauternes (Bordeaux).



43. Mùi hạt tiêu (Poivre - Pepper)



Mùi hạt tiêu có trong hầu hết các loại rượu vang đỏ sản xuất ở các vùng nhiều ánh nắng mặt trời, nhưng mùi này rất khó nhận biết bởi trong thực tế nó tế nhị và ít cay hơn bạn tưởng. Dù sao đi nữa, khi mùi hạt tiêu quyện với mùi quả đỏ, nó sẽ trở nên cay nóng và dễ nhận biết hơn.

Mùi hạt tiêu nói cho ta biết bao điều bí ẩn về năm làm rượu, dòng nho làm rượu và thổ nhưỡng nơi trồng nho. Mùi hạt tiêu thường xuyên có trong các dòng nho Syrah, Cabernet Franc và Cabernet Sauvignon, tuy không lấn át hẳn các hương vị khác.

Mỗi dòng nho đỏ vùng Bordeaux có biểu hiện khác nhau về mùi hạt tiêu: nếu như mùi này sinh động và làm nổi trội tính chất hoa quả của dòng nho Merlot, rượu Pessac - Leognan phối hợp tuyệt vời giữa chất lượng quả và tính chất mềm mại, cay nóng của hạt tiêu. Trong rượu Médoc, mùi hạt tiêu hòa quyện với mùi dâu tây, mùi nho đen và mùi vani do việc nuôi rượu trong thùng gỗ sồi đem lại.

Mùi hạt tiêu có trong rượu Pommard (Bourgogne), Côte - Rôtie, Saint - Joseph và Chateauneuf du Pape. Mùi này không thiếu trong rượu Rioja của Tây Ban Nha, trong rượu Barolo và Barbaresco của Italia, trong rượu Syrah Australia và rượu Cabernet - Sauvignon của Mỹ.

44. Nghệ tây, nghệ hương (Safran - Saffron)

Cây nghệ hương, có tên khoa học là *Crocus sativus*, cao từ 15 - 25cm. Hoa nghệ hương có màu tím nhạt, nở vào tháng 9, nhụy hoa màu vàng. Khi phơi nhụy hoa, ta thu được bột nghệ gọi bằng tiếng Ả-rập là “Sahafara”, có nghĩa là màu vàng. Cứ 70.000 bông hoa nghệ hương thì thu được 1kg bột nghệ khô, hay từ 6 - 20kg bột nghệ/ha, một sản lượng vô cùng thấp, nhưng lại đòi hỏi rất nhiều công lao động. Bột nghệ hương là loại gia vị đắt nhất thế giới, vì thế rất hay bị làm giả.



Mùi bột nghệ hương có trong rượu Gerwurztraminer và Tokay Pinot Gris thu hoạch muộn (Vendanges Tardives) hoặc lựa trong số nho bị nấm quý tộc tấn công (Sélection de Grains Nobles). Mùi bột nghệ hương cũng phổ biến trong rượu Sauternes và rượu Tokaj (Hungary) làm từ dòng nho Furmint.

45. Mùi da thú (Cuin - Leather)



Từ da thuộc bắt nguồn từ tiếng Latin *Corinum*, có nghĩa là da thú được thuộc kỹ. Mùi da thuộc của từng loại động vật rất khác nhau tùy theo đó là da lợn, da bò, da trâu hay da cá sấu và nhựa cây dùng để thuộc da (nhựa sồi, nhựa thông, nhựa tùng, nhựa bạch dương...).

Sau khi thuộc, da sẽ có mùi vừa hơi hám vừa quyến rũ. Mùi da thuộc được những người hâm mộ yêu thích nhất là mùi Nga.

Nhìn chung, muốn có được mùi da thuộc, rượu phải được nuôi trong hầm từ 15 - 20 năm. Mùi này đặc biệt duyên dáng khi nho được trồng ở những vùng thổ nhưỡng đặc biệt và năm thu hoạch nho tốt. Thỉnh thoảng, ta cũng có thể gặp mùi da thuộc ở những rượu vang đỏ trẻ làm từ dòng nho Cabernet - Sauvignon.

46. Mùi tuyến xạ (Musc - Musk)

Mùi này do tuyến xạ của một loài thú chân guốc nhỏ ở Châu Á tiết ra vào mùa sinh sản. Mùi xạ, rất mạnh và cô đặc, chỉ trở nên hấp dẫn một khi xạ được pha cực loãng. Xạ được sử dụng nhiều trong công nghiệp nước hoa.



Trong quá trình thử nếm rượu, cũng nên phân biệt giữa mùi “xạ” với mùi “nhô Muscat”, bởi mùi xạ được phân loại với mùi động vật, một cái gì giữa mùi hổ phách, mùi thịt sống và mùi da lông thú rừng.

Mùi xạ thường có trong rượu vang đỏ cao tuổi, kèm theo nó là mùi nấm đen (Truffe).

Đối với rượu Bourgogne, ta có thể phân biệt mùi xạ trong rượu La Tâche và rượu La Grande - Rue, đều được làm trong địa danh Vosne - Romanée, nhưng rõ nét nhất vẫn là rượu Côte de Beaune và Côte de Beaune hảo hạng (1^{er} Cru).

Đối với rượu Bordeaux, có lẽ dòng nho Merlot mang nhiều mùi xạ hơn cả. Mùi xạ cũng có trong rượu Australia làm theo phương pháp cổ truyền, từ dòng nho Shiraz.

47. Mùi bơ (Beune - Butter)

Bơ là sản phẩm thu được từ váng sữa (85%) và nước (15%). Trong rượu vang, mùi bơ là mùi lên men do các vi khuẩn vẫn đang chuyển hóa axit malique thành axit lactique.



Rượu vang trắng trẻ và ngây béo thường có mùi bơ tươi. Khi rượu có tuổi, kèm theo mùi bơ là các mùi hạnh nhân, hạt dẻ và bánh mì cháy.

Mùi bơ tươi là một phần máu thịt của dòng nho Chardonnay, vì thế mùi này có trong các rượu Meursault, Chassagne - Montrachet, Puligny - Montrachet và Chablis thượng hảo hạng Vaudésir. Mùi bơ cũng có trong rượu champagne cao tuổi, nhất là rượu Blanc de Blancs, và trong rượu California và Australia, từ dòng nho Chardonnay.

48. Mùi cà phê (Café - Coffee)

Theo truyền thuyết, các tín đồ Hồi giáo trong sa mạc Y ê men nhận thấy bầy dê của họ có những biểu hiện vui vẻ khác thường sau khi ăn một loại quả nhỏ màu đỏ. Họ bèn lấy quả đó ra ăn thử thì thấy tinh thần phấn chấn hẳn lên. Nhưng phải mãi về sau này con người mới khám phá ra việc rang xay cà phê để có được chất “vàng đen” mà chúng ta nhâm nhi sáng sảng.



Cà phê có nguồn gốc từ Etiopia, nhưng sau đó được đưa sang trồng đại trà ở nhiều nước Trung và Nam Mỹ, cũng như các nước nhiệt đới. Hai loại cà phê chủ yếu là Coffea Arabica và Coffea Canephora, hay còn gọi là cà phê Robusta. Hoa cà phê có mùi thơm như hoa nhài, quả cà phê có màu đỏ, hạt chia làm hai phần. Khi rang hạt cà phê, chúng ta sẽ thu được sản phẩm có hương vị tuyệt vời chứa đến 850 tổ chất khác nhau. Trong rượu vang, mùi cà phê thường do việc nuôi rượu trong thùng gỗ sồi với độ đốt khác nhau đem lại. Mùi cà phê có nhiều trong rượu vang đỏ Côte de Nuits (Bourgogne) và ít hơn chút đỉnh trong rượu Pomerol và Saint Emilion (Bordeaux). Những rượu vang trắng nổi tiếng và rượu champagne cao tuổi từ dòng Chardonnay cũng thường có mùi cà phê.

49. Mùi Chocolate đen (Chocolat noir - Dark Chocolate)



Tên quả cacao có nguồn gốc từ tiếng thổ dân Châu Mỹ (Cacauatl). Mang từ Châu Mỹ về, quả cacao đã nhanh chóng chiếm được cảm tình của các vương triều Châu Âu vào thế kỷ thứ 17. Chocolates thu được từ quả cacao, có mùi hăng hắc và đắng. Sau khi được ủ, sấy khô, rang và nghiền thành bột, chocolates sẽ được trộn với đường và có hương vị ngọt ngào khi tan trong miệng.

Trong chocolates có hơn 550 hương vị khác nhau. Mùi Chocolates trong rượu vang do quá trình nuôi rượu trong thùng gỗ sồi có độ đốt cao đem lại. Mùi này vừa mạnh vừa tinh tế, kèm theo đó là các mùi gỗ sồi, cà phê, mận sấy khô. Mùi chocolates biểu hiện rất rõ rệt trong các rượu Pomerol, Saint - Emilion, Saint - Julien và Saint - Estèphe (Bordeaux). Mùi này cũng có trong rượu Côte de Nuits (Bourgogne) và các rượu Porto (Bồ Đào Nha) những

năm nho tốt.

50. Mùi bột nở (Levure - Yeast)

Mùi bột nở trong rượu vang do những vi khuẩn lên men đem lại. Thông thường, những vi khuẩn lớn, sau khi hoàn thành sứ mệnh của chúng là làm cho rượu lên men, sẽ được rút ra và loại bỏ khi nhà làm rượu chắt lọc rượu. Còn lại là những vi khuẩn nhỏ, được giữ lại vì chúng tiếp tục tạo mùi và chất béo cho rượu vang.

Phương pháp nói trên được áp dụng đối với rượu Muscadet de Sèvre - et - Maine, nhưng ngày càng trở nên phổ biến đối với rượu trắng Bordeaux, rượu Chile, rượu Australia và rượu California từ dòng nho Chardonnay.

51. Mùi khói (Note Fumée - Smoked)

Mùi khói nói chung dùng để chỉ định những mùi khi ta đốt gỗ hoặc nhựa cây. Mùi này phần lớn liên quan đến thổ nhưỡng, chẳng hạn như rượu Pouilly - Fumé, từ dòng nho Sauvignon, còn có tên địa phương là “Blanc Fumé - nho trắng có mùi khói”. Trong ví dụ kể trên, bạn có thể hiểu là mùi của nho hay sắc vỏ.

Mùi khói cũng có trong nhiều loại vang trắng và vang đỏ Bordeaux, trong các rượu vang đỏ California từ dòng nho Cabernet - Sauvignon, trong rượu vang hồng đảo Corse, trong rượu vang Thụy Sĩ từ dòng nho Gamay hay thậm chí cả trong rượu vang đỏ Alsace từ dòng nho Pinot Noir.

52. Mùi cỏ mới cắt (Foin Coufé - Cut Hay)



Phần lớn các loại rượu vang đỏ đều trải qua giai đoạn chuyển tiếp, khi mùi quả nhạt dần và mùi cỏ mới cắt trội lên, nhất là khi rượu đã khá cao tuổi. Mùi cỏ mới cắt không phải là một khiếm khuyết của rượu vang, bởi nhiều rượu Saint - Emilion có mùi cỏ ướt rất tinh tế, khi hòa quyện với mùi quả sẽ tạo nên những âm hưởng tuyệt vời, như trường hợp của rượu Château Figeac (xếp loại hảo hạng B trong xếp hạng rượu Saint - Emilion) hay rượu Vega Sicilia của Tây Ban Nha.

53. Mùi đường cháy (Caramel - Caramel)

Trong tiếng Pháp, caramel vừa có nghĩa là mùi đường cháy, vừa có nghĩa là màu đường cháy, ngả từ vàng sang đen.

Thực ra, từ “caramel” bắt nguồn từ tiếng Tây Ban Nha “caramelo”, có nghĩa là: mía.



Mùi đường cháy là một trong những tiêu chí của rượu vang chất lượng cao: rượu Pomerol và Saint - Emilion từ dòng nho Merlot không chỉ có mùi đường cháy mà mùi này còn phối hợp tuyệt vời với mùi bơ mặn. Hỗn hợp này có được nhờ việc nuôi rượu trong thùng gỗ sồi có độ đốt vừa phải.

Cũng nên phân biệt mùi đường cháy vừa với mùi đường cháy khét, thường có trong các rượu vang quá tuổi, đang trong giai đoạn xuống dốc không phanh. Trong trường hợp này, biểu hiện kèm theo là rượu có màu nâu sẫm. Rượu quá tuổi chỉ còn giữ lại mùi đường cháy và mùi mặn sấy khô, các hương vị khác hoàn toàn biến mất.

54. Mùi húng tây (Thym - Thyme)

Húng tây là một loại cỏ gia vị mọc rất nhiều ở miền Nam Châu Âu và các nước ven bờ Địa Trung Hải. Từ thời xa xưa, húng tây đã được sử dụng như cỏ gia vị và cỏ thuốc.



Trong thử nếm, mùi húng tây thường được các chuyên gia miêu tả như là mùi “thảo mộc vùng đồi núi” hay “cỏ gia vị miền Provence”. Nếu bạn đã từng đến miền Provence - Côte d’Azur - Corse, sau một tuần nghỉ ngơi ngoài bãi biển, một hôm nào đó bạn nảy ra ý định thay đổi không khí, lấy xe đi lên núi thì bạn sẽ không thể nào quên cái hương vị say nồng, ngát ngậy của cỏ hoa đồng nội. Thiên nhiên tuyệt vời là thế! Người ta nói rằng rượu ở địa phương nào thường mang hơi thở của thiên nhiên nơi đó, như rượu Chateauneuf - du - Pape có mùi nguyệt quế, rượu Provence, Corse và Corbières chở nặng mùi húng tây và thìa là. Nhiều khi, lắc một ly lớn rượu vang đỏ vùng Languedoc - Roussillon, ta có cảm giác như trong ly rượu là cả một không gian xao động, với những bụi húng tây, Ciste và Romarin đang nở hoa thơm ngát.

55. Mít (Jock fruit)



Có nguồn gốc từ Ấn Độ, được trồng rộng rãi ở các xứ nhiệt đới. Quả chín có mùi thơm ngọt ngào, dai dẳng và ngậy béo. Có thể thấy mùi mít chín trong một số rượu Australia và California từ dòng nho Chardonnay.

56. Rau mùi (Coriandrum)

Vốn mọc hoang ở vùng Địa Trung Hải và Tiểu Á. Hiện nay được trồng phổ biến ở nhiều nước ven Địa Trung Hải, Trung Á, Ấn Độ, Việt Nam. Mùi là loại cây được trồng lâu đời trên thế giới để làm rau gia vị và làm thuốc, có nơi còn được trồng trên quy mô lớn và cất tinh dầu cho công nghiệp nước hoa. Có thể gặp hương vị này trong một số rượu của những vùng có nhiều ánh nắng mặt trời.

57. Sả chanh (Cymbopogon Citratus)

Cỏ gia vị thơm mùi chanh, thường mọc thành bụi dày, có đốt ngắn ở gốc. Sả chanh được trồng từ rất lâu đời ở các nước Đông Nam Á và Ấn Độ, sau đó phát triển rộng ra khắp các vùng nhiệt đới và các nước châu Phi, Châu Mỹ. Sả chanh là cây có tinh dầu trong lá, được dùng làm cỏ gia vị và làm thuốc. Người ta sử dụng lá, bẹ lá và thân để dùng ướp nấu thực phẩm (thịt, cá). Lá sả dùng nấu nước gội đầu cho sạch gầu, trơn tóc, tạo mùi thơm. Tinh dầu sả cũng là nguồn nguyên liệu cho công nghiệp hương liệu, cho công nghiệp thực phẩm và nước uống. Mùi sả, cũng như mùi hoa quả nhiệt đới, thường gặp trong rượu Australia, California, Chile...



58. Vả (Ficus)

Vả phân bố nhiều ở các nước ven bờ Địa Trung Hải, Ấn Độ, Trung Quốc, Việt Nam... Cây ưa sáng và ẩm, thường mọc ven sông, suối, khe nước... Quả phức to, xếp dày đặc trên cành, hình cầu dẹt, khi chín màu đỏ thẫm, giữa có keo thơm, dùng chế rượu hoặc làm mứt hoặc sấy làm quả khô.

Mùi và thường có trong một số loại rượu Languedoc - Roussillon, Provence, Corse và Italia lâu năm.



59. Bạch đàn chanh (Eucalyptus Citriodora)

Có nguồn gốc từ Australia, hiện được trồng ở nhiều nơi trên thế giới. Cây ưa sáng, chịu khô hạn. Tinh dầu thơm chiết từ lá dùng để sản xuất xà phòng thơm, làm bánh kẹo và thuốc sát trùng. Mùi bạch đàn chanh thường có trong một số rượu Australia và rượu Sicilia từ dòng nho Nero d'Avola.

XII. TẢN MẠN VỀ RƯỢU VANG

1. Rượu vang và các minh tinh màn bạc

Hơn lúc nào hết, tài tử điện ảnh Gérard Depardieu (Pháp) chú tâm đầu tư vào rượu vang. Hình ảnh minh tinh màn bạc kiêm nhà trồng nho, làm rượu của anh được nói đến lần đầu tiên năm 1989, khi anh bỏ tiền ra mua Lâu đài Tigné ở vùng Loire Valley. Thiên hạ đàm tiếu rằng Gérard Depardieu đã bỏ ra hơn 2 triệu euros để mua lại 80ha đất trồng nho của lâu đài này, với sản lượng hàng năm 450.000 chai, bán trong các siêu thị với giá từ 5 - 8 euros một chai.

Depardieu chối bay biến rằng anh không được lợi, dù chỉ một xu nhỏ trong công chuyện làm ăn này. Bạn anh, ông Jean Bardet, chủ một tiệm ăn nổi tiếng ở thành phố Tours, trầm trồ thán phục: “Gérard không làm chuyện đó vì tiền. Anh chẳng việc gì phải đầu tư vào bất động sản. Bạn cứ thử tặng anh một chai vang và một đĩa đồ nhậu xem, anh sẽ ngất ngưỡng say sưa, rạng ngời tỏa sáng”.

Không chỉ đam mê rượu ngon, gái đẹp và các vùng trồng nho nổi tiếng, Depardieu còn có tài buôn bán. Thân tài thực sự đã mỉm cười với anh khi anh gặp ông Bernard Magrez, vốn xuất thân là chủ một tiệm cura nhỏ, tầm thường, nhưng nay đã đứng đầu một cơ nghiệp với vốn làm ăn 190 triệu euros. Hôm đó là ngày 05/10/2001, ông chủ hãng rượu William Pitters đang tìm kiếm một tên tuổi lừng danh để ban phước cho mẻ rượu vang đầu tiên của ông tại lâu đài Pape Clément (Bordeaux). Depardieu và cô bạn gái của anh, nữ minh tinh màn bạc Carole Bouquet, đã không chút ngần ngại đứng ra làm người đỡ đầu. Thiên hạ nói rằng họ đã “phải lòng” nhau ngay từ cái liếc mắt đầu tiên. Magrez khẳng định: “Tình bạn của chúng tôi vô cùng bền chặt. Cứ cách hai ngày chúng tôi lại gọi điện cho nhau một lần”. Đối với ông Magrez, Depardieu là hiện thân của người bạn thân cùng chung lưng vốn đã chết năm 1987. Đó là ông Jean - Baptiste Doumeng, một nhà kinh doanh có cảm tình với Đảng cộng sản Pháp, và vì thế từng được mệnh danh là “nhà tỷ phú đỏ”.

Trong một lúc tâm tình, Magrez thổ lộ “Anh Depardieu cũng có tính cách như anh Doumeng, đã quyết là làm bằng được”. Mới vừa quen nhau được ít lâu, ông Magrez đã đề nghị giúp Depardieu xuất khẩu rượu sang Nga, nơi công ty William Pitters có nhiều mối quan hệ làm ăn lớn. Không

chậm một giây, Depardieu đã bay sang Mạc Tư Khoa để quảng bá cho rượu của anh. Cuối năm 2001, hai người quyết định lập công ty chung, lấy tên là “Chìa khóa thổ nhượng” và ném vào đó mỗi người 380.000 euros. Mục tiêu: sản xuất các mẻ rượu cao cấp với số lượng nhỏ giọt (Vins de Garage). Nho dùng cho lô rượu đặc biệt này được trồng ở vài khoảnh nhỏ, sản lượng thu hoạch thấp và được nuôi rất kỳ công trong thùng gỗ sồi. Kết quả: 4.000 chai, với giá gần 80 euros một chai.

Và rồi, cứ như trong chuyện thần tiên, tiền bỏ ra lại đẻ ra tiền! Với cái giá tương đối cắt cổ như vậy, Depardieu vẫn méch lòng khi người tiêu dùng gọi rượu của anh là “rượu đắt như vàng”. Anh khiêm nhường gọi đó là “rượu vang nổi tiếng”. Tuy nhiên, những bước chập chững vào đời của Depardieu trong làng rượu danh bất hư truyền không tránh khỏi các chương ngại vật. Cuối năm 2002, Depardieu và Magrez bị từ chối không cho gia nhập câu lạc bộ các nhà sản xuất rượu danh tiếng bờ phải Bordeaux. Câu lạc bộ này có khoảng 100 thành viên chủ các lâu đài danh nổi như cồn. Lý do là vì các thành viên của Câu lạc bộ này ngại “tiếng dữ” của hai vị Depardieu - Magrez. Sự vụ này không hề làm nhụt chí hai nhà đại phú, họ lại tiếp tục cùng Carole Bouquet đầu tư vào một lâu đài ở Lussac - Saint - Emilion cũng ở Bordeaux. Ở nước ngoài, họ chung tiền mua đất ở Tây Ban Nha, Argentina, Ma-rốc và Algeria, nơi họ làm ăn chung với tỷ phú địa phương Rafik Khalifa (hiện đang bị truy nã vì biển thủ công quỹ).

Giữa Magrez và Depardieu, trách nhiệm được phân định rõ ràng: ông chủ hãng William Pitters lo đàm phán và làm rượu, còn Gérard Depardieu, minh tinh màn bạc, sẽ lo mặt quảng cáo. Ví dụ như ở Ma-rốc, rượu vang họ làm chung, nhưng trên nhãn chai chỉ có tên của Gérard Depardieu, “nhà trồng nho, làm rượu ở Meknès”. Của đáng tội, nhiều khi Gérard Depardieu cũng biết khoa môi múa mép để có thể mua được vàiha ruộng nho. Ông Manuel Diaz, Thị trưởng cộng sản xã Aniane, tỉnh Hérault, vùng Languedoc - Roussillon, nhớ lại. Một tối mùa thu 2002, khi từ nơi làm việc trở về, máy điện thoại nhà của ông đã ghi lại một tin nhắn: “Xin chào, tôi là Gérard Depardieu”. Minh tinh màn bạc ghé qua Aniane trước khi đi dự một buổi hát kịch ở thành phố Montpellier gần đó.

Ai đó hẳn đã kể lại với Depardieu rằng cái xã tí hon với vài nhà trồng nho làm rượu nhãi ranh này đã dám từ chối không bán cho anh chàng khổng lồ Mondavi, nhà trồng nho, làm rượu vùng California (Mỹ) 80ha ruộng nho. Mấy hôm sau, Depardieu mời ông Diaz đến dùng cơm ở nhà hàng Lorèze, một trong những tiệm ăn nổi tiếng ở Montpellier. Minh tinh màn bạc bộc bạch nỗi lòng. Ông Diaz kể lại rằng Depardieu đã thao thao bất tuyệt về “nỗi đam mê của anh với rượu vang, về lịch sử xã Aniane và tỉnh Hérault, lòng

khâm phục của anh trước sức đề kháng của Aniane đối mặt với chàng không lồ Mondavi”. Trong một lúc cao hứng, mình tinh mần bạc còn vỗ vai ông xã trưởng và nói “ông là Astérix, còn tôi là Obélix” (hai anh hùng dân tộc Gaullois chống ngoại xâm, Obélix cũng do chính Depardieu thủ vai trên màn ảnh). Ngụ ý của bài viết này: vị mình tinh mần bạc của chúng ta hiện đang là chủ của 7ha đất trồng nho trong xã.

2. Bộ trưởng ngoại giao Tây Ban Nha và rượu Bordeaux.

Tháng 1 năm nay, Liên đoàn các nhà sản xuất rượu vang Tây Ban Nha đã ra thông cáo trách Bộ trưởng Ngoại Giao Tây Ban Nha Michel Angel Moratinos quá đề cao rượu vang Bordeaux Pháp và ngỏ ý sẵn sàng cung cấp cho vị Bộ trưởng lỗ miệng lỗ miệng trên tất cả những loại rượu vang Tây Ban Nha có trong hầm rượu của liên đoàn để giúp ông nắm rõ hơn văn hóa rượu vang Tây Ban Nha.

“Nhận rằng mình ít hiểu biết về rượu vang Tây Ban Nha đã là một điều đáng hổ thẹn đối với một đại sứ Tây Ban Nha ở nước ngoài, nhưng một vị Bộ trưởng Ngoại Giao đi quá đà đến nỗi nhận rằng mình hiểu biết về rượu Bordeaux nhiều hơn thì quả là điều không thể chấp nhận được đối với ngành sản xuất rượu vang Tây Ban Nha”.

Tổng Thư ký Liên đoàn, ông Pau Roca, trong một bài trả lời phỏng vấn trên thời báo kinh tế “Expansion” nhấn mạnh rằng “ông Bộ trưởng Moratinos phải nhanh chóng tìm hiểu về các loại rượu vang Tây Ban Nha có tên tuổi và chúng tôi sẵn sàng cung cấp tất cả các loại rượu vang chúng tôi có, cũng như mời ông Bộ trưởng tham dự tất cả các buổi thử nếm rượu do liên đoàn tổ chức”.

Ông Moratinos, người rất có cảm tình với văn minh Pháp cũng như có mối quan hệ huyết thống với vùng trồng nho, làm rượu Bordeaux của Pháp, đã tuyên bố trong một bài phỏng vấn trước đó vài ngày của báo Tây Ban Nha “El Pais” rằng “rượu Gin - Tonic giúp ông thư giãn, nhưng ông thực sự đam mê rượu vang đỏ” và “trong lĩnh vực này, ông biết về rượu Bordeaux kỹ nhất”.

3. Giới thiệu về các giải Ruinart chuyên gia rượu giỏi nhất Châu Âu và chuyên gia rượu trẻ giỏi nhất nước Pháp

Theo bà Michèle Chantôme - Astrome, Giám đốc quan hệ quốc tế của nhà sản xuất rượu champagne danh tiếng Ruinart, các giải thưởng này bắt nguồn từ sự mong muốn, nói đúng hơn là nhu cầu làm sao cho nghề chuyên gia thử nếm rượu vang trở nên hấp dẫn hơn, làm trẻ hóa và năng động hóa đội ngũ chuyên gia thử nếm rượu vang quốc gia và quốc tế. Nhà sản xuất rượu champagne Ruinart luôn gần gũi đội ngũ chuyên gia thử nếm và phục vụ rượu vang, quan điểm nhất quán của nhà sản xuất Ruinart là không bao giờ đưa champagne Ruinart vào bán trong các siêu thị; trái lại, champagne Ruinart luôn được ưu tiên bán trong các hầm rượu và các tiệm ăn nổi tiếng là những nơi dứt khoát phải có chuyên gia thử nếm và phục vụ rượu. Giải Ruinart dành cho các chuyên gia trẻ dưới 26 tuổi được tổ chức lần đầu tiên năm 1979 ở Pháp, đúng vào dịp kỷ niệm 250 năm ngày sáng lập hãng champagne Ruinart.

Giải Ruinart Châu Âu được tổ chức lần đầu tiên năm 1988 ở Thụy Sĩ, với sự tham gia của các chuyên gia rượu vang đến từ 13 nước Châu Âu.

Giải Ruinart Châu Âu khác với các giải thưởng về rượu khác ở chỗ nó thực sự gắn với nghề thử nếm và phục vụ rượu, ở chỗ nó thúc đẩy các chuyên gia về rượu ở 30 nước Châu Âu (tất nhiên là có sự phối hợp chặt chẽ của các Hội Chuyên gia thử nếm rượu quốc gia). Trong những nước chưa có Hội Chuyên gia thử nếm rượu, hãng Ruinart đã tạo ra những điều kiện cần thiết giúp các Hội này chào đời. Theo quan điểm của ông Giuseppe Vaccarini, cựu Chủ tịch Hội Chuyên gia thử nếm rượu vang quốc tế (ASI), các thí sinh tham gia các giải Ruinart phải có quốc tịch những nước mà họ đại diện, bởi ông cho rằng đó là cách tốt nhất để khuyến khích phát triển ngành thử nếm rượu vang ở từng quốc gia, nhưng không vì thế mà phủ nhận tài năng và sự đóng góp tích cực của các chuyên gia nước ngoài trong việc giảng dạy, đào tạo đội ngũ chuyên gia nước sở tại.

Trong hơn 20 năm tồn tại, các giải Ruinart ở Pháp và Châu Âu đã thu hút được hơn 10.000 chuyên gia thử nếm rượu đến từ nhiều nước trên thế giới. Đó thực sự là bức tranh toàn cảnh về nghề chuyên gia thử nếm và phục vụ rượu vang. Điều đó cũng chứng minh rằng nghề chuyên gia thử nếm rượu đang ngày càng phát triển và được đa dạng hóa, trẻ hóa, năng động hóa, chuyên môn hóa. Chúng ta đang sống trong một thời đại mà trong mọi lĩnh vực xã hội đều đòi hỏi sự chuyên môn hóa cao. Nghề chuyên gia thử nếm rượu là một nghề phục vụ, vì thế càng đòi hỏi các phẩm chất cao đẹp và trách nhiệm nặng nề. Hơn ai hết, chuyên gia thử nếm rượu phải có cá tính rõ rệt, yêu nghề, yêu đời, đam mê rượu vang, ham học hỏi, dễ tiếp xúc, nhân ái, hóm hỉnh... để có thể làm vui lòng khách đến, vừa lòng khách đi.

Những năm gần đây, có nhiều chuyên gia đoạt giải Ruinart Châu Âu là

công dân các nước Bắc Âu là những nước không có truyền thống rượu vang mà có truyền thống về bia và rượu mạnh như Thụy Điển, Hà Lan, Bỉ, Đan Mạch... Hơn thế, đó là những nước mà hệ thống truyền thông, quảng bá về rượu vang rất hạn chế. Vì thế, việc chuyên gia thử nếm rượu Thụy Điển Mikael Soderstrom đoạt giải nhất Ruinart Châu Âu năm 1990 đã tạo ra một cú sốc điện trong những nước không có truyền thống rượu vang. Từ đó trở về sau, chính ngay trong các nước Bắc Âu đã có những tiến bộ đáng kể về Văn hóa rượu vang và nghề chuyên gia thử nếm rượu tại các nước này đã có những bước phát triển vượt bậc. Năm 2004, một chuyên gia Thụy Điển khác, ông Andreas Larsson cũng lại đoạt giải nhất. Điều đó chứng minh rằng chuyên gia một nước mà thị trường tiêu thụ có nhiều chủng loại rượu trên thế giới sẽ có một lợi thế rất căn bản: động lực phụ và kỹ năng thử nếm dễ dàng, thông thoáng hơn.

Năm 2001, một phụ nữ trẻ, chị Giovana Rappali đoạt giải Ruinart chuyên gia rượu trẻ giỏi nhất nước Pháp. Trước đó, vào năm 1980 và năm 1993 cũng có hai phụ nữ khác đoạt giải này. Đó là những dấu hiệu đáng mừng. Nhưng cũng không nên quên rằng nghề chuyên gia thử nếm và phục vụ rượu có những mặt hạn chế đối với phụ nữ, cho dù thời nay người ta không còn chuyển trực tiếp rượu từ thùng tôn vào chai trước khi đem ra phục vụ khách ở các tiệm ăn, nghề này vẫn đòi hỏi nhiều về sức khỏe: chuyển các thùng rượu từ hầm rượu lên tiệm ăn, chuyển rượu từ bên ngoài xuống hầm rượu, xếp chai lên giá để rượu... Nhất là giờ giấc làm việc của nghề tiệm ăn - khách sạn thường ít thích hợp với chức năng làm vợ, làm mẹ của phụ nữ. Tất cả những yếu tố đó khiến các bạn gái thấy ngần ngại khi chọn nghề này. Tuy nhiên, phải thấy rằng có rất nhiều phụ nữ thành công trong nghề, họ trở thành những chuyên gia thử nếm rượu giỏi và khách ăn cũng rất khoái được họ phục vụ. Khoa học đã chứng minh rằng phụ nữ nhạy cảm hơn so với nam giới trong việc xác định và ghi nhớ các loại hương vị khác nhau và có những năng khiếu bẩm sinh về thử nếm rượu vang. Trong nhiều cuộc thi chuyên gia rượu trẻ giỏi nhất nước Pháp, phụ nữ chiếm đến 1/3 số thí sinh. Phụ nữ chiếm đa số trong Hội Chuyên gia thử nếm rượu Thụy Điển và cũng lại một phụ nữ đoạt giải chuyên gia thử nếm rượu giỏi nhất nước Nga năm 2002.

Phụ lục 1

1. Chuyên gia thử nếm và phục vụ rượu trong các tiệm ăn, khách sạn lớn

Trong các tiệm ăn, khách sạn lớn, chuyên gia thử nếm và phục vụ rượu là người thử nếm và hướng dẫn khách lựa rượu cho phù hợp với các món ăn khách đã chọn. Chuyên gia thử nếm và phục vụ rượu phải có trí nhớ tốt để có thể diễn tả tức thì một danh sách rượu phong phú, đa dạng. Chuyên gia thử nếm và phục vụ rượu cũng là người rất nhạy cảm, có thể đoán nhận khẩu vị và những gì thực khách chờ đợi ở tiệm ăn, khách sạn của mình. Anh cũng là người đi lấy rượu, mở rượu và phục vụ rượu ở nhiệt độ tối ưu.

Trong hầm rượu, chuyên gia thử nếm và phục vụ rượu là người cầm cân nảy mực tuyệt đối. Anh là người đặt mua các chủng loại rượu phù hợp với đặc tính các món ăn trong tiệm ăn hay khách sạn của mình. Anh luôn phải học hỏi để thường xuyên nắm bắt được các trào lưu ẩm thực, các giống nho làm rượu, các vùng trồng nho và các nhà sản xuất rượu. Bởi thế, anh phải thường xuyên đi tham quan các vùng trồng nho, làm rượu và trao đổi kinh nghiệm với các đồng nghiệp cũng như các chuyên gia làm rượu (Oenologue).

Khi rượu được giao, chính anh là người trực tiếp đứng ra nhận, kiểm tra chủng loại, số lượng, nhãn chai và bao bì đóng gói. Anh đưa rượu vào hầm, sắp xếp và luôn để mắt sao cho nhiệt độ trong hầm rượu thường xuyên ổn định (13 - 15⁰ C). Đây là một nhiệm vụ thường xuyên, hàng ngày, nhưng rất quan trọng vì nhiều loại rượu có giá trị đặc biệt cả về vật chất và tình cảm.

Tất nhiên, không phải là tiệm ăn, khách sạn nào cũng có khả năng thuê chuyên gia thử nếm và phục vụ rượu. Ta thường gặp anh trong các tiệm ăn, khách sạn danh tiếng và các hầm rượu. Các siêu thị lớn và các tiệm bán đồ gia vị, ẩm thực cao cấp cũng thường xuyên có nhu cầu mời chuyên gia thử nếm rượu đến truyền đạt kiến thức, kinh nghiệm và quảng bá văn hóa ẩm thực. Kiến thức của chuyên gia thử nếm rượu cũng rất đắt khách ở nước ngoài (ở Châu Á, phải kể đến Nhật Bản, Singapore, Hồng Kông và Ấn Độ là những nước có đầu tư rất lớn vào việc đào tạo chuyên gia thử nếm và phục vụ rượu vang).

Một chuyên gia thử nếm và phục vụ rượu vang giỏi cần được trang bị

những gì? Vị giác là cơ quan làm việc chủ yếu của anh. Anh luôn phải rèn luyện để phát triển các kỹ năng về vị giác và khứu giác của mình. Cũng như tất cả các nhân viên phục vụ khác ở tiệm ăn, khách sạn, anh thường phải thức khuya, dậy sớm và làm rất nhiều giờ trong ngày. Nhưng anh vẫn luôn luôn có thái độ hòa nhã, ưu ái với khách ăn, bởi vì trang phục làm việc cũng như phong độ giao tiếp của anh là bộ mặt của khách sạn, tiệm ăn. Nếu anh nói được hai, ba ngoại ngữ (Anh, Pháp, Nhật...) thì đó là một ưu thế đáng kể.

Có hai cách để trở thành chuyên gia thử nếm và phục vụ rượu vang: sau khi đã được đào tạo cơ bản ở trường Trung học Du lịch - Khách sạn, bạn học thêm một năm chuyên về thử nếm và phục vụ rượu (MC: Mention complémentaire de Sommellerie), hoặc sau khi đã có một quá trình làm việc từ 3 - 5 năm, bạn học tiếp hai năm để lấy bằng chuyên nghiệp về thử nếm và phục vụ rượu (BP: Brevet professionnel de Sommellerie). Vì thế, kinh nghiệm nghề nghiệp trong nghề thử nếm và phục vụ rượu rất quan trọng. Muốn trở thành một chuyên gia thử nếm và phục vụ rượu giỏi, cần phải có 10 năm công tác để có được kinh nghiệm cần thiết.

- Bằng cơ bản về thử nếm và phục vụ rượu vang (MC de Sommellerie): tiếp nhận học sinh đã có bằng đủ tiêu chuẩn hành nghề (Certificat d'Apptitude Professionnelle: CAP), bằng chuyên môn Khách sạn - tiệm ăn (Brevet d'Etudes Professionnelles: BEP), bằng tốt nghiệp Trung học kỹ thuật khách sạn - tiệm ăn. Thời gian đào tạo là 1 năm, không chỉ đơn thuần là lý thuyết mà còn được kết hợp với các giai đoạn thực tập ở các khách sạn, tiệm ăn lớn và các chuyến dã ngoại ở các vùng trồng nho, làm rượu ở Pháp và thế giới. Một lớp đào tạo chuyên gia thử nếm và phục vụ rượu có từ 8 - 15 học viên.

Việc tuyển chọn khá công phu: học viên phải có kiến thức tinh thông, có động cơ thúc đẩy và phải qua một kỳ sát hạch với ban giám khảo gồm các chuyên gia có tên tuổi trong nghề. Vì thế, ta thấy các đối tượng được tuyển chọn thường có trình độ học vấn sau lớp 12 hoặc 2 năm đầu đại học.

- Bằng chuyên nghiệp về thử nếm và phục vụ rượu (BP de Sommellerie): thời gian đào tạo 2 năm sau khi đã có bằng cơ bản về thử nếm và phục vụ rượu (MC de Sommellerie) hoặc các bằng CAP, BEP về khách sạn, tiệm ăn và bar và 2 năm kinh nghiệm làm việc. Đặc biệt, những học viên đã có 5 năm làm việc ở khách sạn, tiệm ăn ở những cương vị quản lý, lãnh đạo cũng có thể ghi tên theo học lấy bằng chuyên nghiệp về thử nếm và phục vụ rượu.

2. Các cuộc thi

2.1. Cuộc thi chuyên gia thử nếm và phục vụ rượu giỏi nhất thế giới được Hội Chuyên gia thử nếm rượu quốc tế (Association de la Sommellerie Internationale: ASI) tổ chức lần đầu tiên năm 1969 ở Bruxelles (Bỉ). 6 cuộc thi gần đây nhất đã thu hút hơn 150 thí sinh đến từ khắp nơi trên thế giới. Để có thể tham gia cuộc thi này, các thí sinh thường đoạt giải nhất trong các cuộc thi thử nếm rượu quốc gia. Năm 2004, anh Enrico Bernado người Italia, chuyên gia trưởng về rượu ở khách sạn Georges V (Paris) đã đoạt giải nhất ở Athènes (Hy Lạp).

Danh sách những chuyên gia đoạt giải nhất các cuộc thi quốc tế về thử nếm và phục vụ rượu từ 1969 đến nay

- Armand Melkonian (Pháp) năm 1969 ở Bruxelles (Bỉ)
- Piero Sattanino (Italia) năm 1971 ở Milan (Italia)
- Giuseppe Vaccarini (Italia) năm 1978 ở Lisbonne (Bồ Đào Nha)
- Jean - Luc Pouteau (Pháp) năm 1983 ở Bruxelles (Bỉ)
- Jean - Claude Jambon (Pháp) năm 1986 ở Venise (Italia)
- Serge Dubs (Pháp) năm 1989 ở Paris (Pháp)
- Philippe Faure - Brac (Pháp) năm 1992 ở Rio de Janeiro (Brazil)
- Shinya Tasaki (Nhật Bản) năm 1995 ở Tokyo (Nhật Bản)
- Markus Del Monego (Đức) năm 1998 ở Vienne (Áo)
- Olivier Poussier (Pháp) năm 2000 ở Montréal (Canada)
- Enrico Bernado (Italia) năm 2004 ở Athènes (Hy Lạp)

2.2. Cuộc thi chuyên gia thử nếm rượu giỏi nhất Châu Âu được tiến hành 2 năm một lần. Cuộc thi này do hãng sản xuất rượu champagne nổi tiếng Ruinart tài trợ, do đó còn có tên gọi là giải Ruinart Châu Âu (Trophée Ruinart). Từ năm 1988 đến nay, những chuyên gia đoạt giải nhất trong các cuộc thi này là:

- Serge Dubs (Pháp) năm 1988,
- Mikael Soderstrom (Thụy Điển) năm 1990,
- Bernd Kreis (Đức) năm 1992,
- Eric Beaumart (Pháp) năm 1994,
- Gérard Basset (Anh) năm 1996,

- Eric Duret (Pháp) năm 1998,
- Frank Thomas (Pháp) năm 2000,
- Enrico Bernado (Italia) năm 2002,
- Andreas Larsson (Thụy Điển) năm 2004

3. Cuộc thi rượu vang quốc tế Starwine lần thứ hai (23 - 27/02/2005) ở Philadelphia (Mỹ)

Cuộc thi rượu vang quốc tế Starwine lần thứ hai đã được tổ chức từ ngày 23 - 27 tháng 2 năm 2005 ở khách sạn Ritz Carlton, thành phố Philadelphia (Mỹ) với sự tham gia của 2.000 chủng loại rượu vang đến từ 30 nước trên thế giới.

Trong 3 ngày thi, 60 chuyên gia rượu vang hàng đầu thế giới mà nhiều người là thạc sĩ rượu vang (Master of Wine, danh hiệu tương đương tiến sĩ khoa học, hiện trên thế giới chỉ có hơn 100 người có bằng này) đã thử nếm và bình chọn trong số 2.000 chủng loại rượu vang nói trên ra các huy chương đồng, huy chương bạc và huy chương vàng. Trong số hơn 100 chai rượu đoạt huy chương vàng, lại thử nếm và bình chọn ra 14 chai rượu đoạt giải đặc biệt (Best of Class/Top Gold) trong năm 2005.

Ông Tô Việt, chuyên gia quốc tế rượu vang, thành viên Hội Chuyên gia thử nếm rượu quốc tế (ASI), thành viên Hội Chuyên gia thử nếm rượu Pháp (UDSF), đã được ban tổ chức mời tham gia ban giám khảo cuộc thi với tư cách chuyên gia rượu gốc Việt Nam.



Hội trường Starwine 2005, trong tối chiều đãi bế mạc trọng thể 27/02/2005, đã nhiệt liệt vỗ tay khi ông Tô Việt được mời lên bục danh dự nhận giải thưởng “Pioneer Award” dành cho chuyên gia có công đóng góp nhiều nhất vào những cố gắng quảng bá văn hóa rượu vang của Hội Chuyên gia thử nếm rượu quốc tế ở Việt Nam nói riêng và Châu Á nói chung.

3 chuyên gia đoạt giải khác là:

- Ông Serge Dubs, Chủ tịch Hội Chuyên gia thử nếm rượu Pháp, Giải “Lifetime Achievement Award”, vì những thành tích to lớn trong văn hóa rượu vang và phong cách chuẩn mực trong cuộc sống và công tác (ông Serge Dubs là chuyên gia rượu giỏi nhất Châu Âu năm 1988, giỏi nhất thế giới năm 1989).

- Ông Paul Brunet, giải “Education Award”, vì những cố gắng giảng dạy và đào tạo không mệt mỏi từ năm 1966 là năm ông đoạt danh hiệu chuyên gia rượu giỏi nhất nước Pháp cho đến nay là lúc ông đã về hưu.

- Ông Giuseppe Vaccarini, Giải “Mentor Award”, vì những cống hiến cho nền văn hóa rượu vang thế giới trong các cương vị chuyên gia rượu giỏi nhất thế giới 1978, Chủ tịch Hội Chuyên gia thử nếm rượu quốc tế (ASI) cho đến cuối năm 2004 và hiện nay là giám đốc câu lạc bộ chuyên gia thử nếm rượu lành nghề của ASI.

Sau đây là danh sách những rượu đoạt giải đặc biệt (Best of Class/Top Gold) 2005:

Pháp: 4 giải đặc biệt,

- Château Aymerich 2002, Côtes du Roussillon Villages, Assemblage,

- Puligny - Montrachet Premier Cru Les Combettes 2002, Antonin Rodet, Chardonnay,

- Château Croix de Labrie 2000, Saint Emilion Grand Cru, Puzio Lesage, Merlot,

- Château Valendreau 2001, Thunevin, Assemblage.

Mỹ: 4 giải đặc biệt:

- Geyser Peak, Sauvignon Blanc 2004,

- Hedges Family Estate, Cabernet Sauvignon 2001, Reserve,

- Kuleto Estate, Napa Valley, Zinfandel 2002, - Santa Barbara Winery, Lafond Vineyard, Sauvignon Blanc Late Harvest 2001.

Italia: 3 giải đặc biệt:

- Terre di Poggio 2002 Muraia, Assemblage.

- Giordamino Teresio di Giordamino Marco 2000, Nebbiolo,

- Poliziano 2000 Asionone, Vino Nobile di Montepulciano, Sangiovese.

Australia: 2 giải đặc biệt:

- Laughing Magpie, d’Arenberg 2003, Syrah, MacLaren Vale,

- De Bortoli Wines, Sémillon, non - vintage, Black Noble, Nouvelles Galles du Sud.

New Zealand: 1 giải đặc biệt:

- Craggy Range 2003, Pinot Noir, Te Muna Range Vineyard, Martinborough.

4. Cuộc thi rượu vang Châu Âu lần thứ 9 ở Venice (Italia)

Từ ngày 6 - 9/01/2005, tại thành phố Venice (Italia) đã diễn ra cuộc thi rượu vang Châu Âu lần thứ 9 với chủ đề “vang danh tiếng Bordeaux”. 160 chai rượu vang Bordeaux danh tiếng với năm thu hoạch nho 2000 đã tham gia cuộc thi nhận chai hoàn toàn được giấu kín này.

Ban giám khảo cuộc thi gồm 32 chuyên gia hàng đầu thế giới đến từ 11 nước: Đức, Áo, Bỉ, Pháp (Philippe Faure - Brac, Chuyên gia rượu giỏi nhất thế giới 1992 và Olivier Poussier, Chuyên gia rượu giỏi nhất thế giới 2000), Italia, Luxembourg, Hà Lan, Bồ Đào Nha, Anh, Thụy Sĩ và Mỹ. Chủ tịch Hội đồng giám khảo là ông Francois Moss (Pháp).

Kết quả cuộc thi thật bất ngờ: không một loại rượu danh tiếng được xếp hạng trong danh mục 1855 nào có mặt trên bục danh dự. Château Lynch - Bages (Pauillac, 5ème Cru Classé 1855) cũng chỉ đứng hàng thứ năm, sau Château Pavie, Saint Emilion Grand Cru, Château La Mondotte, Saint Emilion Grand Cru, Château Pape Clément, Pessac - Léognan và Château Monbousquet, Saint Emilion Grand Cru.

Rượu Pétrus, từng được coi là “Hoàng đế của tất cả các loại rượu Bordeaux”, chỉ đứng hàng thứ 13, Château Margaux thứ 18, Cheval Blanc thứ 19, Mouton - Rothschild thứ 39, Château Latour thứ 60, Château Haut - Brion thứ 80 và Lafite - Rothschild thứ 90.

Phụ lục 2

RƯỢU CHAMPAGNE

Năm 2004, tổng số rượu champagne được bán ra trên toàn thế giới đã vượt quá 300 triệu chai, tăng 4% so với năm 2003, gấp 2 lần so với năm 1982 (147 triệu chai) và gấp 3 lần so với năm 1974.

Theo các số liệu mới nhất, số lượng rượu champagne bán ra liên tục tăng từ 100 năm nay. Trong 50 năm trở lại đây, mỗi năm số lượng rượu champagne bán ra ở Pháp tăng 1,5% và 2,3% cho xuất khẩu. Nhiều nhà nghiên cứu thị trường không khỏi đặt ra câu hỏi đến một ngày nào đó liệu có còn đủ rượu champagne để bán, kèm theo đó sẽ là nạn đầu cơ tích trữ và giá cả tăng vọt không kiểm soát nổi.

Rượu champagne có một lợi thế căn bản so với các đối thủ của nó như rượu vang sủi Pháp, Tây Ban Nha (Cava), Italia (Prosecco), Australia, Argentina và nhiều nước khác, vì không có một thứ rượu nào có thể cạnh tranh với rượu champagne: bọt sủi tươi mát, thanh tao, hương vị vừa bí ẩn vừa quý phái (mùi bơ, bánh mì cháy...), dáng vẻ vừa xêch xang vừa thanh lịch...

Rõ ràng là chất lượng tuyệt vời của rượu champagne đã góp phần vào thành công thương mại, nhưng bên cạnh đó phải kể đến nhiều yếu tố khác:

- Yếu tố thành công thứ nhất là vùng Champagne có nhiều nhà sản xuất và thương hiệu lớn, không chỉ có sức mạnh tài chính mà còn có các ý tưởng táo bạo về quảng cáo và tìm kiếm thị trường.

- Yếu tố thành công thứ hai là nhãn hiệu Champagne là nhãn hiệu thương phẩm độc nhất vô nhị trên thế giới. Nhãn chai champagne chỉ có một dòng duy nhất: rượu champagne, sau đó là tên thương hiệu như Bollinger, Roderer, Ruinart, Taittinger, Veuve Clicquot... rất dễ cho người tiêu dùng lựa chọn.

- Yếu tố thành công thứ ba: rượu champagne là loại rượu khó làm, nhưng lại rất dễ uống. Hơn thế, rượu champagne đồng nghĩa với lễ lạt long trọng: sinh nhật, cưới hỏi, chiêu đãi, đón giao thừa... Đây đúng là loại rượu “vô tửu bất thành lễ” không những chỉ ở Châu Âu mà còn ở Châu Á và khắp nơi trên thế giới. Hoàng đế Pháp Napoléon từng nói: “Tôi không thể sống

thiếu rượu champagne. Rượu này đáng uống khi thắng trận và cũng không thể thiếu khi thua (để giải sầu)”.

- Yếu tố thành công thứ tư là các nhà sản xuất rượu vùng Champagne rất thận trọng. Mặc dù nhu cầu tiêu thụ rượu champagne rất cao, họ vẫn không mở rộng diện tích trồng nho. Với 30.000ha trồng nho truyền thống từ trước đến nay, họ tà tà sản xuất, cất trữ và cung cấp rượu champagne cho thương trường.

Như vậy, năm 2004 được coi là năm “thịnh” của vùng Champagne, cả về phương diện thu hoạch nho cũng như bán rượu. Sản lượng nho thu hoạch được luật định là 14 tấn/ha, nhưng ở vùng Côtes de Blancs là nơi trồng nhiều giống nho Chardonnay, có nhà sản xuất, nếu không chấp hành luật, có thể thu hoạch từ 30 - 40 tấn/ha.

Phụ lục 3

GIỚI THIỆU CHÂN DUNG

Enrico Bernado, Chuyên gia thử nếm rượu giỏi nhất thế giới 2004.

Enrico Bernado, người đoạt giải nhất cuộc thi Chuyên gia thử nếm rượu quốc tế ngày 12/10/2004 ở thủ đô Athènes (Hy Lạp) được đào tạo để trở thành chuyên gia nấu bếp trước khi tự khám phá ra thiên hướng thử nếm rượu của anh nhờ một chuyến đi dã ngoại tại vùng trồng nho, làm rượu Alsace (Pháp) hơn 10 năm về trước.

Sau chuyến đi này, Enrico giải thích: “Đoàn chúng tôi 15 người, gồm các chuyên gia thử nếm và phục vụ rượu và các chuyên gia nấu bếp, nhưng tôi là người duy nhất tìm ra một chai rượu Gewurtraminer 1995 thu hoạch muộn (Vendanges tardives: VT) trong buổi thử nếm mù (Dégustation à l’Aveugle)”.

Trưởng đoàn, ông Giuseppe Vaccarini, Chủ tịch Hội Chuyên gia thử nếm rượu quốc tế (ASI) rất khen ngợi và nói ông sẽ hết sức giúp đỡ để Enrico trở thành một chuyên gia thử nếm và phục vụ rượu giỏi mặc dù anh đang được đào tạo để trở thành chuyên gia làm bếp.

Năm 1995, ông Giuseppe Vaccarini mời Enrico tham dự cuộc thi Chuyên gia thử nếm rượu giỏi nhất thế giới ở Tokyo (Nhật Bản). Enrico cảm thấy đam mê nghề mới này và bắt đầu theo học tại trường đào tạo chuyên gia thử nếm và phục vụ rượu của ông Vaccarini ở Milan (Italia).

Tuy nhiên, anh lại vào nghề bằng các chuyến đi thực tập làm bếp ở các tiệm ăn danh tiếng Trois Gros (Roanne - Pháp) và Grand Hotel (Stockholm - Thụy Điển). Sau khi kết thúc nghĩa vụ quân sự ở Italia, anh quyết định sang Pháp để trở thành chuyên gia thử nếm và phục vụ rượu.

“Ban đầu, tôi làm các nhiệm vụ của người giúp việc chuyên gia thử nếm rượu: rửa và lau chùi ly, lau chùi khay và xô bạc, đưa rượu từ hầm lên cho chuyên gia thử nếm rượu phục vụ khách. Tôi ít có dịp tiếp xúc với khách ăn, bởi vì tôi nói tiếng Pháp chưa được trôi chảy lắm”.

Trí thông minh và sự hiếu học đã khiến Enrico tiến bộ rất nhanh trong nghề nghiệp. Từ vai trò người giúp việc chuyên gia thử nếm rượu ở tiệm ăn La Poularde (Montrand - les - Bains - Pháp), anh đã nhanh chóng trở thành

chuyên gia thử nếm rượu ở tiệm ăn La Mirande (Avignon - Pháp). Năm 1999, anh trở thành một trong những chuyên gia trưởng về rượu trẻ nhất trong các tiệm ăn - khách sạn 2 sao Michelin trong nước Pháp khi anh nhận làm việc cho tiệm ăn Le Clos de la Violette ở Aix en Provence.

Theo anh, đây là một giai đoạn hết sức quan trọng, một bước ngoặt trong cuộc đời chuyên gia thử nếm rượu của anh. “Thời đó, tôi còn rất trẻ. Trở thành chuyên gia trưởng về rượu và lãnh đạo những chuyên gia thử nếm nhiều tuổi hơn tôi đã khiến tôi có một bản lĩnh vững vàng và một kinh nghiệm nghề nghiệp phong phú”.

Tháng 3 năm 2000, anh được cử làm chuyên gia trưởng về rượu ở khách sạn danh tiếng Georges V ở Paris. Lúc ấy, anh mới 23 tuổi.

“Thời gian đầu, tôi phải cố gắng rất nhiều vì khách sạn Georges V là một khách sạn có tiếng, điều lệ làm việc rất khe khắt, đòi hỏi mỗi nhân viên phải cố gắng đến mức tối đa. Nhưng rồi mọi chuyện đều ổn thỏa, bởi vì các đồng nghiệp của tôi rất thoải mái, dễ chịu, khiến tôi hòa nhập dễ dàng”.

Làm việc trong một khách sạn danh tiếng, Enrico vẫn giữ những kỷ niệm khó quên về chuyến đi của anh sang Nhật Bản năm 1995 và càng quyết tâm đoạt giải trong các cuộc thi chuyên gia thử nếm rượu quốc tế.

Ông Didier le Calvez, Tổng giám đốc khách sạn Georges V và ông Eric Beaumard, Giám đốc nhà hàng, chuyên gia rượu giỏi nhất Châu Âu năm 1994, hết sức giúp đỡ để Enrico đạt được mục tiêu cao cả ấy. Trong năm 2003, Enrico được khách sạn Georges V tạo điều kiện cho sang Hy Lạp 5 lần để tìm hiểu về rượu vang và văn hóa ẩm thực ở đây.

Tuy nhiên, việc chuẩn bị cho cuộc thi thế giới 2004 đã ảnh hưởng không ít đến sức khỏe của Enrico. Chỉ trong vòng 2 tuần lễ trước cuộc thi, anh đã sụt mất 7 ký.

Khi được hỏi theo anh đâu là giai đoạn khó nhất của cuộc thi, Enrico cho rằng đó không phải là vòng chung kết mà là giai đoạn trước đó, giai đoạn phục vụ rượu ở bàn của khách. “Giai đoạn này rất tế nhị vì ban giám khảo đặt chúng tôi trước tình huống phải tìm ra một chai rượu có mùi nút chai, nhưng lại được đóng nút lại lần thứ hai với một nút chai bằng chất dẻo. Yêu cầu của ban giám khảo là các chuyên gia phải đưa rượu từ chai vào bình thủy trước khi phục vụ khách. Rất nhiều chuyên gia đã bị loại trong giai đoạn này vì không phát hiện ra rượu có mùi nút chai”.

Trở thành chuyên gia thử nếm rượu giỏi nhất thế giới không làm cho Enrico tự cao tự đại. Anh nói: “Tôi làm việc trong một khách sạn nổi tiếng nhất thế giới và hôm nay tôi trở thành chuyên gia thử nếm rượu giỏi nhất thế

giới. Thành công của tôi là vì chúng tôi đã gặp cơ duyên”.

1. Giới thiệu về các giải Ruinart chuyên gia rượu giỏi nhất Châu Âu và chuyên gia rượu trẻ giỏi nhất nước Pháp

Theo bà Michèle Chantôme-Astrome, giám đốc quan hệ quốc tế của nhà sản xuất rượu champagne danh tiếng Ruinart, các giải thưởng này bắt nguồn từ sự mong muốn, nói đúng hơn là nhu cầu làm sao cho nghề chuyên gia thử nếm rượu vang trở nên hấp dẫn hơn, làm trẻ hóa và năng động hóa đội ngũ chuyên gia thử nếm rượu vang quốc gia và quốc tế. Nhà sản xuất rượu champagne Ruinart luôn gần gũi đội ngũ chuyên gia thử nếm và phục vụ rượu vang, quan điểm nhất quán của nhà sản xuất Ruinart là không bao giờ đưa champagne Ruinart vào bán trong các siêu thị; trái lại, champagne Ruinart luôn được ưu tiên bán trong các hầm rượu và các tiệm ăn nổi tiếng là những nơi dứt khoát phải có chuyên gia thử nếm và phục vụ rượu.

Giải Ruinart dành cho các chuyên gia trẻ dưới 26 tuổi được tổ chức lần đầu tiên năm 1979 ở Pháp, đúng vào dịp kỷ niệm 250 năm ngày sáng lập hãng champagne Ruinart.

Giải Ruinart Châu Âu được tổ chức lần đầu tiên năm 1988 ở Thụy Sĩ, với sự tham gia của các chuyên gia rượu vang đến từ 13 nước Châu Âu.



Giải Ruinart Châu Âu khác với các giải thưởng về rượu khác ở chỗ nó thực sự gắn với nghề thử nếm và phục vụ rượu, ở chỗ nó thúc đẩy các chuyên gia về rượu ở 30 nước Châu Âu (tất nhiên là có sự phối hợp chặt chẽ của các Hội Chuyên gia thử nếm rượu quốc gia). Trong những nước chưa có Hội Chuyên gia thử nếm rượu, hãng Ruinart đã tạo ra những điều kiện cần thiết giúp các hội này chào đời. Theo quan điểm của ông Giuseppe Vaccarini, cựu chủ tịch Hội Chuyên gia thử nếm rượu vang quốc tế (ASI), các thí sinh tham gia các giải Ruinart phải có quốc tịch những nước mà họ đại diện, bởi ông cho rằng đó là cách tốt nhất để khuyến khích phát triển

ngành thử nếm rượu vang ở từng quốc gia, nhưng không vì thế mà phủ nhận tài năng và sự đóng góp tích cực của các chuyên gia nước ngoài trong việc giảng dạy, đào tạo đội ngũ chuyên gia nước sở tại.

Trong hơn 20 năm tồn tại, các giải Ruinart ở Pháp và Châu Âu đã thu hút được hơn 10.000 chuyên gia thử nếm rượu đến từ nhiều nước trên thế giới. Đó thực sự là bức tranh toàn cảnh về nghề chuyên gia thử nếm và phục vụ rượu vang. Điều đó cũng chứng minh rằng nghề chuyên gia thử nếm rượu đang ngày càng phát triển và được đa dạng hóa, trẻ hóa, năng động hóa, chuyên môn hóa. Chúng ta đang sống trong một thời đại mà trong mọi lĩnh vực xã hội đều đòi hỏi sự chuyên môn hóa cao. Nghề chuyên gia thử nếm rượu là một nghề phục vụ, vì thế càng đòi hỏi các phẩm chất cao đẹp và trách nhiệm nặng nề. Hơn ai hết, chuyên gia thử nếm rượu phải có cá tính rõ rệt, yêu nghề, yêu đời, đam mê rượu vang, ham học hỏi, dễ tiếp xúc, nhân ái, hóm hỉnh... để có thể làm vui lòng khách đến, vừa lòng khách đi.

Những năm gần đây, có nhiều chuyên gia đoạt giải Ruinart Châu Âu là công dân các nước Bắc Âu là những nước không có truyền thống rượu vang mà có truyền thống về bia và rượu mạnh như Thụy Điển, Hà Lan, Bỉ, Đan Mạch ... Hơn thế, đó là những nước mà hệ thống truyền thông, quảng bá về rượu vang rất hạn chế. Vì thế, việc chuyên gia thử nếm rượu Thụy Điển Mikael Soderstrom đoạt giải nhất Ruinart Châu Âu năm 1990 đã tạo ra một cú sốc điện trong những nước không có truyền thống rượu vang. Từ đó trở về sau, chính ngay trong các nước Bắc Âu đã có những tiến bộ đáng kể về Văn hóa rượu vang và nghề chuyên gia thử nếm rượu tại các nước này đã có những bước phát triển vượt bậc. Năm 2004, một chuyên gia Thụy Điển khác, ông Andreas Larsson cũng lại đoạt giải nhất. Điều đó chứng minh rằng chuyên gia một nước mà thị trường tiêu thụ có nhiều chủng loại rượu trên thế giới sẽ có một lợi thế rất căn bản: động lực phụ và kỹ năng thử nếm dễ dàng, thông thoáng hơn.

Năm 2001, một phụ nữ trẻ, chị Giovana Rappali đoạt giải Ruinart chuyên gia rượu trẻ giỏi nhất nước Pháp. Trước đó, vào năm 1980 và năm 1993 cũng có hai phụ nữ khác đoạt giải này. Đó là những dấu hiệu đáng mừng. Nhưng cũng không nên quên rằng nghề chuyên gia thử nếm và phục vụ rượu có những mặt hạn chế đối với phụ nữ, cho dù thời nay người ta không còn chuyển trực tiếp rượu từ thùng tô nô vào chai trước khi đem ra phục vụ khách ở các tiệm ăn, nghề này vẫn đòi hỏi nhiều về sức khỏe: chuyển các thùng rượu từ hầm rượu lên tiệm ăn, chuyển rượu từ bên ngoài xuống hầm rượu, xếp chai lên giá để rượu... Nhất là giờ giấc làm việc của nghề tiệm ăn - khách sạn thường ít thích hợp với chức năng làm vợ, làm mẹ của phụ nữ. Tất cả những yếu tố đó khiến các bạn gái thấy ngần ngại khi

chọn nghề này. Tuy nhiên, phải thấy rằng có rất nhiều phụ nữ thành công trong nghề, họ trở thành những chuyên gia thử nếm rượu giỏi và khách ăn cũng rất khoái được họ phục vụ. Khoa học đã chứng minh rằng phụ nữ nhạy cảm hơn so với nam giới trong việc xác định và ghi nhớ các loại hương vị khác nhau và có những năng khiếu bẩm sinh về thử nếm rượu vang. Trong nhiều cuộc thi chuyên gia rượu trẻ giỏi nhất nước Pháp, phụ nữ chiếm đến 1/3 số thí sinh. Phụ nữ chiếm đa số trong Hội Chuyên gia thử nếm rượu Thụy Điển và cũng lại một phụ nữ đoạt giải chuyên gia thử nếm rượu giỏi nhất nước Nga năm 2002.

Danh sách chuyên gia rượu giỏi nhất nước Pháp từ năm 1961 - 2004

Meilleur Sommelier de France	2004	Laporte Dominique	France
Meilleur Sommelier de France	2002	Biraud David	France
Meilleur Sommelier de France	2000	Thomas Franck	France
Meilleur Sommelier de France	1997	Bernard Richard	France
Meilleur Sommelier de France	1994	Lebail Lyonel	France
Meilleur Sommelier de France	1992	Beaumard Eric	France
Meilleur Sommelier de France	1990	Poussier Olivier	France
Meilleur Sommelier de France	1988	Faure-Brac Philippe	France
Meilleur Sommelier de France	1980	Pertuiset Georges	France
Meilleur Sommelier de France	1978	Bourguignon Philippe	France
Meilleur Sommelier de France	1976	Golay Albert	France
Meilleur Sommelier de France	1974	Jambon Jean-Claude	France
Meilleur Sommelier de France	1972	Stoeckel Jean-Marie	France
Meilleur Sommelier de France	1970	Renoux René	France
Meilleur Sommelier de France	1968	Melkonian Armand	France
Meilleur Sommelier de France	1967	Lebail Louis	France
Meilleur Sommelier de France	1966	Brunet Paul	France
Meilleur Sommelier de France	1964	Blandin Guy	France
Meilleur Sommelier de France	1963	Rouby	France
Meilleur Sommelier de France	1962	Guyot Henri	France
Meilleur Sommelier de France	1961	Chauchee Jean	France

Danh sách chuyên gia rượu trẻ dưới 26 tuổi giỏi nhất nước Pháp từ năm 1979 - 2001

Meilleur Sommelier de France	2001	Rapalli Giovanna	France
Meilleur Sommelier de France	2000	Blanc Aurélien	France
Meilleur Sommelier de France	1999	Ravat Anthony	France
Meilleur Sommelier de France	1998	Biraud Didier	France
Meilleur Sommelier de France	1997	Laporte Dominique	France

Meilleur Sommelier de France	1996	Bernard Richard	France
Meilleur Sommelier de France	1995	Thomas Franck	France
Meilleur Sommelier de France	1994	Salvatore Christophe	France
Meilleur Sommelier de France	1993	Vendramelli Marlène	France
Meilleur Sommelier de France	1992	Debaille Stéphane	France
Meilleur Sommelier de France	1991	Leconte Lyonel	France
Meilleur Sommelier de France	1990	Kaminski David	France
Meilleur Sommelier de France	1989	Pennequin Hevé	France
Meilleur Sommelier de France	1988	Ruet Jean-Claude	France
Meilleur Sommelier de France	1987	Beaumard Eric	France
Meilleur Sommelier de France	1986	Hascoet Gilles	France
Meilleur Sommelier de France	1985	Place Didier	France

Meilleur Sommelier de France	1984	Faure-Brac Philippe	France
Meilleur Sommelier de France	1983	Bordas Didier	France
Meilleur Sommelier de France	1982	Pechoutre Christian	France
Meilleur Sommelier de France	1981	Bizeul Hervé	France
Meilleur Sommelier de France	1980	Quaranta Anne-Marie	
Meilleur Sommelier de France	1979	Quaranta Anne-Marie	

2. Giải vô địch bóng đá thế giới 2006 và rượu vang Đức.

Viện rượu vang quốc gia Đức (DWI) đã ký hợp đồng độc quyền về việc bán rượu vang trong thời gian diễn ra Cúp bóng đá thế giới 2006 ở Đức với Liên đoàn bóng đá quốc tế (FIFA).

Hợp đồng này qui định chỉ có rượu vang Đức được bán trong các sân vận động hay ở những nơi sẽ diễn ra các sự kiện do Ủy ban tổ chức Cúp thế giới quy định. Ngược lại, hãng sản xuất bia Mỹ Budweiser được toàn quyền bán bia Budweiser trong các sân vận động nơi sẽ diễn ra các trận đấu của Cúp thế giới 2006.

3. Hình ảnh rượu vang Pháp ở nước ngoài

Hãng sản xuất rượu vang Mỹ Gallo vừa ký một hợp đồng với công ty rượu Taillan có trụ sở ở vùng Bordeaux (Pháp) nhằm kinh doanh rượu Côtes du Rhône 2003 với nhãn chai có tên "Cầu qua thành phố Avignon". Cây cầu nói trên vừa là một di tích lịch sử vừa là tên một bài hát cho trẻ em rất nổi tiếng ở Pháp và còn được biết đến ở nước ngoài, nhất là Mỹ. Hãng Gallo đã phải đầu tư đến 5 triệu đô la Mỹ để mua lại bản quyền từ thành phố Avignon và để quảng cáo cho 6 triệu chai rượu có tên "Cầu qua thành phố Avignon" sẽ được đưa ra bán trong năm 2005 tại 1.500 cửa hàng chuyên môn và 800

tiệm ăn ở Mỹ, với giá 15 đô la/chai.

Hãng Gallo cũng không ngần ngại khoác cho chai rượu có tên “Chiếc xe đạp đỏ”, vốn do hợp tác xã sản xuất rượu Sieur d’Arques ở thành phố Limoux (vùng Languedoc - Roussillon - Pháp) xuất sang Mỹ, nhãn chai với hình ảnh một nông dân Pháp với chiếc mũ nồi truyền thống đang đi xe đạp, chạy lon ton phía sau là con chó ngậm trong mồm một chiếc bánh mì, với giá 10 đô la Mỹ/chai.

Theo Liên đoàn các nhà xuất khẩu rượu vang và rượu mạnh Pháp (FEVS), không chỉ các công ty Mỹ chú trọng đầu tư vào một ngành đã đem lại đến 7,81 tỷ euros cho cán cân thương mại Pháp, mà các công ty nước ngoài khác, ví dụ như công ty Hà Lan Dirkzwaser, cũng vừa trở thành cổ đông viên thiểu số cùng với gia đình MAU trong vốn cổ định của lâu đài Cantenac - Brown, một trong những lâu đài lâu đời và nổi tiếng nhất vùng Bordeaux. Trước đó ít lâu, cũng hãng Dirkzwaser đã cùng gia đình MAU hùn vốn mua lại lâu đài Preuillac.

4. Bã rượu champagne dùng để sản xuất điện “sạch”

Tháng 01/2005, bộ công nghiệp Pháp đã chọn dự án sản xuất điện “sạch” từ bã rượu champagne. Dự án này được chọn trong số 15 dự án “năng lượng tái sinh” và sẽ được triển khai vào năm 2007.

Tổng cộng các nhà máy sản xuất rượu mạnh ở các vùng rượu Champagne, Bordeaux và Luberon sẽ bán hơn 300.000 mê ga oát điện/năm cho công ty điện lực quốc gia Pháp (EDF) thông qua công ty EBV, chuyên sản xuất điện từ các phế thải thực vật.

Ông Thierry Pousse, phụ trách phát triển của công ty EBV, cho rằng “đây là thử nghiệm sản xuất điện từ bã rượu đầu tiên ở Pháp”, trong khi đó phương pháp này đã được thực hiện thành công ở Argentina. Italia và Tây Ban Nha dùng hạt ô liu, còn Malaysia dùng trấu để sản xuất điện “sạch”.

Ông Jean - Marie Keene, tổng giám đốc hãng rượu mạnh Goyard ở Mareuil - sur - Ay (Marne - Champagne), được thành lập từ năm 1911 và là một trong những hãng lớn nhất chuyên sử dụng nho vùng Champagne để làm rượu mạnh, cho rằng đây là phương án tối ưu để thanh lý các phế thải từ nho. Ông nói: “Năm 2004, chúng tôi đã phải thanh lý tới 113.000 tấn phế thải từ nho bằng các biện pháp khác: bán lại cho công nghiệp mỹ phẩm, công nghiệp dược phẩm, dùng làm nhiên liệu hoặc bán rẻ để nuôi gia súc hoặc làm phân bón”.

Ông Keene thừa nhận rằng việc chuyên chở các phế thải đến nơi tiêu thụ

khiến công ty ông chẳng lời lãi là bao. Trái lại, ông Pousse cho rằng “đây là một sự hợp tác trên cơ sở hai bên cùng có lợi. Công ty chúng tôi trả tiền mua bã rượu và thuê đất làm nhà máy điện, còn nhà máy rượu trả tiền khí đốt và tiết kiệm được phí vận tải”.

Đúng vậy, hợp đồng ký với công ty EBV quy định hãng Goyard chỉ phải cho thuê một khoảnh đất để đặt một nhà máy điện nhỏ. Bã rượu sẽ được đốt để tạo khí mê tan, từ khí mê tan sẽ sản xuất ra điện và nhiệt lượng.

Điện sẽ được bán lại cho công ty điện lực quốc gia với giá cao gấp đôi giá thông thường, vì đó là “điện sạch”.

Nhiệt lượng sản xuất từ bã rượu sẽ đáp ứng từ 80 - 85% nhu cầu về nhiệt của nhà máy rượu Goyard.

5. Một số bài viết và trả lời phỏng vấn của ông Tô Việt

Ông Tô Việt - liên đoàn chuyên gia ném thử rượu Pháp

“Có văn hóa trong ẩm thực cũng là cách để hội nhập”

(06:53' 10/12/2004 (GMT+7) Người Viễn Xứ)

KIM NGÂN thực hiện

Theo đề nghị của ông Giuseppe Vaccarini, chủ tịch hiệp Hội Chuyên gia ném thử rượu quốc tế (ASI), chuyên gia rượu giỏi nhất thế giới 1978 và hội những người bạn Đà Lạt của thành phố Montpellier (Adaly); ông Tô Việt (người Pháp gốc Việt), thành viên của Liên đoàn chuyên gia ném thử rượu Pháp (USDF) với cương vị là Tùy viên Adaly và giám đốc chương trình văn hóa rượu vang Việt Nam (PFSC Việt Nam) do Chính phủ Pháp tài trợ, đã sang Việt Nam đảm nhận việc đào tạo chuyên gia thử ném và phục vụ rượu ở Việt Nam. Chúng tôi đã gặp và trao đổi với ông Tô Việt về nội dung chương trình, xin giới thiệu với bạn đọc.

• PV. Xin ông cho biết đôi chút về bản thân?

Ông Tô Việt: Tôi sống lâu năm ở Pháp và ở Monaco, lấy vợ người Việt và cũng thường xuyên về Việt Nam. Tôi may mắn được làm học trò của ông Frank Thomas (Pháp), chuyên gia rượu giỏi nhất Châu Âu năm 2000; đã từng làm việc ở nhiều khách sạn 4 sao Luxe ở Pháp. Cũng đã có thời gian sang Anh làm việc với tập đoàn khách sạn Hotel du Vin của chuyên gia rượu giỏi nhất Châu Âu 1996, nhì thế giới 1992 và 2004 - Gerard Basset.

• Chương trình làm việc của ông lần này ở Việt Nam bao gồm những nội dung gì?

Tôi sang Việt Nam với tư cách là giám đốc chương trình văn hóa rượu vang do Chính phủ Pháp tài trợ với sự hợp tác của nhiều trường đại học của Hà Nội, TP HCM, Đà Lạt, dự định mỗi năm sẽ kéo dài 6 tháng, năm nay sẽ từ 10/2004 - 02/2005. Chúng tôi sẽ đảm nhận việc đào tạo chuyên gia thử nếm và phục vụ rượu ở Việt Nam. Đi cùng tôi còn có một đội ngũ các chuyên gia thuộc hàng quốc tế: ông Giuseppe Vaccarini (Italia), chuyên gia rượu giỏi nhất thế giới năm 1978; ông Gerard Basset (Anh), chuyên gia rượu giỏi nhất Châu Âu 1996, thứ nhì thế giới 1992 và 2004; ông Thomas (Pháp), chuyên gia rượu giỏi nhất Châu Âu 2000; bà bác sĩ Anna Owhadi - Richatdson (Pháp), chuyên gia về rượu và sức khỏe.

• *Tại sao hiệp hội và cá nhân ông lại chọn Việt Nam là nơi đến cung cấp những kiến thức hiểu biết về văn hoá rượu vang?*

Tất nhiên, Việt Nam không phải là đất nước có truyền thống sản xuất và tiêu thụ rượu vang, song lại là đất nước có rất nhiều tiềm năng. Thứ nhất, Việt Nam là một quốc gia đông dân, vì thế sức tiêu thụ rất lớn. Thí dụ như nước Nhật thì 10 năm trước tính theo bình quân đầu người tiêu thụ một lượng rượu rất ít (chưa đến 0,5 lít/năm), nay thì đã lên đến 2,8 lít/người/năm. Thứ hai, là tuy lượng rượu vang tiêu thụ hàng năm không nhiều lắm so với bia và các loại rượu mạnh, nhưng Việt Nam không lạ lẫm với rượu vang bởi ảnh hưởng khá đậm nét của văn hoá Châu Âu, Châu Mỹ, nhất là văn hóa Pháp. Thứ ba, là trong thời hiện đại, không chỉ yêu cầu của quá trình giao lưu, hội nhập, đòi hỏi phải có nhiều hiểu biết hơn về các nền văn hoá khác mà khi nền kinh tế phát triển, mức sống được nâng cao, nhu cầu của cuộc sống cũng ngày càng đa dạng và phong phú hơn. Người ta không chỉ muốn mặc đẹp hơn, ăn ngon hơn mà trình độ văn hoá cả trong ăn uống cũng đặt ra cấp thiết hơn. Thứ tư, Việt Nam đang là nước rất có tiềm năng trong thu hút khách du lịch quốc tế. Nhiều khách sạn cao cấp, nhà hàng được xây dựng, khách quốc tế nhiều khi rất khó tính, đòi hỏi sự phục vụ phải mang tính chuyên nghiệp và đạt chuẩn quốc tế... Thật ra lý do có rất nhiều, nhưng với tôi còn một lý do cá nhân nữa là tôi muốn được mang kiến thức, hiểu biết và sức lực của mình về phục vụ quê hương.

• *Những chuyên gia đạt đến trình độ như ông ở Pháp có đông không, thưa ông?*

Hiệp hội nếm, thử rượu vang ở Pháp được thành lập năm 1968, suốt từ đó đến nay số chuyên gia được đào tạo về lĩnh vực này là khoảng 4.000 người. Chỉ ở những thành phố lớn mới có trường và có khoa chuyên ngành đào tạo về rượu, người ta lại chọn ra mỗi năm chỉ một số ít các sinh viên không chỉ có năng khiếu mà phải cả lòng say mê nghề nghiệp để đào tạo chuyên gia thử nếm rượu. Còn ở Nhật thì số lượng chuyên gia về nghề này

phát triển khá nhanh, tuy mới hình thành từ 10 năm nay, nhưng con số chuyên gia được đào tạo đã vào khoảng 8.000 người.

• *Vậy còn ở Việt Nam theo đánh giá của ông, các chuyên gia thử, nếm rượu hiện nay có nhiều không?*

Theo tôi biết thì số chuyên gia về thử, nếm rượu ở Việt Nam khá ít, có thể đếm trên đầu ngón tay. Như con số tôi nắm được là khoảng 20 người được đào tạo về chuyên ngành rượu vang, về sản phẩm lên men ở các nước Châu Âu (Pháp, Đức), chủ yếu họ tập trung ở Hà Nội và TP HCM, các tỉnh không có mấy.

• *Ông có thể cho biết về những nội dung chính của khóa học về văn hóa rượu vang?*

Chúng tôi đã lên chương trình đào tạo ngắn hạn 34 giờ, sẽ cung cấp cho học viên các kiến thức về: các giống nho chính, các vùng trồng nho của Pháp và thế giới; hương vị rượu; từ vựng về nếm rượu; phương pháp đánh giá rượu tốt, xấu; lựa chọn và mua rượu; chọn món ăn và rượu sao cho hợp khẩu vị; cách thưởng thức rượu vang và các loại rượu khác (uống có mức độ để có lợi cho sức khỏe); văn hoá phục vụ rượu ở bar, tiệm ăn và khách sạn.

• *Các đối tượng được tham dự khóa học?*

Chúng tôi đã và đang đào tạo cho cán bộ cao cấp của ngành ngoại giao, thương mại, ngân hàng, tài chính, du lịch, hàng không, đường thủy; những người phục vụ tại các nhà hàng, khách sạn; những người làm việc tại các nhà máy rượu, bia, cửa hàng, đại lý bán rượu, bia và tất cả những ai quan tâm. Người dự đến kết thúc khoá học sẽ được cấp chứng chỉ của hiệp Hội Chuyên gia thử nếm rượu vang quốc tế ASI.

• *Xin cảm ơn và chúc ông thành công mỹ mãn trong những ngày ở Việt Nam.*

Nói chuyện xa quê quanh chén rượu

(10:29' 07/02/2005 (GMT+7) Người Viễn Xứ)

TÔ VIỆT (Pháp) (Chuyên gia thử nếm - Hiệp hội thử nếm rượu Quốc tế)

Tôi qua, sau gần mười năm, mới lại có tuyết rơi ở Nice.

Lúc đầu, tôi nửa tin nửa ngờ, nhưng mới chỉ kịp vào bếp pha ly cà phê, ngoảnh ra lan can đã thấy tuyết bay toả ngoài trời, như một đàn ong trắng. Tuyết ơi, đẹp lắm! Thừa bé thơ, tôi thường trèo lên cây đại cổ thụ cuối sân đọc truyện cổ tích Phần Lan và mơ một ngày nào đó được sang xứ sở của tuyết, ngồi trên xe do những con tuần lộc kéo, hoặc bên một lò sưởi rực

hông, mặc cho bão tuyết găm rú ngoài trời.

Nhưng hoa tuyết đẹp cũng như một người đàn bà khó tính. Chỉ có thể nhìn xa, khẽ động vào là tan biến, mong manh. Hơn thế, những buổi mưa tuyết thế này, còn làm gì được ngoài mời mấy ông bạn vàng đến nhà chơi, khui một chai vang ngon uống nhâm nhi với pho mát, xúc xích, hoặc giả nếu cuối tháng hết tiền thì cũng bày ra bàn vài hột lạc rang, dăm ba quả dưa chuột muối. So với ở Việt Nam, uống rượu trắng “sếch” với vài quả cóc hoặc chuối xanh, ngồi bệt ở vỉa hè, lòng đường như mấy anh đạp xích lô hoặc chở xe Honda “ôm” thì thế này vẫn còn sang chảnh.

Ừ, thế mà cũng chỉ mấy ngày nữa là đã Tết rồi. Cái không khí gần kề ngày Tết nó mới lạ làm sao, nó lâng lâng, xao xuyến, bồi hồi, như tình cảm của một nàng dâu mới, nửa muốn về nhà chồng, nửa muốn ở lại nhà mẹ đẻ. Tết của người Việt tha hương thấm buồn, nhất là đối với những kẻ ở độ tuổi hờ hững ngoài 40, chưa đến 50 như tụi chúng tôi. Nhóm sinh viên Việt nam ở Nice còn có gì để vui thú (tụ họp bạn bè trong khu học xá, sinh viên nữ làm nộm, bánh chưng, sinh viên nam trang trí, chuẩn bị rượu, bia...). Tôi cầm điện thoại gọi cho ông bạn cố tri (vẫn bị vợ tôi nói nửa đùa nửa thật là “một trong những đệ tử trung thành của thần Bacchus”).

Nói đến rượu, bia, dân tộc nào cũng như nhau, “phi tửu bất thành lễ”. Đã là lễ thì không thể thiếu rượu, ta hay tây cũng vậy. Nhưng giữa ta và tây lại có nhiều sự khác nhau căn bản, cả về rượu và cách uống. Người phương tây, khi có điều kiện, thường uống rượu tại bàn, trải khăn trắng muốt, ngày không sao, tối phải thắp đèn nền sáng trưng. Ly, cốc cũng phải là đồ thứ dũ, không pha lê thì cũng thủy tinh loại sang như Riedel (Áo) hay Schott (Đức). “Rượu trẻ”, mạnh mẽ thì rót ra bình thủy trước một hai tiếng để hương vị rượu thêm thơm ngát, cơ thể rượu được thư giãn, mịn màng, xênh xang, êm ái như nhung như lụa, uống đến đâu đã đời đến đó. Rượu lâu năm nhiều khi cũng được rót ra bình thủy để tránh không cho cặn rượu đi theo dòng chảy vào cốc bạn hiền. Những rượu lâu năm mà sự cân bằng sinh thái mong manh như trứng để đầu đẳng thì được thận trọng, nâng niu đưa vào lẵng rót rượu và được mở nút với tất cả sự cẩn trọng như ta nâng đỡ bố mẹ già, rồi khẽ khàng rót cho bè bạn, người thân như thể “giọt rượu - giọt vàng”. Người uống rượu cầm ly soi ra trước đèn, triu mến, nâng niu, đắm say như thể đang giải y một cô gái đẹp. Những lời bình phẩm về rượu cũng thật là “tửu sắc tương liên” (rượu và sắc đẹp không thể tách rời); nào là “gương mặt thủy mị, hào hoa, phong nhã”, “cơ thể mảnh mai hoặc tròn trịa, duyên dáng, đầy nữ tính”, “chân dài quý phái”, “nước mắt như mưa”, “mẫn cảm, đầy sức quyến rũ”... Đây thực sự là những ngôn từ chuyên môn của Tây về rượu dịch ra tiếng Việt, tôi mà nói lão tôi... chết (!)

Người Việt mình uống đơn giản hơn nhiều, rượu trắng thường uống bằng bát hay ly uống nước, sang hơn thì ly uống rượu Whisky (Tumbler) hay ly uống rượu khai vị hay tráng miệng. Tựu trung cũng chỉ vì dân mình còn nghèo, ít có điều kiện trang bị trong gia đình những thứ vẫn còn bị coi là “xa xỉ phẩm” ấy.

Vẫn chuyện rượu vang. Người Tây phương dùng rượu khá nhiều trong một bữa ăn dịp tết Noel hay đầu năm mới. Chỉ tính riêng rượu vang họ đã dùng champagne đầu bữa, tiếp đến là rượu vang ngọt như Sauternes, Sainte - Croix - du - Mont, Jurancon hoặc Montbazillac với món gan ngỗng hoặc vịt béo, các loại rượu trắng khô với các món xà lát, súp và sò huyết. Họ tiếp tục dùng rượu vang trắng khô hoặc đậm với các món tôm, cá, sau đó là rượu vang đỏ nhẹ (Bourgogne) với món thịt gà tây hầm hạt dẻ. Các món thịt bò lò hoặc thịt rừng bao giờ cũng đi kèm một vài chai vang đỏ Bordeaux trứ danh như Pauillac, Saint-Julien hoặc Saint- Estèphe. Cùng với món tráng miệng, hoặc họ quay trở lại dùng rượu Sauternes, hoặc rượu champagne dịu (champagne demi - sec), hoặc rượu ngọt tự nhiên (vin Doux Naturel). Những kẻ nô lệ của xì gà bao giờ cũng kết thúc bữa ăn tất niên bằng một ly rượu rum cao tuổi hoặc một ly Cognac VSOP (Very Special Old Pale) hoặc XO (Extra Old). Người Việt mình giản tiện hơn nhiều, nhà sang uống Whisky, Cognac hoặc gần đây hơn là rượu vang, nhà tầm tầm hoặc nghèo chẳng nữa cũng vài chai rượu trắng, nhưng thường là uống từ đầu đến cuối bữa.

Nói về rượu trắng: mấy ông bạn Việt kiều của tôi ở Nice Tết nào cũng nhầm nhẹ kiểm chút “mộc tồn”, không phải ăn trong Tết, sợ xui, mà ăn ra giêng để giải hạn. Bàn tính với nhau đã mấy năm mà có bao giờ thực hiện được đâu. Ông bạn thân nhất của tôi, đầu có họ hàng dây mơ rễ má gì với cựu hoàng Bảo Đại, năm nào cũng nhờ mua tậu Việt Nam mấy lít “cồn” chính hiệu làng Vân. Anh thường hỏi tôi: “Việt, mày có biết tại sao thịt “cầy” không có cái chất “cồn” vào là “vứt”?”. Thấy tôi ngơ ngẩn, anh cười: “Ấy bởi thịt chó ít nhiều có vị hôi hám, tanh tươi. Ví như anh Nga ăn trứng cá tầm mà không sử dụng rượu vodka để cho tiêu cái chất tanh, chất béo, chất mỡ, chất nhờn của trứng cá tầm”. Vợ tôi ngồi cạnh, từ nãy đến giờ không nói câu nào, bật cười, lên tiếng: “Gớm, các ông nói ghê ghê là, liệu có ai còn dám ăn trứng cá tầm với thịt chó nữa?”. Chỉ chờ có thế, anh bạn tôi giảng giải: “Đàn bà các chị đầu óc chim sẻ, chẳng kể làm gì. Thịt chó, với cái hôi hám của nó, cũng như người đàn bà ở tuổi 40, bà nào chẳng hôi hám, khó chịu? Nhưng chính cái hôi hám ở người đàn bà “tứ tuần” ấy lại quyến rũ đàn ông hơn là các cô mười tám, đôi mươi”. Vợ tôi ngượng đỏ mặt, đánh trống lảng: “Thôi, để em vào bếp làm cho các bác ít đồ xào nữa”. Anh bạn tôi rung đùi khoái chí, vỗ tay đánh đét một cái: “Việt, mày thấy chưa, tụi mình ở xứ người cả mấy chục năm nay, nhưng văn hóa ẩm thực Việt Nam

vẫn còn sâu sắc lắm. Mà cô vợ mày cũng tinh ý đáo để. Thôi, bữa nào tao phải thết vợ chồng chú mày một chai Saint Emilion Château Cheval Blanc (*) 1989 là năm gia đình chú mày tao ngộ”. Anh ngồi đến quá nửa đêm, gọi là để mừng “tuyệt mới” và đón “giao thừa trước Tết”. Hai anh em uống hết 4 chai vang thì anh đứng dậy, ôm hôn vợ tôi thăm thiết, rồi về. Chỉ tội nghiệp vợ tôi, thương chồng mệt, chưa kịp đón giao thừa đã phải quét dọn tung bừng đến gần 2 giờ sáng.

Không biết ở quê hương, những người thân của tôi đang làm gì và có nhớ đến những người con ở phương xa không? Còn chúng tôi thì dầu ở nơi nào trên trái đất, dầu bận bịu mấy thì cũng luôn nhớ về họ, nhất là trong những ngày Tết này.

T.V (Nice - những ngày giáp Tết Ất Dậu 2005)

6. Bài phát biểu tại hội thảo rượu vang Bordeaux, Thành phố Hồ Chí Minh, 31/05/2005

Hôm nay, tôi rất vinh dự được thuyết trình về rượu vang Bordeaux và sẽ cố gắng trong vòng 2 buổi cùng anh Đỗ Vĩnh Bảo, chuyên gia làm rượu được đào tạo tại Pháp, vén lên phần nào bức màn bí mật bao trùm sản phẩm vốn được coi là “cực kỳ huyền ảo, lung linh nhưng cũng hết sức phức tạp” này.

Nhà thơ La Mã nổi tiếng Ausone (thế kỷ thứ IV sau Công nguyên) từng nói: “Tôi tự hào về các ruộng nho vùng Bordeaux hơn là các tác phẩm nghệ thuật của tôi”. Tại sao như vậy? Bởi Ausone cho rằng rượu vang Bordeaux là nghệ thuật, là con đường ngắn nhất đưa người đến với người.

Nhà văn Mỹ nổi tiếng Ernest Hemingway lại nói: “rượu vang là sản phẩm văn minh nhất thế giới”, bởi theo ông, xung quanh ly rượu, các nhà ngoại giao tìm hiểu nhau kỹ hơn để sau đó đấu khẩu với nhau ít hơn.

Rượu vang tạo ra 3 sự đồng cảm: đồng cảm với đất trồng nho, đồng cảm với chính mình khi ta uống rượu và đồng cảm với những người khác khi ta nói chuyện về rượu vang.

Một chai rượu vang Bordeaux ngon là kết quả của một năm nhà trồng nho vất vả: đó là nụ cười của cô gái hái nho, mồ hôi tâm tã của người thợ ép nho, tình yêu và nỗ lực của chuyên gia làm rượu để hoàn thành kiệt tác. Tất cả tinh hoa của con người được truyền vào rượu vang: can đảm, niềm vui, lòng tin, tính kiên trì, tình yêu, sự lạc quan... Tất cả tinh hoa của thiên nhiên cũng được đưa vào rượu vang: sức mạnh, ánh sáng, màu sắc, hơi ấm, những điều bí ẩn... Rượu vang, đó là sự chuyển hóa từ vật chất sang tinh thần mà ta

thấy rất rõ qua thành cốc thủy tinh.

Một chai rượu vang Bordeaux ngon, cũng như hội họa, văn chương và âm nhạc, phải xuất phát từ tình cảm tự nhiên của con người, mà đã là cảm xúc thì không thể ép buộc hoặc lừa đảo được. Một chai rượu vang Bordeaux ngon thể hiện tình cảm nội tâm của người làm ra nó. Chính vì nó là tình cảm của con người nên nó có thể lay động, cảm hóa con người và có được tác dụng giáo dục thâm lắng, tự nhiên. Cũng như một bản nhạc hay, một tác phẩm nghệ thuật tuyệt vời, một chai vang Bordeaux thượng hảo hạng có thể thâm lắng ảnh hưởng đến người tiêu thụ, cảm hóa được người tiêu thụ. Cái mà các nghệ sĩ gọi là “hồn”.

Chẳng thế mà nhà thơ Charles Baudelaire của Pháp đã ngất ngưỡng say sưa trước vẻ hoàn thiện, hoàn mỹ ấy như trước một thực thể sống, một **CON NGƯỜI**. “**Trong mỗi chai rượu vang có một linh hồn, và tối tối, linh hồn ca hát**”.

Xin cảm ơn sự chú ý của tất cả các bạn.

7. Chuyên gia nếm vang quốc tế Tô Việt

Vang cũng có... linh hồn!

(20/08/2005 02:29 GMT +7 Người Lao động chủ nhật)

Chuyên gia thử nếm vang quốc tế Tô Việt (phải) tại lễ trao giải Pionnier Award tại Philadelphia - Mỹ

Từ tình cờ đam mê đến trở thành chuyên gia, anh Tô Việt, người Pháp gốc Việt, đã bộc bạch tình yêu đối với thú tao nhã là thử nếm những chai vang ở đẳng cấp chuyên gia quốc tế của anh

• **Phóng viên:** *Tại sao anh lại chọn cái nghề “chơi cũng lắm công phu” này?*



Tô Việt nhận giải Pionnier Award từ tay ông Roger Bohmrich - Chủ tịch ban giám khảo cuộc thi quốc tế rượu vang

• **Anh Tô Việt:** Tôi vốn hay thích hội hè và đã có ý định tìm hiểu về vang từ khi còn trẻ. Tôi thú vị với 2 câu thơ của thi sĩ Pháp thế kỷ 19 Charles Beaudelaire: “Trong mỗi chai rượu vang có một linh hồn. Đêm đêm, linh hồn đó nhảy múa”. Lúc mới sang Pháp, tôi học Công pháp quốc tế. Trong lớp, các bạn tôi đều là con cái của các luật sư và bác sĩ giàu có. Gia đình các bạn thường có hầm rượu lớn. Tôi có cảm giác tôi đã mê tìm hiểu về vang từ lâu lắm rồi nên khi được tiếp xúc với nó, tôi như bị cuốn hút, muốn đi đến cùng. Tôi theo học khóa đào tạo chuyên gia thử nếm vang trong một năm. Khóa học dạy chủ yếu về lý thuyết nên tôi tự mày mò khám phá thêm.

Năm 2000, tôi theo học thầy Franc Thomas - chuyên gia thử nếm vang giỏi nhất Châu Âu. Được học thầy giỏi cộng với đam mê, linh cảm mách bảo tôi là tôi đã đi đúng hướng.

• ***Trên thế giới hiện có bao nhiêu chuyên gia thử nếm vang?***

• Không có thống kê chính thức nhưng ở Pháp có khoảng 4.000, trong đó số người được đào tạo không nhiều. Tuy sinh sau đẻ muộn nhưng Nhật Bản có đến 8.000 chuyên gia...

• ***Muốn được công nhận là chuyên gia thử nếm vang quốc tế cần có tiêu chuẩn gì?***

• Trước hết phải có mặt trong một số cuộc thử nếm vang quốc tế. Ở Pháp tương đối có nhiều cuộc như vậy nhưng nổi tiếng là ở Maçon, Strasbourg; ở Bỉ là Bruxelles; Italia có Venice... Ngoài ra phải tham gia các cuộc thỉnh giảng, viết sách về văn hóa vang. Quan trọng hơn là phải có tên tuổi ở nước sở tại.

• ***Trong 3 bí quyết để trở thành một chuyên gia, “người” đóng vai trò như thế nào?***

• Ngoài vị giác và xúc giác, khứu giác đóng vai trò đặc biệt quan trọng trong khâu thẩm định vang. Một chuyên gia giỏi có thể “người” được đến vài trăm hương vị khác nhau, còn thường thường khoảng từ 10 - 20 hương vị. Mỗi giống nho đều mang dấu ấn của từng vùng. Loại rượu Nero d’Avola mang hương vị núi lửa rất đặc trưng của đảo Sicile - Italia. Giống nho Merlot của Bordeaux, Pháp lại có hương vị đất sét pha sắt rất khó quên. Chỉ riêng giống nho Gewurztraminer ở vùng Alsace đã mang đến 750 hương vị khác nhau.

• ***Vào nhiều cửa hàng mua vang, tôi thường được khuyên mua loại càng lâu năm uống càng ngon. Có những chai giá khoảng 100.000 đến 200.000 đồng nhưng đều có mác AOC. Đánh giá như vậy đúng hay sai?***

• Người Việt Nam nhận thức về vang còn khá mơ hồ. Nói đến vang

Pháp thì họ chỉ coi vang Bordeaux và phải có mác AOC (Appellation d'Origine Contrôlée) mới là vang chính cống. Nói chung, vang có mác AOC thường có chất lượng cao được Cơ quan Kiểm nghiệm quốc gia (INAO) chứng nhận. Nhưng ở Pháp còn có rất nhiều loại vang “khét tiếng” tranh hùng với vang Bordeaux mà không cần mác AOC. Mỗi chai vang xuất xưởng vùng Mas de Daumas Gassac cũng có giá đến 120 euros (khoảng hơn 2 triệu đồng). Italia có loại Sassicaia nổi tiếng toàn thế giới với giá cả rất cao. Khái niệm vang càng để lâu càng tốt chỉ đúng với loại Grand Cru. Vang Château Latour, một trong 5 loại vang Bordeaux nổi tiếng nhất, phải để từ 25 - 50 năm uống mới “phê”. Có thể để khoảng từ 5 - 10 năm, tùy thuộc vào năm đóng chai cũng như độ ngon của nho. Thông thường, thời gian sử dụng cho vang trắng từ 2 - 3 năm, còn vang đỏ từ 3 - 5 năm kể từ khi đóng chai.

• ***Đang yên ả ở Pháp, sao anh lại quay về quê hương?***

• Trong huyết quản của tôi vẫn tuôn chảy dòng máu Việt. Tôi cho rằng tài của tôi ở Pháp chẳng là gì, trong khi đó nếu về Việt Nam tôi làm được nhiều việc hơn. Kể từ khi trở lại Việt Nam năm 2003, tôi đã tổ chức được nhiều cuộc hội thảo ở thành phố Hồ Chí Minh và Hà Nội. Tham gia thỉnh giảng ở một số trường đại học như Bách khoa Thành phố Hồ Chí Minh, Cao đẳng Công nghệ thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh, Trường Du lịch - Khách sạn. Sắp tới, tôi sẽ cho ra cuốn từ điển về từ vựng vang và sách hướng dẫn về nhập khẩu vang.

• ***Cảm tưởng của anh khi nhận phần thưởng Pionnier Awards tại Philadelphia - Mỹ?***

• Rất tự hào, vì tôi là người Việt Nam duy nhất trở thành chuyên gia thử nếm vang quốc tế.

Trích ngang: Thạc sĩ Tô Việt sinh năm 1958 tại Hà Nội, quốc tịch Pháp:

- Thành viên Hội Thử nếm vang quốc tế (ASI), thành viên Hội Thử nếm vang Pháp. Giải thưởng Pionnier Award dành cho người có nhiều cố gắng quảng bá văn hóa vang ở Việt Nam nói riêng và Châu Á nói chung tại cuộc thi quốc tế vang Starwine lần thứ hai năm 2005 tại Philadelphia (Mỹ).

- Giám đốc chương trình đào tạo chuyên gia thử nếm vang Việt Nam do Hội Thử nếm vang quốc tế, Hội Những người bạn Đà Lạt (Adaly) và hội đồng hành chính vùng Languedoc - Roussillon tài trợ; cố vấn xuất nhập khẩu và đào tạo cho các công ty: Thiên Linh Wine & Spirits, Les Cliers d'Asie, Ware House, các tập đoàn khách sạn Accord và Six Sens.

Bích Diệp thực hiện

8. Chuyên gia quốc tế rượu vang - Tô Việt

“Tôi trở về Việt Nam vì dòng máu Việt”

(08:44' 29/08/2005 (GMT+7) Người Viễn Xứ)

Minh Diệu

Sinh năm 1958 tại Hà Nội, năm 1984, Tô Việt thi đậu học bổng về Công pháp quốc tế và theo học tại đại học Nice. Thành phố Nice là cửa ngõ biên giới giữa Pháp và Italia cũng là nơi giao nhau của hai nền văn hoá rượu vang lâu đời nhất Châu Âu. Cái duyên, cái may mắn và sự đam mê đã đưa chân Tô Việt trở thành



một trong những chuyên gia nếm rượu vang hàng đầu thế giới hiện nay.

Từ Duyên nợ và sự đam mê.

Những ngày học, Việt theo chân các bạn đến những hầm rượu nổi tiếng ở Pháp, những cánh đồng nho, những nơi sản xuất rượu như có một sức hút mãnh liệt với Việt.

“Nhưng từ đam mê để trở thành một chuyên gia về nếm thử rượu vang là cả một quá trình mày mò, học hỏi và tích lũy kinh nghiệm cá nhân và nhất là phải được đào tạo cơ bản”, anh Việt nhớ lại. Người thực sự khơi dậy đam mê về rượu vang trong anh chính là ông Frank Thomas, chuyên gia rượu giỏi nhất Châu Âu năm 2000. Sau một thời gian làm việc, Ông Frank Thomas sớm phát hiện ra những năng khiếu bẩm sinh, khả năng kỳ lạ của Tô Việt nên giới thiệu Việt với ông Gérard Basset, một chuyên gia giỏi nhất Châu Âu năm 1996, thứ nhì thế giới năm 1992 và 2004, lúc đó đang là chủ tập đoàn khách sạn rượu vang ở Anh quốc. Một năm làm việc với ở Anh dưới sự dìu dắt của chuyên gia hàng đầu thế giới, Tô Việt đã khám phá ra rất nhiều điều mới lạ trong “Văn hoá rượu vang”. Anh bảo: “Anh Quốc cũng là vùng đất phì nhiêu cho tất cả trào lưu văn hoá rượu vang trên thế giới. Ở xứ sở này, vốn là một quốc gia đa chủng, mỗi người trong cách thưởng thức rượu vang, Whisky hay vodka đều cố gắng tìm về với bản thể của chính mình. Tôi

biết thử và thưởng thức rượu vang cũng là tìm đến nhân cách phương Đông. Đó là cái Chân, Thiện, Mỹ”.

Đến chuyên gia hàng đầu

Tô Việt đã nếm hàng ngàn loại rượu vang, có những loại rượu đắt, quý không thể chỉ mua được bằng tiền mà chính bằng cái tâm, cái hồn của người biết thưởng thức. Việt bảo: “Nếu như ai cũng có thể ngửi và cảm nhận được vài chục mùi vị thông thường thì chuyên gia nếm thử rượu phải là một nghệ sỹ, một nhà văn, một nhạc sỹ, một họa sỹ và nhiều hơn thế bởi để nếm và thưởng thức rượu là nắm bắt “cái hồn” của rượu và miêu tả cái hồn đó bằng những từ ngữ vừa cụ thể, chính xác, vừa trừu tượng, bay bướm, hoan hỉ, siêu phàm...” Những tháng ngày lưu lạc tận Hungary hay Rumania để tìm hiểu về văn hoá rượu vang, Việt đã được ăn, được ngủ giữa những cánh đồng nho bạt ngàn hay lên rừng, lên núi tìm hiểu từng cái riêng, nét đặc trưng của mỗi vùng trồng nho để “cảm” được rượu và vì thế mới nhập vào “hồn rượu”. Điều thú vị nhất là anh đã được đi nhiều nơi, đến nhiều vùng, không chỉ thưởng thức được những loại rượu vang đắt nhất thế giới như Pétrus, Château Latour, Château Lafitte Rothschild, Romanée - Conti (Pháp), Pingus, Val Buena, Vegas Sicilia (Tây Ban Nha), Tokaj Excencia (Hungary) mà còn biết đến cả những loại rượu hiếm hoi như rượu hồng Hatten (Indonesia), rượu Château Merciar (Nhật Bản), Rượu Mehico, rượu Thái Lan, Ấn Độ, Thổ Nhĩ Kỳ...

Đi đến đâu, dừng chân ở quốc gia, địa phương nào, Tô Việt cũng tìm hiểu rõ nét đặc trưng của từng loại rượu và anh rút ra được những nhận xét, triết lý sâu sắc từ những ly rượu. Anh cho biết: “Mùi vị rượu vang mang đậm dấu ấn của các loại hoa quả Châu Âu, Châu Mỹ hay Châu Úc, thường không có ở Châu Á, vì thế một người Châu Á miêu tả các mùi vị rượu thường gặp rất nhiều khó khăn. Việt Nam cũng như phần lớn các nước Châu Á hầu như không có văn hoá rượu vang mà chỉ có văn hoá rượu gạo (Việt Nam, Trung Quốc, Lào, Campuchia...) hoặc rượu Sake (Nhật Bản). Cũng là rượu nhưng đó là rượu ủ từ men chứ không phải từ chưng cất”. Để trở thành một chuyên gia nếm thử rượu vang, theo Việt cần có các yếu tố: đam mê, năng khiếu bẩm sinh, thâm niên nghề nghiệp và lòng tin. Anh nói: “Muốn trở thành chuyên gia nếm thử rượu giỏi cần phải nếm rất nhiều, không ngại khó, ngại khổ và sẵn sàng đi xa để thăm thú các vườn nho, chịu hy sinh về tiền bạc để có thể cập nhật những thông tin mới nhất và nếm những loại rượu hiếm hoi nhất. Người ta có thể tiếc vì mua một món đồ đắt nhưng sẽ không tiếc khi mua một chai rượu đắt để đãi bạn hiền... Mọi cái đều phải trả giá và không ai có thể thành công mà không vấp ngã một vài lần”. Theo anh, một chai rượu vang ngon phải được cảm nhận bằng các giác quan thông qua ba giai

đoạn sau: Kiểm tra bằng mắt: phải quan sát màu sắc, sắc thái, độ trong suốt và độ ánh của rượu. Kiểm tra bằng khứu giác: cảm nhận hương thơm của rượu bằng cách ngửi rượu xem đó là mùi của trái cây hay hoa cỏ đồng nội. Cuối cùng là kiểm tra bằng vị giác: phải phân biệt được các vị khác nhau của rượu như độ lan toả, độ sánh, độ cồn. Rượu vang ngon phải tổng hợp hài hoà nhiều vị khác nhau chủ yếu là vị chua, ngọt và chát. Anh ví von: “Rượu vang ngon như một cô gái đẹp nên khi thưởng thức phải biết nâng niu. Rượu cũng có đời sống như người đẹp... Khi rượu đạt đến độ tuyệt đỉnh cũng như một phụ nữ đạt đến độ chín của tài và sắc...”

Là một trong những chuyên gia hàng đầu thế giới và nhất là người Châu Á hiếm hoi trong làng nếm thử rượu vang nhưng Tô Việt khiêm tốn bảo: “Trình độ của tôi cũng chỉ là hàng học trò vì còn phải học hỏi nhiều. Rượu vang là một thực thể lung linh luôn biến động, đòi hỏi mỗi chuyên gia thử nếm phải thường xuyên trau dồi nghiệp vụ chuyên môn, không lúc nào được tự cao tự đại, thoả mãn là tự giết chết mình”.

Dòng máu Việt trong huyết quản

Tô Việt tâm sự: “Thị trường rượu vang Việt Nam phát triển rất mạnh trong 2 - 3 năm gần đây do mức sống người dân được nâng cao, do khách du lịch vào nhiều và ít nhiều cũng do cả ảnh hưởng của Văn hóa Pháp. Người Việt Nam sử dụng chủ yếu các loại vang có chất lượng trung bình và giá tiền hợp với mức thu nhập của mình. Trong tiềm thức của người Việt, đã là rượu vang Pháp thì phải là vang Bordeaux, tuy Bordeaux cũng chỉ là một trong nhiều vùng trồng nho... Xuất phát từ nhận thức mơ hồ như vậy nên trình độ thưởng thức vang của đại đa số vẫn dừng ở mức độ uống cho có không khí, uống như uống rượu mạnh, uống 100%. Một anh bạn Việt kiều, chủ một tiệm ăn có tên tuổi ở Hà Nội kể với tôi: “Nhiều lúc tởn đau lòng lắm cậu ạ. Hôm vừa rồi có 5 thanh niên vào ăn, đòi chủ quán đem ra loại rượu vang mắc tiền nhất. Lẽ dĩ nhiên là tởn đưa ra giới thiệu sản phẩm Barolo của nhà sản xuất lừng danh Antinori. Họ lấy liền một lúc 4 chai, giá mỗi chai 250 USD. Nhưng họ uống như uống nước lã hoặc bia hơi, toàn “dô, dô, 100%”. Một sản phẩm văn hóa như rượu Barolo lẽ ra phải được nâng niu, trân trọng, uống nhâm nhi. Nói vậy để biết cậu còn có rất nhiều việc phải làm”.

Và Tô Việt quyết định về Việt Nam

Lúc mới về Việt Nam, nhiều bạn bè thân của tôi chân tình góp ý, khuyên nên quay lại Pháp vì họ cho rằng cuộc sống ở quê mình còn nghèo khó lắm. Thậm chí có người còn nói thẳng: “Cậu ở bên ấy đang yên ả, lương làm 6 tháng cũng đủ sống cả năm, tội gì về đây để làm việc gì cũng như húc đầu vào bức tường đá? Ở bên ấy nhà cửa đàng hoàng, về bên này tứ cố vô thân...”

Quả là thời gian đầu thấy sự mất mát khá lớn: vợ chồng phải xa nhau, tốn kém về kinh tế vì phần lớn vé máy bay đi về giữa Pháp và Việt Nam do mình tự lo liệu, phong thổ không hợp vì mình đã sống quá lâu bên Pháp... Nhưng suy đi tính lại thì thấy chẳng đâu hơn nơi mình đã sinh ra và lớn lên, với những sắc màu gọi lại tuổi thiếu thời, con đường mình thường đi, bóng dáng người con gái đầu tiên mình yêu, rồi bè bạn, gia đình, mùi hoa phong lan trong mảnh vườn nhỏ nhà bên cạnh, tiếng đàn dương cầm trong hẻm phố... Nhưng hơn cả vẫn là tiếng nói tự đáy lòng: bên Pháp, dù có giỏi, mình cũng chỉ là một chuyên gia trong hàng ngàn chuyên gia khác, còn ở Việt Nam, mình có thể giúp được rất nhiều trong việc quảng bá văn hóa rượu vang”. “Đến nay công việc của anh tại Việt Nam là gì?” Tôi hỏi. Tô Việt cho biết: “Tôi về Việt Nam với tư cách là Giám đốc chương trình văn hoá rượu vang do Chính phủ Pháp tài trợ với sự hợp tác của nhiều trường đại học ở Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, Đà Lạt. Tôi đang đào tạo cho cán bộ cao cấp của ngành ngoại giao, thương mại, ngân hàng, tài chính, du lịch, hàng không, đường thủy, những chuyên gia phục vụ tại các nhà hàng, khách sạn, chủ đại lý bán rượu bia và bất kỳ ai quan tâm đến văn hoá rượu vang. Người dự khoá học đến khi kết thúc sẽ được cấp chứng chỉ của Hiệp Hội Chuyên gia thử nếm rượu vang quốc tế ASI. Tuy nhiên, điều tôi muốn làm lại xuất phát từ sâu thẳm trái tim: tôi muốn mang những hiểu biết, kiến thức và sức lực của mình để phục vụ cho quê hương. Ai cũng có nguồn cội để quay về”.

M.D

Chuyên gia rượu quốc tế Tô Việt

- Sinh năm 1958, tại Hà Nội • Tốt nghiệp khoá 11 - Đại học Ngoại giao năm 1981. • Thạc sỹ Công pháp quốc tế tại đại học Nice (Pháp).
- Thạc sỹ Luật và Kinh tế các nước đang phát triển tại Đại học Nice (Pháp).
- Chứng chỉ Chuyên gia thử nếm Rượu vang tại Trường Trung học Du lịch - Khách sạn Nice (Pháp).
- Thành viên Hội thử nếm Rượu vang quốc tế (ASI)
- Thành viên Hội thử nếm rượu Pháp (USDF),
- Giải “Pioneer Award” dành cho người có nhiều cố gắng quảng bá Văn hóa rượu vang ở Việt Nam nói riêng và Châu Á nói chung tại cuộc thi quốc tế Rượu vang Starwine lần thứ hai (23 - 27/02/2005) ở Philadelphia (Mỹ)
- Giám đốc Chương trình đào tạo Chuyên gia thử nếm rượu vang Việt Nam (PFSViệt Nam) 2004 - 2005 do Hội thử nếm rượu vang quốc tế, Hội đồng hành chính vùng Languedoc - Roussillon và Hội những người bạn Đà

Lạt (Adaly) thành phố Montpellier (Pháp) tài trợ.

- Giảng viên liên kết của các trường Đại học Bách khoa Hà Nội, Đại học Bách khoa thành phố Hồ Chí Minh, trường Cao đẳng Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh, trường Đại học Đà Lạt, trường tư thục Du lịch - Khách sạn Hoa Sữa Hà Nội.

- Cố vấn xuất nhập khẩu và đào tạo cho các công ty “Les Celliers d’Asie”, “Ware House”, “Arowines”, “Ladofoods”, “Dalatfoods”, “Van Gres”, các tập đoàn khách sạn “Accord” và “Six Sens” Việt Nam.

- Tùy viên pháp ngữ “Vì sự phát triển lâu dài” của Hội những người bạn Đà Lạt (Adaly) thành phố Montpellier (Pháp).

Bài phát biểu tại hội thảo rượu champagne, Hà Nội, 24/11/2005

Rượu vang nói chung và rượu champagne nói riêng, từ trước đến nay, luôn luôn là một chủ đề được mọi người thích thú mạn đàm như một chủ đề gắn liền với hội họa, văn chương, âm nhạc, ngoại giao, quân sự và phái đẹp.

Trong một bữa ăn tại một tiệm ăn sang trọng, ở bất cứ đâu, sự có mặt của một chai champagne trên bàn tiệc bao giờ cũng là một sự kiện đáng ghi nhớ: nút chai bật nổ như tiếng cười trong trẻo của thiếu nữ dậy thì, vị giác và khứu giác ta chỉ vừa cảm nhận thấy mùi vị tuyệt vời, quyến rũ của hương thì thị giác đã no nê với màu sắc rực rỡ của nhãn chai, vẻ lung linh huyền ảo của chất lỏng trong chai, nét mảnh mai của dòng bọt sủi lẫn tăn và sau đó nổ tung như một chùm pháo hoa, nhất là chuyển động từ dưới lên trên của bọt rượu làm ta liên tưởng đến những vui thú của cuộc đời như một dòng sông trôi về vô tận. Thính giác cũng đóng tai lắng nghe tiếng nút chai nổ bốp vui vẻ hay thở dài ngao ngán.

Nói đến rượu champagne trong một buổi Hội thảo như ngày hôm nay, tôi không hề có tham vọng truyền bá một kiến thức uyên thâm mà nhằm trao đổi thông tin, giải thích và làm cho tất cả mọi người hiểu được:

- Lịch sử rượu champagne và cách nhận biết một chai rượu ngon qua các tổ chất hương vị và sự cấu thành của rượu.

- Lựa rượu champagne cho các món ăn

- Chia sẻ niềm vui sống...

Trước cả tôn giáo, rượu vang nói chung và rượu champagne nói riêng mang lại cho người ta cảm thức về một tình trạng siêu thoát hay một viễn tưởng giải thoát khỏi sự hạn hẹp của kiếp nhân sinh.

Người Pháp cho rằng rượu champagne là biểu hiện rõ nét nhất của tự do

- bình đẳng - bác ái, vì nó không là đặc quyền đặc lợi của một giai cấp nào mà của chung tất cả mọi người. Trong công chuyện làm ăn, ly rượu champagne dễ dàng thay thế một tách cà phê, vì nó sẽ làm cho câu chuyện trở nên hấp dẫn. Nó sẽ xoá dần mọi trở ngại và làm cho các quan điểm đối nghịch trở nên gần nhau hơn.

Rượu champagne còn là cầu nối của các dân tộc. Nếu như Đô đốc Hải quân Nelson của Anh từng nói “phải căm thù người Pháp như căm thù quỷ dữ”, ông lại là người vô cùng thích uống rượu champagne. Uống rượu champagne cũng là cách để chứng tỏ cho người khác thấy đẳng cấp xã hội của mình. “Hãy nói cho tôi biết bạn ăn uống gì, tôi sẽ nói bạn thuộc đẳng cấp nào trong xã hội”, câu ngạn ngữ này lúc nào cũng đúng vì nếu bạn gọi một chai champagne trong một tiệm ăn thì điều đó chứng tỏ sự thành công trên thương trường hoặc địa vị xã hội của bạn. Đó cũng là một nét rất đặc trưng của văn hóa phương Tây.

Rượu champagne là cánh cửa của mộng mơ và niềm hoan lạc không bao giờ dứt. Nhiều khi trong khi sử dụng rượu champagne, bạn sẽ tình cờ trở thành nhà văn hay nhà thơ với những ý tưởng táo bạo bùng bùng trong đầu như những đám mây trắng xốp.

Uống toàn rượu champagne trong một bữa ăn có lợi thế là bạn sẽ không phải pha trộn các loại rượu, vì thế đầu óc sẽ tỉnh táo, cơ thể nhẹ nhàng.

Rượu champagne có thể coi là loại rượu vang duy nhất có thể phục vụ với tất cả các món ăn trên bàn tiệc vì nó rất hài hòa với các mùi vị và chất liệu khác nhau.

Rượu champagne đem đến cho khách sành ăn niềm hân hoan, cuồng nhiệt và những khoảnh khắc hiếm hoi của sự trao đổi và chia sẻ.

Đối với văn nghệ sỹ, rượu champagne là nguồn cảm hứng, là một nhân tố không thể thiếu của hội hè và văn hóa.

Uống rượu, trong bất kể tình huống nào, phải là những khoảnh khắc tuyệt vời trong như pha lê của niềm hạnh phúc chia sẻ cùng bè bạn. Rượu champagne uống có mức độ sẽ là người bạn đồng hành thân tín luôn sánh bước cùng ta trên những nẻo đường của một chủ nghĩa hoan lạc tinh xảo nhưng không vì thế mà tách rời với đời thường.

Nếu như ngày xưa phụ nữ uống rượu phải vụng trộm, uống rồi đỏ mặt lên, ý tứ nhìn người yêu hay chồng với một ánh mắt chứa chan bao điều muốn nói thì ngày nay các cô gái trẻ không còn phải giấu giếm khi uống rượu và cũng không hề đỏ mặt ngượng ngùng khi nhìn vào mắt người yêu. Điều đó chứng tỏ xã hội đã có một cách nhìn nhận khoan dung, độ lượng

hơn đôi với phụ nữ.

Một cô bạn nhà báo Pháp từng nói với tôi “Với rượu Whisky, cậu không thể chinh phục được phụ nữ, nhưng với rượu champagne thì điều đó trở nên đơn giản”.

Rượu champagne có sức quyến rũ với nhiều lợi thế: nó đưa lại niềm vui, làm cho buổi mạn đàm trở nên náo nhiệt, người thuyết trình trở nên tự tin hơn, lạc quan hơn, choáng ngợp trong hạnh phúc và niềm vui sống.

Rượu champagne cũng được nói đến nhiều như là hình ảnh của những tình yêu vụng trộm. Nhưng rượu champagne cũng là người bạn đồng hành của những cặp tình nhân, những đôi vợ chồng thủy chung như nhất, cùng chia sẻ những giây phút tuyệt vời của năm đầu mới cưới. Nếu trong tình yêu có những phút sóng gió thì rượu champagne sẽ là tổ chất hòa giải không thể thay thế được.

Rượu champagne là rượu của hoan lạc, nhưng cũng là rượu để giải sầu. Nếu bạn thất bại trong tình yêu hay trên thương trường, rượu champagne sẽ giúp bạn quên đi những mặc cảm, tâm tư, giúp bạn vững tin hơn và sẵn sàng vượt qua những khó khăn, thử thách để tìm đến một tương lai tươi sáng. Đầu thế kỷ 20, tiêu chí tuyển chọn kỵ binh trong một số trung đoàn kỵ binh tinh nhuệ của Pháp là trong 3 giờ đồng hồ các tân binh cực kỳ khỏe mạnh phải vượt một quãng đường 30km với 3 con ngựa bất kham, làm tình với 3 cô gái làng chơi và uống hết 3 chai rượu champagne. Tiêu chí này ở kỵ binh Anh còn khó hơn nữa vì quãng đường phải vượt qua là 30km và 48km.

Sau khi về đích, chàng tân binh hân hoan hát bài “Ta uống rượu champagne vì ngựa, vì phụ nữ và những kẻ khuất phục được những sinh vật cứng đầu cứng cổ này. Quân chủng kỵ binh muôn năm!”.

Cố Thủ tướng Anh Winston Churchill từng đặt tên rượu champagne Pol Roger cho 1 con ngựa của ông. Tổng thống Mỹ Gerald Ford chỉ uống rượu California với một ngoại lệ rượu nước ngoài duy nhất là rượu champagne Pháp.

Rượu champagne có một ma lực huyền bí: nó kích động công chúng và tạo ra ảo tưởng là sự hoàn thành tất yếu của một giấc mơ rất lâu không thực hiện được. Nó vừa là vật thể vừa là phi vật thể. Nó là sự chuyển hóa từ vật chất sang tinh thần mà ta thấy rất rõ qua thành cốc thủy tinh.

Louis Pasteur cho rằng triết lý trong một chai rượu champagne còn hơn tất cả sách vở trên thế giới. Còn Max Jacob thì quả quyết rằng tiếng rì rào của bọt rượu champagne khi chạm vào thành cốc thủy tinh giống như tiếng sóng ru bờ cát.

Vì thế, trước, trong và cả khi kết thúc hội thảo này, mong các bạn hãy mở lòng đón nhận hình ảnh đầy thơ mộng của rượu champagne, Hoàng đế của rượu vang và Hoàng đế của đàn bà đẹp, như một kho báu của tâm hồn, với những đam mê, dấn vật, khổ đau và khát khao tình yêu cuộc sống.

Xin cảm ơn sự chú ý của tất cả các bạn

Hà Nội, ngày 24/11/2005

Tô Việt.

Tô Việt - duyên nợ, đam mê và thành công

Báo CuoihoiNet - Mục Chân dung Doanh nhân

Một cách tình cờ tôi biết đến công ty của anh và khi liên hệ với anh qua điện thoại tôi đã hình dung đó phải là một con người thật lịch lãm. Nhưng giọng nói trầm ấm và lịch thiệp ấy lại mang đến một cảm giác gần gũi lạ lùng. Sự hiếu kỳ trong tôi càng tăng khi biết anh là người rất nổi tiếng tại đất nước Việt Nam xinh



đẹp này. Bắt đầu từ sự tò mò đến khâm phục, ngưỡng mộ, đó là những gì tôi có thể nói sau buổi gặp gỡ với anh. Tôi đã đứng đợi và đi thang máy cùng anh song tôi không thể nghĩ đó là anh. Và đến khi biết chắc là thế thì tôi đã không khỏi thốt lên tiếng kêu ngạc nhiên. Anh khác xa với những gì tôi hình dung, bình dị và mộc mạc, nhưng cái sự thân mật vẫn mãi hồn hậu như tự nhiên phải là thế.

Nếu bạn là người am hiểu về rượu vang, hẳn bạn phải biết đến những dòng vang Pháp, Italia, Tây Ban Nha hay Hungari..., và sẽ biết đến anh trong thế giới của những chuyên gia thử nếm rượu vang. Đó là Tô Việt - một chuyên gia người Pháp gốc Việt hàng đầu thế giới trong lĩnh vực thử nếm rượu vang. Gắn liền với tên tuổi của một Tô Việt thành danh ngay tại quê hương là nước Pháp hào hoa, phong nhã ấy là một người thoát nhìn “hết sức” bình thường. Không chau chuốt bề ngoài như vẻ tráng lệ vốn dĩ của Pháp, không cầu kỳ, kiêu cách như cái “danh” anh đang có, không tự phụ, không kiêu hãnh với những gì anh đã trải qua..., đó là tất cả những gì đẹp để

đến không tưởng mà tôi cảm nhận được từ con người anh toát ra. Người ta có thể biết nhiều về anh với những thông tin sát thực cho những thành công trên khắp nẻo đường thế giới anh đã đi qua, bất kỳ nơi đâu bước chân anh đặt đến, có thể là Châu Âu, Châu Á hay một châu lục nào đó..., sự chào đón nồng nhiệt của những người dân trồng nho, sản xuất rượu, hay các nhà chức trách, giới chuyên gia...luôn là sự thể hiện niềm tin yêu và mến mộ anh sâu sắc. Tô Việt đáng được nhận những tình cảm chân thành như thế cho tất cả những gì anh đã nỗ lực cống hiến trong lĩnh vực truyền bá nền văn hóa rượu vang này. Song, sẽ có một điều ít ai ngờ rằng cái thú tao nhã đó lại được ấp ủ, nuôi dưỡng từ khi anh còn rất trẻ và cũng lại từ những câu thơ đầy hình ảnh sinh động của một thi sĩ người Pháp thế kỷ thứ 19 “Trong mỗi chai rượu vang có một linh hồn. Đêm đêm, linh hồn đó nhảy múa” (Charles Beaudelaire). 26 tuổi, thi đậu học bổng Công pháp quốc tế và theo học tại đại học Nice (Pháp) và cái duyên nợ đã thật khéo đưa anh đến với vùng đất là cửa ngõ biên giới giữa Pháp và Italia - nơi giao nhau của hai nền văn hóa rượu vang lâu đời nhất của Châu Âu. Và cái duyên ấy cũng một lần nữa lại khéo sắp đặt để anh được gặp gỡ với chuyên gia rượu giỏi nhất Châu Âu năm 2000 - ông Frank Thomas - người đã khơi dậy sự đam mê về rượu vang trong anh. Cái khao khát của tuổi trẻ, cái sức mạnh tuổi thanh niên, cái đam mê của người am hiểu, cái năng khiếu bẩm sinh của một thiên tài, thêm cái duyên nợ với vang đã lôi cuốn anh vào cái thế giới thanh tao và quý tộc đó - một sức cuốn không thể cưỡng.

Sự dìu dắt của chuyên gia hàng đầu thế giới cùng những nỗ lực tự thân cao độ đã giúp anh khám phá vô vàn những điều mới lạ trong “văn hóa rượu vang”. Đi nhiều, hiểu nhiều, biết nhiều, Tô Việt đã nhanh chóng trở thành “hợp thể” của một nghệ sỹ danh tiếng với cái hồn của một nhà văn, một nhạc sỹ và một họa sỹ. Chính điều kỳ diệu đó đã giúp anh có thể nắm bắt được “cái hồn” tinh túy của rượu và thể hiện nó bằng ngôn ngữ của một tiết chế nghệ thuật đầy hoan hỉ, trừu tượng, và siêu phàm song lại hết sức cụ thể và chính xác.

Trước sự ngạc nhiên của đồng nghiệp, của người dân nước Pháp, của bạn bè trên toàn thế giới, của những ai đã từng gắn bó cùng anh trong những ngày tháng “rong ruổi” với văn hóa rượu vang, anh đã quay về đất mẹ với niềm mong ước cháy bỏng được truyền bá nét văn hóa độc đáo này. “Rượu vang là một thực thể lung linh biến động, mỗi chai rượu sẽ ẩn chứa một linh hồn” - hiểu được điều đó mới thấy để biết thưởng thức thôi cũng không phải là chuyện đơn giản. Mang tất cả những gì đã dày công vun đắp bao năm qua, bỏ lại sau lưng những thú vui sum vầy cùng gia đình, những khoản chi phí khổng lồ mỗi lần đi lại giữa hai quê hương Pháp, Việt, anh đã quay về nơi chôn rau cắt rốn, quay về với những hoài niệm tuổi thiếu thời, với bóng dáng

người con gái đầu tiên, với mảnh vườn tỏa hương phong lan thơm ngào ngạt của nhà bên... Đó là quyết định của anh - một chuyên gia hàng đầu thế giới, người Châu Á hiếm hoi, người Việt Nam duy nhất trong làng nếm thử rượu vang quốc tế được nhận giải thưởng cao quý Pionnier Award tại Philadelphia (Mỹ), một thạc sỹ Công pháp quốc tế, một thạc sỹ Luật và kinh tế các nước đang phát triển... Tôi không thể kể hết những cái “danh” anh đang gánh trên vai, dường như nó quá nặng với một con người Việt Nam bé nhỏ trong tầm vóc quốc tế, song lại quá lớn trong niềm tự tôn dân tộc - đó là anh - một người sinh năm 1958, chảy trong huyết quản dòng máu Việt để biết trong sâu thẳm trái tim là mong muốn cống hiến cho quê hương đất nước, để biết rằng “Ai cũng có nguồn cội để quay về”./.

Phương Anh

Nâng cao chất lượng rượu vang Việt Nam lên tầm quốc tế

(13:49' 06/12/2005 (GMT+7) Người Viễn Xứ)

Minh Diệu - Thùy Mai

Chuyên gia Việt kiều Tô Việt đang trình bày về cảm quan và chất lượng rượu vang tại lớp học

Sáng ngày 05.12.2005, Công ty Cổ Phần Thực Phẩm Lâm Đồng đã phối hợp với ông Tô Việt, Việt kiều Pháp - chuyên gia cao cấp rượu vang thế giới, Giám đốc chương trình văn hóa rượu vang Việt Nam tổ chức hội thảo chuyên đề mang tên “Cảm quan và đánh giá về chất lượng rượu vang Việt Nam”.



Sau buổi hội thảo này là một khóa bồi dưỡng và đào tạo ngắn hạn kéo dài ba ngày (từ thứ hai 05/12 đến thứ tư 07/12/2005) nhằm bổ sung kiến thức, bồi dưỡng những nghiệp vụ chuyên môn sâu về văn hóa rượu vang cũng như những cách thức trong việc tuyển lựa chất lượng giống nho và những yếu tố khác nhằm tìm cách nâng chất lượng rượu vang trong nước, đặc biệt là rượu vang Đà Lạt lên tầm quốc tế.

Anh Phạm Hữu Hà, nhân viên phòng tổng hợp công ty Cổ Phần Thực Phẩm Lâm Đồng cho biết: đây là lần đầu tiên công ty đã mời một chuyên gia người Việt có quá trình công tác lâu năm tại nước ngoài, có kinh nghiệm và bề dày về rượu vang đến giảng dạy và chia sẻ kinh nghiệm trong lĩnh vực cảm quan và văn hóa rượu vang.

40 thành viên đã theo học và sau khóa học này họ chính là những người truyền đạt và hướng dẫn trực tiếp lại cho công nhân của nhà máy, những người trực tiếp tham gia vào quá trình sản xuất và chế biến rượu vang.

Được biết, hiện tại có khoảng 100 công nhân đang làm việc tại các bộ phận sản xuất và chế biến của công ty. Cũng theo anh Hà, hiện tại sản phẩm rượu vang của công ty ngoài việc phân phối trong nước cũng xuất khẩu đi một số nước khác như Nhật Bản, Hàn Quốc, Malaysia và Campuchia.

Trong tương lai, công ty dự kiến sẽ đẩy mạnh việc xuất khẩu sản phẩm đi nước ngoài và dự kiến sẽ tiến hành mở rộng thị phần xuất khẩu này.

Trong hướng phát triển của mình, Công ty cổ phần thực phẩm Lâm Đồng sẽ chú trọng việc xuất khẩu rượu vang Đà Lạt sang các nước nhất là những nước có đông người Việt sinh sống.

Trên thế giới hiện nay có khoảng 8 triệu ha đất trồng nho để làm rượu vang. Tại Việt Nam, rượu vang Đà Lạt đang từng bước khẳng định uy tín, thương hiệu của mình và được nhiều nước nhất là cộng đồng người Việt ở nước ngoài ưa chuộng như tại Nhật, Malaysia...

Theo chuyên gia Tô Việt, văn hoá rượu ở Việt Nam đã có từ lâu trong tổng thể văn hoá ẩm thực của dân tộc nhưng rượu vang còn ít người biết cảm thụ và thưởng thức. Trong quá trình hội nhập quốc tế và bùng nổ du lịch, khách nước ngoài, Việt kiều về nước đầu tư, làm ăn ngày càng đông nên việc nâng cao kiến thức về văn hoá rượu vang cùng các dịch vụ về du lịch, nhà hàng, khách sạn rất cần thiết..

M.D - T.M

Hội thảo rượu champagne và Alsace tại Hà Nội

CuoioiNet

9h00 ngày 15/12/2005 tại Trung tâm thể thao văn hóa - 65 Quán Sứ - Hà Nội sẽ diễn ra hội thảo rượu champagne và Alsace. Đây là một trong những hội thảo về rượu champagne được tổ chức thường niên tại Việt Nam nhằm truyền bá nền văn hóa rượu. Hội thảo được tổ chức với sự có mặt của công ty Thiên Linh Wine và chuyên gia hàng đầu thế giới trong lĩnh vực thử nếm rượu vang - Tô Việt. Tại hội thảo lần này, ông Tô Việt (giám đốc đào tạo và

quan hệ quốc tế, chuyên gia quốc tế rượu vang, thành viên Hiệp hội thử nếm rượu vang quốc tế...) sẽ có bài phát biểu về lịch sử rượu champagne và cách nhận biết một chai rượu hảo hạng, cũng như việc lựa champagne cho các món ăn phù hợp...



Thực chất, văn hóa rượu đã có từ lâu đời trong tổng thể nền văn hóa ẩm thực ở Việt nam, song về rượu vang thì ít người sành trong cả thưởng thức và cảm thụ. Vì vậy, có thể coi Hội thảo về rượu champagne là một trong những hoạt động thiết thực nhất thu hút sự tham gia đông đảo của mọi người. Tại buổi Hội thảo tất cả mọi người đều có cơ hội lắng nghe, giao lưu, trao đổi với các chuyên gia hàng đầu thế giới trong lĩnh vực thử nếm rượu vang.

Người Pháp luôn tự hào rằng “Không có rượu champagne ngoài nước Pháp” đủ để thấy rượu vang nói chung và champagne nói riêng được tôn vinh thế nào tại Pháp - một đất nước đứng đầu thế giới về sản lượng rượu vang hàng năm, dù diện tích trồng nho tại Pháp chỉ đứng thứ hai thế giới sau Tây Ban Nha. Tại Pháp rượu champagne được coi là biểu tượng của tự do - bình đẳng - bác ái, bởi nó không đặc quyền, đặc lợi cho bất kỳ một giai cấp nào... Và không chỉ có Pháp, ở khắp mọi nơi trên thế giới, nơi nào có sự hiện diện của thứ chất lỏng mê hoặc đó, nơi đó có sự sáng tạo đến bất tận.

Rượu vang, champagne - những thức uống quý tộc - luôn luôn là một chủ đề mạn đàm đầy ngẫu hứng và thi vị như mọi chủ đề nghệ thuật khác, bởi vốn dĩ uống rượu cũng là cả một nghệ thuật và cái nghệ thuật chính thống này luôn mang đến cho con người một cảm giác bình an, ấm áp. Mọi câu chuyện sẽ trở nên hấp dẫn hơn nếu có sự góp mặt của một ly champagne, và mọi khoảng cách, mọi trở ngại sẽ bị xóa bỏ, những quan điểm đối nghịch vì thế cũng xích lại gần nhau hơn.

Hơn thế nữa, uống champagne là cách chứng tỏ cho người khác biết đẳng cấp xã hội của bạn, cũng như sự am hiểu của bạn về nét văn hóa độc đáo này.

Hội thảo hứa hẹn mang lại nhiều điều thú vị, không chỉ đơn giản về

champagne, về vùng đất trồng nho Alsace...

Phương Anh.

Hướng tới văn hóa ẩm thực Pháp

17:17' 15/12/2005 (GMT+7) Người Viễn Xứ

Nhị Hà

Những hiểu biết lý thú, tinh tế, đa dạng và phong phú bất ngờ về hai loại rượu vang khai vị nổi tiếng có xuất xứ từ Pháp: rượu vang Alsace và rượu champagne, đã được ông Tô Việt (Việt kiều Pháp) - một Chuyên gia về rượu trình bày tại 65 Quán Sứ - Hà Nội sáng 15/12/2005. Hội thảo dành cho tất cả những nhà nhập khẩu, phân phối rượu, những người phục vụ rượu tại các nhà hàng, khách sạn và những ai yêu thích ẩm thực Pháp. Có thể nói, tất cả những người tham dự Hội thảo trên đã gặp nhau ở niềm đam mê về rượu cũng như mong muốn được bồi bổ những kiến thức quý giá về văn hoá ẩm thực Pháp.



Năm 2005, lần đầu tiên các hội thảo về rượu khai vị kiểu Pháp như trên được tổ chức tại Việt Nam (2 lần tại thành phố Hồ Chí Minh và 2 lần tại Hà Nội) đưa lại những thông tin bổ ích cho người quan tâm. Được biết, đây là một chương trình miễn phí hoàn toàn, nằm trong khuôn khổ của các hoạt động giới thiệu nền văn hoá ẩm thực Pháp ra thế giới của cơ quan phát triển các sản phẩm Nông nghiệp và Công nghiệp thực phẩm Pháp (Sopexa). Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh là 2 trong 31 thành phố thuộc 21 quốc gia trên toàn thế giới tham gia “Lễ hội rượu khai vị kiểu Pháp” - một sáng kiến độc đáo của Sopexa nhằm quảng bá các sản phẩm nông nghiệp.

N.H

Kỷ niệm xưa

“Nghe mưa nơi này lại nhớ mưa xa...”

(16:08' 26/12/2005 (GMT+7) Người Viễn xứ)

Tô Việt (Việt kiều Pháp) (Chuyên gia nếm thử rượu vang quốc tế)

Chuyến xe Thành Bưởi xuất phát từ thành phố Hồ Chí Minh hồi 18 giờ ngày chủ nhật đưa tôi lên thành phố Đà Lạt. Theo lịch trình, tôi sẽ lên giảng về cảm quan rượu vang ở nhà máy rượu vang Đà Lạt trong 3 ngày, từ 05/12 - 07/12/2005.

Đây không phải là lần đầu tiên tôi lên giảng ở Đà Lạt. Từ 2 năm nay, trong khuôn khổ những hoạt động giảng dạy về văn hóa rượu vang của tôi ở Việt Nam, tôi thường xuyên tổ chức các khóa đào tạo và các buổi thử nếm rượu vang với khách sạn Sofitel Palace Đà Lạt.

Tuy nhiên, mỗi lần lên Đà Lạt thế này, ít nhiều đều có những cảm giác thương nhớ băng khuâng.

Đà Lạt gọi cho tôi nhiều kỷ niệm về một vùng xứ lạ tôi đang sống, vùng Alpes - Maritimes của Pháp. Cũng những con đường ngoằn ngoèo trên núi, những đồi thông ngút ngàn và đây đó thấp thoáng qua cây lá những ngôi biệt thự nhỏ mang nét kiến trúc Châu Âu. Không phải ngẫu nhiên mà người Pháp thời thuộc địa gọi thành phố này là xứ “Thụy Sĩ nhỏ” của Việt Nam, với những liên tưởng đến khí hậu mát lạnh, núi đồi, rừng cây, hồ nước.

Xe chúng tôi bị kẹt trong Thành phố Hồ Chí Minh hơn một tiếng đồng hồ do dân chúng đổ ra những nơi công cộng nhằm theo dõi và cổ động cho trận chung kết bóng đá khu vực Việt Nam - Thái Lan. Dẫu không phải là một fan bóng đá, tôi như cũng hòa chung vào cơn sốt của dòng người bất tận đang nhích từng bước trên các trục phố chính của thành phố. Vào những ngày như thế này, mới thấy sự kẹt xe ở Thành phố Hồ Chí Minh thật ghê gớm, chẳng kém gì Paris hay trên các xa lộ mùa hè ở Châu Âu.

Xe ra đến Biên Hòa thì trời lác đác mưa. Một người bạn lữ hành cho tôi biết năm nay mưa muộn. Hai luồng pha đèn chiếu một khoảng sáng nhạt nhòa trước mũi xe, những giọt mưa bụi bay xiên ngang lúc dập dờn, khi thư thả. Hàng quán bên đường thừa thớt, thẳng hoặc một vài chiếc xe chạy ngược chiều với những khuôn mặt mệt mỏi vì thiếu ngủ của hành khách trên xe làm tôi chạnh lòng nghĩ đến quê nhà, vẫn còn nghèo khó lắm.

Trong những đêm mưa thế này, kỷ niệm tuổi thơ dòn dập về, tíu tít trong đầu như những bầy ong nhỏ. Thủa ấy, gia đình tôi 5 người sống trong một căn phòng nhỏ khoảng 20m² ở phố Thợ Nhuộm - Hà Nội. Cả nhà ngủ trên một chiếc giường đôi khai nồng mùi nước đá đưa em trai mới lên 3 tuổi. Giữa nhà là đường máng nước cho cả 2 khối nhà, vì thế mỗi khi mưa to, bố mẹ tôi phải mang chậu to chậu nhỏ ra hứng nước mưa dột, cả nhà như có chiến tranh.

Cái giường đôi độc nhất ấy nằm cạnh cửa sổ trông ra sân. Tôi vừa sợ vừa thích thú ngắm những bọt nước sủi tăm trong sân qua ánh sáng của những tia chớp. Sau một tiếng sét khủng khiếp làm rung cửa, cậu em út của tôi òa khóc, vừa ôm chặt lấy mẹ vừa ngáy thơ nói: anh Việt nằm ngoài cùng, thế nếu sét đánh vào anh thì làm sao? Thương anh! Thương anh!

Năm lên 8 tuổi, tôi đi sơ tán. Hành trang chỉ 2 bộ quần áo xanh và con cá nhựa màu đỏ Bordeaux là thứ đồ chơi xa xỉ bố tôi mua cho trong một lần đi công tác ở Liên Xô. Cũng lần đầu tiên tôi thấy những cơn mưa đầu hè, xối xả. Đang đêm mà cả nhà nao nức dậy lấy đơm đi hôi cá tràn từ ao cá hợp tác xã lên đường làng. Tôi nín thở nhìn cô hàng xóm học lớp 7 vén quần đi xúc cá. Tuy là gái nhà quê mà đùi cô trắng quá, nõn nà. Chúng tôi mê mải đuổi theo những chú cá rô đang ra sức rạch qua đường làng lát gạch. Vô tình, cùng thò tay vào đơm bắt cá, tay tôi chạm vào tay thôn nữ. Cô rút tay lại, không hiểu cô có đỏ mặt lên không, nhưng tôi nhớ rất rõ ánh mắt cô lấp lánh qua những giọt mưa, làm cho hồn tôi lên mây. Trong nhiều năm trời, cô thôn nữ ấy là thần tượng của tôi, là mối tình đầu thầm kín của tôi, cho đến khi tôi rời nông thôn về thành phố.

Thời gian thấm thoát trôi. Rồi các em tôi lớn lên, bố mẹ già đi. Tôi lưu lạc du học sang trời Tây, lòng vẫn đau đáu nhớ về những kỷ niệm thân thương nơi quê nhà. Dù là trời mưa ở Pháp, ở Đức, ở Anh hay Mỹ, tôi đều có những liên tưởng đến các cơn mưa ở Việt Nam. Đến nỗi nhiều khi vào cuối đông, lặn lội mặc áo gió đi ra phố để cảm nhận cái lơn phơn của cơn gió lạnh và những giọt mưa bụi mận mòi ve vuốt má... Chiếc xe vẫn lầm lũi rữ mưa đi. Mưa ơi, vô tình hay hữu ý, những cơn mưa thì vị giúp cho con đường dài hơn hay ngắn lại tùy theo tâm tưởng của khách lữ hành...

Chiều nay, trên con đường nhỏ ngoằn ngoèo, cũng những đôi thông nho nhỏ, cũng cái lạnh buốt thịt da, tôi lại nhớ về Đà Lạt, nhớ về cơn mưa muộn ở Sài Gòn, nhớ về những kỷ niệm của quê hương một thời luôn nhói nhói trong tim...

Alpes - Maritimes - những ngày cuối năm 2005 - T.V

Thư phương xa

Đêm tất niên ở Nice

(11:26' 04/01/2006 (GMT+7) Nguoi Vien Xu)

Tô Việt (Việt kiều Pháp)

“Ok, tối nay anh và hai đứa nhỏ sẽ lên nhà Nicolas đón giao thừa. Em đã gọi điện cho Michel, hai vợ chồng nó sẽ ghé qua đón anh vào 7 giờ 15”. Vợ tôi, vẫn về tất tả thường ngày, tuy đã lấy 1 tuần phép để có thể gần gũi chồng

con nhiều hơn trong quãng thời gian tôi trở lại Pháp, vừa đẩy máy hút bụi quanh phòng khách vừa nói. Tôi vốn biết vợ không thích đi đường núi ngoằn ngoèo, vì hay bị say ô tô, nhưng vẫn cố nài nỉ: “Thôi, em cố lên chút xíu, cả năm chỉ có một ngày”. Đứa con trai cũng hùa theo bố: “Đúng thế, nếu mẹ không đi thì bạn gái con cũng ở nhà luôn”.

Dù đã làm áp lực đến thế, hai bố con chúng tôi vẫn không lay chuyển được tình thế. Dọn dẹp nhà cửa xong xuôi, vợ tôi rút cuốn “*Cánh đồng bất tận*” mà cô bạn gái phóng viên Người Viễn Xứ tặng trước khi tôi về Pháp, thoải mái ngả người trên ghế canapé và chỉ loáng sau đã bị hút hồn theo những nhân vật trong truyện. Lắc đầu chán nản, con trai tôi vào buồng lấy ra chiếc chăn len nhẹ tôi mang về trong một đợt đi công tác ở Anh, đắp lên người mẹ. Nó làm thế cho bố ghét, vì tôi biết vợ tôi không thích chiếc chăn này, nói đắp vào thường bị ngứa. Nhưng cô ấy vẫn thản nhiên như không có chuyện gì xảy ra. Hai bố con đành chịu trận, gọi điện khẳng định lại với Nicolas là sẽ lên 3 người đón tất niên chứ không phải là 4. Cậu bạn tôi lúng búng câu gì không rõ trong điện thoại, vẻ không được hài lòng cho lắm. Nicolas rất muốn vợ tôi lên núi, vì hai gia đình quen biết nhau hơn 10 năm nay, từ thua hai đứa chúng tôi sống chết có nhau trong những cuộc đua thể thao chạy việt dã, marathon hay trèo núi.

Biết đem gì lên nhà Nicolas đây? Suy đi tính lại, tôi chọn trong đồng đồ mang ở Việt Nam về một gói mứt gừng, một gói kẹo lạc, ít bò khô, gọi là của ít lòng nhiều.

Anh bạn Nicolas của tôi, vốn sinh ra ở Guadeloupe, một tỉnh hải ngoại của Pháp trong biển Caraibes, rất thích xài đồ ăn Châu Á. Tôi còn nhớ, mỗi lần đi Guadeloupe về, thế nào Nicolas cũng mang cho tôi vài chai rượu Rhum “cất tại nhà - fait main”, anh nhấn mạnh vào chữ “fait main” như kiểu một anh nông dân chân đất mắt toét cựa cục đem một bình rượu đất nung nút lá chuối ra thành phố tặng người thân và tự hào khoe: “Rượu này bu nó nhà em chọn kỹ từng hạt thóc, chưng cất lấy nước đầu tiên, lại còn cất công hạ thổ 9 tháng mười ngày, mang nặng đẻ đau ghê lắm bác ạ”.

Lo xong khoản khai vị và tráng miệng rồi, tôi xuống hầm rượu chọn vài chai thết bạn (và cả tự thưởng cho mình).

Xa nhà đã vài tháng, tôi không có thời gian ngó ngang đến cái “vườn cấm” nho nhỏ của tôi. Khu vườn địa đàng này chỉ rộng khoảng 4m vuông, nhưng tôi cũng khéo xếp được vài trăm chai rượu, kỷ niệm của những lần đi thử nếm khắp nơi trên thế giới. Thôi thì đủ cả rượu Pháp, Tây Ban Nha, Italia, Australia, Anh, Đức, Thụy Sĩ, Algeria, Ma-rốc, Nam Phi... Đối với tôi, mỗi một chai rượu có một cuộc đời riêng, một tình cảm riêng, một linh

hồn riêng, một nét văn hóa riêng, muôn màu muôn vẻ... Mỗi khi vào “cái thế giới của riêng tôi ấy”, tôi ở lại hàng giờ, say đắm trong cái không gian mờ mờ ảo ảo, nửa tối nửa sáng qua khung cửa tò vò rộng chừng 15cm. Tôi tưởng như nghe thấy mỗi chai rượu rì rào ca hát, kể lại cho tôi những gì đã xảy ra trong thời gian tôi vắng nhà, những vui buồn chúng đã trải qua, những đổi thay mà chúng cảm nhận được về thời tiết, khí hậu, ánh sáng, về những tia nắng ban mai, những vì sao le lói, cả những đêm trăng rời rợi khiến cây lá bên ngoài khung cửa tò vò cũng như sáng rực lên, tràn trề sức sống. Tôi hít căng lồng ngực cái không khí hơi tù hãm đượm mùi ẩm mốc và phảng phất hương rượu, cái phần bay hơi tinh túy, phần của các thiên thần “la part des Anges” đó, như hít hương của vợ hoặc một tình nhân lâu lắm rồi không gặp. Tôi sờ lên những nhãn chai xù xì hay trơn láng và tưởng tượng đó là làn da mềm mại của phụ nữ hay một anh lực điền suốt ngày bán mặt cho đất, bán lưng cho trời. Này nhé, chai rượu Muffalar đến từ Rumania vẫn còn nồng hương cô gái nông dân vùng núi Carpates. Chai Ice Wine (rượu từ nho thu hoạch trên tuyết) đến từ Canada mang hơi thở nóng rực của lũ sói săn tìm hươu Caribou trên băng tuyết tháng 1...

Lần nữa mãi, cuối cùng tôi cũng chọn được 1 chai vang trắng Savoie và hai chai vang đỏ vùng Provence, niên hiệu 2001.

Michel và vợ đến đón chúng tôi rất đúng giờ. Đêm tắt niên, lại thêm cái lạnh 3⁰C khiến trời như cao thêm, mông mênh, với muôn vàn vì tinh tú. Con đường lên núi thật đẹp, lượn lờ giữa cây lá và những ngôi biệt thự lấp lánh ánh đèn trang trí của các cây thông, tự nhiên hay nhân tạo. Một cơn mưa nhỏ chợt đến, chợt đi, chỉ đủ láng mặt đường và lòng chúng tôi mềm lại, với những xúc cảm lẫn lộn nửa vui nửa buồn. Vui vì sắp được đón năm “Bính Tuất”, buồn vì sắp phải ly biệt năm “Ất Dậu”.

Hỏi ba tôi còn sống, vẫn kể rằng cứ mỗi giao thừa, cậu em trai út của tôi thường hỏi ba giao thừa là gì? “Là lúc giao nhau của năm cũ và năm mới”. “Thế năm cũ và năm mới giao nhau vào lúc nào và ở đâu hở ba?”.

Ba giải thích rằng năm cũ và năm mới giao nhau vào 12 giờ đêm, và ở bất cứ đâu, trong mỗi gia đình, mỗi thành phố, mỗi quốc gia trên thế giới. Cậu em trai tôi lè lưỡi, nói: “Khiếp, thế giao thừa còn nhanh hơn cả máy bay phản lực của Mỹ à”.

Xa lắm rồi những kỷ niệm êm đêm ấy. Và cuộc sống vẫn trôi. Nicolas và lũ nhỏ ra tận cửa đón chúng tôi. Con gái anh tên Laura, còn con trai tên Jérémy. Laura 11 tuổi, Jérémy 14.

Lâu không gặp, tôi thấy Laura lớn bồng lên, còn Jérémy đã có dáng dấp của một thanh niên tuy vẫn còn giữ nhiều tính cách hồn nhiên của thiếu niên.

Cả nhà vốn đã đưa chúng tôi vào phòng khách. Vợ Nicolas, Sophie, bận tít tít trong bếp. Khi được hỏi chị sẽ đãi khách những gì, chị cười hiền hậu, nói: “Gan béo, cá hồi hun khói, thịt bò bỏ lò, còn món tráng miệng là kem”.

Chúng tôi ngồi hàn huyên bên lò sưởi rực hồng, nhâm nhi rượu champagne với bánh mì, trứng cá tầm và pho mát Kiri. Sophie là bác sỹ chuyên về thể thao, chị mới chuyển phòng mạch từ Nice lên Sainte Blaise từ hơn một tháng nay và tỏ ra rất hài lòng vì phòng mạch mới của chị chỉ cách nhà hơn cây số.

Bữa ăn kéo dài khá lâu, vì theo phong tục phương Tây, mọi thành viên trong gia đình và bè bạn sẽ đón giao thừa ngay tại bàn tiệc. Chai vang trắng Savoie tuyệt vời với món cá hồi. Nicolas mở một chai vang ngọt Montbazillac để dùng với món gan béo. Món bò bỏ lò, còn hơi rỉ máu, rất hợp với hai chai vang đỏ tôi mang lên.

Mãi trò chuyện, chợt chúng tôi nghe thấy nhiều tiếng nổ lớn, liên tiếp. Tôi chạy ra sân. Cả một vùng núi non sáng rực lên dưới ánh pháo bông và pháo hoa. Thú vị nhất là nhà ai trong xóm còn đốt cả một tràng pháo tép, chắc mua ở một tiệm tạp hóa Châu Á trong phố.

Chủ và khách hôn nhau, nói những lời chúc mừng cho một năm mới 2006 hạnh phúc, sức khỏe và thành đạt.

Khi chúng tôi xuống núi, đường chân trời phía biển Địa Trung Hải đã có ráng phớt hồng, báo hiệu một ngày mới bắt đầu. Xin chúc mừng năm mới mẹ và các em ở Việt Nam!

Đêm 31/12/2005 - T.V

Những ngày trên đảo Sicile

07:27' 12/01/2006 (GMT+7) Ngươi Vien Xu

Tô Việt (Pháp)

03.01.2006

Tôi bay từ Nice bằng máy bay của Alitalia, Mac Donald Douglas MD - 80, 2 động cơ phản lực, thường được mệnh danh là taxi bay vì chở được nhiều khách và điều khiển dễ dàng. Trên đường băng, chiếc máy bay này giống như 1 con cá lóc khổng lồ, không biết trên trời sẽ ra sao?

Bay 1 giờ 30 phút thì đến Rome, sau đó chuyển máy bay để đi Palermo.

Phi công Italia lái máy bay như lái xe đua Ferrari, chạy nhanh, ngoặt gấp làm nhiều khi đứng tim hành khách.

Chiều đãi viên tỉnh khô nói tiếng Italia dù bạn có biết hay không.

Người soát vé ở cửa ra sân bay Fiucimino (Rome) rất hài hước, thấy tôi là người ngoại quốc, anh kiểm tra hộ chiếu rồi... vờ đưa cho cô gái Sicile xinh đẹp đứng bên cạnh tôi trước khi cười rất tươi và xin lỗi, cũng bằng tiếng Italia.

Tiếng Anh: nếu có bạn đọc nào đó phản ánh trên Vietnam Express Daily rằng trình độ tiếng Anh của nhân viên tiếp thị Vietnam Airlines là không thể chấp nhận được thì tôi sẽ lấy làm sung sướng được nghe thứ tiếng Anh đó hơn là nghe chiêu đãi viên hàng không Alitalia nói (tất nhiên, tôi không vờ đùa cả năm, có những tiếp viên nói rất giỏi).

Rời sân bay Rome, máy bay bay dọc bờ biển, ở độ cao tương đối thấp, vì thế tôi có thể quan sát thấy các thành phố lung linh ánh điện như những chuỗi ngọc trai đeo cổ.

Đến Palermo 11 giờ 30 tối, chậm 40 phút so với dự kiến.

Sân bay sát biển, một bên là những vách núi dựng đứng. Vào phòng chờ lấy hành lý, tôi thất vọng vì mãi không thấy dây chuyền chuyển động. Đến khi hành lý chạy ra thì mọi người chen lấn xô đẩy để lấy cho nhanh, chẳng khác gì cảnh lấy hành lý ở Nội Bài hay Tân Sơn Nhất.

Hải quan sân bay đứng sẵn với chó nghiệp vụ ngửi va ly tìm thuốc phiện. Tôi liên tưởng đến phim “Bố già” và gia đình Corleone.

Vừa kéo va ly ra đến cửa, đã thấy cả gia đình Việt kiều Trần Thị Hằng, Giuseppe Giusto, Salvatore, Daniela ra đón. Giuseppe Giusto, 50 tuổi, chồng Hằng, làm nghề kiểm lâm. Hằng, 33 tuổi, sang Italia từ năm 1995, làm bác sĩ châm cứu ở thị trấn Alcamo, cạnh Palermo. Salvatore, 5 tuổi, con trai Giuseppe và Hằng. Em gái Salvatore là Daniela, 4 tuổi.

Đêm, cả nhà ăn mì gói, uống rượu Nero d’Avola + Merlot. Chai rượu tương đối ngon, nhưng vì quá mệt sau chuyến đi dài nên tôi chỉ mong bữa ăn chóng xong để đánh răng đi ngủ.

Ngủ trong phòng túi nhỏ, 2 giường, 2 máy vi tính, sạch sẽ và ngăn nắp. Đêm Sicile khá lạnh nên ngủ ngon, chỉ thức dậy lúc 8 giờ sáng, tuy nhiên rất tiện bộ là không phải nhờ ai đánh thức.

Lẳng lẳng đi tắm, đánh răng, rửa mặt. Mặc quần áo xong xuôi thì vợ chồng Hằng cũng thức giấc. Giuseppe pha cà phê, còn Hằng xuống phố mua bánh mì.

Cà phê rất ngon, nhưng đặc đến mức người Việt mình gọi là “cà phê cầm tăm”. Khi Hằng dịch câu nói đùa này của tôi cho Giuseppe nghe, anh rất

khoái và ép tôi uống thêm một tách nữa.

Chúng tôi rời thị trấn Alcamo lúc 9 giờ sáng. Cùng đi với chúng tôi có thêm 2 người bạn Italia là Giuseppe “pépé”, vì ông đã nghỉ hưu, và cô Tecla, phụ trách kinh doanh của một hãng rượu ở Palermo.

Ra khỏi Alcamo đã thấy những ruộng nho mênh mông nằm sát đường quốc lộ hay trên những sườn đồi thoải thoải. Sicile có khoảng 150.000ha đất trồng nho, lớn hơn cả vùng Bordeaux của Pháp tuy diện tích đảo chỉ có 25.708km vuông.

Cảnh quan Sicile rất đa dạng. Nếu như dải đồng bằng ven biển khá xanh tốt với những ruộng rau, những vườn cây ăn quả và đồng cỏ thì vùng cao nguyên (từ độ cao 350m trên mực nước biển) lại khá cằn cỗi, với những ruộng nho và vườn ôliu, đây đó trên sườn đồi một trang trại bỏ không, hoặc một xưởng làm rượu đã đóng cửa. Chúng tôi dừng lại tham quan một pháo đài cổ hoang tàn, xiêu vẹo đã từ nhiều thế kỷ nay, nghe gió hú qua từng kẽ đá và nhớ về cổ nhạc sĩ Trịnh Công Sơn với bài hát “hỏi đá rêu phong bao nhiêu tuổi đời?”. Nhiều thế hệ đã qua đi trên mảnh đất này, nhưng sỏi đá vẫn tro gan cùng nhật nguyệt.

Chúng tôi đến lãnh địa Monte Olympo hồi 10 giờ sáng. Lãnh địa này có 800ha đất trồng nho. Các giống nho trắng địa phương nổi tiếng là Cataratto, Greanico, Grillo và Insolia. Các giống nho đỏ địa phương là Nero d’Avola và Nerello Mascalese. Lãnh địa có một số giống nho quốc tế như Chardonnay (trắng), Cabernet Sauvignon, Merlot và Syrah (đỏ).

Xưởng làm rượu được trang bị những máy móc hiện đại nhất thế giới của Pháp và Italia. Hầm nuôi rượu có 1.000 thùng gỗ sồi nhập từ Slovénie. Sau khi đi thăm các ruộng nho và hưởng cái thú được lợi bì bõm trong bùn, trong cái lạnh 10⁰C, chúng tôi quay lại thử nếm:

- Một chai Greanico, nhiều tính chất hoa quả tươi mát;
- Một chai Grillo + Chardonnay, vừa có tính khoáng chất của dòng nho Grillo, vừa đậm đà, tròn trịa với dấu ấn rõ rệt của dòng nho Chardonnay;
- Một chai Nero d’Avola, mang hương vị hoa quả, mùi đá núi lửa và gia vị thảo mộc vùng đồi núi;
- Một chai Nero d’Avola + Syrah tinh tế, rất hợp với phụ nữ;
- Và cuối cùng, 1 chai Luxus tuyệt vời, là sự phối hợp của 5 dòng nho Cabernet Sauvignon, Merlot, Syrah, Nero d’Avola và Petit Verdot.

Niềm hân hoan ấy còn được tiếp tục trong tiệm ăn ngon nhất của thị trấn Sambucca, với những món ăn rất đặc trưng của đảo Sicile và món mì

Spaghetti “al Dente - giòn sần sật” của Italia. Bữa ăn kết thúc lúc 3 giờ chiều, với tách “cà phê cầm tay” đậm đặc đến mức có thể quật ngã bất cứ thanh niên nào nếu người đó chưa có gì lót dạ.

Con mưa núi ập đến tiền chúng tôi ra cửa. Con đường xuống núi nhòe trong một tấm màn nước trắng xóa, nhưng hai chiếc gạt nước, dù đã làm việc hết công suất, vẫn không xóa được những dư âm của tình bạn Việt Nam - Italia trong sâu thẳm trái tim.

05.01.2006

Sáng, dậy từ 7 giờ 30 nhưng vẫn nán lại giường thêm chút nữa để tận hưởng cái cảm giác thú vị của cuộc sống trong một thị trấn nhỏ không có tiếng ồn. Qua khung cửa sổ trông sang dãy phố đối diện, tôi thấy một cô nàng dậy sớm đang đứng trên ban công nhìn ra phố. Cái cảm giác ấy thật dễ chịu làm sao: một vẻ đẹp rất phụ nữ và tươi tắn, một chấm sáng nhỏ lung linh sưởi ấm cho đời trong buổi mai se lạnh. Tôi không khỏi bật cười khi nghĩ rằng phụ nữ cũng có lúc ba máu sáu con, làm cho ngay cả những anh hùng hảo hán nhất cũng phải kiêng mặt. Ít nhất là lúc này, tôi thấy lòng mình ấm lên, mọi mặc cảm, muộn phiền, vất vả, nhọc nhằn của cuộc sống nay đây mai đó biến mất, và quyết định tung chăn nhóm dậy để không phí một ngày tuyệt vời như thế.

Giuseppe và Hằng hôm nay dậy sớm hơn tôi (chắc tại hôm qua đi ngủ sớm). Giuseppe làm cho tôi một ly Cappuccino và một ly Espresso “cầm tay”, Hằng tranh thủ xuống dưới phố mua bánh mì ăn sáng. Giuseppe không dùng Espresso, nói với tôi rằng bụng dạ anh sáng nay hơi lửng lơ.

Trong khi đợi một người bạn Sicile đến đi cùng, tôi tranh thủ vào mạng. Phương Anh, phóng viên báo Cưới Hỏi Net gửi bài viết về rượu champagne nhờ mình xem hộ. Cô bé này quả là một hiện tượng độc đáo, rất chăm chú tìm hiểu về rượu vang và có những bài viết mang tính chuyên môn tương đối sắc sảo.

9 giờ sáng, Giuseppe “pépé” đến, chúng tôi khởi hành đi thăm một hầm rượu ở Marsala mang tên hầm rượu Mathia. Công ty tư vấn về tất cả các vấn đề liên quan đến rượu vang với một phòng thí nghiệm nằm cạnh bãi biển Marsala và đầu tư có chiều sâu vào 20ha nho, mua ở những vùng tương đương với khái niệm “Terroir” của Pháp, dù chỉ là vang vùng (IGT).

Giám đốc hầm rượu Mathia, anh Gaspare Vinci, còn rất trẻ, rất đam mê về rượu. Anh được đào tạo về làm rượu ở Marsala, nhưng cũng như tất cả các chuyên gia rượu Italia nổi tiếng khác, anh tu nghiệp 5 năm tại vùng Piemonte là cái nôi sản sinh ra các thiên tài về thử nếm và làm rượu.

Đứng từ phía biển, tôi có cảm giác tấm biển đồng in phù hiệu của hầm rượu hơi kỳ quái, với hình hai chú khuyển đực đang say sưa hoan lạc với một nàng khuyển cái cả từ phía trước và phía sau. Nhưng tôi tự nhủ: có thể lắm chứ, người Việt Nam mình chả nói: xức như cầu, hồn như cầu, vậy thì loạn như cầu có gì là lạ, nhất là trong những lúc say sưa bí tỉ với thứ chất lỏng tuyệt vời này? Tuy nhiên, khi tiến lại gần, tôi mới rõ đó là hình chạm hai con sư tử đực đang vồ xé một con trâu rừng lực lưỡng. Được hỏi tại sao hầm rượu Mathia lại chọn biểu tượng nói trên, anh Gaspore cười và trả lời tôi rằng hình tượng sư tử cắn xé trâu rừng là hình ảnh mạnh gắn liền với lịch sử dân tộc La Mã, vốn đam mê các cuộc đấu giữa nô lệ và thú dữ, hoặc trâu rừng và thú dữ trong các đấu trường. Vả lại, theo anh, rượu vang của hầm rượu Mathia mạnh đến mức có thể quật ngã bất cứ tửu đồ lực lưỡng nào. Đó là chưa nói đến khía cạnh nghề nghiệp trong thời buổi này, muốn cạnh tranh được với các đối thủ khác cần phải hết sức hùng mạnh, như beo, như cọp, như sư tử.

Chúng tôi cùng thử nếm một chai Grillo, một chai Insolia (2 dòng nho trắng đặc trưng của Sicilia) và một chai Grillo - Chardonnay. Quả thật rượu rất ngon, nhưng để có thể đẽ bẽp được mọi đối thủ với rượu này thì tôi chưa tin lắm. Dù sao sự liên tưởng cũng rất thú vị, nó nói lên tham vọng của một giám đốc trẻ đầy nhiệt huyết.

Anh Gaspore cũng mời tôi thử nếm một chai Nero d'Avola, một chai Nero d'Avola - Cabernet Sauvignon và một chai Nero d'Avola nuôi trong thùng gỗ sồi.

Cũng cần nói thêm là đảo Sicilia không có truyền thống làm rượu Nero d'Avola trong thùng gỗ sồi, vì các chuyên gia Italia cho rằng giống nho này không chịu được gỗ sồi; hơn thế, khi nuôi trong thùng gỗ sồi, rượu sẽ mất đi tính chất hoa quả tươi mát. Anh Gaspore rất khoái khi tôi đưa ra các nhận xét, đánh giá về rượu vang, và nói anh rất hân hạnh được đón tiếp chuyên gia rượu người Châu Á đầu tiên đến hầm rượu Mathia, đồng thời bày tỏ với chúng tôi nguyện vọng của các nhà làm rượu đảo Sicilia muốn hợp tác lâu dài với Việt Nam trong lĩnh vực này.

Thử rượu xong, chúng tôi lên xe đi thăm các ruộng nho Chardonnay và Grillo của lãnh địa Mathia. Các ruộng nho này có khi chỉ nằm cách bờ biển 10 - 15m, vì thế các luống nho luôn được những làn gió biển mặn mòi ve vuốt cả mùa đông lẫn mùa hè, đem lại cái hương vị có một không hai là mùi i-ốt.

Để có thể vào thăm các ruộng nho, xe chúng tôi chạy dọc bờ biển, qua vùng làm muối. Gaspore giải thích cho tôi rằng nếu như nước biển có màu

xanh thì nước ruộng muối có màu phớt đỏ vì hàm lượng muối trong nước rất lớn.

Sau khi thăm các ruộng nho và được Gaspare thuyết trình rất say sưa về thổ nhưỡng, khí hậu và cách làm rượu ở hầm rượu Mathia, cụ thể đến từng chi tiết nhỏ, chúng tôi đi ăn trưa trong thành cổ Marsala. Tiệm ăn bình dân, bàn ghế mộc mạc, song đồ ăn rất ngon và rất đặc trưng (bạch tuộc xào, tôm hùm nấu mì ống). Ông chủ tự mang tôm cá (vẫn còn giấy đánh đập do dân chài vừa mới đánh bắt từ vịnh biển lên) ra cho khách chọn, sau khi nấu xong lại tự tay phục vụ cho khách để tỏ lòng quý mến theo phong tục Sicilia.

Do người dân đảo Sicilia ăn trưa rất muộn (2 - 3 giờ chiều) nên sau khi uống cà phê, chúng tôi vội vã đưa Hằng về phòng mạch vì chị có hẹn với khách đến chằm cứu, còn tôi đi tiếp với Giuseppe Giusto và Giuseppe “pépé”. Buổi chiều hôm ấy, chúng tôi thăm cơ sở sản xuất đồ chuyên dụng nhà hàng - khách sạn Verat của anh Vito Amodeo, sau đó chạy xe dạo quanh thành phố Alcamo. Trên một trục chính của thành phố, tôi buột miệng “Cây Bao báp”. Giuseppe “pepe” nhìn tôi cười và nói “Không phải cây Bao báp đâu, vì Bao báp mọc ở châu Phi, còn đây là cây Erythria của Sicilia, rất giống cây Bao báp”.

Chạy chừng 15 phút, chúng tôi vào thị trấn Castellammare và lên đỉnh cao nhất, nơi có một tiệm ăn nổi tiếng nằm chênh vênh trên vách núi, dưới chân là vịnh biển sâu thăm thẳm. Trong vịnh có bè nuôi cá hợp tác với Nhật Bản (cá thu).

Giuseppe “pépé” kể với tôi rằng, năm ngoái, trong một lần biển động, bè cá bị vỡ khiến một số cá thu thoát được ra ngoài. Tuy nhiên, do không quen với cuộc sống tự do nên nhiều con lại quanh quẩn vào bờ kiếm mồi và nhiều người dân ở Alcamo, trong đó có Giuseppe Giusto, đã dùng lao đâm cá bắt được vài con nặng đến 400kg.

06.01.2006

Là ngày lễ nên Giuseppe và Hằng dậy muộn. Hẹn với vài người bạn đi uống cà phê trong một quán Bar ở Alcamo. Hằng muốn tôi thử một loại bánh ngọt với nhân làm từ sữa cừu. Chần chừ giây lát, tôi gọi một chiếc, thấy rất ngon. Hơn thế, tôi thấy ai vào bar cũng gọi một chiếc bánh này, uống với cà phê Cappuccino hoặc Espresso. Thấy tôi có vẻ thòm thèm, Giuseppe gọi thêm một chiếc nữa. Tôi làm ra vẻ từ chối, nhưng khi anh đưa thì ăn ngay. Ngon tuyệt!

Đi tham quan một hầm rượu (Paradoxo) với Giovanni, phụ trách về nông nghiệp của tiểu bang Sicilia.

Người phụ trách hầm rượu Paradoxo còn trẻ, rất có cảm tình, tên Salvatore Giuffrida. Lãnh địa Paradoxo có 120ha nho, với nhà máy rất hiện đại, sản lượng 1.000.000 chai/năm.

Ngoài các giống nho địa phương, Paradoxo còn trồng nhiều giống nho quốc tế như Cabernet Sauvignon, Merlot, Petit Verdot, Syrah (đỏ). Chardonnay, Viognier (trắng). Sau khi thử nếm, tôi nói với Salvatore rằng anh rất thành công với các giống nho Petit Verdot, Syrah và Merlot. Salvatore rất thích thú và nói nếu có dịp anh sẽ gửi sang Việt Nam cho tôi vài chai niên hiệu 2005, vẫn còn nuôi trong bồn inox.

Trên đường từ lãnh địa Paradoxo về thành phố, Giovanni mời chúng tôi vào thăm trang trại của gia đình anh (bỏ hoang, chỉ có một công nhân ở trong ngôi nhà nhỏ bên cạnh để trông nom và làm vườn). Trang trại rất rộng, kiến trúc kiểu thế kỷ 18 (sau cánh cổng sắt là cả một quần thể khép kín, với sân gạch ở chính giữa, đối diện với cổng là nhà chính với ban công trông ra vườn, hai bên là dãy nhà phụ để máy móc nông nghiệp). Giovanni rất hăng hái vào nhà phụ, thay bộ comple đang mặc bằng một bộ quần áo bảo hộ lao động, đi ủng cao su ra vườn hái cho chúng tôi cả chục ký chanh và quýt. Quýt ở đảo Sicile rất đậm đà.

Chiều tối, tôi sang phòng mạch của Hãng ngồi viết lách. Không có cảm hứng lắm nên giết thời giờ bằng cách lên mạng tìm các hình ảnh về đảo Sicile.

07.01.2006

Thứ bảy, các nơi đều nghỉ nên ông Eligio Asta, Chủ tịch Liên hiệp các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Italia, đồng thời là chủ một hãng bán xe ô tô Citroen của Pháp ở tỉnh Trapani hẹn tôi và Giuseppe đi ăn sáng. Trên đường đi gặp Giuseppe Corso, chủ hãng làm đồ gỗ Corso của tỉnh Trapani. Ngoài các hoạt động về đồ gỗ, Giuseppe còn có ruộng nho và mỗi năm anh đặt làm khoảng vài chục ngàn chai như là quà biếu của công ty. Uống cà phê và ăn sáng xong, Giuseppe Corso mời chúng tôi về nhà, đích thân xuống hầm rượu lấy 12 chai, tặng tôi 6 chai, những người khác 2 chai.

Chiều, tranh thủ làm việc trong phòng mạch của Hãng vì có mạng.

Tôi, đi ăn cùng Hãng, Giuseppe Giusto, Eligio Asta và vợ là chị Maria Asta, Vito Amodeo và vợ là chị Francesca Amodeo ở tiệm ăn trên núi. Đồ ăn rất ngon, nhưng quá nhiều món làm cho Giuseppe Giusto phải hai ba lần cản không cho Vito Amadeo gọi thêm món. Kết thúc bữa ăn, chủ quán đem ra 3 chai rượu mạnh, ra sức nài chúng tôi cùng uống. Kết quả là tôi lăn quay ra ngủ trong xe trên đường về Alcamo. Không biết tôi có ngáy như bò rống hay không, nhưng khi về đến nhà, tôi cứ để nguyên cả quần áo, chỉ kịp tháo giày

và tất, nằm vật xuống giường ngủ một mạch đến 8 giờ sáng hôm sau.

08.01.2006

Đánh răng rửa mặt xong, vào bếp, đã thấy Hằng đang dọn dẹp. Nghe Hằng kể lại là cả nhóm còn ngồi nán lại nhà Hằng đến 3 giờ sáng để chờ lên mạng xem một vụ xì căng đan liên quan đến con gái một nhân vật quan trọng trong chính quyền địa phương, nghe đâu các hình ảnh khỏa thân của cô bị nhân tình đưa lên mạng như vụ Đinh Thới - Yến Vy hồi nào. Tôi nhớ một cô bạn nhà báo phàn nàn với tôi rằng ở Việt Nam bây giờ quanh đi quẩn lại chỉ thấy dân chúng háo hức tìm đọc trên báo các mục cướp, giết, hiếp. Thì ngay ở Sicile là nơi có truyền thống văn minh Hy Lạp - La Mã từ hàng ngàn năm nay, những người bạn mới của tôi, tri thức đầy người, còn không thoát khỏi những ham muốn tầm thường như vậy.

9 giờ 30, một nhóm các nhà sản xuất rượu đến gặp chúng tôi để bàn về chương trình hợp tác trong tương lai. Họ tỏ ra rất quan tâm đến việc tôi giúp họ quảng bá văn hóa và các sản phẩm rượu vang đảo Sicilia ở Việt Nam. Hiền, em gái Hằng, xuống phố mua lên một hộp bánh ngọt. Tôi ăn liền 3 cái, vì cũng như mọi sáng, Giuseppe Giusto ép uống đến 3 ly cà phê Espresso “cắm tăm” làm tôi chóng mặt, nhức đầu và ruột non ruột già sôi sục biểu tình đòi miếng cơm manh áo.

Chiều, tiếp tục làm việc trong phòng mạch. Tòa nhà quá rộng, không đủ sưởi nên có lẽ bị cảm lạnh, thấy người gầy gầy. Tôi không muốn ăn cơm, nhưng Hiền và Hằng nài nỉ mãi nên lên nhà ăn súp. Được cái hoa quả ở Sicile rất sẵn nên Hiền vắt một lô nước cam cho Giuseppe và tôi. Cô bé thật chu đáo.

Lần đầu tiên kể từ hôm tôi sang Sicile, đi ngủ từ 8 giờ 30.

09.01.2006

Ngày cuối cùng ở Sicile. Tôi dậy từ sớm tắm rửa và chuẩn bị hành lý. Lúc đi mang ít đồ, vậy mà khi về tay xách nách mang vì Giuseppe Corso tặng 6 chai, Gaspare Vinci tặng 3 chai, Giovanni Maggio tặng 1 chai Luxus. Hiền lại còn chạy xuống phố mua cho 2 ổ bánh mì kẹp xúc xích, nói là để tôi ăn trong lúc chờ máy bay ở Rome (máy bay đến Rome lúc 2 giờ chiều, nhưng tôi phải đợi đến 5 giờ hơn mới có máy bay đi Nice) và 1 hộp bánh ngọt, “quà đặc biệt của Sicile cho chị ấy và cháu Nam”.

Trên đường ra sân bay Falcone, Giuseppe tranh thủ đưa tôi đi thăm Chủ tịch phòng thương mại và công nghiệp Sicile, ông Giuseppe Pace. Ông này còn trẻ, rất vui tính, cứ bắt tôi phải đem về Nice 2 chai Marsala và 1 đồng sách vở bằng tiếng Italia, tuy tôi đã giải thích rằng tôi chỉ bập bẹ được chút

ít.

Vào phòng làm thủ tục lên máy bay, Hằng giữ hai túi xách ở ngoài vì sợ rằng khách đông, người làm thủ tục bay sẽ gây khó dễ. Quả thế, khi cô này thấy ông khách đứng trước tôi có 2 túi xách to thì cứ nhất định đòi cân, làm ông này phải chuyển bớt một ít đồ cho vợ. Điều tôi ngại nhất là 6 chai rượu để trong va ly không biết có bị vỡ không, của một đồng công một nén.

Máy bay ra đường băng, tăng tốc rồi nhẹ nhàng rời mặt đất. Phía bên phải là biển xanh thăm thẳm, còn phía bên trái là những ngọn đồi thoải thoải như những phụ nữ để ngực trần, với hoa cúc dại vàng như mắt ai thương nhớ.

Sicile ơi, tạm biệt!

Thư phương xa

Tết Việt và cảnh đào ở Nice

07:42' 17/01/2006 (GMT+7) Nguoi Vien Xu

Tô Việt (Pháp)

Yann, anh bạn người Pháp có một thời gian cùng làm việc với tôi ở Công quốc Monaco, gọi điện hỏi xem vợ chồng tôi có tổ chức ăn uống gì trong dịp Tết Bính Tuất sắp đến.

Lẽ tất nhiên, từ hai năm nay, năm nào Yann cũng đến cùng cô bạn gái Sophie, không đúng Tết vì bận việc thì cũng chỉ một vài ngày sau đó. Đặc biệt, Yann là một trong những người bạn Pháp hiếm hoi rất khoái bánh chưng, nên năm nào vợ tôi cũng đặt xôm ra vài chiếc, vừa để chồng con ăn cho thoải mái, vừa để đãi khách của chồng.

Đồ đón Tết, hai vợ chồng tôi đã lo tàm tạm. Bánh chưng đặt đám sinh viên Việt Nam trường Đại học Văn khoa Nice, măng, miến, mộc nhĩ, đợt về Việt Nam dạy học vừa rồi, tôi mang sang cả một va ly có dư, giò chả mua ở cửa hàng tạp hóa người Việt. Chỉ còn thiếu cảnh đào và chậu quất thì dù ở xứ người mình vẫn có thể hưởng trăm phần trăm Tết Việt Nam. Vui hơn nữa là thời tiết dường như cũng chiều lòng người, mấy hôm trước vừa lạnh vừa có tuyết thì từ sáng nay, trời chỉ còn hơi se lạnh.

Chợt tôi nhớ mấy hôm trước, khi chạy xe qua một chỗ ngoặt trên núi cách nhà tôi khoảng năm mươi cây số, trên đường đi Puget - Thénier, có một bãi hoang với vài cây đào dại đang trở hoa rất đẹp. Tôi ước thử xem Yann có đồng ý qua nhà đón tôi cùng lên núi để làm cái việc không được đường hoàng cho lắm là xin thiên nhiên một cảnh nhỏ đón xuân. Không ngần ngại, Yann lấy ngay xe hơi xuống Nice. Vừa mới vào phòng khách,

Yann đã hỏi ngay “Việt ơi, tụi mình có thể ghé vào đâu uống chút cà phê trước khi hành sự được không?”. “Lẽ tất nhiên, tụi mình có cả buổi chiều nay để làm chuyện đó mà”. Là một chuyên gia rượu trẻ ham học hỏi, khi cùng làm với tôi ở khách sạn 4 sao Luxe Grand Hotel du Cap Ferrat, mỗi kỳ nghỉ phép, hai đứa từng ngao du khắp nơi trên đất Pháp, thăm thú các vùng trồng nho, làm rượu và cũng từng có những kỷ niệm uống rượu vang “lên bờ xuống ruộng” khi bà xã tôi và cô bạn gái của Yann bận việc không thể đi cùng.

Tôi lấy áo khoác, rồi hai thằng chúng tôi ra xe, nổ máy, nhằm hướng Puget - Thénier. Yann cầm lái, tôi ngồi bên. Rồi thành phố, bắt đầu vào đường núi ngoằn ngoèo, chiếc xe như trôi đi trong thời gian, trong khoảng không bát ngát những rừng cuối đông trơ trụi. Đây đó điểm xuyết một vài khóm cây thay lá, vàng rực trong ánh chiều tà. Chạy được chừng nửa tiếng, chúng tôi quyết định dừng xe lại nghỉ trong một làng nhỏ ven đường, nhân thể ghé vào quán uống cà phê. Chủ quán, một người đàn ông xấp xỉ năm mươi, vồn vã đón khách với tất cả những gì chân chất của một người “nhà phê” quen đón dân thành phố lên leo núi.

Hồi những ai chưa từng một lần ghé vào những quán nhỏ trong một làng hẻo lánh trên đất Pháp. Những quán này thực sự có hồn. Ta hãy thử tưởng tượng một ngôi nhà bằng đá, tường dày gần một thước, với vòm trần thấp mà những ai cao to gần hai thước như anh bạn Yann của tôi không cần thận cúi gập người thì có thể vỡ đầu sút trán như chơi. Bàn ghế trong nhà bằng gỗ sến hoặc gỗ sồi, mặt ghế hoặc bàn đều nhẵn bóng vì nhiều thế hệ trong làng và cả khách qua đường đã ngồi lên hoặc đặt tay lên đó. Giữa nhà là một lò sưởi lớn, trên bệ để các vỏ chai rượu vang rỗng hoặc rượu mạnh, kỷ niệm của những sự kiện đáng ghi nhớ. Cạnh lò sưởi là một thùng rượu vang rỗng bằng gỗ sồi, trên mặt bày các dụng cụ mở rượu mà nhiều cái đã hàng trăm năm tuổi. Thấy tôi đi đi lại lại ngắm nghía không biết chán những thứ đồ mở rượu này, ông chủ quán khẽ khàng gọi chuyện. Biết chúng tôi là chuyên gia thử nếm rượu chuyên nghiệp, ông cao hứng hẳn lên, kể cho chúng tôi về xuất xứ của những đồ gia bảo đó.

Thì ra không phải thứ dụng cụ mở rượu hoen gỉ nào cũng tầm thường. Lần đầu tiên, tôi được biết rằng những người đầu tiên phát minh ra dụng cụ mở rượu là người Anh. Lúc đầu, đó là một dụng cụ hình chữ T, lưỡi xoắn bằng thép, nhưng tay cầm có thể bằng gỗ hay một khúc thân cây nho (phải chăng để nâng cao tính nghệ thuật?). Mãi về sau này dụng cụ mở rượu hình chữ T mới được cải tiến thành dao mở rượu như bây giờ. Ông chủ quán còn tự hào khoe trong số đồ mở rượu được trưng bày, có thứ đồ cổ trị giá ngang một chai rượu vang Pétrus là loại rượu vang Bordeaux mắc tiền nhất. Về bí

hiềm, ông nháy mắt với tôi rồi hạ giọng “Ông có biết tại sao tôi lại để chúng ở chỗ tranh tối tranh sáng thế không?”. Chừng thấy tôi chậm trả lời, ông giảng giải “Sự giáp giới giữa ánh sáng và bóng tối bao giờ cũng gợi sự tò mò, ví như một kẻ nói nửa nạc nửa mỡ, người đàn bà nửa đứng nửa phong tình. Nhưng thôi, bởi các ông là người sành rượu, tôi xin thết các ông một sản phẩm cây nhà lá vườn gọi là để làm quen”.

Ông cao giọng gọi “Claire ơi!”. Một giọng phụ nữ du dương đáp lại “Thưa cha, con đây!”. Rồi như từ một khoảng hư vô nào đó, có thể từ trong bếp đi ra, có thể từ hầm rượu đi lên, một thiếu nữ mười tám đôi mươi. Trong khoảng một giây, cả Yann và tôi như bị hút hồn bởi cái luồng sáng huyền bí ấy. Cô gái vào, như đem vào phòng cái ánh sáng huyền ảo lung linh của khoảng trời xanh sắp tắt nắng bên ngoài và mùi hăng hăng của thảm lá mục mùa đông. Cô dong dỏng cao, mặc quần bò, phủ ra ngoài là một chiếc áo len màu xanh da trời, làn tóc vàng óng ả chảy mượt trên đôi vai gầy nhỏ. Mặt cô đỏ hồng màu nắng, rõ ra một thôn nữ tiếp xúc nhiều với thiên nhiên. Mắt cô lóng lánh sắc nâu pha xanh lá cây, cái nhìn chăm chú và mẫn cảm. Đôi chân nhỏ xinh bó gọn trong đôi giày da thú lông bên trong với những dây tua rua bên ngoài, loại giày của thổ dân da đỏ Châu Mỹ.

Cô khẽ lướt qua, như thể không để ý đến chúng tôi. Ông chủ quán hả hê ngắm cô con gái xinh đẹp của ông như một anh hà tiện ngắm ngọc ngà châu báu. “Claire này, con xuống hầm rượu lấy cho cha và hai ông khách đây chai Vouvray 1989 của nhà làm rượu Huet. Xin giới thiệu để hai ông rõ, nhà làm rượu trứ danh Huet vùng Loire Valley có họ với gia đình tôi, vì thế tôi mới dám thưa là hầu rượu hai ông sản phẩm cây nhà lá vườn”. “Vâng, thưa cha”. Tiếng bước chân nhẹ nhàng rời xa. Chừng vài phút sau, cô gái quay lên với một chai rượu ngọt màu vàng hổ phách. “Thưa cha, con có phải chuyển rượu ra bình thủy không ạ?”. “Con gái yêu của cha ơi, chuyển đứt đuôi ra chứ lị. Con phải nhớ rằng chai rượu này đã có 15 năm tuổi, không thể tránh được có cặn dưới đáy”. “Vâng, nếu hai ông đây cho phép”. Yann nhanh nhẩu nói ngay “Xin cô cứ tự nhiên”. Cô gái quay vào bar lấy ra một bình thủy tinh tròn cao cổ, dùng dao mở rượu cắt một đường xung quanh cổ chai, sau đó chậm rãi bỏ phần nút thiếc đã được cắt vào một đĩa đựng tách nhỏ bên cạnh, nhẹ nhàng ấn mũi xoắn vào tim nút bấc, dùng đòn bẩy lấy nút bấc ra một cách thành thạo, như thể suốt đời cô chỉ làm chuyện đó. Cô xin phép chúng tôi rót một chút rượu ra ly, khẽ nghiêng người thử nếm, rồi bằng một động tác quả quyết, đưa bình thủy hướng ra phía cửa sổ và chuyển rượu từ chai vào bình. Yann và tôi im lặng ngắm những động tác chuẩn xác của con gái ông chủ quán, không khỏi thán phục. Trong ánh nắng chiều hôm vàng rực rọi vào phòng qua khung cửa, tôi có cảm giác như cô gái là hiện thân của dòng chảy vàng óng ấy...

Mãi trôi theo dòng suy nghĩ, tôi chợt giật thót người khi Yann nói “Việt, mày ngủ hay sao, đã gần sáu giờ chiều, thôi mình thanh toán rồi còn đi lấy cành đào để còn kịp về Nice trước khi trời tối hẳn”.

Chúng tôi đứng dậy trả tiền, nhưng ông chủ quán nhất định chỉ lấy tiền cà phê. “Hai ông uống rượu cùng tôi để lấy hên cho cô Claire vừa trúng tuyển hoa hậu vùng này”. Yann và tôi chẳng biết làm gì hơn là cảm ơn ông chủ quán và chúc cô Claire gặp nhiều may mắn trong những vòng thi hoa hậu quốc gia và quốc tế.

Mãi tận tám giờ tối Yann và tôi mới về đến Nice. Tết này, trong căn hộ của chúng tôi, có một cành đào nhỏ cứ sáng mãi lên những đốm đỏ như gợi lại một kỷ niệm khó quên, đầu đó, qua một chỗ quẹo nơi hẻm núi.

T.V

Tết tha hương này, ai tỉnh ai say?

Tô Việt (Pháp)

Giữ đúng lời hứa, như mọi năm, mấy ngày trước Tết Việt Nam, tôi ghé qua siêu thị Promo Asia mua 1 hộp mứt và 2 chiếc bánh chưng cho anh bạn thân Guy Meulnart, chủ lãnh địa Clos Bernarde, một vùng sản xuất rượu có nguồn gốc xuất xứ được xác định ở vùng Provence, cách thành phố Nice khoảng 100km.

Siêu thị khá đông người, chủ yếu là người Việt Nam, Trung Quốc, Lào, Campuchia vào mua sắm Tết, nhưng cũng có cả một vài cặp vợ chồng trẻ người Pháp, chồng đẩy xe nôi, vợ xách làn đi chợ. Cô bé bán hàng người Campuchia gốc Trung Quốc, nhưng nói tiếng Việt Nam rất giỏi vì có một thời gian dài sống ở Sài Gòn. Cô giúp tôi chọn hai chiếc bánh chưng làm ở Marseille, vì theo cô, “bánh chưng Marseille dền hơn là bánh chưng đặt chị Lan ở Nice”.

Mọi năm, vợ tôi vẫn thường đặt chị Lan, vì thế tôi lấy thử 2 chiếc bánh chưng Marseille xem có gì khác. Đi ngang qua quầy đồ hộp, tôi lấy thêm 1 hộp kiệu, 1 hộp vải thiều và 1 chai rượu mạnh Mei kei lu của Trung Quốc. Thường thì tôi vẫn mang vài chai rượu nếp Từ Sơn (Bắc Ninh) về Nice làm quà cho bè bạn, nhưng không hiểu sao đợt này gấp gáp quá nên ra đến sân bay Nội Bài mới ngã ngựa người, không làm thế nào vớt vát lại nỗi đau khổ ngàn đời đó. Người ta đi một ngày đàng, học một sàng khôn, còn tôi đi đó đi đây khá nhiều mà đầu óc vẫn quên quên nhớ nhớ.

Ái chà, đúng như cô bán hàng giới thiệu, chuẩn bị cho Tết có khác, trong siêu thị có đủ cả măng, miến, mộc nhĩ, nấm hương, bánh đa nem, lá dong, gạo nếp, đậu xanh, bánh, mứt, kẹo hộp lớn hộp nhỏ nhập từ Việt Nam

và Thái Lan, bánh chưng, bánh tét, giò, chả.... Một vài Việt Kiều có nhà trên núi còn mang cả cảnh đào xuống bán.

Tôi lân la khoảng nửa tiếng trong siêu thị. Dù đã rất cố gắng, la cà trong các cửa hàng không phải là cái thú của giới mày râu, càng không phải của tôi. Họa chăng là la cà trong các cửa hàng bán rượu hay trong các hầm rượu tranh tối tranh sáng. Cũng xin bật mí ở đây là cảm giác ấy cũng giống giống cảm giác của anh trai tôi mới yêu lần đầu, anh ta lên chín tầng mây thế nào trong vòng tay người yêu thì khoái cảm tột đỉnh của tôi khi nhìn thấy chiếc thùng tô nô trong hầm rượu cũng không hơn không kém.

Xe chạy từ Nice đến Le Luc mất khoảng 1 giờ. Xa lộ A8 đường tốt, ngày thường lại ít người nên tôi chạy 45 phút đã đến đoạn rẽ vào nhà Guy. Từ đây, còn phải lấy một con đường nhỏ chạy giữa rừng, dài khoảng 700m.

Lãnh địa Clos Bernarde có khoảng 80ha, trong đó 50ha trồng nho, gồm các dòng Grenache, Syrah, Cinsault, Mourvedre (đỏ) và Grenache Blanc, Rolle, Viognier, Clairette (trắng). Đất rất nghèo nàn, chủ yếu là đất cát, sỏi trên một tầng đá vôi, nằm ở độ cao 150m so với mực nước biển. Toàn bộ các ruộng nho của lãnh địa Clos Bernarde bị bao bọc bởi các khu rừng sỏi và rừng cây lúp xúp rất đặc trưng cho vùng Địa Trung Hải.

Tôi dừng xe giữa rừng, không dẫn lòng được trước một vẻ đẹp thiên nhiên tuyệt vời như thế. Bây giờ hãy còn là mùa đông. Con đường nhỏ phủ đầy lá mục kêu lạo xạo dưới mỗi bước chân. Rừng sỏi vươn những cành khẳng khiu trụi lá trên nền trời xanh xám màu chì, bông bênh những đám mây trắng đục. Không gian tĩnh lặng đến mức tôi chỉ nghe thấy tiếng lá vỡ vụn dưới chân. Cái lạnh, sắc và khô, như cứa vào da thịt.

Đúng như dự đoán, xe tôi chạy vào trong sân, chỉ có con chó Bill cao lớn lông xù vui vẻ vẫy đuôi ra đón. Guy còn mê mải với công việc trên cánh đồng nho. Tháng giêng là tháng tĩa cành. Jacqueline, cô bạn gái của anh, đang đi phố mua sắm.

Tôi rút điện thoại di động gọi Guy. Anh lập cập bỏ tất cả đồ lẻ vào thùng xe, chạy ngay về đón tôi.

Guy vẫn như thế, mặc dù tôi xa Nice đã gần 5 tháng. Dong dong cao, đeo kính cận, trông anh giống một nhà khoa học làm việc trong phòng thí nghiệm hơn là một nhà trồng nho, cho dù anh có là ông chủ lãnh địa đi chăng nữa.

Guy mời tôi vào văn phòng. Anh nói sơ qua về vụ thu hoạch nho 2005, những vui buồn tình lẻ. Sau đó, chúng tôi cùng đi thăm hầm nuôi rượu bằng bê-tông quét sơn thực phẩm (Epoxy), lên phòng thí nghiệm của anh thử vài

loại rượu đang nuôi, cả đỏ và trắng, sau đó vào phòng thử nếm, “khu vườn cấm” chỉ dành cho những bạn bè thân thiết và những khách đặc biệt.

Chúng tôi mê ly trong những ly rượu Clos Bernarde 2003 trắng làm từ nho Grenache Blanc và Rolle, những ly Clos Bernarde 2000 và 2001 đỏ làm từ nho Grenache đỏ, Syrah và Mourvedre. Rượu của lãnh địa Clos Bernarde đặc biệt ở chỗ Guy nuôi 1 năm trong thùng bê tông, sau đó đóng chai và nuôi ít nhất 2 năm nữa trong hầm rượu trước khi đem bán. Kết quả là những dòng rượu hoàn toàn tự nhiên, không chịu ảnh hưởng của gỗ sồi, nhưng đậm đặc, đầy tính chất hoa quả khi còn trẻ; được nuôi một thời gian trong hầm rượu sẽ trở nên đa dạng, phức tạp, muôn hình muôn vẻ, như một “bàn tay sắt trong chiếc găng nhung”.

Thử nếm xong thì đã khoảng gần 1 giờ chiều. Guy mời tôi ở lại ăn trưa và gọi điện cho Jacqueline, nhắn cô mua về ít đồ nguội.

Trong khi chờ đợi, chúng tôi xuống khu nhà ở vốn dành cho công nhân vào mùa thu hoạch nho. Guy giữ lại 3 phòng làm nhà nghỉ mùa hè và nơi tiếp khách “thân tình, suồng sã”, nghĩa là những người anh không muốn mời ra tiệm ăn.

Ngôi nhà nhỏ nằm lọt thỏm giữa rừng sồi và cánh đồng nho. Những cánh cửa sổ sơn màu xanh da trời. Ngói ống màu đỏ, như tất cả những ngôi nhà dung dị khác của vùng Provence.

Một khóm hồng gai trước cánh cửa gỗ. Qua khung cửa kính, chúng tôi thấy một khoảng trời xám xịt vẩn vù những đám mây trĩu nước. Juan thở dài nói “từ năm 2001 đến giờ, trông thì có vẻ ghê gớm lắm, nhưng thực tế là mưa chỉ lất phất vài ngày, không đủ nước cho nho, vì thế sản lượng năm 2005 chẳng hạn thấp hơn cả năm 2004”.

Tôi bỏ ra bàn mấy món quà cho Guy và bạn gái của anh: 1 chiếc cà vạt lụa tơ tằm, 1 chiếc khăn lụa cho Jacqueline, 2 chiếc bánh chưng, 1 hộp mứt, 1 hộp kiệu, 1 hộp vải thiều, 1 chai rượu Mei kei lu. Guy nói: “Thằng này được, vẫn không quên rượu mạnh sau bữa ăn. Chỉ buồn là không phải rượu Việt Nam, nhưng tao tha thứ cho mày vì người Việt Nam và người Trung Quốc có chung cái Tết”. Tôi giúp Guy bày dao, nĩa, bát lên bàn, cắt bánh mì cho vào lẵng, vừa kịp Jacqueline về đến nơi.

Chị vẫn thế, xinh đẹp, dịu dàng, mẫn cảm, đôi mắt to màu xanh lá cây với đồng tử pha chút ánh vàng, mái tóc bạch kim ngả sang màu vàng sậm, “màu của mùa đông” như chị thường hài hước pha trò. Căn phòng chưa đủ ấm nên sau khi cởi áo măng-tô, Jacqueline cho thêm một khúc gỗ to vào lò sưởi. Củi cháy nổ lách tách, tung ra ngoài những đốm nhỏ như sao. Mùi khói nhựa thông thơm dễ chịu. Bữa ăn trưa có xà lách trộn dầu giấm, bánh mì

giảm bông và cơm với thịt gà quay Jacqueline mua trên đường về. Guy lấy cho tôi thử một chai Clos Bernarde đỏ 1999. Rượu ngon tuyệt, màu sắc đậm đặc, chất chát tuy chưa hoàn toàn nhuần nhuyễn xong lại tạo cho ta cảm giác về một dư vị kéo dài, giòn ngọt, nồng nàn mùi gia vị phương Đông như quế, vani và hạt tiêu, mùi nấm hương và da lông thú. Khi tôi nói những nhận xét đó, Guy cười và nói “Nhưng dứt khoát không phải là mùi lông chú chó Bill vừa đi nhón ngoài đồng về này”.

Bill, từ này giờ vẫn nằm dưới gầm bàn, vội nhồm lên và kêu ư ử. Bill là dòng chó chăn cừu cao gần 1m và nặng khoảng 70 ký. Bill có bộ lông dày và dài, che lấp cả hai con mắt. Tuy cao to như vậy nhưng giống chó này lại rất hiền. Thủa xa xưa, khi chó sói vẫn còn trong những cánh rừng ở Châu Âu, giống chó Saint Bernard này là trợ thủ đắc lực của những người chăn cừu, nó không những bảo vệ cừu mà bảo vệ luôn cả trẻ nhỏ chống lại chó sói.

Chúng tôi ăn xong thì đã khoảng 3 giờ chiều. Trong lúc Jacqueline pha cà phê, Guy và tôi ngả người trên ghế phoai, tận hưởng mỗi người 1 ly to rượu Mei kei lu mà tôi cố vớt vát với anh bạn thân ấy rằng về cơ bản nó không khác gì rượu quốc lủi Việt Nam. Guy cười cười, nói sự khác nhau có rất nhiều, nhưng tốt nhất là anh để yên cho đến khi hết Tết Việt Nam sẽ gọi tôi lên nhà anh lần nữa để trị tôi về cái tội “treo đầu dê bán thịt chó”.

“À, mà trời sắp mưa to, thôi mày ở đây với tụi tao, sáng sớm mai hãy về Nice. Nếu sợ vợ thì để tao gọi cho Oanh Oanh”.

Quả như lời Guy nói, những giọt mưa đầu tiên bắt đầu rơi trên mái nhà lợp bộp, hắt cả vào khung cửa kính. Gió đẩy tung cánh cửa ra vào, làm căn phòng tràn ngập mùi lá ẩm mục. Guy nhấp một ngụm rượu, mơ màng nhìn vòm cây lay động qua khung cửa kính “Cuộc đời thật tuyệt phải không Việt, nhất là trong một ngôi nhà nhỏ giữa rừng như thế này, với những người bạn, cùng chia sẻ một chai vang”. Jacqueline cũng đồng tình “Vua Henri IV chẳng từng nói: rượu ngon bếp khéo là thiên đường trên mặt đất là gì”.

Tôi không nói gì, mơ màng trong một trạng thái bồng bềnh, không tỉnh không say, nhưng vô cùng dễ chịu. Ngoài trời, gió tạt mưa như đưa đây áo xiêm một nàng tiên nữ. Đêm nay, trên những thửa ruộng nho và trên con đường nhỏ trong rừng lấp lánh những vũng nước mưa, sẽ có những thần dê (Satyre) say sưa cuồng nhiệt trong một vũ điệu mê hồn cùng những nàng tiên, hay nói đúng hơn là những hồn nho lả lướt.

T.V - Đêm 24/01/2006

Chuyên gia rượu vang Tô Việt: vang sẽ mãi là mối tình đầu của tôi

Thu Huyền (thực hiện)

Bài trong Tạp chí ý tưởng Sản phẩm, số 52 - 53, tháng 1 - 2/2006.

- Sinh năm 1958, tại Hà Nội
- Tốt nghiệp khoá 11 Đại học Ngoại giao năm 1981.
- Thạc sỹ Công pháp quốc tế tại Đại học Nice (Pháp).
- Thạc sỹ Luật và Kinh tế các nước đang phát triển tại Đại học Nice (Pháp).
- Chứng chỉ Chuyên gia thử nếm rượu vang tại Trường Trung học Du lịch - Khách sạn Nice (Pháp).
- Thành viên Hội thử nếm rượu vang quốc tế (ASI)
- Thành viên Hội thử nếm rượu Pháp (USDF)
- Giải “Pioneer Award” dành cho người có nhiều cố gắng quảng bá văn hóa rượu vang ở Việt Nam nói riêng và Châu Á nói chung tại cuộc thi quốc tế rượu vang Starwine lần thứ hai (23 - 27/02/2005) ở Philadelphia (Mỹ)
- Giám đốc chương trình đào tạo Chuyên gia thử nếm rượu vang Việt Nam (PFSViệt Nam) 2004 - 2005 do Hội thử nếm Rượu vang quốc tế, Hội đồng hành chính vùng Languedoc - Roussillon và Hội những người bạn Đà Lạt (Adaly) thành phố Montpellier (Pháp) tài trợ.
- Giảng viên liên kết của các trường Đại học Bách khoa Hà Nội, Đại học Bách khoa Thành phố Hồ Chí Minh, trường Cao đẳng Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh, trường Đại học Đà Lạt, trường tư thục Du lịch - Khách sạn Hoa Sữa Hà Nội.

Mặc dù đã định cư tại Pháp trên 20 năm, nhưng đối với giới sành rượu vang ở Việt Nam, anh nổi tiếng chẳng kém một minh tinh màn bạc! Họ kháo rằng, anh có một cái mũi thính đặc biệt, phân biệt được đến 30 mùi trong một ly rượu vang! Đó là chàng Việt kiều Pháp, Thạc sỹ Tô Việt - người Việt Nam đầu tiên trở thành chuyên gia nếm rượu vang đẳng cấp thế giới. Sự tò mò, hiếu kỳ và ngưỡng mộ đã khiến tôi không thể cưỡng lại ý muốn viết về anh. Dịp đầu xuân này, tôi đã được chat với anh qua mạng, khám phá anh như lần đầu tiên khám phá một chai rượu vang danh tiếng vậy!

• **Chào anh! Niềm đam mê rượu vang ở anh bắt đầu từ khi nào vậy?**

Th.s Tô Việt: Cũng không biết chính xác từ khi nào nữa. Còn nhỏ, mình thường hay lục lợi xem những bộ sưu tập sách nước ngoài của bố, trong đó có nhiều hình ảnh các nền văn hóa thế giới và có cả văn hóa rượu vang. Khái niệm ban đầu của mình về rượu vang rất sơ khai, chỉ là ấn tượng về các chùm nho chín mọng, các cánh đồng nho xanh rờn rợp mùa hè, vàng rực mùa

thu, các hầm rượu tranh tối tranh sáng, vẻ đẹp thiên thần của các cô gái hái nho. Lớn lên, đi du học ở Pháp, được tiếp cận với hai nền văn hóa rượu vang lớn là Pháp và Italia do mình học ở Đại học Nice, cửa ngõ biên giới giữa hai nước, mình càng cảm thấy cái duyên nợ ấy đã có từ lâu lắm trong tâm tưởng rồi.

• Phải chăng, vì học ở Nice nên anh đã được hiểu hơn về rượu vang?

Th.s Tô Việt: Hồi ấy, bọn mình hay có những buổi dã ngoại tại các vùng trồng nho, làm rượu của Pháp, đặc biệt hơn là những tối say sưa trong các hầm rượu gia đình, để cảm nhận “hồn” rượu trong ánh sáng mờ mờ ảo ảo của cây bạch lạp và ánh mắt long lanh của nữ chủ nhân. Kỷ niệm đáng nhớ nhất là khi một cô bạn gái lỡ va chai rượu quý Cheval Blanc 1983 vào thành hầm và anh bạn thân nhất của mình đã thè lưỡi liếm ngay trên tường cái dòng chảy xanh xang màu ngói đỏ trước khi nó chạm đất. Nhưng hiểu vang thật sự thì mãi đến sau này, khi mình gặp các chuyên gia rượu vang quốc tế!

• Những người thầy ấy hẳn đã giúp anh rất nhiều trong nghề nếm rượu đặc biệt này?

Th.s Tô Việt: Người thầy đầu tiên của mình là Frank Thomas, chuyên gia đứng thứ nhất Châu Âu năm 2000. Theo thầy, nhược điểm lớn nhất của các chuyên gia rượu người Việt là luôn in đậm trong tâm trí những hương vị thân quen như mùi phở buổi sáng, mùi chua nồng của măng, miến, mộc nhĩ, bánh đa nem, mùi tanh của tôm, cua, ốc, hến ngoài chợ. Trong khi rượu vang là một sản phẩm truyền thống của Châu Âu. Thầy cũng nói rằng nghề thử nếm rượu vang đòi hỏi rất nhiều nỗ lực về thể chất, trí tuệ để tạo cho mình một sự tinh thông đến mức chỉ cần nhìn một bức ảnh vệ tinh cũng có thể nói được vùng trồng nho đó ở đâu, hoặc chỉ ngửi và nếm thôi cũng đã nói được đó là giống nho gì, trồng ở khu vực nào, đóng chai năm nào. Người thầy thứ hai của mình là Gérard Basset, chuyên gia rượu đứng thứ nhất Châu Âu năm 1996, thứ nhì thế giới 1992 và 2004, có những liên tưởng táo bạo hơn: chuyên gia thử nếm rượu cần có sự đam mê, và sự đam mê đó phải thường xuyên, như không khí, thức ăn và nước uống vậy.

• Anh có thể bật mí về năng khiếu hay tố chất đặc biệt trong việc nếm rượu của mình không?

Th.s Tô Việt: À, chắc do bố mẹ “để nhằm ngày nhằm giờ” thì phải! Mình tuổi Tuất (1958), có thể vì thế mà có cái mũi thính... như cẩu chăng? Sau là nỗ lực học hỏi, công phu lắm chứ. Phải thử nếm hàng trăm, hàng ngàn loại rượu trong một năm, mình mới có thể nói được một câu mà nhiều người cho là vớ vẩn: rượu này uống được! Rượu này ngon! Rượu này nhạt như nước ốc!.

• Anh còn nhớ lần đầu tiên nhấp rượu vang chứ? Và đến giờ, cảm xúc về vang của anh là gì?

Th.s Tô Việt: Đây, bên đó có phải là tửu đồ của vang không mà hỏi kỹ thế? Thú thực, chỉ là một sự vô cảm, nhà báo à, dù là rượu đắt tiền! Mình đã nghĩ như bất cứ một người Việt Nam nào khác: chua chua, chát chát, thả uống nước hoa quả hay uống bia còn thú vị hơn! Sau này mới biết, rượu vang cũng như mỗi tình đầu, lúc đầu thấy hồi hộp lắm, nhưng càng tìm hiểu thì càng say mê. Cái chua chua chát chát ấy càng uống càng say. Rượu chỉ ngon khi ta hiểu tường tận về nó.

• Vậy, có khi nào anh gặp sự cố khi nếm rượu không? Ví dụ là phán đoán nhầm lẫn chẳng hạn?

Th.s Tô Việt: Sự cố ấy à? Có chứ! Là những khi bị cảm cúm chẳng hạn, hoặc khi bị xáo động mạnh về tinh thần. Nhưng không thể nhầm lẫn rượu vang đỏ với rượu vang trắng được, vì nhìn là biết mà.

• Anh có thể cho biết đặc trưng của rượu vang các vùng không?

Th.s Tô Việt: Dễ ợt! Y như thầy bói đoán rằng truyện Kiều có mùi sơn phấn... Ví dụ như rượu Chablis có mùi vỏ sò (cả vùng này nằm trên một tầng trầm tích vỏ sò), rượu Pomerol có mùi gỉ sắt, rượu Sancerre có mùi đá lửa, rượu Nero d'Avola của Italia có mùi nham thạch, rượu Xerez của Tây Ban Nha có mùi i-ốt...

• Vừa rồi, về nước với vai trò là giám đốc chương trình quảng bá văn hoá rượu vang ở Việt Nam, vậy, anh có thể cho biết qua về sự phát triển của chương trình này và dự định sắp tới của mình?

Th.s Tô Việt: Dự án này bắt đầu cuối năm 2004, khi ông Giuseppe Vaccarini, Chủ tịch Hội thử nếm rượu vang quốc tế vào Việt Nam để tổ chức các buổi hội thảo và thử nếm rượu. Năm 2005, chương trình này tiếp tục thực hiện với Cơ quan phát triển các sản phẩm nông nghiệp xuất khẩu Pháp (Sopexa). Hiện mình làm việc với Sopexa và Hội đồng hành chính vùng Languedoc - Roussillon về chương trình cụ thể năm 2006 ở Việt Nam. Nhiều khả năng các đối tác khác sẽ tham gia chương trình này.

• Liệu 20 năm nữa, cụ già Tô Việt sẽ ở hẳn Việt Nam không nhỉ? Và sáng sáng tay cầm ly rượu vang sánh đỏ, khả khả thưởng thức, nhâm nhi?

Nhiều người khuyên hãy cố làm việc ở nước ngoài đi rồi an nhàn hưởng tuổi già ở Việt Nam. Nhưng mình đang ở độ tuổi có thể làm việc và giúp ích được nhiều nhất cho đất nước, như một dòng sông không ngừng nghỉ đem phù sa bồi đắp cho đời, thì tại sao lại phải đợi đến tuổi già? Ước vọng lớn

nhất là mình giúp được các nhà máy sản xuất rượu vang trong nước cải tiến chất lượng sản phẩm, đưa rượu vang Việt Nam lên ngang tầm quốc tế.

• **Một chút tò mò! Tô Việt ơi, hồi nhỏ anh là cậu bé như thế nào?**

Một cậu bé nhút nhát, nhưng rất thích đọc sách, rất tò mò, đã muốn làm cái gì là làm cho kỳ được, thích ngắm cảnh và miên man với các ước mơ. Những đặc tính này giúp cho mình rất nhiều trong nghiệp thử nếm rượu vang: tò mò, ham hiểu biết, đam mê, cũng như định hình cho mình về cảm quan với rượu vang: biết cảm nhận, phân tích và lý giải những hương vị.

Sinh viên Việt Nam ăn tết ở Nice, Pháp

15:38' 30/01/2006 (GMT+7) NVX

Việt Hương Châu (Pháp)

Năm nay, theo lệ thường, sinh viên Việt Nam du học tại Nice biểu quyết tổ chức Tết ở khu học xá Jean Medecin. Đây là một khu học xá nằm trên đồi. Từ sảnh tiếp tân, chúng tôi có thể nhìn thấy vịnh “Các thiên thần” và biển Địa Trung Hải.

Mấy hôm nay, trời mưa suốt. Không phải là những cơn mưa ào ạt chỉ một lúc tạnh, mà là những cơn mưa dai dẳng, đều đều trong một bầu trời màu xám chì, với những đám mây trĩu nước. Ở khu học xá trên đồi cao này, vào những chiều mưa, chúng tôi có cảm giác như sống trong một câu chuyện cổ tích, với mây và bụi nước bông bênh lãng đăng ngang người, bay cả vào sảnh đợi.

Ở một khía cạnh nào đó, cơn mưa này gợi nhớ lại những cơn mưa xuân ở Việt Nam, chỉ khác ở chỗ khí hậu bên này đỡ ẩm ướt hơn, không có hiện tượng “tường chảy nước” như ở quê nhà. Dù sao đi nữa thì đối với đám du học sinh chúng tôi, khung cảnh nên thơ của khu học xá cũng không làm chúng tôi nguôi ngoai được nỗi nhớ quê hương, thứ tình cảm nhiều khi không nói được nên lời, như cảnh biệt ly trong thơ Thâm Tâm:

Đưa người ta không đưa sang sông

Sao có tiếng sóng ở trong lòng?

Nắng chiều không thắm, không vàng vọt

Sao đây hoàng hôn trong mắt trong?

Tôi mê mãi ngắm những con sóng bạc đầu như một đàn ngựa hoang phi nước đại vào bờ vịnh “Các thiên thần”, rồi lại rút ra xa, tít tắp.

Phía bên kia, sau Địa Trung Hải, sau Đại Tây Dương, sau Thái Bình

Dương, có một dải đất hình chữ S. Quê hương tôi đó.

Giờ này, đã là đêm mùng Một. Chúng tôi bên này mới chỉ là trưa.

Do bận thi cử, tôi được miễn không tham gia công tác chuẩn bị, chỉ bị “sai” đi chợ Liberation mua một cành đào. Lẽ dĩ nhiên là tôi không thể đi một mình, vì quả thật tôi rất đoảng trong việc mua bán. Cả sáng thứ bảy 30 Tết, tôi gạ gã bố mẹ tôi đi cùng để chọn cành đào. Đang mải mê với cuốn sách ông đang viết về rượu vang, bố tôi từ chối. Mẹ tôi miễn cưỡng nhận lời sau giây phút đắn đo. Tôi biết mẹ chẳng từ chối tôi điều gì, thật đúng là lòng mẹ yêu con như trời như biển.

Mẹ mua cho tôi một cành đào nhỏ, giá 8 euros, nhưng rất đẹp, với những nụ hồng chúm chím. So với cành đào bố tôi “chôm” ở Puget - Thénier tuần trước thì không được “hoành tráng” bằng, nhưng thôi, mỗi người mỗi cảnh, tôi không có đủ can đảm nài bố lái xe đưa lên núi hái đào lần nữa.

11 giờ trưa, đi xe buýt với cô bạn gái học cùng lớp, chúng tôi lên khu học xá Jean Medecin, tay xách nách mang nào là rượu vang, nào là cành đào, nào là hộp các-tông đựng bát, đĩa linh kính.

Các sinh viên nữ được phân công làm công tác tiếp tân, dịu dàng, tươi như hoa, đón chúng tôi từ cổng. Các bạn chỉ cho chúng tôi chỗ ngồi đã được ghi số thứ tự từ đêm hôm trước. Hội trường được trang hoàng rất long lanh, chẳng đèn, kết hoa, với lá cờ đỏ sao vàng treo chính giữa sảnh, hai bên là đôi câu đối. Dưới lá cờ Tổ Quốc là ban thờ với đầy đủ bài vị và các đồ cúng lễ.

Sau bài phát biểu của anh Duy, Chủ tịch hội sinh viên Việt Nam du học ở Nice, một bạn trai được cử lên đốt pháo. Dư âm của những tiếng nổ chát chúa và mùi diêm tiêu còn phảng phất, chúng tôi đứng dậy nâng cốc chúc mừng sinh viên, những kẻ tha hương và gia đình, bè bạn còn lại ở Việt Nam một năm mới tốt lành. Trên bàn, tùy hứng, chúng tôi có thể chọn rượu champagne, vang trắng hoặc vang đỏ. Máy tay sinh viên nghịch ngợm của Viện đại học Kỹ thuật (IUT) còn mang tới cả mấy thùng bia Hà Nội, nói là để dành cho trận đấu bóng đá giao hữu đầu năm giữa sinh viên Việt Nam và sinh viên khu nội trú Jean Medecin.

Món ăn đầu được bung ra: bánh cuốn nhân thịt mà các bạn Thảo, Hà, Thủy và Thu Hà đã đặt tất cả tình yêu đất nước vào đó trong chiều thứ bảy. Tiếp đến là món nộm đu đủ với thịt bò khô. Sau ly rượu đầu tiên, câu chuyện đã nổ như pháo rang. Ai muốn uống rượu nữa nào? Tất cả đám con trai đều giơ tay không sót một ai, kể cả những người ngày thường không uống rượu. Đáng uống quá đi chứ, cả năm chỉ có một ngày vui vẻ, tụ bạ như thế này! Sau mỗi một ly theo đúng phong cách sinh viên Việt Nam, nghĩa là 100%, có cậu nào còn hét tướng lên: “Ta uống ly này cho tình yêu, cho sự nghiệp,

cho người thân và mong rằng sẽ có nhiều dịp trong năm như thế này để... uống". Tất cả cùng phá lên cười vui vẻ.

Các món ăn khác lần lượt được bày ra bàn: bánh chưng, giò lụa, giò bì, canh măng, miến xào, nem, thịt lợn quay, thịt gà luộc với mấy đĩa nhỏ muối tiêu và lá chanh.

Trước món tráng miệng, phái nữ túm tụm lại trong một góc phòng để bầu một...hoa hậu sinh viên Việt Nam tại Nice. Ngoài những tiêu chí bình thường như chiều cao, cân nặng, số đo... hoa hậu tương lai còn phải đáp ứng một tiêu chí đặc biệt nữa là... lãng tử và có tử lượng không kém giới mày râu. Sau một hồi thảo luận, chị em nhất trí bầu Thu Hiền, cô sinh viên Đà Lạt xinh đẹp, giỏi giang, nhưng cũng rất chịu chơi, uống bia không kém gì những sinh viên bọm nhậu nhất ở Nice. Chỉ trong 15 phút, Thu Hiền đã bị "phái yếu" lột phăng bộ áo dài Việt Nam, thay vào đó là một bộ váy áo xanh lá cây với những chùm nho bằng kim tuyến điểm xuyết đây đó. Các bạn nữ không quên đặt trên đầu "nữ thần" của ruộng nho và rượu vang chiếc vương miện kết bằng dây gai, với những chùm nho chín mọng mua vội ở siêu thị.

Thu Hiền, với sự giúp đỡ của một bạn gái nữa, luồn lách qua các bàn tiệc với một bình rượu 3 lít, đổ vào miệng các chàng sinh viên tranh nhau nhận ân huệ của người đẹp tới mức rượu sặc cả lên mũi lên miệng! Đã chuẩn bị từ trước, cô bạn gái đi cùng Hiền có một chiếc khăn vải, sẵn sàng lau cằm cho những đấng nam nhi quá say sưa.

Sau bữa ăn, tất cả các bạn sinh viên nữ trong những tà áo dài truyền thống Việt Nam ra vườn chụp chung một tấm ảnh kỷ niệm. Mưa vẫn nặng hạt, nhưng đâu đây, có tiếng mùa xuân về trong cây lá và hương đất mẹ trong từng miếng bánh chưng mới luộc đêm qua, béo ngậy thịt ba chỉ, nhून nhân đỗ xanh và nòng nài mùi nếp mới quê nhà.

Ai dám bảo Tết sinh viên là khổ?

Nice, chiều 29/01/2006

V.H.C

Gương mặt nữ doanh nhân việt nam. Tại hội chợ rượu vang Vinisud (Pháp).

Tô Việt (Pháp)

19/02: Qua chị Anna Ohwadi - Richardson, một bác sĩ đã nghỉ hưu, Chủ tịch Hội những người bạn Đà Lạt theo vết chân Yersin (Adaly) của thành phố Montpellier, tôi được biết có vài nhà nhập khẩu rượu Việt Nam sẽ sang dự hội chợ rượu vang Vinisud (Montpellier) từ 20 - 22/02/2006.

Vào trang Web của Hội chợ Vinisud, tôi thấy tên Võ Thị Thu Hồng, giám đốc chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh của công ty nhập khẩu rượu vang trực tiếp vang Pháp Vàng (Les Celliers d'Asie) và Đinh Thu Hường, giám đốc điều hành công ty Thiên Linh Wine&Spirits, Hà Nội.

Đến phút chót, chị Đinh Thu Hường bận việc công ty nên không sang được. Tôi thực tình tiếc cho chị vì Vinisud là một sự kiện chỉ kém quan trọng hơn hội chợ rượu vang Vinexpo Bordeaux chút ít.

Tôi biết Võ Thị Thu Hồng từ năm 2004 và rất có cảm tình với cô bé dễ thương gốc Huế này. Hơn nữa, đã lâu không gặp gỡ hàn huyên với người Việt, tôi quyết định đi dự hội chợ Vinisud, chẳng gì cũng một công đôi việc: thử nếm các sản phẩm rượu vang mới và hỏi thăm Hồng những tin tức sốt dẻo nhất ở quê nhà.

Sáng chủ nhật 19/02, tôi ra bến xe buýt trước cửa nhà đợi lấy chuyến xe số 23 là xe sẽ chạy qua ga Nice, rồi từ đó lấy tàu đi Montpellier. Bến xe buýt vắng tanh, một ông già uể oải đập xe trong phố, những đám mây xám vùn vù trong bầu trời. Nghe nói trong ngày sẽ có mưa lớn ở Nice.

Xe đến trễ 20 phút, tôi đã tính gọi điện thoại về nhà nhờ con trai đưa ra ga. Vừa rút điện thoại ra bấm số máy bàn thì xe số 23 rà tới. Trên xe chỉ có lác đác vài người: một phụ nữ đứng tuổi với chiếc làn mây đi chợ; một cặp vợ chồng già, mỗi người kẹp chặt trong đùi một túi da nhỏ, mắt lão liên dò xét chung quanh, đầy vẻ nghi ngại, như thể trong xe có kẻ cắp rình mò; một cô bé chừng 14 - 15 tuổi đang mải mê nghe nhạc từ chiếc máy MP3 nhỏ xíu màu trắng bạc đeo lưng lảng lảng trước ngực, chân gõ nhịp dưới sàn xe; một thanh niên da đen cao to đang rút cổ ngủ thiếp trong chiếc áo bluson ở hàng ghế cuối, có vẻ như một bảo vệ trở về nhà sau giờ gác đêm mệt nhọc.

Cả bác tài cũng có vẻ thất thần, lơ đãng ngó trân ngoài cửa sổ khi tôi hỏi mua vé xe buýt. Bằng một động tác máy móc, bác ta xếp tiền lẻ vào ngăn kéo, bấm số để chiếc vé tự động tòi ra khỏi ổ vé, tâm hồn vẫn để đâu đâu. Tôi tự hỏi không biết bác ta có nhìn đường khi lái?

Đến ga, tôi không phải chờ lâu, cũng chỉ có vài người đứng xếp hàng mua vé.

Tôi hài lòng vì lấy được tàu chạy thẳng từ Nice xuống Montpellier chứ không phải đổi tàu ở Marseille. Tàu chạy được một lúc thì trời mưa to. Cùng với những tiếng động lách cách đều đều của bánh xe trên đường ray là tiếng mưa rơi lộp bộp trên nóc toa và tiếng rào rạt vi vu khi xa khi gần của dòng nước chảy xiên trên cửa kính, tùy theo chiều gió.

Tôi thiu thiu ngủ trong một cảm giác êm ái dễ chịu.

Tàu đến ga Montpellier lúc 14 giờ 50, chậm hơn 20 phút so với dự kiến. Từ lúc nào, trời đã sáng bừng lên và nắng vàng rực rỡ như chưa từng thấy bao giờ. Chỉ tội nghiệp ông Robert Amalric, giám đốc khu vực Châu Á của cơ quan xuất khẩu các sản phẩm nông nghiệp (Septimanie Export) của vùng Languedoc - Roussillon phải chờ tôi khá lâu.

Sau khi chào hỏi nhau và trao đổi danh thiếp, chúng tôi lên xe về khách sạn Mercure Antigone là nơi hai đoàn Việt Nam và Trung Quốc ở.

Ông Amalric nói sơ qua về những dự định trong năm 2006 của cơ quan Septimanie Export ở Châu Á, trong đó có những nỗ lực hợp tác với Việt Nam trong việc xuất - nhập khẩu các sản phẩm nông nghiệp. Ông đã sang Việt Nam năm 2004, khi còn là giám đốc Septimanie Export ở Bắc Kinh. Được hỏi ông đã đi những đâu ở Việt Nam, ông cười và nói: “Tôi chỉ có một tuần ở Việt Nam nên đâu có đi được nhiều, chỉ đi tham quan vịnh Hạ Long và một số danh lam thắng cảnh ở Hà Nội. Đất nước của các bạn rất đẹp, nhưng ấn tượng nhất của tôi về Hà Nội là những dòng xe ô tô, xe máy đi như mắc cửi, đến nỗi tôi không dám đi qua đường. Vả lại, các phố ở Hà Nội có quá ít đèn xanh đèn đỏ; khi đèn đã đỏ rồi vẫn còn nhiều xe máy cố tình vượt ẩu. Luật ở bên này rất coi trọng người qua đường, đã có đèn đỏ hoặc khi có người đi bộ qua đường là mọi phương tiện cơ giới đều phải dừng lại”.

Ông nói đến đó thì cô hướng dẫn viên của đoàn Châu Á, một cô gái trẻ người Nhật lấy chồng Pháp và đã ở Montpellier 7 năm, đến nói nhỏ với tôi rằng đã đến giờ đoàn phải lên xe đi thăm hầm rượu của tu viện Valmagne. Tôi vội xin lỗi ông Amalric, ra lễ tân lấy chìa khóa phòng và lên phòng tôi ở tầng 3.

Tắm rửa vội vàng trong vòng 15 phút, tôi lộn xuống sảnh đợi. Võ Thu Hồng đã ở đó, nhỏ nhắn, dễ thương.

Hồng nói với tôi rằng em rất có cảm tình với người dân ở thành phố Montpellier, rằng họ rất nhiệt tình giúp đỡ người nước ngoài và cảm giác đầu tiên của em về thành phố này là “cái gì cũng sạch sẽ, ngăn nắp, quy hoạch đâu ra đấy, và toát lên tính thẩm mỹ và văn hóa”.

Trên xe, Hồng tíu tít khoe với tôi rằng em mang sang một va li đầy những loại mắm và đồ ăn đặc sản Huế cho cô em gái đang học tiến sĩ về Toán ở Paris, đồng thời ngạc nhiên hỏi tôi “Ừa, mà em không thấy hải quan bên này khám đồ chi cả. Nếu khám thì em ngượng quá đi mất vì trong va-li toàn là gói, bọc với chai, lọ linh kinh đủ kiểu”.

Rồi Hồng mở máy ảnh kỹ thuật số ra khoe với tôi hàng chục kiểu ảnh em chụp trong hai ngày thứ sáu 17/02 và thứ bảy 18/02. Cô bé rất có ấn tượng với chuyến đi thăm vùng Camargues, được tham quan những ngôi nhà

nông dân tường đất quét vôi trắng, mái tranh (tất nhiên là nhà bảo tàng).

“Anh biết không, tôi thứ bảy tại em được mời ăn cơm ở nhà một cặp vợ chồng người Pháp, trồng nho, làm rượu, nhưng thích nhất là họ đã từng sang và rất có cảm tình với Việt Nam. Nhà của họ to như một tòa lâu đài, và rượu vang thì ngon tuyệt. Chỉ tiếc là tối đó em bị mệt nên dùng cơm được rất ít”.

Tôi như cũng vui lây niềm vui rất con trẻ của Hồng.

Xe đến tu viện Valmagne khoảng 5 giờ chiều.

Tu viện nằm dưới chân một ngọn đồi nhỏ, giữa những ruộng nho trơ gốc. Hàng bầu quạ đen xao xác bay lượn giữa những hàng cây ngô đồng hàng trăm năm tuổi, như trong một câu chuyện cổ tích. Bên bờ ao, dưới ánh hoàng hôn, một chú vịt trời đứng lặng trong một chậu hoa bằng đá khối, các chú khác trên bờ chân co chân duỗi ngấm mặt nước bí ẩn, âm u. Tôi tưởng như sống lại thời Trung cổ, với những tu sĩ mặc áo dài đen khắc khổ, vừa đi trên những lối đi rải sỏi vừa lăn tràng hạt, càng làm tăng thêm vẻ huyền bí của chốn linh thiêng.

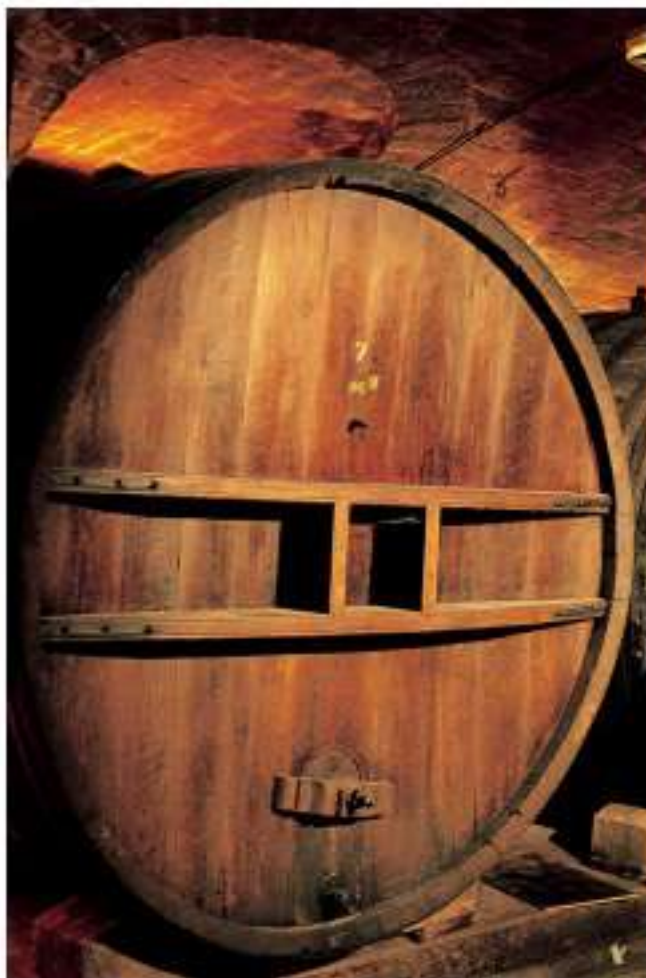
Tu viện Valmagne, một trong những tu viện đẹp nhất nước Pháp của dòng tu Cisteaux, được xây dựng năm 1139. Nhà thờ lớn của tu viện với kiến trúc kiểu gô tích của các nhà thờ lớn vùng phía Bắc nước Pháp, dài 83m, cao 24m, chỉ thua kém nhà thờ Đức Bà Paris về chiều cao.

Năm 1789, với cuộc Cách mạng Pháp, những tu sĩ cuối cùng của tu viện Valmagne bị những nông dân vũ trang truy đuổi, thư viện bị đốt cháy cùng với những tranh ảnh nghệ thuật vô giá, bàn ghế đồ đạc bị chiếm dụng làm của riêng. Nhà nước cách mạng bán lại tu viện như một tài sản quốc gia cho gia đình ông Granier. Nhà trồng nho này đã sử dụng tu viện như một hầm rượu khổng lồ, mà ngày nay du khách vẫn còn có thể chiêm ngưỡng các thùng rượu bằng gỗ sồi chứa được đến hàng trăm ngàn lít, dưới các vòm đá khổng lồ của nhà thờ lớn.

Sau tu viện Valmagne, chúng tôi được mời đi ăn tối ở nhà hàng “Le



Prana”, nằm trên một doi đất trông ra vịnh Thau. Vịnh Thau rất nổi tiếng với việc nuôi hải sản nhân tạo, nhất là sò điệp. Bữa cơm rất ngon, có gan béo, sò điệp nướng, cá Cabillaud sốt kem béo trộn cơm. Chủ quán đem ra đãi khách rượu vang trắng Domaine Puech - Haut từ hai dòng nho Marsanne - Roussanne, và rượu vang đỏ cũng cùng một lãnh địa, từ các dòng nho Grenache - Syrah và Mourvedre.



Đêm nay, ngồi trong một tiệm ăn trông ra biển, nơi có hàng ngàn đốm sáng nhỏ nhấp nháy như sao sa, cùng với những người bạn Pháp, Canada, Nhật, Ấn Độ và Trung Quốc, tôi và Hồng cùng ngất ngây trong men rượu say nồng. Chúng tôi cảm nhận rõ ràng rằng, cũng như một bản nhạc hay, một tác phẩm nghệ thuật tuyệt vời, một bữa ăn ngon với những chai vang Puech - Haut thượng hảo hạng có thể thâm lắng ảnh hưởng đến người tiêu thụ, cảm hóa được người tiêu thụ. Cái mà các nghệ sĩ gọi là “hồn”.

Trong tiệm ăn “Le Prana”

Chẳng thể mà nhà thơ Charles Baudelaire của Pháp đã ngất ngưỡng say sưa trước vẻ hoàn thiện, hoàn mỹ ấy như trước một thực thể sống, một CON NGƯỜI. “Trong mỗi chai rượu vang có một linh hồn, và tối tối, linh hồn ca hát”.

11 giờ tối, chúng tôi lên xe về lại khách sạn Mercure Antigone. Xe chạy ngay sát bờ biển. Những con sóng nhỏ ánh lân tinh dạt dào xô bờ cát và xa lắm ngoài khơi, có ánh đèn của một chiếc thuyền câu như mắt nàng tiên cá nhấp nháy, mời chào.

20/02. Xe đến khách sạn đón chúng tôi từ 9 giờ. Hội chợ khai mạc vào 10 giờ. Tôi nóng lòng muốn tham gia buổi họp báo của ông Georges Freche,

Chủ tịch Hội đồng hành chính vùng Languedoc - Roussillon.



Nghe nói hoa hậu Pháp 2005 Alexandra Rosenfeld, gốc vùng Languedoc - Roussillon, sẽ đến dự buổi họp báo này theo lời mời của ban tổ chức hội chợ.

Cửa vào hội chợ chật như nêm cối. Chúng tôi đang đứng chờ sau một hàng người dài dằng dặc thì một người trong đoàn bỗng thốt lên “Ồ hay, sao mình lại đứng

xếp hàng ở đây, cửa này dành cho những người chưa có thẻ ra vào cơ mà, còn bọn mình ai cũng đã có thẻ”.

Quả là cửa phía bên kia, dành cho những người đã làm thẻ, vắng hơn đến mấy lần. Chúng tôi nhanh chóng vào sau khi bảo vệ dùng máy scan mã số thẻ.

Vì tôi phải lên phòng họp báo, tôi và Hồng chia tay nhau.

Phòng họp báo được tổ chức rất chu đáo, có khoảng 10 máy vi tính với mạng internet cho phóng viên làm việc, 2 máy fax và 1 máy photocopy. 3 nữ tiếp viên xinh đẹp với nụ cười thường trực luôn miệng hỏi phóng viên có cần gì không để họ phục vụ, nào là cà phê, bánh ngọt, nước hoa quả, nước khoáng, nào là photocopy hay fax giùm bài vở.

Tôi tranh thủ chạy lên ngắm bàn chủ tọa: quả là ngoài cùng bên phải có tên Alexandra Rosenfeld. Tôi quyết phải chụp một bức ảnh của cô Hoa hậu này để gửi cho Người Viễn Xứ.

10 giờ 15 phút, có tiếng ồn ào ngoài cửa rồi một nhóm phóng viên nhiếp ảnh ủa vào phòng, phía sau họ là hoa hậu Pháp 2005, rực rỡ, trẻ trung. Các quan chức của Hội đồng hành chính vùng Languedoc - Roussillon theo sát gót.

Trong vòng 5 phút, flash máy ảnh nháy liên tục. Biết mình không chen lẫn nổi trong đám phóng viên được trang bị những kỹ thuật tân tiến nhất kia, tôi im lặng chờ thời với chiếc máy Canon kỹ thuật số cậu con trai thả hồi cho, vì theo lớp trẻ ngày nay, loại 3,2 triệu pixels đã trở nên quá lỗi thời.

Ông Georges Freche, Chủ tịch Hội đồng hành chính vùng Languedoc - Roussillon đọc lời khai mạc. Lợi dụng lúc đám phóng viên kia đổ xô đến chụp ảnh cận cảnh ông Georges Freche, tôi len lén nhích đến gần hàng ghế đầu, chớp được 2 kiểu ảnh hoa hậu Pháp 2005. Tuy mới tham gia ngày đầu Vinisud 2006 mà tôi cảm thấy như đã mãn nguyện được một nửa rồi. Bao người khác phải mất tiền mà chắc gì đã được đứng gần nàng đến thế, chỉ cách chừng 5m.



Trong lúc trên phòng họp báo, hoa hậu Pháp 2005 là trung tâm điểm của mọi sự chú ý thì trong hội chợ, Võ Thu Hồng cũng là Hoa hậu một ngày của đoàn Châu Á khi phóng viên báo địa phương Midi Libre đã có một cuộc phỏng vấn chớp nhoáng với em về cảm tưởng của người Việt Nam và Châu Á nói chung với thứ đồ

uống này. Võ Thu Hồng nói “Ở Việt Nam, chúng tôi bắt đầu uống rượu vang, nhưng chủ yếu rượu vang vẫn được dùng làm quà tặng sinh nhật hay uống trong các dịp lễ Tết”.

Sáng sớm hôm sau, câu nói này của em đã xuất hiện trong báo Midi Libre và còn được nhiều tờ báo khác đăng lại. Xuống ăn sáng, tôi cẩn thận lấy ở chỗ tiếp tân một tờ Midi Libre, định dành cho Hồng một bất ngờ nho nhỏ. Không ngờ khi em xuống chờ xe, đã có cả một đám fan Nhật Bản và Trung Quốc chen lấn, xô đẩy nhau đến nhìn mặt cô gái sông Hương. Không kém gì một chính trị gia nổi tiếng hay một minh tinh màn bạc. Tôi tiu nghỉu như chó cụp tai, nhét tờ báo vào trong cặp.

Cả ngày hôm đó, chúng tôi bận rộn với những cuộc thử nếm liên miên trong 13 phòng hội chợ rộng mênh mông. Tôi nhận thấy ngày càng có nhiều phụ nữ là giám đốc hay giữ các vị trí quan trọng trong các hãng sản xuất và nhập khẩu rượu lớn, và phải công nhận một điều là dung nhan, trí thông minh, cách ứng xử khéo léo của chị em đã góp một phần không nhỏ vào thành công của công ty. Mãi đến tối, trong buổi chiêu đãi do Hội đồng hành chính vùng Languedoc - Roussillon tổ chức, tôi mới gặp lại Hồng và đưa lại em tờ báo. Hồng có vẻ ngạc nhiên và bẽn lẽn hỏi tôi “Anh ơi, lúc họ phỏng

vấn, em bối rối quá nên nói đại, không hiểu mọi người ở nhà khi đọc báo có cười em không?”. Có thể cười vì câu trả lời hơi... lạc hậu so với thực trạng sử dụng rượu vang ở Việt Nam, nhưng tự hào lắm chứ, vì em là người Châu Á duy nhất, lại là phụ nữ, được trả lời phỏng vấn.

21/02. Sau một ngày lê mòn chân qua các quầy thử nếm, tối đó, khi về khách sạn, tôi và Hồng quyết định đi ăn cơm Việt Nam.

Hồng hỏi lễ tân khách sạn và được họ đưa cho cuốn hướng dẫn khách du lịch. Tuy nhiên, vì đã đến Montpellier nhiều lần nên tôi mang máng nhớ rằng trong khu đi bộ gần khách sạn Mercure Antigone có một vài nhà hàng Việt Nam và Trung Quốc.

Hồng không muốn đi bộ mà muốn lấy taxi, song cuối cùng tôi cũng thuyết phục được cô bé đi bộ ra quảng trường Antigone.

Đi chừng 15 phút, chúng tôi gặp một tiệm ăn Trung Quốc có tên “Thuốc phiện đen”. Tôi nói đùa với Hồng: “Anh cứ tưởng chỉ ở Việt Nam mới có chuyện hút chích thuốc phiện, không ngờ ở xứ sở văn minh này cũng có”.

Chủ tiệm là một phụ nữ trẻ người Trung Quốc, còn người phục vụ là một thanh niên gốc Lào, bố mẹ sang Pháp năm 1978.

Chúng tôi vừa ngồi yên chỗ thì trời đổ mưa. Một cơn mưa nhỏ, như chỉ đủ lảng cho mặt hè thêm bóng, cho cây lá thêm xanh. Qua ô cửa tiệm ăn, chúng tôi thấy một khoảng tối ngoài hè với những bóng lá thông run rẩy.

“Này anh, tại sao bên xứ này lắm thông như vậy, ở phố này chỗ nào em cũng thấy thông?”.

Tại sao, ừ nhỉ, tại sao? Tôi giải thích cho Hồng rằng người Pháp rất chú trọng đến việc trồng cùng một loại cây trong một khu phố, nhiều khi trong cả một thành phố, có lẽ để tạo thuận lợi cho việc gây giống, chăm nom, và cũng để dễ xử lý khi cây ngã bệnh.

Chúng tôi gọi hai bát xúp, sau đó ăn cơm với thịt bò xào nấm hương và thịt gà cà-ri. Khi đang ăn, tôi chợt nhớ ra rằng ở Pháp cũng đang ồn ã vụ mấy con chim trời chết vì cúm H5N1.

Hồng kể cho tôi về công việc của em, về gia đình em ở Huế, về người bạn trai sắp sang với em ở Paris để rồi lại cùng về Việt Nam trên một chuyến bay.

Tôi cười và nói “Tình yêu trong thời buổi @ phơi phơi thật, chớp cánh cho tất cả các lứa đôi”.

Hồng phản công lại ngay “Anh chỉ được cái hay đùa, nhưng có lẽ vì anh

hay đùa mà anh giữ được tuổi trẻ”.

Lúc ra cửa, đi ngang chiếc gương lớn, tôi lên nhìn trộm mình trong đó. Đuôi mắt tôi đã có những nếp nhăn, và tóc trên đỉnh đầu đã hói gần hết. Phụ nữ, vô tình hay hữu ý, có những lời khen tuyệt vời như vậy! Chúng tôi chia tay nhau trước cửa khách sạn Mercure Antigone. Khi tôi hỏi em có những dự định gì trong những ngày đến, em sôi nổi nói:

“Em sẽ đi tham quan Bordeaux với những lâu đài rượu vang nổi tiếng, tham quan Amsterdam với những kênh đào đã trở nên bất tử với bài hát của ca sĩ Jacques Brel, và nếu như nước Anh mở cửa hơn nữa với những qui định của Công ước Schengen về tự do đi lại thì dứt khoát là em sẽ bay sang London để thơ thẩn dọc sông Thames hay trong công viên Hyde Park”.

“Nhưng em sợ đi nước ngoài nhiều quá rồi lại thấy thương cho người Việt Nam mình, mới thấy rằng dân tộc mình còn kém xa các nước khác”.

Hồng cười, mắt sáng rỡ. Qua ánh mắt em, tôi thấy rõ hạnh phúc là những cuộc gặp gỡ kỳ thú, là những ước mong cho một ngày mai sáng lạn hơn ở quê nhà, nơi chưa phải tất cả mọi cái đều đã hoàn hảo; nhưng nếu như ở những xứ sở văn minh hiện đại nhất Châu Âu mà ta còn tìm ra nhiều khiếm khuyết thì liệu có thể có cái gì hoàn hảo trên đời?

Nice, tối 07/03/2006.

Tham khảo:



Hội chợ rượu vang quốc tế Vinisud 2006

Tô Việt, Chuyên gia quốc tế rượu vang.

Hội chợ quốc tế rượu vang và rượu mạnh các nước ven Địa Trung Hải lần thứ 7 đã được tổ chức ở thành phố Montpellier (Pháp) vào các ngày 20 - 21 và 22/2/2006.

Nếu như trong lịch sử, vùng Địa Trung Hải từng là cái nôi văn hóa rượu vang của nhân loại thì vai trò đó vẫn được duy trì cho đến tận hôm nay. Năm 2004, các nước ven bờ Địa Trung Hải sản xuất ra 138 triệu hectolit rượu vang, chiếm 50% sản lượng toàn thế giới.

Vào thời điểm mà sự cạnh tranh trên thế giới trong lĩnh vực sản xuất và kinh doanh rượu vang rất khốc liệt, hội chợ quốc tế rượu vang và rượu mạnh Vinisud là nơi giới thiệu cho các nhà nhập khẩu đến từ các quốc gia trên thế giới hình ảnh rượu vang vùng Địa Trung Hải, mềm mại, tròn trĩnh, đầy hương vị mặn mòi của biển và ánh nắng mặt trời. Đây cũng là nơi các nhà sản xuất và nhập khẩu gặp gỡ, trao đổi kinh nghiệm, thử nếm, lựa chọn sản phẩm và ký kết các hợp đồng xuất nhập khẩu.

Mở rộng thị trường xuất khẩu sang các quốc gia khác trên thế giới và đón tiếp ngày càng nhiều khách tham quan, đó là mục tiêu hàng đầu của ban tổ chức hội chợ rượu vang quốc tế này.

Tuy là một trong những sự kiện quốc tế lớn trong năm 2006, Ban tổ chức hội chợ đã hết sức cố gắng hạn chế số lượng các gian hàng tham gia hội chợ để đảm bảo tính chất vừa chuyên môn vừa thân hữu “cây nhà lá vườn” của sự kiện. Số lượng các gian hàng vì thế được ấn định là 1.500, trong đó các gian hàng của vùng Languedoc - Roussillon chiếm phần lớn nhất (741 gian hàng), vùng Côtes du Rhône (319 gian hàng), vùng Tây Nam (111 gian hàng), vùng Provence và đảo Corse (101 gian hàng). Các vùng trồng nho, làm rượu khác của Pháp như Bordeaux, Bourgogne, Champagne, Alsace, Loire Valley và Jura - Savoie không có đại diện tham gia, do không nằm ven bờ Địa Trung Hải.

Các nhà sản xuất rượu vang của Tây Ban Nha (102 gian hàng), Italia (81 gian hàng) đã chứng tỏ quyết tâm thâm nhập mạnh hơn vào thị trường rượu vang thế giới. Bên cạnh đó, sự có mặt của nhiều nhà sản xuất rượu vang đến từ Bồ Đào Nha, Thổ Nhĩ Kỳ, Algeria, Tunisia, Ma-rốc cũng nói lên hội nhập kinh tế thế giới là xu thế tất yếu của thời đại.

Được tổ chức 2 năm một lần ở thành phố Montpellier như hội chợ rượu vang quốc tế Vinexpo ở Bordeaux, năm nay Vinisud hy vọng đón nhận khoảng 32.500 lượt khách, được chia thành các nhóm lớn. Theo các số liệu năm 2004, tỷ lệ giữa các nhóm như sau: 41% là các nhà nhập khẩu, buôn bán rượu, 7% là các nhà phụ trách về mua bán cho các tập đoàn siêu thị lớn, 25% là các đại lý bán buôn, bán lẻ, 17% là các chuyên gia trong các lĩnh vực nhà hàng, khách sạn...

Năm nay, ngoài các đoàn khách đến từ các vùng của nước Pháp, trọng tâm của Vinisud 2006 sẽ nhằm vào các đại diện đến từ Nhật Bản, Nam Triều Tiên, Singapore, Đài Loan, Trung Quốc, Ấn Độ, Việt Nam, các nước ven biển Baltic, Nga, Mỹ, Brésil...

Cũng như các năm trước, Cung đại hội Địa Trung Hải sẽ được dành cho các buổi thử nếm do Hiệp hội các chuyên gia làm rượu của Pháp tổ chức. Mỗi nhà sản xuất tham gia Hội chợ Vinisud 2006 sẽ gửi đến Cung đại hội các loại rượu vang ngon nhất của họ nhằm tạo điều kiện cho khách tham quan thử nếm và lựa chọn sản phẩm trong những điều kiện tối ưu.

Tại các gian hàng, nhiều chủ đề về thử nếm rượu vang đã được đề cập đến: thử nếm mù, thử nếm theo niên hiệu, thử nếm theo dòng nho, sự kết hợp giữa rượu vang và các món ăn, sự kết hợp giữa rượu vang và pho mát, giữa rượu vang và gan béo, giữa rượu vang và chocolates, giữa rượu vang và các

món ăn Châu Á...

Hội chợ bể mạt chiều tối ngày 22/02/2006.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Le Vin et les Vins au Restaurant, Paul Brunet, Editions BPI, Paris, 1999, 258 trang.
2. Classement des Meilleurs Vins de France 2004, Bettane & Desseauve, Edition de la Revue de Vin de France, 2003, 671 trang.
3. Sommelier, Profession d'Avenir, Association de la Sommellerie Internationale, 1998, 109 trang.
4. The Wine List 2003, Matthew Jukes, Londres, 2003.
5. Windows on the World complete Wine Course, Kevin Zraly, Dell Publishing, New York, 1987, 185 trang.
6. Johnson, Hugh
How to enjoy Wine, New York: Simon and Schuster, 1985, 120 trang.
7. Johnson Hugh,
Nouvel Atlas Mondial du Vin, Paris: Laffont, 1994, 320 trang.
8. Larousse Encyclopedia of Wine, Paris: Larousse, 1994, 608 trang.
9. Larousse "Les Vins", Dictionnaire de la Vigne et du Vin, Paris, Larousse, 1998, 336 trang.
10. "Vins et Vignobles de France", Larousse - Bordas, le Savour Club, 1997, 640 trang.
11. Tom Stevenson, The new Sotheby's Wine Encyclopedia, Londres : Sotheby, 1997, 600 trang.
12. Casamayor, Pierre, l'École de la Dégustation, Paris: Hachette, 1998, 280 trang.
13. La Revue de Vin de France 2003 - 2004 - 2005.
14. l'Amateur de Bordeaux 2003 - 2004 - 2005.

Trách nhiệm xuất bản

Chịu trách nhiệm xuất bản:

Giám đốc - Tổng Biên tập: TS. PHÙNG LAN HƯƠNG

Biên tập: ĐỖ THANH THÙY

Số Xuất bản: 1371-2014/CXB/02-30/BKHN

ISBN:978-604-938-148-5

Ebook miễn phí tại : www.Sachvui.Com