SPECIALIST IN COGNAC IMPORT

INTRODUCING OF NEW BRANDS TO THE MARKET, DISTRIBUTION

SUPPORT TO TESTUM PROJECT IN THE REGION OF CENTRAL AND EAST EUROPE

CONSULTANCY IN PRICE BUILD AND M A R K E T I N G

ŠPECIALISTA NA DOVOZ COGNACU

UVÁDZANIE NOVÝCH ZNAČIEK NA TRH , ZABEZPEČENIE DISTRIBÚCIE

PODPORA PROJEKTU TESTUM V STREDNEJ A VÝCHODNEJ E U R Ó P E

PORADENSTVO V OBLASTI CIEN A M A R K E T I N G U

ACHAT

Sadko Mýtnik

Sadko Mýtnik - ACHAT
Kovácska 42, 040 01 Košice, SLOVAKIA
fax: +421 55 72 877 13
e-mail: achat@achat.sk

EDITORIAL

PETER DUBINA

No a je to.

Čoskoro máme za sebou ďalší rok, ktorým sme pokračovali v spoznávaní regiónu a jeho výrobku menom Cognac. Okrem toho to bol však rok zmien, z ktorých niektoré ste si mohli všimnúť, boli takrečeno na očiach, iné zostali skryté, aby sa naplno odhalili v roku nasledujúcom. Vidieť bolo napríklad to, že náš spravodaj nebolo vidieť. Nebolo však vidieť ani to, na čom sme intenzívne pracovali a čo bude vidieť čoskoro. Publikačná činnosť sa stane v piatom (!) roku činnosti agentúry Testum nosnou a vy budete samozrejme pri tom.

Dovoľte mi poďakovať za priazeň partnerom agentúry Testum a všetkým priateľom cognacu a želám nám všetkým úspech nielen v roku nasledujúcom.

In good spirits!

That's it.

Shortly another year of getting familiar with the Cognac region and its product is over. It was year full of changes, some visible, while the others invisible, to be revealed in the upcoming year. One of the visible one was that our magazine was invisible lately. One of the invisible ones was our intensive work, which will be visible shortly. The publicity activities will become crucial in the 5th (!) year of the Testum agency's existence, and you will be attended.

Let me thank to all partners of the Testum agency and all cognac friends for their support and I wish to all of us success not only in the upcoming year.

In good spirits!

48
ANDRÉ PETIT GALLERY

54
JACQUES PETIT
INTERVIEW

34
CHAMPAGNE PANNIER
v Košiciach

90
XAVIER CHARPENTRON
v Košiciach

COGNAC
PARK GALLERY

106

PIERRE DE SEGONZAC GALLERY

72

01 Editorial
04 Vzdelávanie a marketing trochu inak
05 Education & marketing in other way
06 Vstúpte do Cognac academy
08 Cognac Encyclopaedia
10 Kto sa nepýta, spoznávajte Cognac
12 FAQ & Answers
14 Abeceda cognacu
16 The Cognac alphabet
18 Rodisko cognacu - produkčné oblasti
20 The Cognac production area
22 Zázrak zvaný alambic
26 Všetko začína v lese
26 Everything starts in Forest
30 Kapitoly z histórie
34 Champagne Pannier v Košiciach
38 Terence Kenny - interview
42 Jacques Petit v Košiciach
48 André Petit gallery
54 Jacques Petit interview
58 Cognac v srdci - Sadko Mýtnik interview
62 Cognac Embassy
68 Christian Ferrand v Košiciach
72 Pierre De Segonzac gallery
76 Christian Ferrand - interview
82 Vínny klub cabinet Zlatý dukát
90 Xavier Charpentron v Košiciach
96 Charpentron gallery
100 Jerome Tessendier opäť v Košiciach
106 Cognac Park gallery
108 Champagne Feuillatte v Košiciach
112 Champagne Dampierre opäť na scéne
120 Jean-Jacques Godet

TESTUM NEWS - agentúrny spravodaj
Vydavateľ: ACHAT - CONSULTING, s.r.o.
Adresa redakcie: Kováčska 42, 040 01 Košice
Šéfredaktor: Peter Dubina
Zahraničná redakcia: Pierre Dibizonne
Redakcia Biel: Peter Kmeť
E-mail: testum@achat.sk
Tel.: +421 55 728 77 11, fax: +421 55 728 77 13
Design: Stanislav Mlynár, Mlynár CREATIVE, s r. o., Košice
PrePress: Jozef Veselý - FOGRA studio Košice
Foto: Jozef Veselý, Igor Kocúr, Peter Bagi, Sadko Mýtnik, Peter Dubina, archív
Jazyková korektúra slovenských textov: Linda Šnajdárová
Preklad a jazyková korektúra anglických textov: Jaroslav Halás, Katarína Dubinová
Tlač: MKV-PRESS, spol. s r. o., Košice
Autorské práva vyhradené.
Akékoľvek rozmnožovanie textu a fotografií len s predchádzajúcim písomným súhlasom vydavateľa.

© ACHAT - CONSULTING, s.r.o.

VZDELÁVANIE A MARKETING

TROCHU INAK

Pozorní čitatelia si iste všimli opačné garde v titulku tohto príspevku v porovnaní s úvodným číslom Testum News. Nie je to chyba, je to zámer. Vzdelávanie je totiž nosnou činnosťou agentúry. Testum má v svojom záhlaví výrok marketingová a vzdelávacia agentúra, pod čím si každý oslovený môže predstaviť niečo úplne odlišné, než je skutočné zameranie agentúry. Ako to teda vlastne je?

Agentúra vznikla z dôvodu vydania Encyklopédie Cognacu, pričom od zrodu tejto myšlienky bolo jasné, že ide o špecifický marketingový počin pre cognac ako kategóriu nápoja, spojený s výrazným edukatívnym akcentom. V čoraz dravšom prostredí trhu je každá vzletná myšlienka, nepodporujúca konkrétny produkt, akoby vopred odsúdená na zánik. I napriek tomuto poznaniu, alebo práve preto, vznikla agentúra, ktorá sa postavila nad celý ten trhový boj a ponúkla zjednocujúci motív - cognac ako kategóriu alebo, ak chcete, druh nápoja.

Cognac ako nápoj kráľov a kráľ nápojov.

Každý kráľ sa však obklopuje spoločenstvom svojich poddaných, resp. oddaných služobníkov, a preto ten náš kráľ - jeho veličenstvo cognac - si takúto komunitu musí, obrazne povedané, vytvoriť na svoj obraz. No a prípravu oddaných služobníkov si zobrala na starosť agentúra Testum. Agentúra, ktorá vychová pre kráľa dôstojných dvoranov a títo budú šíriť kráľovo dobré meno nielen v jeho kráľovstve, ale i vo všetkých kráľovstvách široko ďaleko.

Vychovajme trh – výrobcu, obchodníka i spotrebiteľa - a naučme ich rozlišovať tú prepestrú paletu vôní, chutí, vzhľadov a neviem ešte akých vnemov, aby sme následne veľkodušne otvorili arénu pre bojovníkov na poli marketingu. Takže - výchova a vzdelávanie nadovšetko. A preto sme tu.

Testum ponúkne školenia, kurzy, tréningy, prezentácie a zdokonaľovacie akcie hlavne pre kategóriu Cognac, následne Káva a v tesnom závese (alebo takmer súčasne) sa povenujeme perlivému pokušeniu – Champagne. Lektormi a sprievodcami vám budú uznávaní i menej známi odborníci, znalci a zberatelia, ale najmä samotní výrobcovia, ktorí sú nepochybne tí najpovolanejší, aby nás niečo o tom svojom rodinnom striebre naučili.

Základom činnosti agentúry Testum je systematický zber informácií o všetkých výrobkoch v už spomínaných kategóriách. Následne budeme informácie triediť, spracovávať a pravidelne vám ich prinášať na stránkach nášho spravodaja. Je pochopiteľné, že takýto obrovský sumár informácií nemôže zhromaždiť jednotlivec, ani malý tím spolupracovníkov a preto je Testum otvorený všetkým zanietencom a nadšencom kvalitných produktov spríjemňujúcich naše každodenné putovanie za úspechom, šťastím a spokojnosťou. Partneri agentúry sú de facto spolutvorcovia a spoluautori jedinečnej Encyklopédie Cognacu a pre nás bude potešením spolupracovať s každým milovníkom cognacu, ktorý prejaví o projekt skutočný záujem.

Na stránkach Testum News sa s vami o všetky takto zhromaždené a získané informácie a poznatky radi podelíme. Partneri agentúry nezostanú nepoznaní, postupne vám ich predstavíme v nasledujúcich vydaniach spravodaja.

Čaká nás vzrušujúca cesta za poznaním, cesta k osobnostnému rastu, ku ktorému dospejeme realizáciou spoločného záujmu v prostredí, evokujúcom pohodu, pokoj a v atmosfére presiaknutej duchovnom.

Vitajte teda v agentúre - škole Testum a jej triedach Cognac Embassy, Coffee Planet a Champagne Avantgarde. Vitajte v netradičnej škole, kde pôžitky života nie sú zakázané, ale naopak - sú hlavným vyučovacím predmetom.

EDUCATION IN OTHER WAY

The first issue of Testum News we started with the title „Marketing", now we change the title to „Education". No, this is not a mistake. It is our intention. The education is in fact the core agency activity. Testum has in the heading words as marketing and education agency. Each of you can understand it quite different as is the real agency orientation. How it is then in fact?

The agency was created to publish Cognac Encyclopedy and from early beginning it was clear, that this is very specific marketing activity towards cognac as a drink category, with reasonable educative accent. It seems, that on even more predacious market, any lofty idea with no support of certain brand name, has no chance to survive. Inspite of this knowledge, or just because of this fact, we create an agency, which is standing over fight on the market. The agency, which offers an uniting motive – cognac as a category, or if you want, kind of a drink.

Cognac as the drink of kings and the king of drinks.

Every king is surrounded by a society of liege people, and therefore our king – His Majesty Cognac - needs to have such a community according to his needs. So, Testum agency decided to prepare loyal staff, to educate stately courtiers, who will spread good name of their king not only in his kingdom, but in all kingdoms far and wide.

Let's educate the market – producer, trader and consumer too, and teach them to recognize a various pallet of aromas, tastes, looks and I don't know which perception more. Afterwards, magnanimously we can open the arena for fighters on marketing field. So – training and education above all, and that´s why we are here.

Testum will offer courses, trainings, presentations and improvement events, especially for Cognac as a category, Coffee afterwards and very close, nearly in the same time we will introduce sparkling temptation – Champagne. Your lectors and guides will be respected, more or less known experts, specialists and collectors, but in particular producers themselves. Without any doubts, they are the most qualified, who can educate us something more about their „family treasures".

The base of Testum activity will be systematic collection of information about mentioned products groups. We will sort and classify all information we will get and bring them to you in Testum News regularly.

Of course, such large summary of information can not be collected by men or small team of cooperatives. Therefore, Testum is opened to all fans and enthusiasts in quality products, making our way to success, happiness and satisfaction every day more pleasant.

Testum partners are de facto co-authors of unique Cognac Encyclopaedia, and we will be pleased to cooperate with every cognac lover, who will show a real interest in our project.

In Testum News we will share all the information with you with great pleasure. Agency partners will be not unknown to you. We will introduce them in each of next Testum News issues.

There is an exciting way waiting for us. Way to the personal growth, to which we will approach by common interest in a milieu which evokes wellbeing, peace and in the atmosphere soaked by spirituality.

So, welcome in our agency then – Testum school and its classrooms – Cognac Embassy, Coffe Planet and Champagne Avant-garde. Welcome in a non - conventional school, where all the life pleasures are not prohibited, but on the contrary – they are the main subject to teach.

Keď sa povie „škola“, prvé čo sa nám vynorí v pamäti, je asi budova školy, do ktorej sme vstúpili ako prváci. Nesmelí s očakávaniami, mnohokrát s obavami, čo nás tam čaká a neminie. Testum a jej Cognac Academy chce byť školou pre všetkých ľudí, ktorí sa rozhodli vzdelávať v predmetoch spríjemňujúcich nám každodenné putovanie na tomto svete.

Vitajte v škole cognacu a iných príjemností. Prejdite v tichosti jej priestormi, vstúpte do každej triedy a nechajte sa inšpirovať vaším obľúbeným predmetom.

School evokes in our memory the building which we have entered as abecedarians. Shy, full of expectations, many times afraid of what is waiting for us there. Testum and its Cognac Academy wants to be a school for everybody, who decided to be educated in subjects, making our daily life more pleasant.

Welcome to school of cognac and other pleasures. Walk through it premises in silence, enter each room and be inspired with your favourite subject.

Na úvod niečo malé, nenápadné, len tak vás navnadiť. Inšpirovať. Tak sme sa rozhodli. Privítajú vás tisícky miniatúrnych fľaštičiek cognacu rôznych značiek, tvarov, veľkostí, kvalít. Jednoducho - minisvet cognacu. Alebo výstižnejšie - predizba veľkolepej auly cognacu.

Something small as introduction, to inspire you. So we decided. You will be welcomed by thousands of miniature bottles of cognac, many names, shapes, sizes, qualities. Simply – mini world of cognac. Or, more precisely – the anteroom of grandiose Cognac great hall.

COME IN TO COGNAC ACADEMY

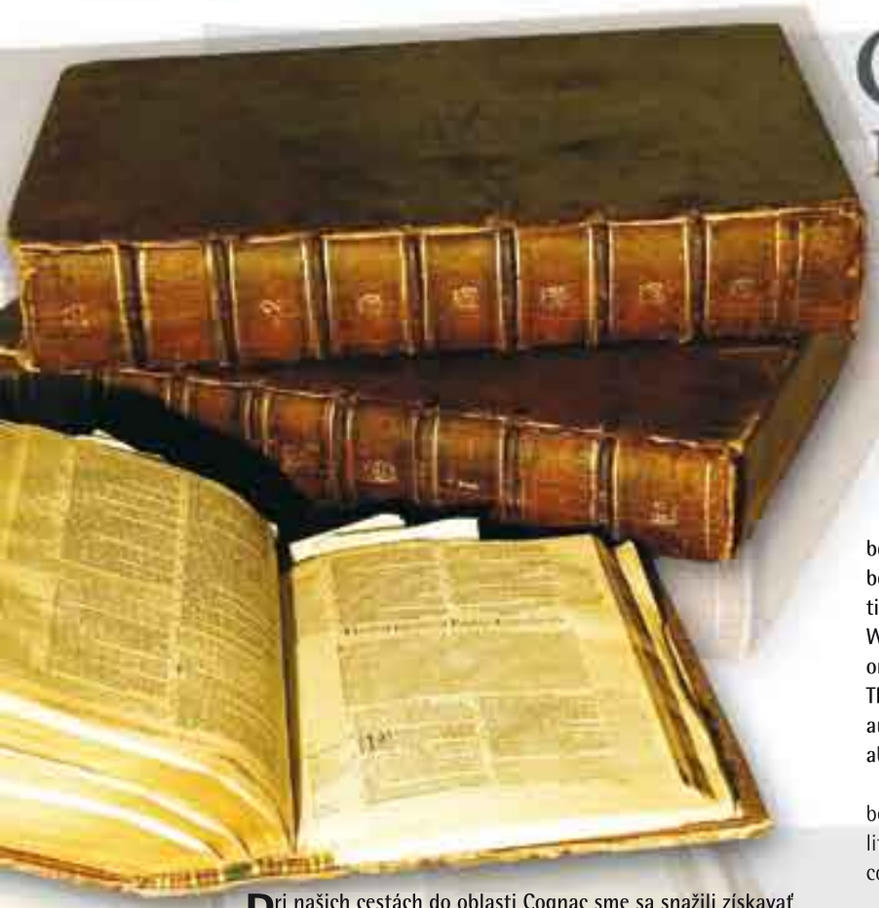
Máte chuť na kávu? V poriadku, ale u nás, prosím, zabudnite na presso malé, presso veľké, viedenskú, tureckú a neviem ešte akú, a pritom všetky jednej značky. Planéta kávy je očarujúca a toto čaro si podmaní každého. Prebrázdime všetky oblasti tejto praženej planéty a prinesieme vám jej extrakty vo vyhriatej šálke kávy, presne podľa vašej chuti.

Would you like a coffee? OK, but please, forget small espresso, large espresso, Vienna coffee and others, but one brand name only. Coffee Planet is enchanting and everybody will be captivated by this charm. We will wander through every region of this roasted planet and we will bring you its extracts in hot cup of coffee, exactly after your taste.

Nechajte na seba pôsobiť ďalší z výrazných francúzskych vplyvov. Champagne – rovnako jedinečná oblasť ako Cognac, v ktorej sa však pokračovanie výroby vína ubralo úplne iným smerom. Poďte sa s nami pozrieť kam dorazíme, keď sa tým smerom pustíme. Bude to vzrušujúce putovanie rovnako, ako je vzrušujúci produkt tohto kraja. Takže - Bon Voyage!

Let's appeal on you another characteristic French influence. Champagne – the same unique region as Cognac is, although the development of wine was going in completely different way. Come with us to see, where we can get, if we will follow this direction. It will be exciting wandering, exciting as the product itself. Then – Bon Voyage!

COGNAC ENCYKLOPÉDIA



Pri našich cestách do oblasti Cognac sme sa snažili získavať informácie zo všetkých dostupných zdrojov, knihy nevynímajúc. A nielen pri cestách do Francúzska. I na slovenskom knižnom trhu sa objavila knižočka s názvom Cognac, sporadicky sa objavujú aj články s tematikou tohto nápoja v spoločenských časopisoch. Sú známe rôzne publikácie o cognacu, z tých novších spomenieme aspoň Cognac od Nicholasa Faitha, alebo Kyle Jarradov Cognac -The seductive saga of the world's most coveted spirit. Nemecký autor Paczinsky sa taktiež nechal inšpirovať týmto ušľachtilým destilátom a napísal o ňom knihu.

Zdá sa to na prvý pohľad primerané zastúpenie publikácií o nápoji, ktorý výrazne ovplyvnil život nielen mnohých generácií výrobcov vo Francúzsku, ale samozrejme, aj ich konzumentov po celom svete. My sme však hľadali niečo iné. Hľadali sme kompletného sprievodcu všetkými značkami a výrobcami, ktorí stále v oblasti cognac pôsobia a produkujú výrobok s právom nosiť meno cognac. Je pri tom jedno, či sa jedná o nadnárodnú skupinu s dominantným postavením na svetovom trhu s destilátmi, alebo je to drobný výrobca vyrábajúci len niekoľko hektolitrov eau-de-vie.

Nenašli sme.

Tak sme sa rozhodli takúto knihu napísať.

A hlavne na splnenie tohto cieľa vznikla agentúra Testum. Zber a spracovanie informácii potrebných na vznik takého rozsiahleho diela nie je možné zvládnuť v malom tíme autorov. Preto sme sa rozhodli ponúknuť spoluprácu a spoluautorstvo ľuďom, ktorí sa o Cognac zaujímajú, obľúbili si ho, sú jeho zberateľmi a fanúšikmi a chcú sa o ňom dozvedieť čo najviac.

During trips to Cognac region we always tried to get information from any available source, including the books. But not only during our trips to France. There is also the book named Cognac on the Slovak book market, from time to time some articles about Cognac appear in social magazines. We know several treatises, we can mention few of the newest ones, Cognac from Nicholas Faith, or Kyle Jarrad's Cognac - The seductive saga of the world's most coveted spirit. German author Paczinky was also inspired by cognac and wrote a book about this refined drink.

From the first view it seems, that this is quite adequate number of books about drink, which had reasonable influence to life of many generation of French producers, and of course, the consumers of their products of over the world.

But we tried to find something different. We looked for a complete guide through all brand names and producers, which are still active in Cognac area and still producing a drink approved to have the name cognac. And it doesn't' matter if it is multinational group with dominant position on global market or it is a small producer, producing just few hectolitres of eau-de-vie.

We didn't find it.

But someone has appeared who decided to write such book. Sadko Mýtnik.

And for this goal fulfilment, the Testum agency has been created. Sadko had clear idea of book from the first moment and was sure that collection and proceeding of information necessary for creation of such large work of art is not possible to manage by small team of authors.

Therefore, we decided to offer participation and co-authorship to the people, who are interested in cognac, who love cognac, who are cognac collectors and fans, and who want to know even more and more about cognac.

Maybe unrealistic concept at first sight - few crazy people want to join 40 persons, who will be involved into writing of the biggest cognac book in his history. But only from the very first sight. We have found those people namely. Many ol them came alone, the others were contacted by us and they became Testum partners. Not only this. To bring encyclopaedia project to its life, the partners were willing to help financially too. Another group of project supporters are cognac producers, without respect, if

COGNAC ENCYCLOPAEDIA

Na prvý pohľad možno nereálny koncept - pár bláznov chce dať dokopy okolo 40 ľudí, ktorí sa zapoja do písania najväčšej knihy o cognacu v histórii tohto nápoja. Ale skutočne len na prvý pohľad. Tých ľudí sme totiž našli. Mnohí sa prihlásili sami, ďalších sme oslovili my a stali sa partnermi agentúry Testum. A nielen to. Aby sa projekt encyklopédie uskutočnil, boli partneri ochotní finančne ho podporiť.

Ďalšiu skupinu partnerov projektu predstavujú jednotliví výrobcovia, bez ohľadu na to, či svoje výrobky umiestňujú na slovenský trh alebo na trhy v strednej a východnej Európe. Tu sa stretávame niekedy s nepochopením, ale vytrvalou komunikáciou a ďalším vysvetľovaním podloženým firemným spravodajom sa postupne posúvame k zapojeniu výrobcov do projektu.

Mnohí sa pýtajú, akým štýlom bude kniha písaná, aké budú hodnotenia značiek, ako sa k nim dopracujeme. Otázky absolútne namieste. Odpoveď je jasná od samého začiatku. Encyklopédia vám prinesie základné informácie o výrobcovi, o celom jeho sortimente a základné degustačné poznámky ku každému výrobku. Nosnou časťou informácii budú výsledky degustácií našich partnerov, ktorí ich zaznamenajú a po spracovaní ich v encyklopédii uverejníme ako názor konzumenta. Nutné je poznamenať, že nie jediného. Dostaneme tak každú značku do pozitívnej konfrontácie so spotrebiteľom, konzumentom. Na konci tohto procesu bude kniha plná informácii o cognacu a osobných skúsenosti konkrétnych ľudí s ním.

A o to nám najmä ide - o knihu plnú života a radosti z neho.

Takže, o tri roky dovidenia na stránkach encyklopédie, priatelia.

they sell their products to Slovakian market or to the markets in the region of Easter and central Europe. Here we are facing to lack of understanding, but using sedulous communication and additional explanation based on Testum News magazine, we are slowly moving some producers to their involvement in our project. Lots of people ask, which style of writing the encyclopaedia will be of, how we will evaluate individual brands, how we will reach those evaluations. Absolutely right questions. And the answer is very clear from the early beginning. The encyclopaedia will bring to you essential information on producers, his complete product range and basic tasting notes to each item in it. As the key data we will use the results of our partners degustations, who will record those data, and after its proceeding we will publish those results as consumer's opinion. We need to note, that not only one consumer. Thus we will bring the brands into positive confrontation to the customer, consu mer. At the end of this process we will have the book full of cognac and personal experiences of real people.

And this is what Sadko Mytnik as author and his future teammates are trying for - the book full of life and pleasure from it.

So, see you in three years at the encyclopaedia pages, friends.

KTO SA NEPÝTA

Na ceste za poznaním cognacu sa iste vynorí množstvo otázok a my sa pokúsime dať na všetky vyčerpávajúce odpovede. Budeme sa postupne venovať oblasti Cognac, mestu a podrobnejšie všetkým detailom výroby tohto čarovného nápoja. Na úvod sme vybrali esenciu otázok, ktoré si asi položí väčšina z terajších alebo budúcich konzumentov a tu sú odpovede.

■ **Čo je cognac ?**

To sú v skutočnosti tri otázky v jednej. Cognac je malá presne určená oblasť na západnom pobreží Francúzska, vinúca sa v podstate od La Rochelle nadol k ústiu rieky Gironde.

Cognac je tiež hlavné mesto oblasti a leží približne v jeho geografickom strede. A samozrejme, cognac je i názov jedného z najlepších destilátov na svete.

■ **Musí sa cognac vyrábať v oblasti Cognac?**

Áno. Cognac sa musí vyrábať z hrozna a vína dopestovanom výhradne v šiestich okresoch oblasti: Grande Champagne, Petite Champagne, Borderies, Fins Bois, Bons Bois a Bois Ordinaires. Musí sa destilovať v tradičnom prístroji typu „Charentais" a nechať ležať minimálne dva roky vo vymedzenej oblasti.

■ **Je cognac brandy?**

Každý cognac je brandy... Ale nie každé brandy je cognac.

■ **Aký je rozdiel medzi brandy a cognacom?**

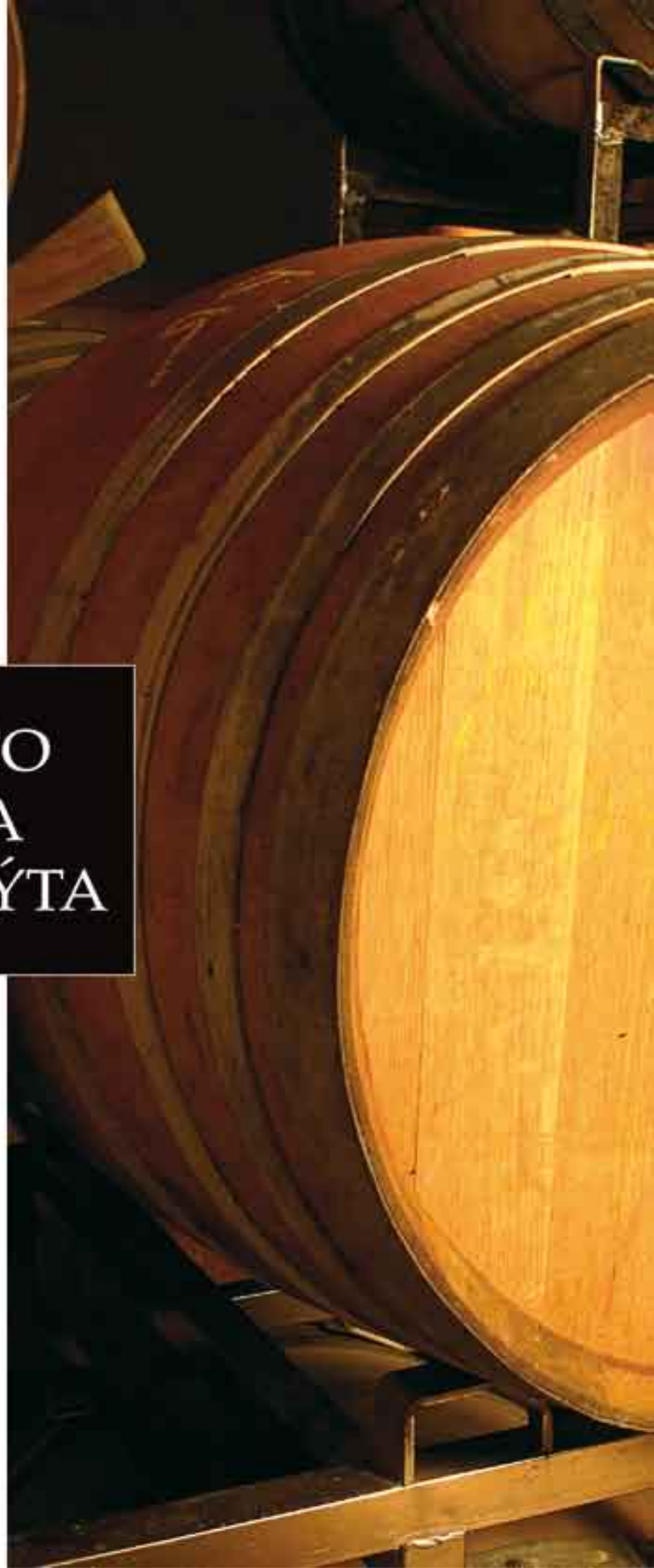
Názov „brandy" sa skôr vzťahuje k procesu ako k nápoju. Pochádza z holandského „brandewijn" alebo „burnt wine". Všeobecne, akýkoľvek alkohol vyrábaný fermentáciou a následnou destiláciou ovocia alebo šťavy z ktorejkoľvek oblasti sveta sa môže nazývať „brandy". Na druhej strane cognac sa môže vyrábať len z hroznového vína. Môže pochádzať jedine z vymedzenej oblasti Cognac a na rozdiel od iných „hroznových brandy" sa destiluje dvakrát aby získal jemnosť a intenzitu chutí a aróm typických pre cognac. Existujú prísne pravidlá, zabezpečujúce destiláciu tak aby skončila pred 1. aprílom v roku nasledujúcom po zbere hrozna.

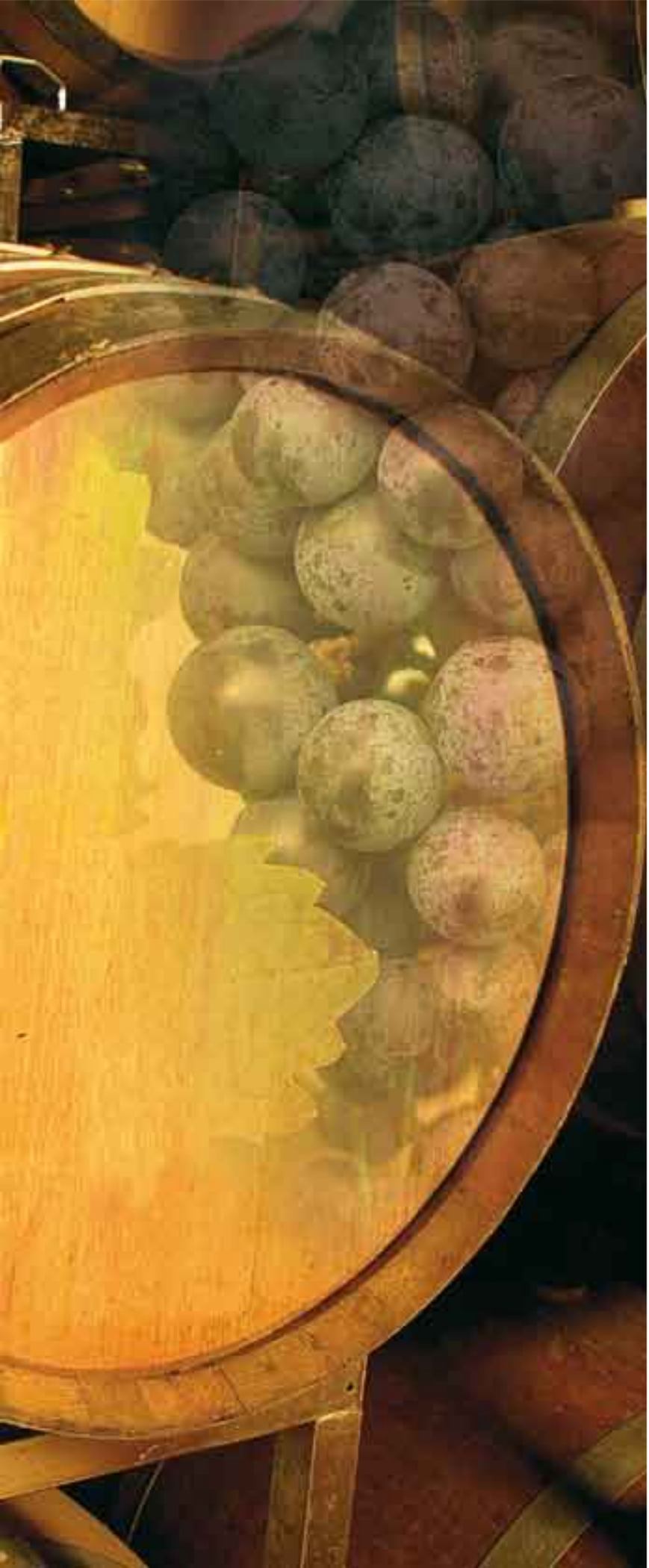
■ **Má cognac ročníky tak ako víno?**

Áno, ale nereprezentujú kvalitu cognacu. V skutočnosti sú všetky veľké značky komplexnou zmesou niekedy až 200 druhov rozličných cognacov rôzneho veku a často z rôznych produkčných oblastí.

■ **Zreje cognac vo fľaši tak ako víno?**

Hneď po druhej destilácii sa surový cognac umiestňuje do sudov vyrobených z dubov z oblasti Limousin alebo Troncais. Tu zreje niekedy až dlhé desiatky rokov. Potom sa cognac skladuje vo veľkých sklenených fľašiach (demižónoch), kde zrenie nepokračuje.





■ **Prečo sa mieša cognac z rôznych okresov?**

Každý z okresov je definovaný typom pôdy a krajiny, ktorá dáva svoju individuálnu pečať cognacu, ktorý sa tam vyrába. Tradične sa vytvárajú veľké značky výberom najlepších vlastností z každého okresu a tým sa získava harmónia chuti a arómy. Je skutočne len veľmi málo „single cru„ cognacov (z jedného okresu), ktoré sa vyrábajú z vína vyrobenom len v jednom okrese a môžu byť vysoko hodnotené.

■ **Čo znamená skratka BNIC?**

Je to skratka názvu profesnej organizácie - Bureau National Interprofessionnel du Cognac. Súkromná organizácia poskytujúca verejné služby, je financovaná profesionálmi z priemyslu cognacu s cieľom chrániť subjekty, ktoré participujú na jeho ekonomike. Kontroluje pohyb cognacu, overuje vek cognacu, zabezpečuje vydávanie certifikátov o veku a pôvode, s pomocou štátom menovaných inšpektorov, nominovaných ministrom financií a vedením ďalších dotknutých inštitúcií.

■ **Je označenie VS, VSOP a XO označením veku cognacu?**

V zásade áno, ale je to údaj len orientačný a označuje vek najmladšej súčasti zmesi cognacu vo fľaši. Mnohí výrobcovia mnohonásobne prekračujú tento limit pri výrobe svojho cognacu.

Kvalita *VS (Very Special)* - mladý cognac označovaný niekedy aj ako ***, musí mať najmenej dva roky. Hoci už má tento cognac typickú farbu, je agresívnejší v nose i na podnebí, ale môže sa konzumovať čistý, s ľadom, alebo v miešaných nápojoch

VSOP (Very Superior Old Pale) - tiež označovaný ako V.O. (Very Old), sa používa na označenie cognacu, ktorého najmladšia súčasť zmesi má minimálne štyri roky. Opäť tu platí, že mnohí výrobcovia tento limit prekračujú.

XO (eXtra Old) - označuje cognac, ktorého najmladšia súčasť zmesi má najmenej šesť rokov.

■ **Čo je to „Anjelský podiel" ?**

Zretie cognacu prebieha v dubových sudoch po dlhé roky. Počas zretia cognac stráca časť zo svojho objemu i z obsahu alkoholu. Množstvo cognacu, ktoré sa odparí, sa poeticky nazýva anjelský podiel. Ľudia v Cognacu hovoria, že je to daň, ktorú musia zaplatiť anjelom za to, aby dosiahli vynikajúcu kvalitu svojich výrobkov.

■ **Aký druh pohára sa používa na degustáciu cognacu?**

Odborníci v priemysle cognacu dlho hľadali najvhodnejší tvar pohára, ktorý by umožnil odhaliť všetky arómy a chute, vznikajúce v procese zretia. Nakoniec sa zhodli v tom, že pohár v tvare tulipána tzv. tulipánka je tým najvhodnejším. Nie je tak uzatvorený ako „napoleónka" a dáva vyniknúť jednotlivým prchavým substanciám cognacu tak, že sú rozpoznateľné. Príliš uzatvorený tvar pohára neumožňuje skôr prchavým látkam „odísť" a uvoľniť tak miesto v pohári pre arómu ťažšie prchavú.

■ **Je tmavá farba cognacu dôkazom dlhého zretia v sude a tým aj dôkazom jeho kvality?**

Nie, toto pravidlo neplatí. Cognac tmavne počas rokov zretia v dubovom sude. Ak cognac zreje v novom sude, naberá viac tanínov a tmavne rýchlejšie, ako keď sa na zretie použijú sudy staré. Pri profesionálnych degustáciách nie je farbe pripisovaný špeciálny význam. Bez ohľadu na to akú farbu cognac má, základná požiadavka je, aby bola jasná. Niektorí výrobcovia používajú povolené aditíva na dosiahnutie tmavšej farby.

FAQ & ANSWERS

On the way of Cognac's recognition, lot of questions come out, on which we will try to give you all the answers. We will gradually inscribe to Cognac's area, city and all the details of making this magical drink. At the beginning, we have chosen an essence of questions, which will be asked by the most of the consumers and here are the answers.

■ **What is Cognac?**

In reality, there are three questions in one. Cognac is a small, defined area on the west shore of France, spreading from La Rochelle down to a mouth of river Gironde. Cognac is also a capital city of area and it is situated approximately in its geographical centre. Of course, Cognac is a name for one of the best distillates in the world.

■ **Does Cognac has to be made in Cognac area?**

Yes. Cognac has to be made of exactly given variety of vine, thereafter of wine, grown purely in six parts of area: Grande Champagne, Petite Champagne, Borderies, Fins Bois, Bons Bois and Bois Ordi-naires. It has to be distillated in traditional machine called „Charentais" and has to be left for rest, for minimum of two years, in this area determined by French laws since the beggining of the last century.

■ **Is Cognac a Brandy?**

Every Cognac is a Brandy... but not every Brandy is a Cognac.

■ **What is the difference between Cognac and Brandy?**

The name „Brandy" mostly belongs to a process, instead of a drink. It comes from dutch „brandewijn" or „burnt wine". Generally, every alcohol made by fermentation and distilla-tion of fruits or juice from any part of the world, can be called „Brandy".

On the other side, Cognac can only be made of grape wine. It can only comefrom defined area of Cognac, instead of other „grape Brandy's", and is distilled only two times, so it gathers delicacy and intensity of tastes, which are typical for Cognac.

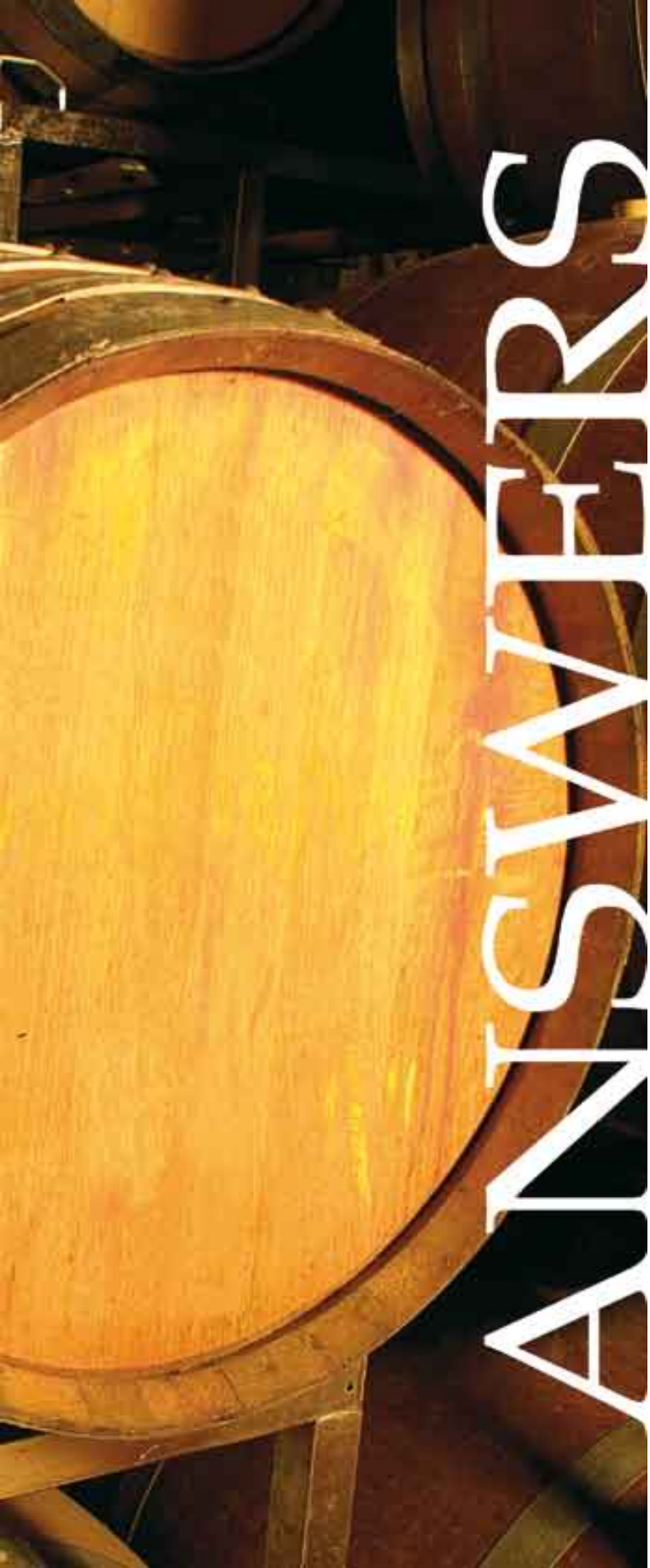
There are strict rules defining distillation, so it ends before the 1. April, one year after grape harvest.

■ **Has Cognac vintages like a wine?**

Yes, but it represents Cognac's quality. Production of vintages Cognac has been approved in 1970's. Cognac, which is set as vintage, is after distillation left in a special cellar with two locks. The key from one lock is kept by an owner, other one is kept in BNIC (Bureau Nationale Interprofessionnel Du Cognac - authority of appeal). In fact, all big Cognac brands are blands of 200 different types of Cognac, often with a different age and production area.

■ **Does Cognac mature in a bottle, like a wine?**

Immediately after the second distillation, a rare Cognac is placed in oak barrels, made from oaks from Limousin or Troncais area. Here it matures sometimes for tenths of years.Then is Cognac placed in a big glass bottles, where it doesn't mature,



until Cognac becomes a part of mixture. Naturally, Cognac-like other liquers-doesn't mature in bottles.

■ **Why Cognacs from different areas are mixed?**

Every area is defined by a type of soil and land, which marks the Cognac, produced in this area. Traditionally, big brands of Cognac are made by picking up the best properties of each area, creating the best harmony of taste and aroma. There is only a little of „single cru" Cognacs (from one area), which are made of wine, produced in only one area and can be highly ranked. Presently there appear some very interesting collections of single cru Cognacs.

■ **What does the BNIC abbreviation mean?**

It is abbreviation of the name of proffesional organisation - Bureau National interprofessionel du Cognac.

A private establishment with a public-service mission, the BNIC is jointly financed by professionlas in the cognac industry with the goal of defending the interests of all those who participate on its economy. It controls the movement of cognac, verifies the age index, and ensures the delivery of age and origin certificates, with the help of a state appointed inspector, who is nominated by the finance minister and the heads of the different administrations involved.

■ **Is the indication of VS, VSOP and XO related to he age of a cognac?**

Basically yes, but this data is only for orientation and indicates the youngest element of the blend in the bottle. Many producers stand above this crowd for several times.

VS (Very Special) quality - young cognac, sometimes indicated as ***, must be at least two years old. Although this cognac already has the typical cognac colour, i tis aggressive to the nose and on the palate, but it still can be used straight, with ice or in cocktails.

VSOP (Very Superior Old Pale), or V.O. (Very Old) - indicates a cognac of at least four years old as the youngest element of the blend. Again, lot of producers are above this age limit.

XO (eXtreme Old) - indicates a cognac, in which the youngest element is at least six years old.

■ **What is the meaning of „Angels share"?**

The ageing process takes place in oak barrels for a long period of time. During this process cognac loses part of its volume and part of its alcohol content. Paet of a cognac, which is evaporated, is poetically called as „Angels share". The Cognacais say, that this is a tax, which they need to pay to the angels to achieve excellent cognac quality.

■ **Is any special glass for cognac tasting?**

The specialists from cognac industry tried to find the most suitable glass shape to discover all flavours developed during ageing process for many years. Finally, they agreed that „tulip" glass is the most suitable one. I tis not so closed as „balloon" glass, and it enables to recognize all individual flavours in cognac. When the glass is too closed, various aromatic elements are mixed together. First released aromas are kept in the glass and are mixed with heavy aromas, which makes their recognition impossible

■ **When cognac is dark, is this the proof of ageing in a cask for many years and therefore proof of a quality?**

No, this is not the rule. Cognac becames darker during ageing in oak cask. When cognac is aged in new cask, it absorbes more tannins and is more dark sooner, then when old casks are used. During proffessional tastings, he colour has no any special importance. Any cvolour cognac has, the rule is, that the colour needs to be clear. Some producers still use additives to make their cognac more dark.

COGNAC ABECEDA

Pri nespočetných stretnutiach s výrobcami, obchodníkmi, znalcami i zberateľmi cognacu som si chtiac-nechtiac musel osvojiť niekoľko slov, ktorých znalosť dáva každému adeptovi akýsi základný punc gramotnosti. Na začiatok uvádzame niektoré výrazy často sa opakujúce v súvislosti s cognacom, ktorých použitiu sa samozrejme nebudeme brániť ani na stránkach Testum News. S niektorými z nich sa môžete stretnúť na etiketách mnohých výrobcov, alebo v rôznych informačných materiáloch. Takže začíname s našou abecedou.

Pozn.: skratka za slovom označuje jazyk z ktorého pochádza, v zátvorkách uvádzame správnu výslovnosť.

A

Alambic, fr. (alambik) - špeciálny destilačný prístroj používaný v oblasti Cognac na dvojitú destiláciu vína, z ktorého sa potom zrením v dubových sudoch stáva cognac

B

Bons Bois, fr. (bon bua) -jedna zo šiestich produkčných oblastí cognacu, dávajúca ľahký, rýchlozrejúci cognac

Borderies, fr. (borderi) - ďalšia z produkčných oblastí, je najmenšia a cognac z nej pochádzajúci sa vyznačuje charakteristickou arómou fialiek

C

Cru, fr. (kru) - špeciálny výraz používaný na označenie produkčnej oblasti. Používa sa i v názve niektorých cognacov - Single cru cognac - označuje cognac pochádzajúci len z jednej oblasti

Cellar master, angl. (celar máster) - pivničný majster, je zodpovedný za všetky úkony s cognacom akonáhle sa po destilácii dostane do skladov a pivníc. Má na starosti najmä skladovanie cognacu, výber cognacov do finálnej zmesi, znižovanie obsahu alkoholu

Colombard, fr. (kolombár) -jedna z troch hlavných odrôd používaná na výrobu vína, ktorého dvojitou destiláciou a následným zrením v dubovom sude vzniká cognac

D

Domain, fr. (domén) - označuje panstvo, majetok

E

Eau-de-vie, fr. (o de vi) - výsledok druhej destilácie, ktorý sa po zretí v dubovom sude min. 2,5 roka môže nazvať menom cognac. Doslovný preklad znamená „živá voda" alebo „voda života"

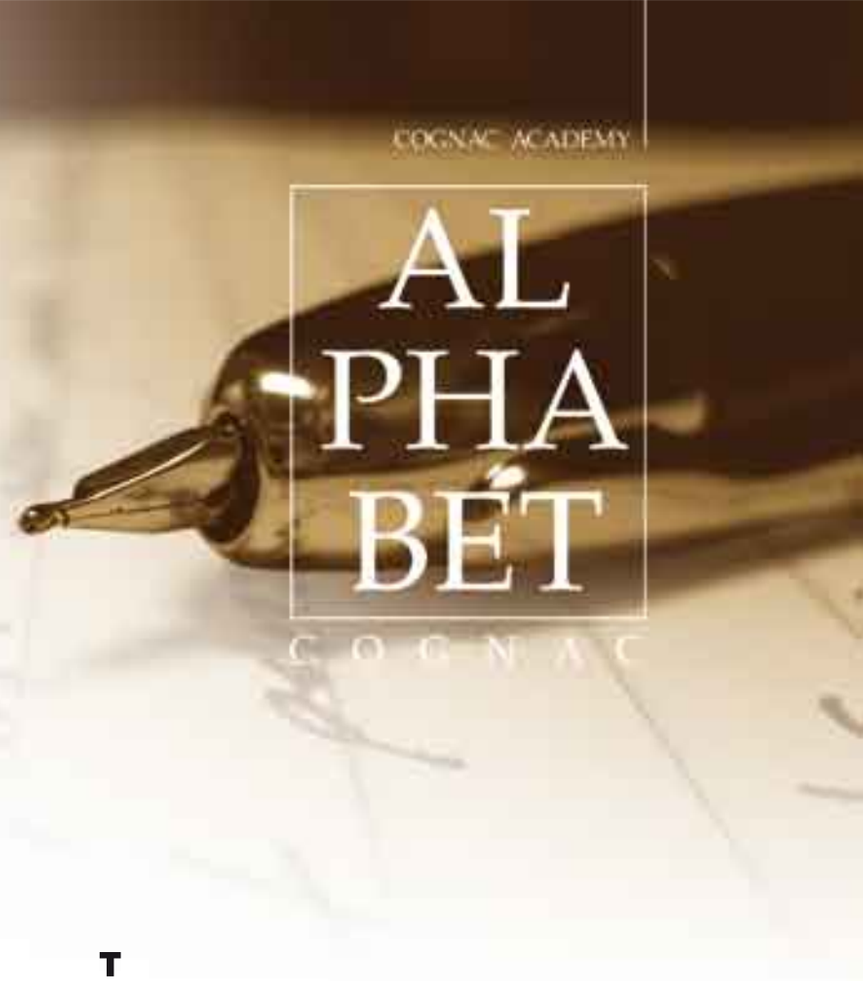
Evaporácia - odparovanie počas zrenia cognacu v dubových sudoch. Cognac stráca časť zo svojho objemu i z obsahu alkoholu. Táto strata sa v oblasti Cognac poeticky nazýva Anjelský podiel, t. j. časť zásob cognacu, ktorá sa vďaka odparovaniu dostane až k nebeským výškam a slúži ako potešenie pre anjelov

F

Fins Bois, fr. (fan bua) - ďalšia z produkčných oblastí v regióne Cognac

Folle Blanche, fr. (fol bláns) -jedna z troch základných odrôd viniča používaná na výrobu vín, ktorého destiláciou a následným zrením vzniká cognac

Fine, fr. (fin) - používa sa na označenie cognacu len z jednej oblasti, napr. Fine Borderies. Výnimku tvorí označenie „Fine Champagne" (fin šam-páň), čo je zmes cognacu z Grande Champagne a Petite Champagne, kde obsah Grande Champagne tvorí minimálne 50%



G

Grande Champagne, fr. (gran šampáň) - produkčná oblasť považovaná za najkvalitnejšiu. Na etiketách niektorých značiek sa označuje aj výrazom „Premiér Grand Cru" alebo s použitím číslovky „1er Cru"

H

Humidita - vlhkosť, mimoriadne dôležitý faktor pri zretí cognacu. Od vlhkosti vzduchu závisí intenzita evaporácie, doba zrenia cognacu a výrazne ovplyvňuje finálnu kvalitu cognacu

CH

Chateau, fr. (šató) - historické sídlo rodiny vyrábajúcej cognac, zámok. Výrobok môže mať označenie Chateau vo svojom názve len ak destilácia, zrenie, miešanie a fľaškovanie prebieha na príslušnom Chateau (napr. Chateau Fontpinot)

K

Kupáž - postupné spájanie sa jednotlivých cognacov použitých na výrobu zmesi. Prebieha spravidla niekoľko mesiacov až dva roky vo veľkých dubových nádobách

L

Limousin, fr. (limuzán) - oblasť zalesnená dubovými lesmi. Duby z týchto lesov sú zákonom schválené ako vhodné na výrobu sudov, ktoré sú určené na zrenie cognacu

Labutí krk - časť destilačného prístroja, úzke potrubie ktorým z bojlera prechádzajú výpary do chladiaceho tanku

M

Maison, fr. (mezón) - dom, vo význame domov, sídlo výrobcu cognacu. Používa sa v spojení s konkrétnym menom resp. značkou cognacu (napr. Maison Menuet)

N

Négociants, fr. (negosiáns) - veľkoobchodníci s cognacom na území Cognac. Kupujú hotové výrobky alebo ešte nedozretý cognac a tento finalizujú vo vlastných pivniciach. Mnohí z nich majú dlhoročných a kvalitných dodávateľov a produkujú excelentný cognac (napr. Delamain)

P

Paradis, fr. (paradi) - raj, je to zvláštny sklad na najstaršie zásoby cognacu v každom dome cognacu. Je oddelený od pivníc v ktorých cognac ešte len zreje

R

Rare, ang. (rér) - označuje staré a vzácne druhy cognacu.

T

Troncais, fr. (tronséz) - oblasť zalesnená dubovými lesmi. Duby z týchto lesov sú zákonom schválené ako vhodné na výrobu sudov, ktoré sú určené na zrenie cognacu

Trés Vielle, fr. (tré víj) - spojenie používané na označenie veľmi starých cognacov

U

Ugni Blanc, fr. (uni blonk)

V

Vielle, fr. (víj) - zdôrazňuje vysoký vek vzácneho cognacu. Často používané v spojení **„Vielle Reserve"** - stará zásoba

VS, angl. (vé es) - skratka výrazu „Very special" (very spešl) označenie najmladšej kvality cognacu. Zákonom stanovený minimálny čas zrenia na označenie VS sú dva roky

VSOP (vé es ó pé) - ďalšie označenie veku cognacu skratkou. Very Superior Old Pale (veri sjuperiour ould pejl). Minimálny vek sú 4 roky

Vintage, angl. (vintidž) - používa sa na označenie ročníka - Vintage 1973

X

XO - označenie veku cognacu na etikete alebo v názve. Skratka označenia „Extréme Old". Cognac musí byť najmenej šesť rokov starý. Ak sa o jedná o zmes, tento vek musí spĺňať najmladšia súčasť zmesi

The cognac alphabet or lets make it clear...

When meeting cognac producers, businessmen, experts and collectors, I had to learn, whether I wanted it or not, couple words, and their knowledge gives every adept this basic stamp of literacy. For the beginning, we offer you some of the most used terms in connection with cognac, and their use, of course, will not be forbidden also in Testum News. With some of them you can meet on the labels or different information brochures.

So, shall we start?

Note: the abbreviation behind the word means the original language, where the word is from, in brackets we offer the correct pronunciation.

COGNAC ALPHABET

A

Alambic, fr. (alambik) – special distillery machine used in the Cognac region for doubled wine distillation, which after ageing in oak casks becomes Cognac.

B

Bons Bois, fr. (bon bua) – one of six producers` cognac regions, offers light, fast matured cognac

Borderies, fr. (borderi) - another one from the cognac producers` region, the smallest one and cognac from this region is characteristic by the violet aroma.

C

Cru, fr. (kru) – special term, used for the region selection. Mostly used also in the cognac name – Single cru cognac – means cognac made from only one region.

Cellar master, eng. (celar master) – cellar master is responsible for all actions taken on cognac, as soon as it appears in storages and cellars after distillation. His main responsibilities are the cognac storage, digest to the final blend, decreasing the alcohol sense.

Colombard, fr. (kolombar) – one of three main species used for the wine production, from which after double distillation and mature process in the oak cask, cognac appears.

Coupage, fr. – the sequential assembling of several cognacs used for the blend production. Usually takes couple months to 2 years in huge oak bins.

D

Domain, fr. (domen) – means domain, property.

E

Eau-de-vie, fr. (o de vi) – the result of second distillation, which can be after 2.5 mature process in the oak cask named cognac. The word by word translation means "alive water" or the "water of life"

Evaporation – the evaporation during the cognac mature process in oak casks. Cognac loses part of its content, as well as the alcohol part. This loss is in the cognac region poetically called the Angels` share, what means, part of the cognac stocks is due to the evaporation delivered to heavens` highs to treat the angels.

F

Fins Bois, fr. (fan bua) – another one from the production regions in cognac

Folle Blanche, fr. (fol blans) – one of three basic wine species, used for the wine production, from which after distillation and mature process appears cognac.

Fine, fr. (fin) – is used for labeling the cognac only from one region. F.e. Fine Borderies. The exception is "Fine Champagne", which is the blend of Cognac du Grande Champagne and Petite Champagne, where the Grande Champagne part is more than 50%

G

Grande Champagne, fr. (gran sampan) – The producers region, considered as the most qualitative. On several brand labels is known as "Premier Grand Cru" or using number "1er Cru"

H

Humidity – extraordinary important factor in the cognac mature process. From the humidity depends the Evaporation intensity, the length of cognac mature process and in decisive way affects the cognac quality.

CH

Chateau, fr. (shato) – the historical Seat of cognac producers` family, castle. The product can be named Chateau, only if distillation, mature process, blending process and bottling is being done in the concrete Chateau (example Chateau Fontpinot)

L

Limousin, fr. (limuzan) – the region with oak trees all over. Oaks from these forests are legally proofed as the right ones for the casks production, made for the cognac mature process.

M

Maisson, fr. (mezon) – house, in the content of cognac homes. Is used in connection with the concrete name, resp. cognac brand (ex. Maison Menuet)

N

Negotiants, fr. (negocians) – The cognac wholesalers in the cognac region. They buy made products, or still not matured cognac and this finalize in their own cellars. Most of them have long-term and stapled suppliers and produce excellent cognac. (ex. Delamain)

P

Paradis, fr. (paradi) – paradise, is the special storage room for the oldest cognac stocks in every cognac house. Is divided from the other cellars, where cognac only matures.

Petit Champagne, fr. (petit sampan).

R

Rare – names the rare and special cognac species.

S

Swan neck – part of the distillation machine, tiny pipeline, through which are the fumes moving from the boiler to the refridgerator tank.

T

Troncais, fr. (tronsez) - – the region with oak trees all over. Oaks from these forests are legally proofed as the right ones for the casks production, made for the cognac mature process.

Tres Vielle, fr. (tre vii) – the connection made to emphasize the age of old cognacs.

U

Ugni Blanc, fr. (Uni blonk)

V

Vielle, fr. (vii) – emphasize high special cognac age. Mostly used in connection with "Vielle Reserve" – old stocks

VS – "very special" name for the youngest cognac quality. The legible mature time for the VS label is 2 years.

VSOP – "very superior old pale" another label for the cognac age by abbreviation. The minimum age is 4 years.

Vintage – used for the annual volume – Vintage 1973

X

XO – identifying the cognac age on the label or in the name. The abbreviation for "Extreme old". Cognac labeled like this has to be at least 6 years old, if it is a blend, the youngest part of the blend has to be this old.

RODISKO COGNACU

Pred viac ako storočím si s aktívnou účasťou francúzskej vlády začal priemysel cognacu definovať súbor zásad, podmienok a obmedzení, ktoré by zabezpečili jednotnosť pri výrobe a ďalšom spracovaní destilátu tak, aby ich nebolo možné spochybniť. Každému, kto nevyhovuje týmto presne určeným predpisom, je odmietnuté povolenie používania kontrolovaného názvu „Cognac". Prvým a zásadným krokom bolo definovanie územia, kde sa môže tento nápoj vyrábať.

Na brehoch Charente

Vymedzené územie na výrobu cognacu sa rozprestiera pozdĺž brehov Charente, širokej a krásnej rieky, ktorú kráľ Henrich IV. opísal ako najkrajší tok vo svojom kráľovstve.

Zaberá veľkú časť oblasti Charente, celú Charente-Maritime a niektoré okresy Dordogne a Deux-Sevres.

Bohatá a rozmanitá krajina

Staroveká zem, kedysi nazývaná Aunis, Saintonge a Angoumois, obsahuje širokú škálu terénov v rozmedzí od otvorenej krajiny - „champagnes" - s kriedovou pôdou, ale aj planiny s červenými, kamennými, zemitými a zelenými údoliami, oddeľujúcimi kopce a močiare, sem tam posiate lesmi. Rozličnosť tohto územia sa prirodzene odráža v arómach, vôňach a chutiach cognacu, prispievajúc k bohatosti jantárovo sfarbeného destilátu známeho na celom svete.

Srdce cognacu

V srdci produkčných oblastí sa nachádzajú mestá Jarnac, Segonzac a samozrejme Cognac, podľa ktorého je pomenovaná nielen oslavovaná eau-de-vie, ale aj celá oblasť. Mesto Cognac leží 465 km od Paríža, 120 km od Bordeaux a 100 km od prístavného mesta La Rochelle. V tejto geografickej oblasti sa nachádzajú aj iné známe miesta, ktoré sa oplatí navštíviť, ako sú Angouleme, Saintes, Rochefort, Royan. Nesmieme zabudnúť ani na ostrovy, ostrov Ré (prezývaný „Ré la Blanche") a ostrov d'Oléron.

Otázka podnebia

S dostatkom dažďa a s priemernou ročnou teplotou 13,5 °C (6,5 °C v zime a 21,5 °C v lete) oblasť Cognac má ideálne množstvo slnečného žiarenia a dobré klimatické podmienky na pestovanie vysoko kvalitných vín. Možno je to táto špeciálna mikroklíma, ktorá prispieva k príjemnej elegancii a k celkovému šarmu toho, čo sa niekedy nazýva „umenie života" v kraji Cognac.

Územie Cognac leží na mieste, kde sa rozličná a výnimočne bohatá pôda stretáva s mikroklímou, ktorá je sama osebe výsledkom stretnutia kontinentu a vplyvu mora.

Rozdiely medzi šiestimi pestovateľskými alebo produkčnými oblasťami (crus) vymedzenej oblasti sú vyjadrené v arómach a chutiach, ktoré dávajú cognacu jeho jedinečnú osobitosť.

Hoci chránený názov „cognac" môže byť použitý len pre destiláty, vyrábané na presne určenom území vymedzenom dekrétom z 1. mája 1909, to neznamená, že existuje len jeden typ cognacu. Podľa legislatívy je táto oblasť rozdelená na šesť „crus" alebo produkčných oblastí od roku 1938. Nenapodobiteľná kombinácia ich pôdy, podnebia a slnečného svitu sa odzrkadľuje v plodoch viníc, vo víne, ktoré produkujú, dávajúc následne unikátnu chuť každému cognacu.

Grande Champagne - Grande Champagne sa rozprestiera na 37 500 ha drobivej, kriedovej pôdy, bohatej na uhličitan vápenatý. Z celkovej rozlohy oblasti Grande Champagne pokrývajú vinice asi 13 000 ha. Dominantná odroda viniča je Ugni Blanc, z ktorej sa vyrába typické biele víno, určené na ďalšie spracovanie destiláciou. Z tohto vína

PRODUKČNÉ OBLASTI

sa vyrába jemný, ľahký cognac s dominantným kvetnatým bouquetom, vyžadujúci na dosiahnutie plnej zrelosti dlhé dozrievanie v sudoch. Považuje sa za najlepšiu produkčnú oblasť, mnohokrát označovanú ako „Premiér Grand Cru".

Petite Champagne - Zaberá oblasť 68 400 ha a rozloha viníc tejto oblasti, považovanej za druhú najlepšiu (po Grande Champagne), je 16 000 ha. Pôda je zložená z menej kompaktnej kriedovej vrstvy a na západe je badateľný vplyv oceánu. Táto oblasť produkuje cognac podobnej kvality ako Grande Champagne, ale nedosahuje takú jemnosť a mäkkosť.

Borderies - S rozlohou 13 440 ha predstavuje najmenší zo šiestich produkčných regiónov. Ležiac severne od mesta Cognac má svoju vlastnú špecifickú mikroklímu.

4000 ha viníc produkuje jemný, okrúhly cognac, plný vône fialky. Dosahuje optimálnu kvalitu po kratšej dobe dozrievania, ako cognac z oblasti Grande Champagne.

Fins Bois - Územie Fins Bois obklopuje prvé tri oblasti, rozprestiera sa na 354 200 ha tvrdého, vápencového podložia. Niečo málo cez 33 000 ha viníc produkuje zvláštne vína, dávajúce neskôr okrúhle, hebké brandy, ktoré dozrieva pomerne rýchlo, s bouquetom, ktorý pripomína vôňu čerstvo lisovaného hrozna.

Bons Bois - Okolo Fins Bois sa rozprestiera ako obrovský opasok Bons Bois, na rozlohe 386 000 ha ílovitej pôdy s malým obsahom soli. Táto oblasť, na ktorej je 12 000 ha viníc určených na pestovanie cognacu, je viac vystavená pobrežnej klíme a nadmorská výška niektorých vinohradov v južnej časti môže byť faktorom, ktorý určuje, že výsledná eau-de-vie dozrieva skôr a jej chuť v ústach je tvrdšia.

Bois a Terroir - Šiesta oblasť pokrýva 274 176 ha, z ktorých je len 1700 ha určených na pestovanie cognacu. Pôda, ktorá je výlučne piesočnatá, sa nachádza na pobreží Atlantiku alebo na ostrovoch Oléron a Ré. Táto typicky prímorská pôda produkuje cognac, ktorý veľmi rýchlo dozrieva a má charakteristickú miestnu chuť.

Prísne kontrolované názvy

Dekrét, datovaný rokom 1938, dovoľuje obchodníkom predávať ich produkty pod menom okresu ich pôvodu s použitím kontrolovaných názvov (AOC - Appelation Origine Controleé). Dekrét tiež umožňuje, aby sa na etikete uvádzal názov „Fine Champagne" v prípade, že sa jedná o zmes cognacu z Grande a Petite Champagne a obsah pôvodom z Grande Chapmagne predstavuje aspoň 50%.

Grande a Petite Champagne, Borderies, Fins Bois, Bons Bois a Bois a Terroir (alebo Bois Ordinaires) sú názvy oblastí, ktoré potvrdzujú, že váš cognac je skutočne pravý. Sú to mená šiestich pestovateľských a produkčných oblastí alebo „crus", z ktorých je tvorená oblasť Cognac. Každým čo i len krátkym privoňaním k pohárik cognacu poodhalíte všetky typické vône tohto navýsosť špecifického regiónu.

THE COGNAC PRODUCTION AREA

The Cognac production area was delimited by the decree of May 1st, 1909. Based on the soil features described by the geologist Henri Coquand in 1860, 6 Cognac growing areas (Crus) were delimited and then ratified by decree in 1938: Champagnes (Grande and Petite Champagne), Borderies, and Bois (Fins Bois, Bons Bois, and Bois Terroirs). The Crus received their names when the local forests were cleared at the beginning of the 19th century. The Champagne and Borderies center growing areas are most productive.

The Delimited Region

The Cognac Delimited Region is located at the north of the Aquitaine basin, bordering the Atlantic Ocean. To the West, it borders the Gironde estuary and the islands of Re and Oleron and to the Eastit neighbours the region of Angoul me and the Massif Central foothills. The landscape is formed by plains and small hills with smooth reliefs. The Charente river crosses the region, nourished by other streams: the Ne, the Antenne, the Seugne rivers... The production area covers the Charente-Maritime and most of the Charente departments, and several districts of the Dordogne and Deux-S vres. It has a homogenous and mild seaside climate. Annual average temperature in the area is of about 13 C (55 F), and winters are normally mild. The Delimited Region has a total area of over one million hectares (1 095 119 ha), but the actual vineyards only occupy 79 636 ha. Approximately 95°/o of them are used for Cognac production.

Growing Areas

The Delimited Region is made up of six growing areas known as « crus »that reference the various appellations.

Champagnes

Clayey, chalky thin soils on top of soft chalk from the Cretaceous. From the surface down, the limestone content is very high and in excess of 60°/o in some places.

THE COGNAC PRODUCTION AREA

Montmorillonite clay provide these fertile soils with good structure and water reserve. Despite their thinness, these soils do not suffer from lack of water as the sub-soil acts as a giant sponge through which water may slowly rise as the summer dryness increases.

The Grande Champagne Appellation Grande Champagne is planted with about 13 159 ha of vines used in the production of Cognac white wines. These wines produce fine, light Cognacs with a predominantly floral bouquet, requiring long ageing in casks to achieve full maturity.

The Petite Champagne Appellation Petite Champagne has 15 246 devoted to Cognac production. The resulting eaux-de-vie are very similar to those of Grande Champagne, but without their finesse.

The Borderies

The Borderies is the smallest of the six Crus. Its soil contains clay and flint stones resulting from the decomposition of limestone. Lying North-East of Cognac, its 3 987 ha of vines produce fine, round Cognacs, smooth and scented with an aroma of violets. They reach optimum quality after a shorter ageing period than Cognacs from the Grande and Petite Champagne.

The Bois

The Fins Bois Appellation

Most of this area is covered by clayey, chalky soils known as «groies» very similar to those of the Champagne Crus, except for their red colour and hard stones from the Jurassic. Lying in a lower area known as the „Pays Bas" (Low Countries) nort of Cognac, heavy clayey soils can also be found (60°/o clay). The Fins Bois surround the first three erus. Their 31 001 ha produce round, smooth Cognacs that age fairly quickly, with a bouquet that recalls the scent of freshly pressed grapes.

The Bons Bois Appellation

In the Bons bois crus, we find sandy soils on coastal location in certain valleys, and most especially in all the southern par of the vineyard. These are sands that have eroded from the Massif Central. Vines are quite dispersed, mixed with other crops, surrounded by forests of pine trees and chestnuts. The Bons Bois form a vast belt, of which 9 308 ha are destined ti Cognac production.

The Bois Terroir or Bois Ordinaires

This growing area has less of 1 101 ha of vines destined to Cognac white wine production. The soil, almost exclusively sandy, lies along the coast or on the islands of Re or Oleron, producing fast-ageing eaux-de-vie with a characteristic maritime flavour.

THE FINE CHAMPAGNE APPELLATION

Fine Champagne is not a cru, but rather a Controlled Appellation of Origin composed of a blend of Grande and Petite Champagne eaux-de-vie, with a minimum of 50% of Grande Champagne.

Alambic

ZÁZRAK ZVANÝ

Je načase, aby sme si poodhalili niečo z tajomstva základov výroby nápoja, ktorý predstavuje nosnú tému každého príspevku v tomto spravodaji. Aby som bol presný, takmer každého príspevku. Nuž, je to tak, Cognac sa rodí z hrozna pestovaného na krásnom kúsku územia Francúzska, ktoré sa následne transformuje na ľahké víno, aby samotný akt zrodu nápoja našiel svoje miesto v destilačnom prístroji. V skutku, dvojitá destilácia vína v aparáte zvanom Alambic je tým bodom zlomu, koncentrácie a zhutnenia všetkých kvalít sústredených vo viniči. No a dnes sa bližšie pozrieme na onú pôrodnicu – ergo destilačný prístroj. Nebolo by však od veci pozrieť sa trochu do histórie a uzrieť tieto magické trubky v kontexte dejinného vývoja.

História destilácie

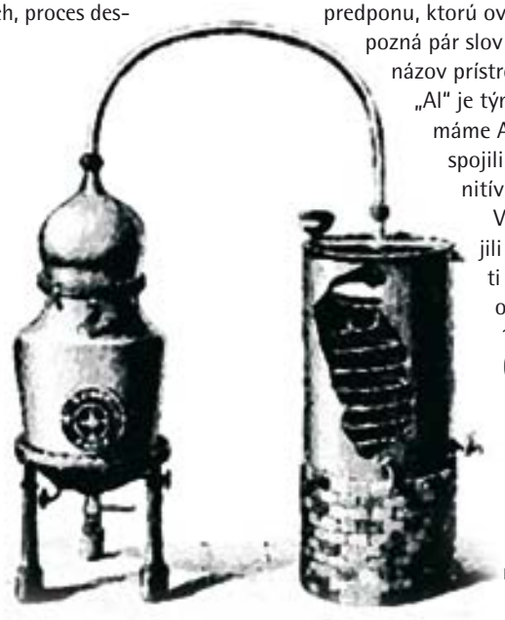
Alambic destilácia je veľmi stará technika, ktorú používali starí Číňania už 3000 rokov pred našim letopočtom, východoindické národy takmer 2500 rokov, Egypťania 2000 rokov, Gréci 1000 a Rimania 200 rokov pred našim letopočtom. Je to už raz tak, sťaby dejiny ľudstva boli nerozlučne spojené s dejinami destilácie. V samých začiatkoch všetky spomínané kultúry vyrábali tekutinu, ktorú neskôr Arabi nazvali alkoholom a používali ju najmä na liečebné účely a v záujme prekrytia pachov všedného dňa i na výrobu parfémov.

Niekedy v šiestom storočí, avšak už letopočtu po Kristovi, začali Arabi inváziu do Európy a súčasne s mocenskými chúťkami vyviezli aj techniku destilácie. Alchymisti a mnísi ako vtedajší nositelia pokroku a vecí nových, proces destilácie progresívne vylepšili, čo sa odrazilo v lepšej technike samotného procesu i v zlepšení zariadenia, v ktorom sa tento výnimočný proces realizoval.

Ak sa zameriame na históriu destilácie na území dnešného Francúzska, stačí spomenúť jedno meno - Arnaud de Villeneuve. Na prvý pohľad meno ničím výnimočné. Ak vám však zvestujeme, že tento chlap bol prvým Francúzom, ktorý v roku 1250 destiloval víno, tak brvu určite načim zodvihnúť. Navyše ho nenapadlo nič iné, ako výsledok destilácie nazvať eau-de-vie alebo Voda života a to je už počin v histórii cognacu vskutku pioniersky. Pre úplnosť dodávame, že terminus technicus - Voda života - sa vzťahoval k jej účinkom, resp. k účinkom, ktoré jej pripisoval monsieur de Villeneuve a to schopnosť predlžovať život.

Vznik prístroja zvaného Alambic

Ako je už z kontextu známe, dnes používané destilačné prístroje resp. zostavy v oblasti Cognac sa nazývajú Alambic. Prapôvod tohto slova musíme hľadať hlboko v dejinách človečenstva a k jeho prvému predchodcovi sa dopátrame u starých Grékov. Slovíčko „Ambix" je totiž grécke slovo označujúce nádobu v tvare vázy s malým otvorom. A určite vás neprekvapí, že nádoba tohto tvaru bola súčasťou destilačného aparátu tej doby. Arabský vplyv v histórii destilácie sme už spomínali a odrazil sa i v samotnom názve procesu destilácie. Arabi totiž zmenili grécke slovo „Ambix" na „Ambic". No ak skúsite pridať k tomuto už arabskému slovu predponu, ktorú ovláda asi každý mudrc tváriaci sa že pozná pár slov z tejto pre nás hatlaniny, dostanete názov prístroja z titulku. Áno vážení. Slovíčko „Al" je tým mostíkom k „Ambic". Takže tu máme Al Ambic, v ktorom neskôr Európania spojili tieto slovíčka do jedného, čím definitívne vzniklo slovo - alambic.



V Európe sa do destilačného víru zapojili najmä Holanďania, Francúzi, Íri a Škóti (okrem iných i ďalšie národy) niekedy okolo 15. storočia a následne v storočí 16-tom. Vytvorili napítky ako gin (Holanďania), whisk(e)y (Škóti a Íri), armagnac (Francúzi) a samozrejme Cognac (opäť Francúzi).

Ak kapacita destilačného aparátu priamo súvisela s účelom destilácie, potom tvar prístroja sa menil podľa krajiny, v ktorej sa celý proces realizoval. Nie inak tomu bolo v re-

gióne Cognac. Kde sa vzal, tu sa vzal, objavil sa Chevalier du Croix Marron a okolo roku 1600 priviedol k dokonalosti eau-de-vie zavedením dvojitej destilácie. Konečný vzhľad, po našom design, dali destilačnej zostave Chaptal (1780) a Adam (1805), ktorým sa tiež podarilo dramaticky zvýšiť účinnosť destilácie. Tento prístup si postupne osvojili všetci závisláci na destilácii v oblasti Cognac, ktorí sa neustále snažili nájsť cesty ako dosiahnuť najvyššiu kvalitu ich výrobkov a tokom času priviedli tak design opachy Alambic ako aj metódu dvojitej destilácie k vrcholu dokonalosti. Tomu sa povie guráž.

Už sme sa zmienili o fakte, že destilácia nebola výsadou francúzskych výrobcov, ale opantala si aj iné končiny našej matičky zeme. V Amerike sa taktiež veselo destilovalo a dokonca brandy, ktoré destiloval otec Duran z misie Santa Barbara bolo destilované dvakrát. Od destilácie vína na brandy sa postupne upúšťalo, resp. používali sa destilačné metódy ktorých výsledkom boli výrobky lahodiace chutiam tamojších konzumentov. Až o mnoho desiatok rokov neskôr, v 80-tych rokoch minulého storočia sa niektorí výrobcovia kvalitných vín rozhodli, že už je čas na výrobu komplexného brandy z Californie. Dnes ak niektorý výrobca brandy používa „alambic" a vyrába brandy podobným spôsobom ako sa vyrába Cognac, môže svoj výtvor nazvať Alambic brandy.

Alambic – destilácia typická pre Cognac

Najznámejší výrobcovia alambic - Binaud, Chalvignac, Mareste, R. Prulho a tvorca vlastného prístroja Jean-Louis Stupfler sídlia v Cognac a používajú osvedčené pôvodné materiály. Alambic sa vyrába z bronzu a medi. Niektoré časti prístroja, neovplyvňujúce kvalitu cognacu alebo brandy môžu byť vyslovene z praktických dôvodov vyrobené z nerezovej ocele (klapky, ventily, kondenzačné nádoby). Avšak meď zostáva stále najdôležitejší kov používaný na výrobu alambic prístrojov. Jej vlastnosti ju k tomu predurčujú. Je vynikajúci vodič tepla, odoláva korózii z ohňa a vína, citlivo reaguje s vínnymi komponentmi a mastnými kyselinami (táto vlastnosť bola vždy veľkým plusom pre výslednú kvalitu brandy alebo cognacu). A na záver - je spoľahlivým katalyzátorom reakcií medzi zložkami vína, ktoré pri jeho vývoji a destilácii navzájom reagujú.

A kruh je uzavretý. Tešme sa spoločne na ďalšie výsledky varu vína v alambic.

ZÁZRAK ZVANÝ ALAMBIC

Alambic DISTILLATION

A miracle named Alambic. It is just about a time to uncover a little from the production´ secret of a liquer, which is the main topic of each volume in Testum News. Almost every volume, to be punctual. Well, the truth is that cognac is made from a grapevines that grown on a beautiful land in France, to be transformed into light wine, until the act of genesis itself won´t find its place in the equipment of distillation. The double wine distillation in the equipment named Alambic is that breaking point of concentration and concretion of all qualities concentrated in the vineyard. And today we will draw our attention specifically on the main equipment – equipment of distillery. It wouldn´t be out of question to search a little in the history and see these magical tubes in the context of their historical development.

History of Distillation

Alambic Distillation is a very old technique, which was, used by the Chinese 3000 years BC, the East Indians 2500 years BC, the Egyptians 2000 years BC, the Greeks 1000 years BC, and the Romans 200 years BC. In the beginning, all of the above cultures produced a liquid, later called alcohol by the Arabs, which was used for medicinal purposes and to make perfumes.

By the sixth century AD, the Arabs had started to invade Europe and at the same time released the technique of distillation. Alchemists and monks progressively improved the technique as well as the distillation equipment.

In 1250, Arnaud de Villeneuve was the first who distilled wines in France; he called the product, which resulted from this process, eau-de-vie or Water Of life. He attributed to it the virtue of prolonging life.

Origin of the Alambic still:

Today, the pot still used in the Cognac area is known as an alambic. "Ambix" is a Greek word defined as a vase with a small opening. This vase was part of the distillation equipment. Initially, the Arabs changed the word "Ambix" to "Ambic' and called the distillation equipment "Al Ambic." Later in Europe, the word was changed to alambic. The Dutch, French, Irish, Scottish, and others started producing distilled spirits around the 15th and the 16th century. They created gin (Holland), whiskey (Scotland and Ireland), Armagnac (France), and Cognac (France).

If the capacity of the still depended on the purpose of the distillation, then the shape was related to the country that used the distillation equipment. In the Cognac region around 1600, the Chevalier of Croix Marron has perfected the eau-de-vie through double distillation. In France, Chaptal (1780) and Adam (1805) dramatically improved the efficiency of distillation and gave the alambic its final design. The Cognac makers, continually seeking to obtain the best quality for their Cognac, brought both the Alambic design and the double distillation methods to the highest of perfection.

In North America

Bourbons and whiskies were first produced around 1750. In the booklet America Brandy Land, published by the California Brandy Advisory Board, the Mission San Fernando produced around 2000 barrels of brandy during the 1830s. Father Duran, the brandy maker at Mission Santa Barbara, produced brandy using double distillation.

Progressively during the 1950s, most of brandy producers gave up distilling. Those who continued to distill using the column still due to its ability to produce a brandy compatible to the consumer trend. During the last decade, in California, one has noticed the American palate becoming more and more educated and ready for sophisticated products. At the same time, many wines and sparkling wines have reached a very high level of quality and are recognized as world - class products. In the 1980s, well-established and new brandy producers decided the time had come to develop a more complex California brandy. Today, if one produces a brandy using an 'alambic" and the Cognac distillation method, the brandy can be called Alambic brandy.

Cognac Type of Still (Alambic)

The most famous alambic manufacturers (Binaud, Chalvignac, Mareste, R. Prulho, and the creator of our own still, Jean - Louis Stupfler) are based in the Cognac area. Raw materials to manufacture alambics:

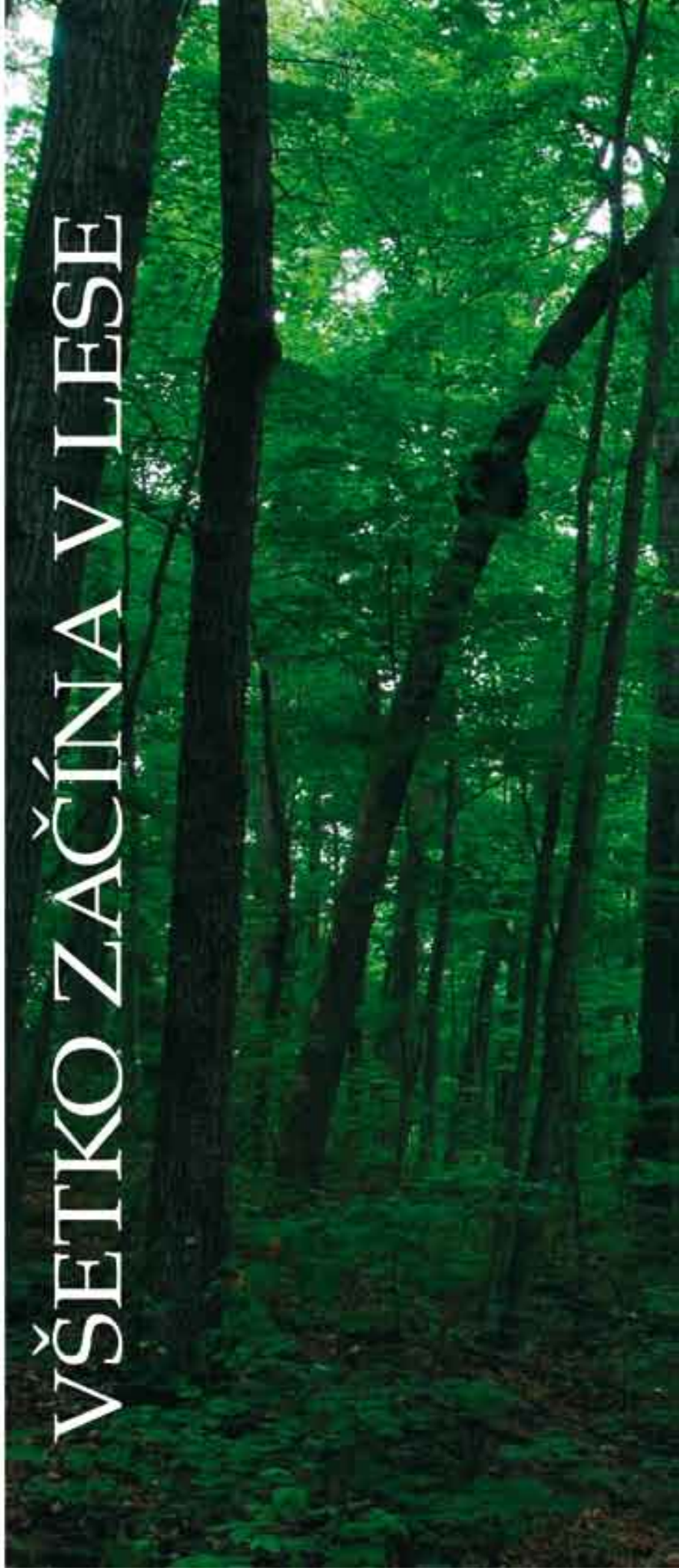
An alambic is made of copper and bronze. Some of the alambic parts not important to the quality of the Cognac or the brandy can be made of stainless steel for practical reasons (e. g., valves, fittings, condenser tank).

However, copper remains the most efficient metal to build alambics. Copper offers the following advantages:

It is malleable; it is a good conductor of heat; It resists corrosion from fire and from wine; It reacts with wine components such as sulfur components and fatty acids (this property is always favourable for the Cognac or brandy quality); And it is a catalyst for favourable reactions between wine components.

ALAMBIC DISTILLATION

VŠETKO ZAČÍNA V LESE



Cognac bez kvalitného suda by nebol cognacom, tak ako sud by nebol dobrým sudom bez kvalitného dreva. Tak sa trochu poprechádzajme po dubovom lese a povedzme si niečo viac o tomto základnom kroku na ceste ku kvalitnému cognacu. Spoločníkom nám bude človek, ktorý francúzskemu dubu zasvätil dlhé roky svojho života. Z tieňa starých dubov sa k nám blíži monsieur Michael Bonhomme. Jeho špecializáciou je dohľad nad pestovaním a výberom dubov špeciálne určených na výrobu sudov pre cognac.

Ideálny čas na obhliadku dubov je obdobie po skončení oberačiek. Je prekvapujúce, ako prirodzene dokonalé sú duby, ktoré rastú takmer bez zásahu človeka. Takmer bez zásahu znamená, že počas voľného rastu sa len z času na čas orezávajú v nevyhnutnej miere. To je všetko. Michael tu pozná každý strom a je úžasné sledovať ho pri prechádzke jeho dubovým kráľovstvom, o ktorom s prirodzeným zápalom dokáže rozprávať dlhé hodiny.

Duby sa rozdeľujú na dva hlavné druhy: Quercus pedunculata a Quercus sessiliflora (Sessile). Prvý z druhov - Pedunculata, sa vyprofiloval na najrozšírenejšie pestovaný druh vo Francúzsku. Má rozložité vetvy, drsnú, hlboko vrúbkovanú kôru a podlhovasté žalude. Na rozdiel od týchto typických znakov, je druh Sessile vyšší, rovnejší, s hladkou kôrou a guľatými žaluďmi. V zmiešaných lesoch tvoria duby Sessile len asi 15% porastu a po necelých 15 minútach prechádzky s Michaelom oba druhy ľahko identifikuje aj nový návštevník lesa.

Duby Pedunculata sú veľmi obľúbené u výrobcov sudov pre cognac, pretože majú širokú textúru od 3 do 4 milimetrov. Toto výrazne pórovité drevo umožňuje ľahký prechod vzduchu cez steny suda a tým mení eau-de-vie na nápoj, ktorý každý tak miluje. Súčasne je bohatý na tanín, ktorý v hojných dávkach odovzdáva nápoju a dodáva mu typickú dymovo-červenú farbu a vanilkovú príchuť.

Na rozdiel od Pedunculata, Sessile sa taktiež používa na zretie cognacu, ale iba ak je požadovaná tenká textúra - len 1 milimeter. Toto drevo uvoľňuje menej tanínu do nápoja, ktorý tak získava jantárovú farbu s príchuťou klinčekov a kokosu. Jednotlivé domy cognacu si vyberajú druh duba pre svoje sudy v závislosti od výslednej chuti, ktorú chcú dosiahnuť podľa želaní svojich zákazníkov.

Michael kupuje stromy už takmer 30 rokov. Spočiatku ich dodával pre potreby píly v strednom Francúzsku, ale posledných osem rokov je dodávateľom duba pre firmu Tarransaud, lídra vo výrobe sudov pre oblasť Cognac. Nájdenie toho správneho dreva začína nakupovaním. Bonhomme obdrží katalógy od štátnej lesníckej služby, podrobne si preštuduje všetky stromy určené na predaj a následne sa vypraví osobne sa zoznámiť s vybratými kandidátmi na sťatie. Priamo v lese

sleduje ich konáre, vady kôry, meria ich a na záver vyberá tie najvhodnejšie pre výrobu sudov. Michael kráča dlhé hodiny po lese a snaží sa nájsť ideálne stromy s rovnou kôrou a rovnobežným jadrom. Drvivá väčšina sudov na cognac potrebuje dub Pedunculate, ktorý je asi 12 metrov vysoký a ktorého kmeň má priemer aspoň 50 cm. Tieto parametre spĺňa strom, ktorý má okolo 125 rokov. Menšina sudov na cognac sa vyrába z duba Sessile vysokého 25 metrov, s priemerom aspoň 50 cm. Verte -neverte, takýto strom dorastá zhruba za 200 rokov. Kmeň takéhoto duba sa rozdelí na dve polovice. Spodná (nazývaná „grumes"), jediná vhodná na výrobu sudov na cognac, sa naštiepa na rovné diely, z ktorých budú neskôr dlahy suda a druhá sa použije na iné účely. Bonhomme sa tmolí po lese vyzbrojený vreckovým počítačom, počíta množstvo dreva, ktoré potrebuje nakúpiť a v deň aukcie dubov robí ponuky na konkrétne stromy, pričom čelí ponúkam davu ďalších obchodníkov s drevom.

Okamihom kúpy dreva sa začína spolupráca s výrobcom sudov a je prirodzené, že Michael je v priateľskom kontakte s Alainom Dellierom, ktorý dohliada na výrobu sudov u firmy Tarransaud v mestečku Merpins, len na skok od mesta Cognac.

Sem dorazia nahrubo naštiepané dlahy tzv. „merrains", ktoré sa štiepajú z „grumes" (spodná časť duba), vybraté Michaelom. Takže „merrains" sú ponechané na vonkajšom priestranstve v okolí továrne počas 2-3 rokov, aby sa prirodzeným vysychaním zbavili horkastého tanínu. Keď sú „merrains" pripravené na ďalšie spracovanie, postupne sa orezávajú až do finálnej podoby dlahy na sud, tzv. „doulles". Následne sa starostlivo odmerané dlahy „doulles" zoradia tak, aby vytvorili úhľadný prvotvar budúceho suda. Na jeden 350 litrový sud treba približne 30 až 37 dláh, ktoré sa po zoradení vložia do železnej obruče a postupným zahrievaním nad ohňom zmäknú natoľko, že sa ďalšia železná obruč dá upevniť i na druhý koniec skupiny dláh. Takýto polotovar sa následne ako celok zvnútra vypáli nad otvoreným ohňom a po tejto skúške ohňom a upevnení vrchnej a spodnej časti prechádza skúškou vodou. Napĺňanie suda striedavo horúcou a studenou vodou je dlhými rokmi overený spôsob skúšky jeho tesnosti.

Alain Dellier si nevie svoj život predstaviť bez vône čerstvého i vypáleného dreva a vďaka ľuďom ako je on sa neustále uchováva pôvodný spôsob výroby sudov pre cognac i pre víno. Ten však predpokladá, že najskôr necháme prírode dostatočný čas na tichú starostlivosť o rast majestátnych dubov po viac ako storočie. Bez tejto mágie odohrávajúcej sa v tichu dubového lesa by nebolo možné pokračovanie zázraku, na konci ktorého si môžeme vychutnať svoj dúšok cognacu so všetkými jeho nádhernými arómami a chuťami.

EVERYTHING START IN FOREST

Cognac would not be cognac without proper barrell, just like barrel would not be good barrel without proper wood. Lets walk in the oak-tree woods and talk about this basic step on the way to vintage cognac. Partner on our journey will be a man, who dedicated many years to the french oak-trees. From the old oak-trees shadow, please welcome, monsieur Michael Bonhomme. His specialization is the attendance after the raise and digest of oak-trees specialized for the cognac barrel production.

The ideal timing for the oak-trees reconnoitre is just after the collection. It is surprising, how naturally perfect are those oak-trees, which are raised almost without the human intervention. The minimum human intervention is made only time to time, when the trees are pruned in the necessary way. That is all. Michael knows every single tree in here and it is amazing watching him walking in his oak-tree kingdom, where he can talk hours and hours with natural enthusiasm.

Oak-trees are divided into two different lines: Quercus pedunculata and Quercus sessiliflora (Sessile). The first one, Pedunculata, has become the most widen in France. It has wide limbs, abrasive, deeply scored bark and ablong masts. Unlike these attributes, the Sessile kind is higher, straighter, with soft bark a round masts. In the mixed woods, the Sessile oak-trees compose only about 15% of all and after 15 min walk with Michael is also an accidental visitor able to differ these two kinds.

The oak-trees Pedunculata are very favorite in the cognac producers because of the wild, 3 to 4 milimetres texture. This expressive cellular wood allows soft air flow through the sheets and causes the change of eau-de-vie into a drink so beloved by everyone. Contemporary is reach on tannin, which gives the drink the typical smoke-red color and vanilla flavour.

Unlike Pedunculata, Sessile is also used for the cognac ripen, but only if the texture is 1 milimetre wide. This wood releases less tanin into the drink, which gets from it the amber color with soft taste of clove and coconut. The houses of cognac pick the oak-tree wood according to the final taste they wish to present their customers.

Michael buys trees for more than 30 years. From the beginning he delivered wood to the middle French saw-mil, but in last 8 years is the oak-tree deliver for the firm Tarransaud,

leader in the barrel producer for the Cognac region. The search of the right wood begins in shopping. Bonhomme receives catalogues from the state wood service, precisely studies all trees assigned for sale and then goes and visits the picked candidates for decollation. On the spot, in the forest, he observes their limbs, bark failures, counts them and at the end picks the most suitable ones for the barrel production. Michael walks in the forest for hours and tries to find the ideal trees, with straight bark and parallel core. Most of the cognac barrels need the Pedunculate wood, which is about 12 meters high, and its base has at least 50 cm. These parameters has a tree, that is over 125 years old. Minority of the cognac barrels is made from the Sessile oak-tree, 25 m high, base average at least 50 cm. Believe it or not, this tree grows approximately 200 years. The base of this oak-tree is divided in two halves. The bottom one (called "grumes"), the only one suitable for the cognac barrel production, is laminated into straight parts, which are used for the barrel splints and the other one is used for other purposes. Bonhomme is walking around the wood with his personal computer, counts the amount of wood he needs to buy and on the auction day makes offers for the specific trees, dealing with the other wood-businessmen offers.

The moment of purchasing the wood is the moment, when the cooperation between him and the barrel producer begins, and is more than natural, that Michael is in friendly relationship with Alain Dellier, head master in Tarransaud in the village Merpins, not far from the Cognac city.

This is the place, where laminated splints, called "merrains" are delivered. They are made from "grumes", the bottom part of the base, chosen by Michael. So "merrains" are left outside in the factory area within 2-3 years, to lose the bitter principle from the wood in the natural way. When "merrains" are ready for next manipulation, the splints are consecutively trimmed into the barrel, also called "doulles". Next step is to line up the precisely counted splints "doulles" so they would create the first look of the barrel. For one 350 liter barrel is about 30 – 37 splints needed, which are lined up and fixed in the iron binding and after consecutive warming above the open fire mellowed, so another iron binding can be placed. This half-finished product is consistently burned out from inside above the open fire and after this is being tested with water. Filling the barrel alternately with hot and cold water is a long year verified testing procedure.

Alain Dellier can not imagine his life without the smell of fresh and burned out wood and thanks to people like him, is the original way of producing the cognac barrels still alive. This suppose, that we will let the nature take care of slow and quiet grow of oak-trees for more then a century. Without this magic happening in the silence of oak-tree woods it would be impossible to continue in the magical process, on which end we can savour our draught of cognac with all its wonderful aromas and tastes.

COGNAC MEMORIES

KAPITOLY Z HISTÓRIE

Cognac a jeho história je pevnou súčasťou histórie Francúzska i krajín, do ktorých si za tých pár storočí od svojho vzniku našiel cestu. Ponúkame vám teraz niekoľko zaujímavých kapitoliek, ktoré môžeme uviesť napr. takto:

Vedeli ste že...

■ Rok 1914 bol výnimočne dobrý na úrodu viniča a pritom sa Európa rútila do jedného z najtemnejších období zabíjania v histórii ľudstva. Oblasť Cognac vyprodukovala v roku 1914 viac ako 150 000 hektolitrov čistého alkoholu, alebo povedané inak, 54 miliónov fliaš.
■ Rok 1915 zaznamenal iný rekord, a to najnižšiu produkciu za roky po Phylloxere - 38 000 hektolitrov, čo predstavovalo približne 14 miliónov fliaš.
■ Rok 1917 bol rokom vylodenia sa amerických vojsk pri La Pallice, neďaleko La Rochelle a od novembra 1917 do konca roka 1919 so sebou dotrepali 800 000 ton materiálu, vrátane 175 000 koní a mulíc. V dôsledku americkej invázie vzrástla výroba cognacu.
■ Rok 1919 už predznačoval návrat k predvojnovej úrovni produkcie, keď sa jej výkonnosť zastavila na čísle 117 000 hektolitrov
■ Počas prvej svetovej vojny zahynul každý štvrtý farmár z oblasti Charente.
■ Aj keď po vojne obchod s cognacom profitoval, objavil sa nový problém, keď boli začiatkom roku 1920 následkom prohibície uzavreté americké trhy. Protialkoholová nálada sa stupňovala a štát za štátom postupne uzákonili zákaz predaja alkoholu. Celý trh s cognacom v Amerike sa uzavrel.

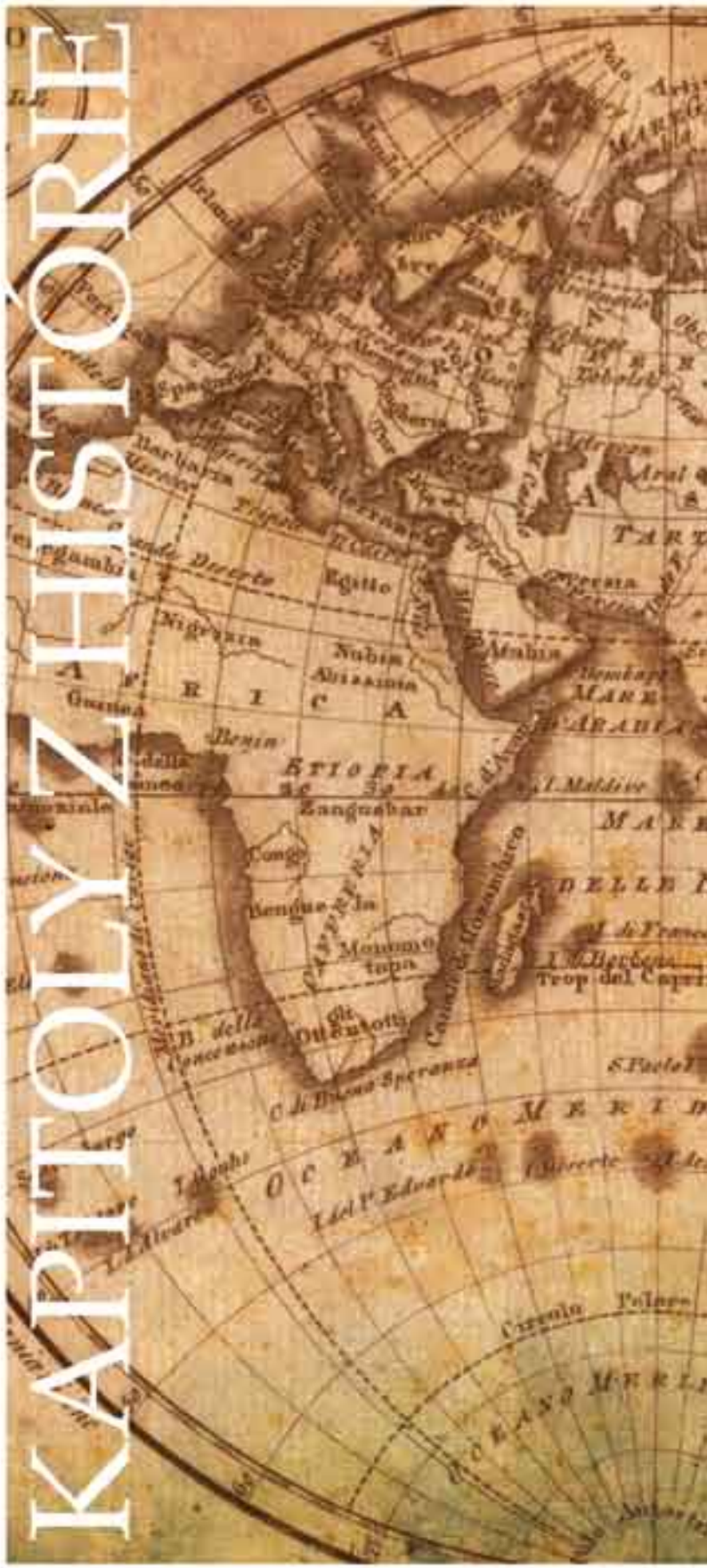
Cognac and its history are a stable part of the history of France, also other countries, in which it found its way since its establishment, throughout centuries. We Offer you now several interesting facts, which can be divided into little chapters:

Did you know, that ...

■ Year 1914 was extremely good for the vineyard crop, although the whole Europe was about to enter one of the darkest moments of killing in the human history. The Cognac region produced more than 150 000 hectoliters pure alcohol, or in other words, 54 million bottles.
■ Year 1915 quoted other record, the lowest production within last years after Phylloxere – 38 000 hectoliters, what is equivalent approximately to 14 million bottles.
■ Year 1917 was the year of the American army landing near La Pallice, not far from La Rochelle, and since November 1917 till the end of 1919 they brought over 800 000 tons of material, including 175 000 horses and mules. As the result of the American invasion, the production in Cognac grew.
■ Year 1919 indicated come back to the pre-war production, when its capacity stopped at the number of 117 000 hectoliters.
■ During first world war every fourth farmer from the Charente region died.
■ Although the Cognac business was profitable after the war, new problem occurred, when in 1920 the American markets were closed, as a matter affect of the prohibition. The anti-alcohol mood has raised and the state step by step prohibited selling the alcohol.
■ The whole Cognac market with USA was closed.
■ The businessmen were not willing to lose their incomes and so they were coming up with several ideas how to avoid this barrier. They collected stocks on Bermudas, from where they were transported to the eastern coast of America. The boats would snub 3 kilometers from the American territorial waters, where cognac and other drinks were overloaded on small ships, which headed to the coast. The revenue from the contraband increased to 700 %.
■ The European Cognac markets meanwhile collapsed. Germany increased the income customs due to high war

KAPITOLY Z HISTÓRIE

■ Obchodníci však o svoje zisky nechceli prísť a vymýšľali rôzne spôsoby ako obísť túto bariéru. Nahromadili zásoby na Bermudách, odkiaľ ich prevážali na lodiach k východnému pobrežiu Ameriky. Lode zakotvili tri kilometre od amerických teritoriálnych vôd, kde sa cognac a iné nápoje prekladali na malé lode, ktoré smerovali na pobrežie. Zisk z predaja pašovaného alkoholu dosahoval až 700%.
■ Európske trhy s cognacom sa medzitým zrútili. Nemecko zvyšovalo dovozné clo z dôvodov vysokých nákladov na vojnu. V neskorých 20-tych rokoch minulého storočia sa dovoz cognacu do Nemecka takmer úplne zastavil. Predaju cognacu v Nemecku úplne samozrejme nepomohla ani domáca propaganda vyzývajúca obyvateľov, aby uprednostnili nemecký cognac pred francúzskym. To zalarmovalo obchodníkov z oblasti Cognac, ktorí protestovali proti Nemecku, aby podľa Versaillských dohôd z roku 1919 rešpektovalo francúzsky apelačný systém a prestalo obchodovať s produktami ako bol Kognac.
■ V roku 1920 bol export cognacu do Nemecka 50 000 hektolitrov, do roku 1924 sa toto množstvo zredukovalo na polovicu a v roku 1930 kleslo až na nulu.
■ Vysoké dovozné poplatky a protekcionistický režim taktiež ovplyvnil vývoz cognacu do vojnou zmietanej Veľkej Británie. Dovoz francúzskej eau-de-vie do Británie začiatkom 20-tych rokov výrazne klesol. Neskôr sa síce na chvíľu stabilizoval,



costs. In late twenties last century has the cognac import to Germany almost stopped for good. Of course, the domestic propaganda which appealed inhabitans to prefer German cognac to French, did not help the French businessmen to increase their sells. This alarmed distillers from Cognac region, who reclaimed against Germany. According to the Versailles agreements from year 1919, Germany should respect French challenge system and stop trade with products such as Cognac.
■ In Year 1920 was the Cognac export into Germany over 50 000 hectolitres, till year 1924 thjis amount reduced on half, and in 1930 on zero.
■ High import fees and protection system also affected cognac export towards the war destroyed Great Britain. The French eau-de-vie import to Britain obviously decreased in the early twenties. Later was a little stabilized, but kept decreasing until the year 1929. Following facts speak clear language.
■ In year 1900 was the average one Briton imported alcohol consumption around half liter per year and in 1924 it was one tenth of this number!

COGNAC MEMORIES

KAPITOLY Z HISTÓRIE

ale následne klesal až do roku 1929. Nasledovné údaje o tom hovoria jasnou rečou: v roku 1900 bola priemerná spotreba dovezeného alkoholu na jedného Brita okolo pol litra na rok a v roku 1924 to bola už len desatinka z tohto množstva! Francúzsko sa medzitým rozhodlo obnoviť vojnou zničené hospodárstvo, mestá a továrne. Krajinu trápili dlhy a schodok v rozpočte znižoval cenu franku. Výrobcov cognacu postihol ďalší úder – v záujme vyrovnania schodku Francúzsko zvýšilo spotrebné dane. Kým priemysel sa pomaly spamätával, cognac mal neustále problémy. Sklárne na severe krajiny boli zničené a údolie Charente zápasilo s akútnym nedostatkom fliaš. Mnoho obchodníkov s cognacom zbankrotovalo.

■ Devalvácia franku v roku 1926 výrazne pomohla exportu cognacu do Južnej Ameriky, najmä do Argentíny, Venezuely, Kolumbie a Mexika. Cognac sa začal taktiež ľahšie presadzovať vo francúzskych kolóniách, najmä v Indočíne.
Oživenie netrvalo dlho, nakoľko po devalvácii britskej libry v roku 1931 a amerického dolára v roku 1933 bolo Francúzsko tam, kde pred rokom 1926. Produkcia alkoholu spadla zo 117 000 hektolitrov v roku 1930 až na 68 000 hektolitrov v roku 1934. Mnoho viníc bolo zlikvidovaných, pretože produkovali oveľa viac vína, ako spoločnosť dokázala skonzumovať.

■ Navzdory týmto problémom dokončili zákonodarcovia práce na definovaní Cognac ako oblasti pôvodu – apelácie, na ktorej mimochodom začali pracovať už v roku 1909. Podľa dekrétu z roku 1936 je oblasť Cognac oficiálne definovaná ako Appelation d´Origne Controlée. O dva roky neskôr bola definovaná mapa oblasti Cognac, keď úrady vydali oficiál-

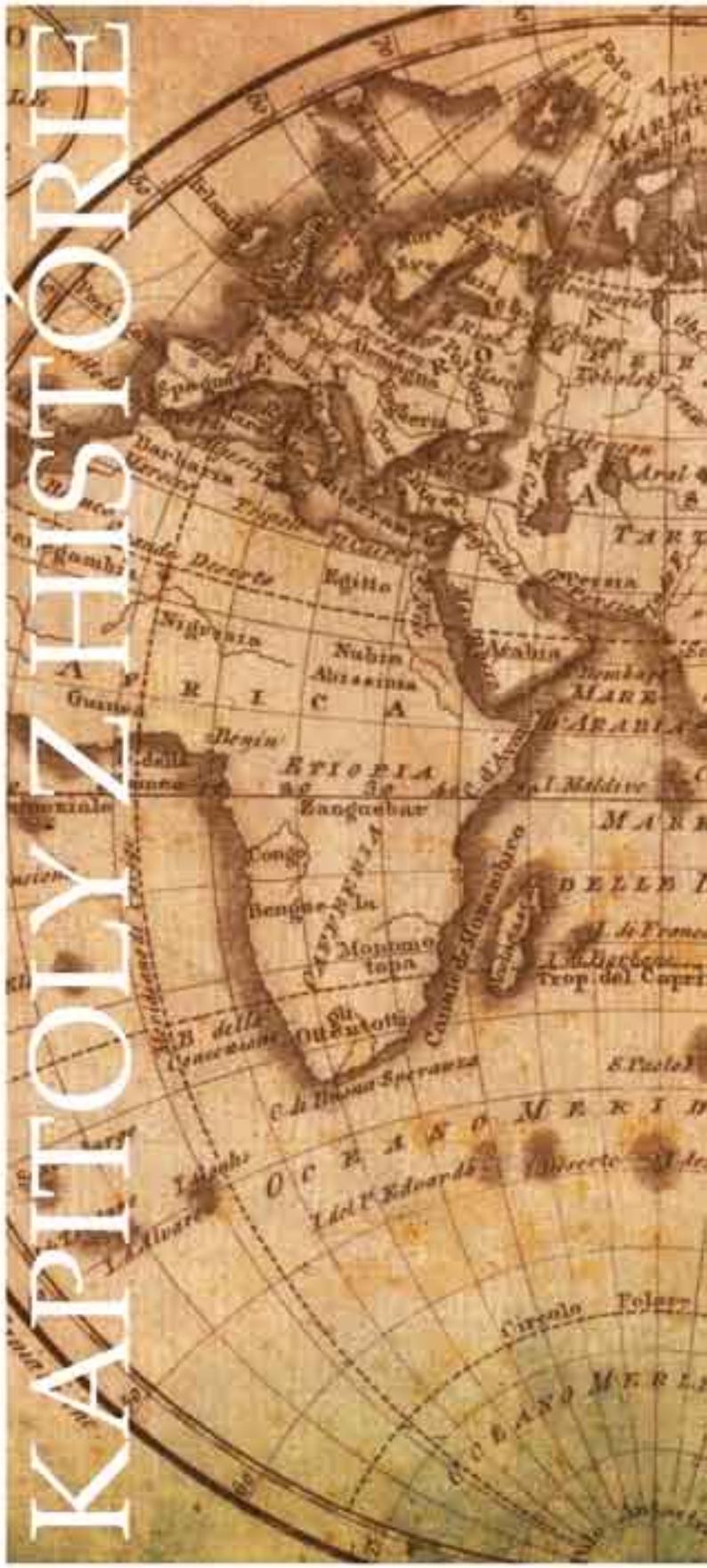
■ Meanwhile, France decided to reveal its war destroyed economy, cities and factories. The country was tortured by debts and the deficit in the budget decreased the value of frank. The cognac producers had to face another attack – in the name of balance the deficit, France decided to increase the excise taxes. While the whole industry was slowly re-healed, cognac still had to face several problems. The glass-house in the north of the country were destroyed and the Charente region had to face the acute absence of bottles. Many cognac businessmen bankrupted.

■ The frank depreciation in the year 1926 rapidly helped the cognac export to the south America, especially Argentina, Venezuela, Columbia and Mexico. Cognac also began to appear in the French colonies, mostly Indochina.

■ The revival did not last long, whereas after the British pound depreciation in 1931 and American dollar in 1933, France was back on stage, as it was before year 1926. The alcohol production fell from more than 117 000 hectoliters in 1930 until 68 000 in 1934. Many vineyards were destroyed, because they produced much more wine, than the society could consume.
In defiance these problems the lawmakers ended up their work on defining Cognac as the region of ancestry - appellation, on which they started to work in 1909. According to the decree from 1936 is Cognac officially named as Appelation d´Origne Controlée. Two years later was the Cognac region map defined, when the government offices constituted the official appellations for individual production areas, named Grande Champagne, Petite Champagne, Borderies, Fins Bois a Bons Bois.

■ The decree from 1938 created new accentuations, which were not based in the territorial principle. The Fine Champagne appellation was defined for the cognac blends from the Grande Champagne and Petite Champagne regions, where the Grande Champagne region is at least 50 %.

■ In last 30ties cognac had to face the increased whiskey consumption and coped with it fairly. Cognac was able to stand this pressure, mostly encouraged from the increased



ne apelácie pre jednotlivé produkčné oblasti pomenované Grande Champagne, Petite Champagne, Borderies, Fins Bois a Bons Bois.

■ Dekrét z roku 1938 vytvoril nové apelácie, ktoré neboli založené na teritoriálnom princípe. Bola definovaná apelácia Fine Champagne pre zmes cognacu z oblastí Grande Champagne a Petite Champagne, kde obsah Grande Champagne je aspoň 50%.

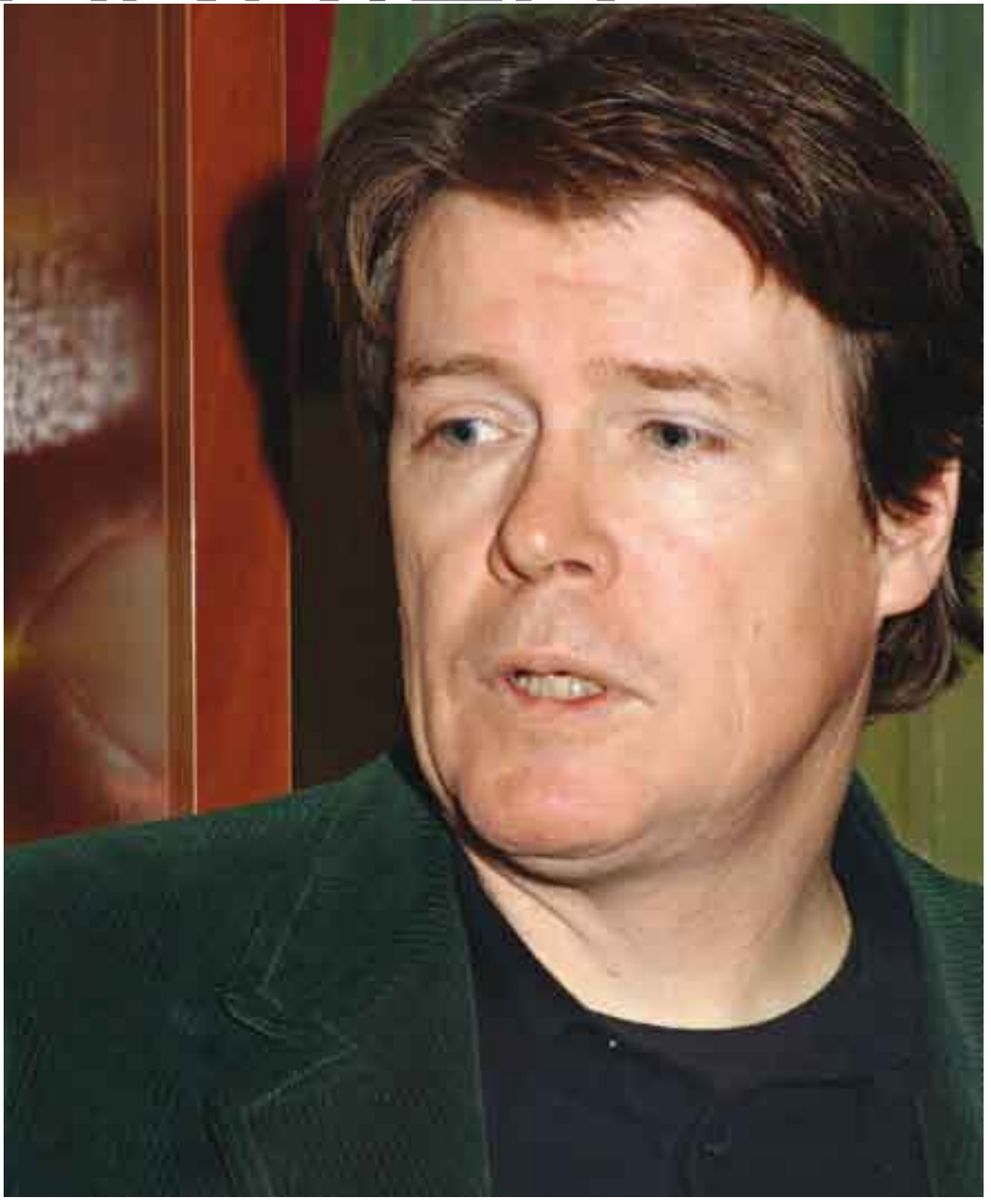
■ Koncom 30-tych rokov čelil cognac stúpajúcej spotrebe whisky a počínal si dobre. Dokázal čeliť tomuto tlaku hlavne posilnením vývozu do Švédska, ktoré vo veľkom cognac nakupovalo. Začalo byť viac ako jasné, že vojna v Európe sa čoskoro začne.

■ Vojna vypukla a na juh Francúzska smerovali stotisíce utečencov zo severu Francúzska a z Belgicka. Francúzska vláda taktiež utiekla z Paríža cez Cognac do mesta Vichy.
Koncom júna prelomili Nemci odpor a donútili Francúzsko podpísať prímerie. Okupovaná zóna tvorila dve tretiny oblasti Cognac. Nemci po obsadení územia okamžite ovládli trh s cognacom. Uzavreli ho a začali zhromažďovať zásoby.
Na rad prichádza veľkolepá ironická sága druhej svetovej vojny v oblasti Cognac, o ktorej bude reč na inom mieste Testum News resp. v inom vydaní.

export to Sweden, which bought cognac in big amounts. It was more than obvious, that war in Europe is about to start.

■ The war started and thousands of refugees from the northern France, Belgium headed to south. Also the French government ran off from Paris through Cognac to Vichy city.
At the end of June germans broke the defence and made France to sign up the agreement. The occupied region contained from 2 /3 of the Cognac region. After the overtaken, gemans immediately controlled the cognac market. The closed it and started to collect the stocks.
Now is the place for the great ironic saga of the second world war in the Cognac region, which will be taken in other part of Testum News resp. other number.

CHAMPAGNE PANNIER v Košiciach



Viete čo je na projekte o cognacu úžasné? Možnosť stretnúť zaujímavých ľudí, ktorí v živote niečo dosiahli a vedia oceniť mimoriadne snahy a počiny iných jedincov na tejto planéte. Bez ohľadu na to, odkiaľ ten - ktorý človiečik - tvorca pochádza. Nám sa to stalo veľakrát a ja osobne som mimoriadne vďačný za každé stretnutie s človekom otvoreného umu a najmä srdca, ochotného pomôcť, poradiť, posunúť veci vpred. No a takouto skratkou sme sa dostali k zaujímavej značke champagne.

Na začiatku bol Nór. Partneri agentúry Testum tušia o koho ide a vám v cezpoľnom vzťahu k našej agentúre prezradím jeho meno - Kim Birkedal Hartmann. Výrobca cognacu so sídlom v mestečku Jarnac na brehoch ospalej riečky Charente, ktorý sa stale hrdí nórskym pasom. Okrem svojho pôvodu netají ani svoju vášeň pre príjemnosti všeho druhu. Champagne nevynímajúc. Tu začína tá spomínaná skratka. Kim bol návštevou v agentúre Testum a prezentáciou svojich cognacov nadšený, unesený a doslova udojmený. Nasledujúce ráno po ochutnávke rozvíjal témy vzájomnej spolupráce, pričom spomenul dobrého priateľa pôsobiaceho v champagne brandži. Slovo dalo slovo, kontakt nasledoval kontakt a priama komunikácia s firmou Champagne Pannier naberala na obrátkach. Dospeli sme až do štádia, že záujem o spoluprácu sme potvrdili obojstranným záujmom o stretnutie s kulisou

Do you know what the most amazing part about the cognac project is? An opportunity to meet interesting people, who have achieved something in their life, and are able to appreciate others' extraordinary efforts. No matter where these people are from. It happened to us so many times and I myself am thankful for every meeting with a man with open mind, and heart, willing to help, advice and move things forward. And this is our shortcut to an interesting brand - champagne.

There was a Norwegian at the beginning. The partners of the Testum agency know, who am I talking about, for the others, let me reveal his name – Kim Birkedal Hartmann. The cognac producer seated in the Jarnac city on the sides of sleepy river Charente, who is still proudly wearing Norwegian passport. And it is not only passport that Kim isn't hiding from the world, also his great passion for all kinds' pleasures. Champagne not excepted. And here we come to the mentioned shortcut. Kim was truly touched and thrilled by his visit in the Testum agency, the presentation of his cognacs. The next morning after the tasting he opened possibilities for further cooperation, and mentioned very good friend working in the champagne section. Word by word, step by step and the direct communication with the Champagne Pannier company was rolling. We ended up in situation, when the interest in meeting on the background

šumivého moku rovnakého mena. Keď som u toho mena, spomeniem aj meno človeka, s ktorým tá komunikácia začala a je ako winterfresh - a trvá, a trvá a trvá...

Terence Kenny. V mene veľa francúzskeho na prvé počutie i prvý pohľad nie je. Veď prečo aj. Terence totiž pochádza z amerického kontinentu, presnejšie zo Severnej Ameriky, ešte presnejšie zo Spojených štátov a úplne najpresnejšie z New Yorku. Skúsený obchodník, ktorý prešiel rôznymi pozíciami v priemysle cestovného ruchu na americkom i európskom kontinente, aby nakoniec zakotvil pri najúžasnejších bublinkách na svete - champagne. Keď budete pozorne čítať ďalej, dozviete sa v interview s Terencom ešte viac.

Teraz si však povieme o tomto dome niečo viac. Champagne Pannier založil v roku 1899 Louis Eugene Pannier. Sídlom firmy sa stala dedinka Dizy neďaleko Epernay, kde spokojne pracovali a nažívali až do roku 1937. V tomto roku totiž kúpil syn zakladateľa firmy stredoveké pivnice v Chateau-Thierry v údolí Marne a sídlo presťahoval tamtiež. Ich pokojnú prácu roky nenarušilo nič, až kým v roku 1999 nezačal arecheologický pieskum. Vďaka nemu sa na svetlo sveta dostala podobizeň lukostrelca, vyrytého do skaly v pivnici zo 14. storočia a o novom logu spoločnosti Champagne Pannier bolo rozhodnuté. Nemýlite, je to ten mužík s lukom.

Nás však prišiel pozdraviť už spomínaný Terence, ktorý sa k nám, po trochu nepraktickom pristátí vo Viedni, dostal len vďaka mladému a rýchlemu vodičovi, ktorý ho priviezol načas do sídla agentúry Testum. Predstavenie sa mohlo začať.

Ako prvá vstúpila na scénu kvalita Brut Selection - ideálny úvod do sveta champagne, výborný ako aperitív. Dobre vybalancované a elegantné, ľahko piteľné. Nedajate sa však pomýliť - jeho dlhý záver jasne naznačuje o aké vážne víno sa jedná. Poďme ale ďalej. Od zmesi Brut Selection sme sa dostali k bielej klasike, reprezentovanej kvalitou Blanc de Blancs.

of bubble drink carrying the same name was confirmed by both sides. When talking about the name, I shall mention the man, with whom our communication started and is like winterfresh – lasts and lasts and lasts ...

Terence Kenny. On the first side and hear there is not much of French in this name. Why should be. Terence is originally from the American continent, more specifically, northern America, more specifically the United States and absolutely precisely, from New York. An experienced businessman, who had been in many positions in the tourism industry on the American, and European continent, finally ended up with the most amazing bubbles in the world – champagne. If you keep reading, you will learn more in the Interview with Terence.

But now, we shall learn some more about the house. Champagne Pannier was established in 1899 by Louis Pannier. The seat of the company became the village Dizy, near Epernay, where they worked and lived in peace until 1937. The son of the settler bought in this year the medieval cellars in Chateau-Thierry in the Marne valley and moved there the seat. Their peaceful work wasn't disturbed until 1999 by archeologist research. Thanks to which was discovered the picture of an archer, engraved to stone in cellar from the 14th century. And Champagne Pannier got its logo. Yes, the man with the bow, that's him.

But we were greeted by Terence, who, after not really lucky landing in Vienna, got to us only thanks to young and fast driver, who got him on time to the Testum agency. And the show could start on. The quality Brut Selection was the first one on scene - an ideal entrance to the Champagne world, excellent as appetizer. Well balanced and elegant, easily drinkable. But don't get mistaken, its long finish shows clearly, what a wine are dealing with. Let's move on. From the Brut Selection we got to the white classic represented by the quality Bland de Blancs.

The experienced bubblers didn't hesitate and enjoyed fully the unique wine coming 100% from the Chardonnay species.

CHAMPAGNE PANNIER

Skúsení bublinkári nezaváhali a plnými dúškami si vychutnávali jedinečné víno pochádzajúce zo 100% z odrody Chardonnay. Krásne víno s bohatým buketom, ktorý vhodne balancuje tak kvetinové ako aj ovocné tóny. Dlhotrvajúci, vybalancovaný a komplexný záver. Skúste ho k morským plodom. Ohromnosť.

Nasledoval ďalší tromf z rukáva Champagne. Pannier - Blancs de Noirs 1999. Miniatúrne bublinky sa poslušne zoradili v dokonalý kruh na okraji pohára a dali vyniknúť elegantnému buketu s tónmi lieskových orechov, broskyne a čerstvých marhúl. Po skúsenostiach z prvých dvoch degustovaných, dlhý záver s nádhernou výdržou sme brali takmer ako samozrejmosť. Nádherné víno, ktoré by ste nemali nechať bez povšimnutia.

Blížil sa vrchol večera. Egérie de Pannier Rosé de Saignée. Vzácne cuvee vyrobené tradičnou metódou samovoľného uvoľnenia šťavy cez narušenú šupku bobule hrozne, ktorá víno jemne sfarbí pred tým, ako sa odoberie na dlhé roky odpočinku v pivniciach rodiny Pannier. Túto metódu používa veľmi málo domov champagne. Odmenou za pracnosť a trpezlivosť je vzácne sfarbenie vína, jeho elegancia, nežnosť a vášeň. Pre mnohých z nás to bolo prvé stretnutie s pravým Champagne Rosé.

Smelo však môžem povedať, že určite nie posledné. Terence nás pri svojej prezentácii dostatočne navnadil nielen na znamenité Champagne Pannier, ale aj na návštevu krásneho regiónu, kde sa tieto úžasné vína rodia.

Verím, že sa tam mnohí z nás vyberú a presvedčia sa o výnimočnosti domu Pannier priamo na mieste. Lebo Terence nás v Košiciach presvedčil.

Beautiful wine with rich bouquet is well balancing flowery as well as fruity tones. Long-lasting, well-balanced and complex finish. Try it with sea treasures. Amazing.

Another triumph from the Champagne Pannier house came on scene – Blancs de Noirs 1999. The miniature bubbles were obediently seated on the side of the glass and let the elegant bouquet with tones of chestnuts, peach and fresh apricot reveal. After experiencing the previous two samples, we took the long finish with beautiful lasting as ordinary. Beautiful wine which shouldn't be left out unmentioned.

And the peak of the evening is near. Egérie de Pannier Rosé de Saignée. Precious cuvee created by the originally way of spontaneous revealing juice through the broken wine bobble cover will color the wine just before it gets for long years into the cellars of Pannier family. This method is being used by only a few champagne houses. The prize for the effort and patience is rare wine color, its elegance, softness and passion. This had been the first meeting with the real Champagne Rose for many of us.

But I can proudly pronounce, not the last time. Terence had attracted us with his presentation not only to taste excellent Champagne Pannier, but also to visit beautiful region, where these amazing wines origin. And I believe, that many of us will go and see the extraordinary of the Pannier house right on the spot.

While Terence conceived us already in Kosice.

INTERVIEW

TERENCE KENNY

INTERVIEW

Dobrý večer Terrence, šampanské je jeden z najušľachtilejších nápojov na svete. Ako si sa k nemu dostal ty?

Tak dobre Peter, predtým ako som sa dostal do Champagne biznisu som pracoval v cestovnom ruchu. Môj záujem o víno však siaha späť do neskorých 70 - tych rokov, keď som oberal hrozno v posvätných viniciach Hermitage na severnej Rhone pre Gerarda Chave. Dal mi potom na niekoľko mesiacov prácu vo svojich pivniciach, kde som sa staral o sudy a uloženie vína. Pivnice patrili anglickému lordovi menom Terence Grey. Myslím si, že nakoniec lord Grey predal svoje vinice rodine Chave, ktorá, ako viete, je jednou z najlepších výrobcov vína na svete. Pamätám si degustáciu úžasných ročníkov 1961, 1945, ako aj starších vín. Potom som sa vrátil do svojho rodného New Yorku a nezamestnal ma nik iný ako Tourist office zriadený francúzskou vládou, aby som propagoval a predával Francúzsko ako destináciu pre americkú verejnosť. Pre mladého muža to bola úžasná práca. Mal som vlastnú kanceláriu s výhľadom na kanál v Rockefeller Center, no súčasne som bez prestania pracoval pre francúzsku verejnú službu, ktorú som sa nakoniec rozhodol opustiť. Začal som menežovať cestovnú spoločnosť Horizon Cruises. Mali sme flotilu obytných člnov na francúzskych kanáloch a program na lety v teplovzdušných balónoch. Predával som tento produkt cestovným agentúram v Štátoch. Predpokladal som, že klientov by mohli zaujímať aj iné veci, ktoré môžu vo Francúzsku zažiť a založil som Accent Tours, špecializovanú na návštevy viníc a reštaurácií označených Michelin hviezdami. To bola práca snov.

Navštevoval som tie najúžasnejšie vinice a usadlosti, veľa som sa učil o víne a jedol som takmer vo všetkých dvoj a trojhviezdičkových reštauráciách mimo Paríža. Kríza koncom osemdesiatych rokov nás finančne zasiahla a ukončili sme činnosť. Potom som s niekoľkými priateľmi otvoril jeden z prvých vínnych barov v Lyone - Le Chant du Vin. Profesionálny konzultant mi radil, aby som vstúpil do obchodu s vínom. Bolo to úsmevné v tom čase, lebo som nemal dostatok znalostí. Myslím že to bolo o nedostatku pokory. Potom som dostal asi 5 pracovných ponúk od rôznych vinárskych spoločností, ale

Good evening Terrence, Champagne is one of the most noble beverages in the world. How did you get to it?

Well Peter before I was in the Champagne business I was in the travel business. But my interest in wine goes way back to the late 1970's when I picked grapes on the hallowed slopes of the Hermitage vineyards in the Northern Rhone for Gerard Chave. He then gave me a job in a cellar for a couple of months taking care of the barrels and racking wines. The cellar was of an Englishman Lord Terence Grey. I believe Lord Grey ultimately sold his vineyards to the Chave family who, as you know, are one the best wine producers in the world. I remember tasting the great 1961's the 1945's and even earlier vintages. After that I moved back to my native New York and was employed by no less than the French Government Tourist Office to promote and market France to the American public. This was a great job for a young man. I had my own office overlooking the Channel gardens in Rockefeller Center but of course became restless with the French civil service and left to manage a tour company called Horizon Cruises. We had a fleet of hotel barges on the French canals and a program of hot air ballooning. I would market the product to travel agents in the States. I realized the clients were interested in doing other things in France so I started Accent Tours specialised in visiting vineyards and Michelin starred restaurants. This was a dream job, I visited the great vineyards and estates, learned a lot about wine and got to eat in almost all the two and three star restaurants outside of Paris. The late Eighties financial crunch hit and we stopped operations. I then opened one of the first wine bars in Lyon, Le Chant du Vin with some friends. A professional consultant told me to get into the wine business. Funny at that time I thought I didn't know enough. I guess it was misplaced humility. I then received about 5 offers to work with different wine companies but I chose Champagne because I figured if I didn't like it I could go work in luxury goods. That was about 20 years ago and I haven't looked back. Champagne has been very good to me and that is why I promote and defend the region, its wine and people wherever I go.

The sell of Champagne increases yearly, many markets have opened. Why have you decided to come to this part of Europe, to Slovakia?

Firstly let me again thank you Peter and everyone I've met here for the warm welcome and excellent surroundings. What brought me here were some conversations I had with friends in Cognac. They told me," Terence there is a group of people in Slovakia who are experts on Cognac and have a fantastic club to taste and speak in. You should go there and talk about Champagne". Here I am and it is a pleasure to field interesting questions from members and to show them the different cuvees of Champagne Pannier and when I learned that Andy Warhol's family was from nearby it gave me that New York tingle. Plus Slovakia is a vibrant dynamic

INTERVIEW

rozhodol som sa pre Champagne. Počítal som totiž s tým, že keď by sa mi to nepáčilo, mohol by som pracovať v segmente luxusného tovaru. Toto sa udialo pred 20 rokmi a nikdy som sa neobzrel naspäť. Champagne bolo podľa mňa veľmi dobré a to je dôvod, prečo podporujem a chránim tento región, jeho víno a ľudí všade kde prídem.

Predaj šampanského každoročne stúpa, mnohé trhy sa otvárajú. Prečo si sa rozhodol prísť do tejto časti Európy, na Slovensko?

Chcel by som najskôr poďakovať tebe Peter a každému, koho som stretol za vrelé prijatie a excelentné prostredie. Sem ma prinesol rozhovor, ktorý som mal s priateľmi z Cognacu. Povedali mi: „Terence na Slovensku je skupina ľudí, ktorí sú experti na cognac a majú fantastický klub, kde sa stretávajú a konverzujú. Musíš tam ísť a rozprávať o šampanskom". Tak som tu a s radosťou odpoviem na zaujímavé otázky od členov a ukážem im rôzne cuvee od Champagne Pannier. A keď som sa dozvedel, že rodina Andyho Warhola žila neďaleko odtiaľ-

to, ako by tu zarezonoval New York. Navyše, Slovensko je vibrujúce a dynamické miesto so zdravými, dobre vyzerajúcimi ľuďmi s dobrým postojom. Champagne Pannier tu musí byť.

Champagne Pannier dostalo mnoho ocenení, posledné najvýznamnejšie na súťaži v Japonsku. Je Japonsko významným trhom pre Pannier?

Japonsko je veľmi živý trh so šampanským, ktorého sa predá viac ako 9 miliónov fliaš. Pannier je zastúpený v mnohých top hoteloch a reštauráciách v Tokiu a naše zastúpenie v súčasnosti rastie. Čo je však na japonskom trhu zaujímavé, to je posun od základného Brut neročníkového štýlu. Majú radi top cuvee ako Blancs de Blancs a Blancs de Noir, ako aj veľmi drahé rosé. Na uspokojenie všetkých ich túžob máme pripravené rôzne cuvee. Jeden týždeň v roku strávim v Japonsku a oceňujem ich profesionalitu a spôsob, akým si šampanské vyplace with healthy good looking people with a good attitude. Champagne Pannier should be here.

Champagne Pannier has received many awards the last one in Japan. Is Japan an important market?

Japan is a very vibrant Champagne market doing over 9 million bottles. Pannier is present in many top hotels and restaurants in Tokyo and our presence continues to grow. What is interesting about the Japanese market is that they quickly move on from basic Brut NV style. They like top cuvees such as Blancs de Blancs and Blancs de Noirs as well as expensive rosé. We have a different cuvee for all their desires. I spend one week a year in Japan and appreciate their professionalism and the way they really appreciate champagne. Speaking of awards Champagne Pannier won the Gold Medal Best in Class award at the London Wine fair in May. I think this may have helped our being listed as "upper-class" champagne on all Virgin Airline flights. The UK is our largest market but that is normal it is the largest export market for champagne.

Our customers were interested by product named Egerie de Pannier, Rosé de Saignée. What makes it so special?

Egérie de Rosé - This is a special cuvee for a few reasons. It is the rosé version of Egérie, our top cuvee of grand cru wines in a superbly balanced blend of 50% Pinots 50% Chardonnay. However with the Rosé version we use the ancestral method of doing the blend by weighing the grapes and putting them all together in the vat to macerate. The dark skins of the extra ripe pinot noir taint the wine to this salmon coloured hue and give the arousing fragrance of wild berries found in some of the great burgundies such as Musigny. There are only a handful of houses that still make rosé this way. Now 99% of rosé is made by adding red champagne wine to the white blend. This can give great results but nothing as stellar as a well made saignée. As you may know saingée means" to bleed" and that is how the wine gets its colour and texture. For a great rosé you have to have some chardonnay in the mix. Egérie Rosé is 80% pinots and 20% chardonnay. We are going to release another version of this cuvee with a higher dosage making it the perfect champagne for desserts.

In the recent past new wine producers from so called New world have come. They already found their place in the wine segment. Do you expect similar entreé in the segment of sparkling wines, focusing on Champagne?

Well Peter, the new world is no longer that new, and everyone recognizes that there are some fantastic wines from Australia, Chile, and New Zealand amongst other countries. However with sparkling wines the approach seems to be different. These terroirs are not that adapted to making sparkling wines and the climates can be a bit too warm. This renders their sparklers a bit heavy on the pallet

chutnávajú. Ak hovoríme o oceneniach, Champagne Pannier vyhralo v máji Zlatú medailu ako najlepšie vo svojej triede na London Wine Fair. Myslím si, že nám to môže pomôcť dostať sa do "hornej triedy" šampanských na všetkých letoch Virgin Airlines. Anglicko je naším najväčším trhom, čo je normálne, nakoľko je to najväčší exportný trh pre šampanské.

Našich zákazníkov zaujal výrobok s názvom Egerie de Pannier, Rosé de Saignée. Čím je výnimočný?

Egerie Rosé je zvláštne cuvee z mála sezón. Je to ružová verzia nášho top cuvee Egerie, pochádzajú z grand cru vín, dokonale vybalancovaná zmes 50% Pinot a 50% Chardonnay. Avšak pri Rosé verzii stále používame pôvodnú metódu zmiešavania. Hrozno oboch odrôd zaťažíme a nechávame ich spoločne macerovať vo veľkých nádobách. Tmavá šupka dokonale zrelého Pinot Noir zafarbí víno do jeho lososového odtieňa a dodá mu rozvíjajúce sa vône divo rastúcich bobúľ, ktoré môžete nájsť v niektorých burgundských vínach, ako napríklad Musigny. Domy, ktoré týmto spôsobom vyrábajú rosé môžete spočítať na jednej ruke. 99% rosé sa dnes vyrába pridaním červeného šampanského do bielej zmesi. Výsledok môže byť tiež úžasný, no nie taký hviezdny ako dobre pripravené saignée. Ako možno viete "saignée" znamená krvácať a týmto spôsobom víno získava farbu a textúru. Na veľké rosé potrebujete do zmesi pridať trochu chardonnay. Égerie Rosé je z 80% pinot a 20% chardonnay. Zakrátko uvedieme ďalšiu verziu tohto cuvee s vyšším obsahom expedičného likéru, čím sa stane perfektným šampanským k dezertom.

V nedávnej minulosti sa etablovali na trhu s vínom výrobcovia z tzv. Nového sveta. V kategórii tichých vín si už svoje miesto našli. Neočakávate podobný nástup aj v segmente šumivých vín s dopadom na šampanské?

Nový svet už nie je taký nový a každý už vie o niektorých fantastických vínach z Austrálie, Chile a Nového Zélandu a z iných krajín. Zdá sa ale, že ich prístup k šumivým vínam je rozdielny. Tieto terroir nie sú prispôsobené na výrobu šumivých vín a klimatické podmienky môžu byť príliš teplé. V dôsledku toho sú ich šumivé vína trochu ťažké na podnebí a viditeľne im tak chýba elegancia. Skutočne nevidím nejaký veľký tlak šumivých vín mimo Austrálie, kde sa snažia expandovať s portfoliom Jacobs Creek a naskočiť do vagóna. Šumivé z Californie sú od samého začiatku veľmi dobre vyrobené vďaka francúzskemu vplyvu. Skutočne californské šumivé dostalo krídla a stalo sa dennou realitou amerických milovníkov vína. Nenahradia ale šampanské a osobne nevidím hrozbu pre šampanské. Naši najsilnejší konkurenti pochádzajú zo starého sveta. Crémanty z Burgundska a Alsaska môžu byť skutočne jemné, ale musia v cenotvorbe a marketingu počítať so silou veľkých cava domov (cava - názov na kvalitné španielske šumivé víno vyrábané metódou champenois). Zdá sa, že Prosecco je na všetkých perách, ak nie vo všetkých pohároch. Šampanské si udrží svoju výnimočnosť, lebo veľké domy sa vracajú nazad k vínu a vinici. Pokiaľ si šampanské udrží svoju prísnu kontrolu kvality, budeme pokračovať v raste, až pokiaľ ekonomický pokles neprinúti ľudí pozerať sa niekam inam a nie na bublinky. Stále je však zaujímavé, že ľudia chcú veriť, že v pohári majú šampanské. Šampanské je číslo jedna, lebo vytvorilo kategóriu a každý sa len snaží priblížiť sa k nemu.

and their elegance is conspicuous in its absence. I really don't see a big push of new world sparklers asides from the Australians trying to broaden the Jacobs Creek portfolio and jump on the bandwagon. The California sparklers are very well made and have been for years thanks to French intervention from the beginning. In fact California sparklers have earned their wings and have become a daily reality of American wine lovers. But they do not replace Champagne and I really do not see that big a threat to Champagne. Our biggest competitors come form the old world. Crémants from Burgundy and Alsace can be really fine and the price points and marketing of the large cava houses are a force to be reckoned with. Of course Prosecco seems to be on everyone's lips if not in their glasses. Champagne will retain its superiority because the major houses are going back to the wine and the vineyard. As long as champagne maintains its stringent quality control we will continue our growth until the economic downturn forces people to look elsewhere for their bubbles. Interesting enough, people will still want to believe that it's champagne in their glass. Champagne is number one because it created the category and everyone is just trying to catch up.

JACQUES PETIT V KOŠICIACH

Je suis desollé de faire ce mot en francais. Je suis maintennent enchanté que l´une des fruit a les langues et la belle de la Slovaquie. J´ai eu pleisir a presenter mes cognacs d´avant vous. Un mot aussi pour l´une des plus belle collection de cognac que je connais. Merci Beaucoup et aussi a toutes mes amities a Košice.

Jacques Petit
Maison Andre Petit
31. 3. 2008

Ospravedlňte ma, že tieto slová sú vo francúzštine. Som nadšený, že tento plod vašej práce stelesňuje krásu a chuť Slovenska. Vďaka, že som ho mohol ochutnať a ďakujem všetkým mojim priateľom v Košiciach.

Jacques Petit
Maison Andre Petit
31. 3. 2008

Pre nás a našich priateľov bol dátum 31.3. 2008 zapamätateľný hlavne z dôvodu ďalšej vzácnej návštevy v agentúre Testum. V tento deň k nám zavítal Jacques Petit, ktorý prišiel tunajších znalcov bližšie zoznámiť s históriou rovnomenného cognacu. Skôr, ako sme sa začali vnárať do množstva zaujímavých informácií o tradíciách a špecifikách cognacu značky André Petit, pripomenul nám náš hosť aj ďalšiu výnimočnosť dátumu tohto stretnutia. 31.marec je jeden z najvýznamnejších dní pre výrobcov, nakoľko presne v tento deň sa o polnoci musia uzavrieť všetky destilérky v Cognacu. Býva dobrým zvykom, že skôr ako dôjde k degustácii jednotlivých skvostov z produkcie našich hostí, odkryjú nám s patričnou hrdosťou čosi z histórie ich rodiny. Jacques Petit nám prezradil, že okolo roku 1850, bol starý otec jeho starej matky tkáčom. Žil a pracoval pri viniciach Cognacu. Vybudoval destilérku a na základe rád svojho bratranca, pracovníka v destilérke Hennessy, vyrábal známy destilát prestížneho mena: cognac. Rodina, ktorá sídli na juhu produkčnej oblasti Cognac (40% PC, 20% FB a zvyšok BB), dlho nepredávala cognac pod svojim menom, ale dodávala ho pre Hennessy a Remy Martin. Čas plynul so svojimi dobrými a zlými rokmi (vojny, problémy viníc – phyloxéra a pleseň). V roku 1921 dostali vinice meno Petit, od svadby jeho starej matky s Albertom Petitom. V roku 1965 sa jeho otec André Petit rozhodol ukončiť kontrakt s firmou Hennessy a začal predávať svoj vlastnú produkciu vo fľaškách. Ako Jacques zdôraznil , sú dodnes pri výrobe svojho cognacu verní tradícii, uznávajú kvalitu a predávajú prestížny cognac so špecifickým charakterom. „Náš cognac vyrábame podľa veľmi starých postupov. Hrozno oberáme ručne a destiláciu vykonávame tak, ako nás to naučili naši starí rodičia. Počas destilácie nepoužívame žiadne technické prostriedky na separovanie častí destilácie. Veríme našim zmyslovým vnemom. Sme pestovatelia viniča, ktorí vyvinuli cognac vlastného štýlu podľa svojich

For us and our friends was the date 31st March 2008 easy to remember mainly because of another precious visit in the Testum agency. Jacques Petit came to us at this day, to get us close to the history of cognac carrying the same name to our connoisseurs. Before we even got a chance to get lost in number of interesting information about traditions and specifications of cognac André Petit, our guest reminded the importance of this date. 31st March is one the most important days for producers, while at this day, at exactly midnight, all distillers in Cognac must close.

It is usual, that before the tasting of individual treasures of our guests production, they reveal some from their family history. Jacques Petit revealed, that around year 1850, was his grandmother's grandfather a weaver. He lived and worked in vineyards in Cognac. Built a distillery and based on his cousin's information, who worked in Hennessy distillery, produced distillate of prestigious name: cognac. Family, whose seat is on the East of the product region Cognac (40% Petite Champagne, 20% Fins Bois, and the rest Bons Bois), didn't sell cognac under their name, but distributed it for Hennessy and Remy Martin. As the time went on, with its good and bad years (wars, vineyard' problems - phyloxery, mould). In year 1921, after the marriage of his grandmother and Albert Petit, got the vineyards name Petit. In year 1965 his father André Petit decided to quit contract with Hennessy and started to sell own production in bottles. As Jacques made clear, they follow the traditions in making cognac by today, reaching the quality and selling cognac with specific characteristics. "Our cognac is being produced by following very old procedures. The grapes are being collected by hand and the distillation is being done the same way as our grandparents taught us. We use no technical equipment to

pocitov a chutí. Náš cognac nie je cognacom štandardnej kvality."
Pre Jacquesa je destilácia ešte dôležitejšia pre cognac ako pôda. Obsah jódu v ovzduší robí rozdiely, preto ak degustujeme cognac z oblasti, ktorá je bližšie k pobrežiu, cognac má rozdielnu arómu. Len tri vzorky z večernej degustácie destiloval Jacques, ostatné destiloval jeho otec a starý otec. Zmiešavaním dosahujú vo svojich cognacoch pekné arómy a príchute. Svoje destilácie kontrolujú len nosom, nepoužívajú žiaden computer

Prvá fáza - Vek kvetov (1 – 5 rokov). V tomto období sú v cognacu badateľné kvety, potom drevo a broskyne. Rancio je zmesou prichutí a arómy medzi vanilkou a sušenou slivkou. V druhej fáze (do 20 rokov) cítiť slivku a občas aj arašidy. V tretej fáze (nad 20 rokov) rancio končí, cítiť „jasant".

Prosím zoznámte sa s cognacom André Petit slovami jeho nástupcu Jacquesa Petita:

Cognac VS a VSOP (8 – 10 rokov) umiestňuje na 1 rok do nových sudov, lebo chce aby získal aj arómu dreva. Po roku pridá trochu vody, čím dostane úroveň alkoholu na cca 60%. Je to mladý a veľmi harmonický cognac, ktorý sa odporúča aj do koktailov.

separate parts of distillation during the process. We believe to our senses. We are cognac producers, who create cognac of their style, following their own feelings and tastes. Our cognac isn't cognac of a standard quality."

To Jacques, the distillation is for cognac even more important, than soil. The amount of iodine in the air makes differences, so if we taste cognac from region closer to the seacoast, the cognac has different aroma. Only three samples from the evening tasting were distilled by Jacques, others were distilled by his father and grandfather. Blending allows them to get nice aromas and tastes in their cognacs. Their distillations are being controlled by nose only, no computer.

Phase one – The age of flowers (1 to 5 years). In this age are flowers, than wood and peaches obvious in cognac. Rancio is the blend of tastes and aromas between vanilla and dried plum. Phase two (to 20 years) you may feel plum, occasionally chestnuts. Phase three (over 20 years) rancio ends, "jasant" is present.

Meet the cognac André Petit under his successor Jacques Petit supervision:

Cognac XO Napoleon zrel len v starých sudoch. Je ťažké charakterizovať jeho arómy. Objavíte v nej marhule, vlašské orechy, ale aj drevo a balzamic. Cítiť v ňom len príchute z druhej fázy, na konci cítite jazmín. Je to zmes cognacu starého 18 rokov s cognacom, ktorý má 21 rokov.

Cognac XO Extra je zmes cognacov z rokov 1970 – 1976. Najlepšie sa predáva v reštauráciách vo Francúzsku a Belgicku. Získal Zlatú medailu – The World Chalange,Bordeaux, 2000.

Cognac Hours d´Age. Jeden z jeho najlepších cognacov, lebo nie je príliš starý. Má v sebe trochu sladkosti s dlhou chuťou a nádhernou arómou. 30 rokov v dubovom sude prirodzeným spôsobom znížili obsah alkoholu na 40% bez pridania vody. Ucítite trochu tabaku a čokolády. Po rýchlejšom zatočení v pohári necítiť alkohol, len balzamic, šafrán a kandizované ovocie. Chuť tohto cognacu sa mení každých 5 minút, aj v závislosti od teploty v miestnosti. Je vhodný pre dámy, pretože nie je príliš agresívny.

Cognac Hours d´Age Millésime 1958. Tento cognac pochádza len z jedného ročníka, ktorý vyrábal jeho otec. Zároveň je to prvá Andrého destilácia. Nikdy k nemu neprimiešaval žiaden iný cognac. Je silnejší, určený hlavne mužom. Nájdete v ňom stopy čokolády a v závere škorice. Cítiť v ňom základnú kvalitu cognacu z ich viníc. Rok 1958 je rokom Andrého narodenia a cognac Hours d´Age Millésime 1949 je zase pripomenutím roku narodenia jeho brata.

Cognac Hours d´Age Millésime 1949. Pochádza len z jedného roka. Je dobre vyrovnaný, je v ňom rozpoznateľné drevo. Na rozdiel od ročníka 1958 má jemnejšiu arómu. Je v ňom ale cítiť

Cognac VS a VSOP (8 to 10 years) is being placed for one year to new barrels, to get aroma of the wood. After one year we add a little water, what lowers the level of alcohol to approx. 60%. It is young and very harmonic cognac, recommended for cocktails.

Cognac XO Napoleon matures only in old barrels. Hard to characterize its aromas. You may discover apricot, chestnut, as well as wood and balsamic. All flavors from the second phase, feel jasmine at the end. It is a blend of 18 years old cognac with 21 years old.

to čo André považuje za jeden z problémov, typických pre tento ročník. Aróma nie je príliš výrazná, priveľa času strávil v sude a tak má v sebe veľa chuti dreva. Chuť je výraznejšia ako to čo cítime v nose. Trochu korenia balzamica a muškátového orecha. Dojem z neho sa líši aj podľa toho, či ho pijeme pred jedlom alebo po jedle. Cognac sa ale zväčša konzumuje ako digestív.

Reserve Familliale. Je to zmes 1914 a 1870, takže sa jedná o starú rodinnú zásobu, ktorej je len limitované množstvo. Tento cognac mal dva dôvody k svojmu vzniku. Prvým bola zásoba cognacu z roku 1914 s nízkym obsahom alkoholu a druhým boli 83 narodeniny rodinného priateľa Enza Ferariho. Tento cognac je veľmi starý, skôr ženský. Aróma je dlhá, komplexná, veľa jazmínu, korenín, tabaku, santalového dreva. Dobre vybalancovaný buket s výraznou jemnosťou a eleganciou. Pri vytváraní zmesi Reserve Familliale bola tá staršia časť, čiže cognac z roku 1914 z ich rodiny. V tom období destilovali cognac len ženy, pretože všetci muži boli na fronte. Keď sa muži vrátili, nechutil im, nakoľko bol prisladký a s nízkym obsahom alkoholu . Sudy dali do rohu pivnice. Keď André našiel u svojej starej mamy tento cognac, bol v sude už 70 rokov a mal len 25% alkoholu. Podľa platných zákonov sa nemôže nazývať cognacom, pretože na to by musel mať minimálne 36 % alkoholu. Od svojho suseda, ktorý je bratranec švédskej kráľovnej preto kúpil cognac z roku 1870. Zmiešal tieto dva cognacy a napriek tomu, že po 6 mesiacoch z toho nebola príliš dobrá zmes, po jednej zime z toho bol skvelý cognac. Zmes vytvoril v pomere 150 l. z roku 1914 a 200 l. z roku 1870.

Cognac XO Extra The blend of cognacs from years 1970 – 1976. Best sales in France and Belgium. Received Gold Medal at The World Challenge, Bordeaux, 2000.

Cognac Hours d´Age One of his best cognacs, not too old. Has a bit of sweetness with long taste and beautiful aroma. 30 years in oak barrel naturally decreased the level of alcohol to 40%, no water added. You may smell a bit of tobacco and chocolate. When rounding in glass faster, you smell no alcohol, only balsamic, saffron and candied fruit. The taste of this cognac is changing every 5 min, depending on the room temperature. Not too aggressive, recommended for ladies.

Cognac Hours d´Age Millésime 1958 This cognac consists of only one vintage, produced by his father. At the same time, it's the first Andre's distillation. No other cognac has ever been blended with this one. Stronger, recommended for men. You find steps of chocolate and cinnamon at the finish. The basic cognac quality of vineyards is present here. Year 1958 is the year of Andre's birth and cognac Hours d´Age Millésime 1949 is to remember his brother.

Cognac Hours d´Age Millésime 1949 Consists of only one vintage. Well balanced, you may recognize the wood. Softer aroma, comparing to vintage 1958. But in here is obviously present, what André considers as one of the biggest problems of this vintage. The aroma not very expressive, too much time spent in barrel makes the cognac stuffed with the wood taste. The taste is more expressive as what we smell in nose. A little bit of balsamic and Muscat nut. The impression is different before and after meal. Cognac, though, is mainly drank as digestive.

Reserve Familliale A blend of 1914 and 1870, old family treasures, limited edition. This cognac had two reasons for its creation. The first one was the amount of cognacs from year 1914 with low level of alcohol and the other was 83rd birthday of a family friend, Enzo Ferari. This cognac is too old, preferred by women. Long, complex aroma, too much jasmine, spices, tobacco, Santali wood. Well balanced bouquet with expressive softness and elegance. When creating the blend of reserve Familliale, the older part - from year 1914 cam efrom their family. Only women distilled cognac those days, while all men were on front. When they came back, didn't like it while was too sweet with low level of alcohol. The barrels were given in the corner of the cellar.

Cognac z roku 1870 má 41 % alkoholu. Na záver sa dáva do nie príliš starého suda. Teraz má cca 40,2% a stále je v sude.

Nakoniec nám Jacques odporučil aj pár tipov na konzumáciu jeho cognacu: Cognac VS sa hodí do koktailov, VSOP je výborné s ľadom. Mladý cognac je ideálny k rybe, zatiaľ čo veľmi starý cognac, napr. Familialle je skvelý s čokoládou a čokoládovým dezertom s hruškou.

A ako lepšie ukončiť reportáž, než citátom nášho hosťa, ktorý je zároveň jeho prianím skvelých zážitkov v spoločnosti cognacu André Petit...

„Tak ako je milovník hudby v extáze pri úžasnej interpretácii veľkého hudobného diela, milovník luxusného destilátu by mal spoznať tie isté pocity."

When André found this cognac at his grandmothers', it was 70 years old, and got only 25% alcohol. According to the law, this product couldn't be called cognac, while there is a must of 36% alcohol. And so he bought cognac from his neighbour, cousin to the swedish queen, from year 1870. Blended these two cognacs and despite of being on a side for 6 months, the blend wasn't too good, but after one winter, was excellent. The blend was created in ratio 150 1 from year 1914 and 200 l from year 1870. The alcohol level in cognac from 1870 is 41%. Finally was given into not too old barrel. Currently has approx. 40.2% and is still in barrel.

Eventually, Jacques recommended us few tips for his cognacs cunsumption: Cognac VS is great in cocktails, VSOP is excellent on ice. Young cognac is ideal with fish, while the old one, such as Familliale is phenomenal with chocolate and chocolate dessert or pear.

And how else should we end up the report from our guest's visit, than with his own words and wish of great experience accompanied with cognac André Petit...

„Just like the music lover is in extasy during excellent interpretation of great musical work, the lover of a luxurious drink should know the very same feelings."

COGNAC ANDRÉ PETIT

ANDRÉ PETIT GALLERY

- Zlatá Medaila, The World Challenge, Bordeaux, 2000
- Prix D´Excellence, Bordeaux, 2000
- Bronzová Medaila, International Spirit Competition, Londýn, 1988
- Strieborná Medaila, The Worls Challenge V roku 1990

TRE'S VIEUX COGNAC

- Gold Medal, The World Challende,Bordeaux, 2000
- Prix d'Excellence, Bordeaux, 2000
- Bronze medal, International Spirit Competition, London, 1998
- Silver medal, The World Challenge in 1990

COGNAC VIEILLE RÉSERVE NAPOLÉON

(15 years old)
Je to veľmi prepracovaný cognac. Buket s výraznou jemnosťou a harmonicky zmiešanými vôňami. Pervládajúce „rancio". Jemne mäkká chuť obohatená oslnivou živosťou.

(15 years old)
It is a very elaborate Cognac. A bouquet with considerable fineness and harmonious blending of flavours. Predominance „rancio". A slightly smooth taste reinforced by a radiant vivacity. To be tasted in a moment of peace and serenity.

COGNAC VSOP

(8 – 10 years old)
Jemný cognac s dominantou vôňou vanilky. Ponúkame vám cognac s úžasnou jemnosťou.

(8 – 10 years old)
Mellower Cognac with the dominant vanilla perfume. We offer you a Cognac of great delicacy.

COGNAC TRES RARE XO

(25 years old)
Cognac pre veľké chvíle a veľké príležitosti. Veľmi delikátny buket s vynikajúcou komplexnosťou, kde „rancio“ splýva s vôňami vanilky a starých sušených sliviek. Keď ho ochutnáte, objavíte radosť z prestížnej liehoviny so znamenitou okrúhlosťou a mäkkosťou.

(25 years old)
A Cognac for great moments and for great opportunities. A bouquet with much delicacy and with an exceptional complexity, where the ‚rancio' mingles with the perfumes of vanilla and old prunes. When you taste it, you will discover the pleasure of a prestigious liquor with exquisite roundness and smoothness.

COGNAC HORS D'AGE

Stará rodinná zásoba. Len limitované množstvo. Zmes cognacu z konca 19. storočia. Môžete tu nájsť bohatý, dobre vybalancovaný buket s výraznou jemnosťou a eleganciou. Uvoľňuje jemné arómy duba ako aj príjemné korenisté vône jazmínu a tabakových listov.

„Réserve familiale'. Limited quantity. A blend of Cognac from the end of last century. You can find a rich, well-balanced bouquet with considerable finesse and elegance. It releases a delicate flavor of oak as well as lovely spicy aromas of jasmine and tobacco leaves.

Ján Zoričák
YAN ZORITCHAK

Umelec inšpirovaný nekonečnom a jeho premenami sa neúnavne snaží upozorniť nás na tú obrovskú energiu, ktorá k nám z vesmíru prichádza. Bez ohľadu na to, či sa nám to páči alebo nie. Je tu. Všadeprítomná.

Všetko postihujúca, usmerňujúca, ukľudňujúca, burcujúca.... Na každého z nás má iný vplyv, inak ju spracujeme, necháme si ju len pre seba, alebo ju po láskavom pohľadení našej duše posunieme ďalej...k putu po vesmíre, z ktorého vyšla, k mimovesmíru ďalšieho človeka...a tu mnohokrát zanecháva stopy, ktoré po spracovaní oslovujú stovky, tisíce, milióny ľudí na celom svete... a to je umenie v najčistejšej podobe.

Je príznačné, že majster Zoričák bol pri zrode myšlienky, ktorá vo finále spojí tri na prvý pohľad rôzne druhy umenia, pre rôznych ľudí, ale stále zostávajúce medzi nami ako prejav minivesmíru tvorcu.....umelca každého dňa.

Cognac – Champagne – Crystal Glass Gallery

Nevšedné spojenie výsledkov činnosti rôznych ľudí, ovplyvnených tou istou vesmírnou energiou, ktorá sa po dopade do vnútra tvorcov vydala v každom z nich iným smerom....na konci každej z týchto ciest je zhmotnenie energie v konkrétnej forme, farbe, vôni, chuti, v tvare....jednoducho – v posolstve určenom ďalším prijímateľom vesmírneho tajomstva...

Minivesmír v každom z nás je tým miestom dopadu i odrazu...
Strážme si ho a buďme pripravení na krásne posolstvá....

INTERVIEW JACQUES PETIT

INTERVIEW

Dobrý večer Jacques, Tvoje priezvisko môžeme preložiť ako „Malý". Symbolizuje tiež rozsah aktivít a veľkosť vašej rodinnej firmy?

Petit je meno moje aj mojej rodiny a nikdy ma nenapadlo zmeniť toto meno. Je to moja osobnosť a moja malá história, nakoľko moja rodina žije v Charente už tri storočia. Navyše, v Spojených štátoch amerických „petit" znamená nádherný.

Čo považuješ nielen ty ale aj tvoji kolegovia s porovnateľnou produkciou za vašu výhodu oproti veľkým firmám?

Je pravdou, že sme remeselníci, malovýrobcovia a vyrábame autentický cognac v tej najčistejšej tradícii. Pracujeme s láskou k dobrej práci a k potešeniu našich zákazníkov a tiež, aby sme zarobili nejaké peniaze. Nemáme nič spoločné s priemyselnou výrobou.

Good evening Jacques, Your surname can be translated as „Small". Does this symbolise the amount of activities and the size of family firm?

Petit is my name, and the name of my family, I never thought to change it. It is my personality and my little history also because my family live in Charente for 3 centuris. And in USA „petit is beautifull".

What do you, as well as your colleagues with comparable production, consider as advantage against big firms?

Yes, we are artisans, we make an authentic Cognac, in the most Pure tradition, We work with the „love" of good work and the pleasure of the customer and for to make a lot of money. We are not industrial.

Spolupracujete v niektorých aktivitách medzi sebou – pomoc pri ošetrovaní viniča, zbere hrozna, destilácii, predaji, exporte, účasti na výstavách a pod.?

Pracuje samostatne. Mám rôznych dovozcov a distributérov v Belgicku, Spojenom kráľovstve, Kanade, Nemecku, v Číne atď...Zúčastňujem sa niekoľkých výstav (v Metz, v Dijon, v Paríži, Bruseli, Londýne) ďalej v Belgicku, Nemecku, Taliansku a v Číne. Zúčastňujem sa tiež rôznych súťaží a kvalita mojich výrobkov mi pomáha pri ich reklame. Len počas destilácie robíme degustácie s 20 - 30 profesionálmi v Cognacu a oni mi povedia svoj názor.

Do you cooperate in some activities – such as help in looking after the vine, grapes collection, distillation, sell, export, exhibitions and others?

I work alone, I have differents agents in Belgium, UK, Canada, Germany China etc... I make some Fairs, (in Metz, in Dijon, in Paris , Bruxelles, London) Some show In Belgium, Germany, Italy and China. I participate to differents competitions and the quality of my product help me in my publicity. Just for the distillation, I make a taste with 20, 30 differents professional of the Cognac and they give me theur opinium.

Ktoré trhy sú najdôležitejšie pre vašu firmu a akú perspektívu predaja vidíš v strednej a východnej Európe?

V súčasnosti skúmam čínsky trh, lebo mám niekoľko čínskych priateľov, ktorí by chceli v Číne predávať moje výrobky. Pre mňa je však veľmi dobrým trhom aj trh strednej a východnej Európy. Je to veľmi dobrý trh pre pestovateľov viniča a výrobcov cognacu, lebo tu máte veľa znalcov, máte tu rozvinutú kultúru konzumácie a zvlášť čo sa týka cognacu. Pre mňa je dobra vec mať v tomto regióne distributéra.

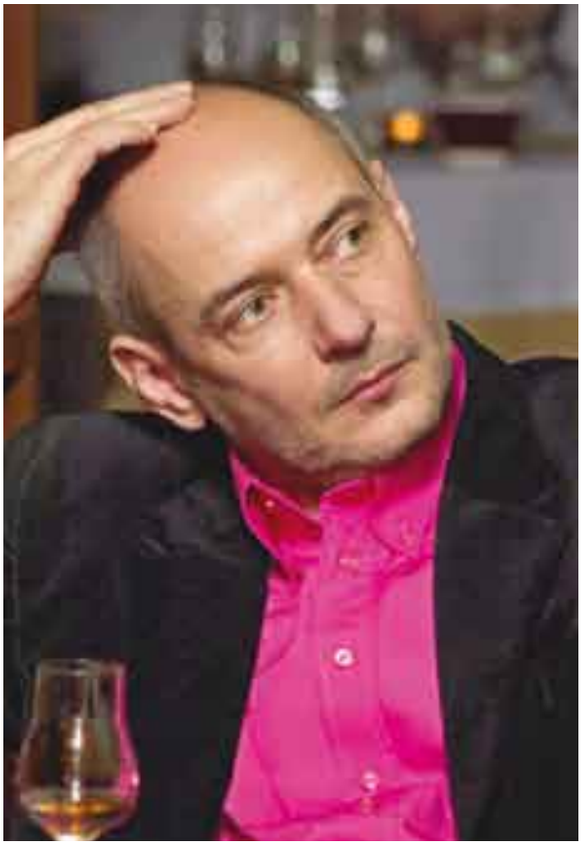
Which markets are the most important ones for your company and which perspective of the sell do you see in the central and eastern Europe?

At this time I study the China market because I have some Chineses friends who want to sell my Cognac In China, but for me the market of central Europe and eastern Europe is a very good market, a very good market for the owner grower as my because you ave a lot of connoisseur, and you have the culture o the alcool and particulary of the Cognac.

For me a good think is to have an agent for thius part of the Europe.

SADKO MÝTNIK

COGNAC V SRDCI IN HEART



Spoločnosť Achat pôsobí dlhodobo na slovenskom trhu ako dovozca destilátov, pričom v poslednom období sa úzko špecializuje na dovoz cognacu. Čo rozhodlo o špecializácii na cognac?

Spoločnosť Achat vznikla krátko po spoločenských zmenách v bývalom Československu. Nosnou aktivitou sa stala distribúcia dovážaných nápojov v segmente premium a top značiek. Po rozdelení Československa Achat pokračoval v aktivitách, ale okrem distribúcie na trhu prirodzene vstúpil i do roviny dovozu. Trh s nápojmi sa profiloval, mnohé medzinárodné značky naň vstupovali, budovali svoje pozície. Vďaka rýchlemu rozvoju nápojového trhu otvárali medzinárodné spoločnosti svoje zastúpenia, pričom v rámci svojho okruhu výrobkov mali dominantné položky, na ktoré sa zamerali aj ich marketingové

Achat as a company is a secular liquers importer on slovak market, while in the last period of time is specialized on cognac import. What made you specialize on cognac?

Achat was created shortly after the social changes in Cechoslovakia. Our main activity became distribution of liquers from premium and top brands. After Cechoslovakia had been devided, Achat continued in its activities, but to distribution added import activities. Liquer market was just about to profile, many of international brands entered the market and strenghtened their positions. Thanks to the fast development of the liquer market, the international brands created their branches. There were main products in every basket, which were also targets for the marketing activities. It was very rare to have cognac as one of these main products.

This is one of the reasons why Achat specialized on cognac distribution, supportive activites and its growth on our market. But I consider cognac as a special alcohol drink. It truly is a rare product from different aspocts. In a little region in southwestern France you can find unbelievable range of flavours and aromas, which is given from generations to generations and they put lots of effort to keep this tradition.

Our specialisation on cognac is part of our respect to all these producers, and to cognac itself.Another reason is the "hunger" of demanding customers after informationa bout high quality drinks. Cognac, thanks to its history and presence offers enormous number of themes, stories, destinies.

With cognac we can see art in many of its forms – from the finest care of the vineyard, the mastery of distillery, time alchimy during its rest in the oak cot in the deepest silence of cellars till the glass and crystal creations, in which cognac comes into our hands.

aktivity. Len zriedkavo bol predmetom ich sústredeného záujmu niektorý z výrobkov cognac.

To je jeden z dôvodov, prečo sa Achat začal špecializovať na dovoz cognacu a aktivity na jeho podporu a rast na našom trhu.

Cognac však chápem ako zvláštny alkoholický nápoj. Je to z viacerých aspektov vskutku raritný produkt. Na malom území na juhozápade Francúzska môžete nájsť neuveriteľnú rozmanitosť chutí a vôní, ktorú si generácie výrobcov už stáročia hrdo odovzdávajú a vynakladajú nemalé úsilie na udržanie tejto tradície.

Špecializácia na cognac je jedným z prejavov našej úcty k výrobcom tohto magického nápoja a k nápoju samotnému.

Ďalším dôvodom je „hlad" náročných spotrebiteľov po informáciách o kvalitných výrobkoch. Cognac vďaka svojej histórii i súčasnosti ponúka nepreberné množstvo tém, príbehov, osudov.

Stretávame sa pri ňom s umením v rôznych podobách – od až umeleckej starostlivosti o vinič, majstrovstvo destilácie, alchýmiu času pri pokojnom odpočinku v dubovom lôžku v tichu pivníc až po umelecké kreácie skla a kryštálu, v ktorých sa nám cognac dostáva do rúk.

Dovoz a distribúcia na tak špecifickom, transformujúcom trhu si vyžaduje nemálo úsilia i prostriedkov. Podstatnými sú však marketingové koncepty, resp. spôsob komunikácie s cieľovou skupinou. Projekt Testum je jedna z aktivít spoločnosti Achat ako dovozcu. Ako hodnotíš jej výsledky za viac ako rok činnosti?

Pravdou je, že vznik agentúry Testum som inicioval s jasným zámerom - ukázať na Slovensku cestu vzdelávania a marketingu v súvislosti s cognacom. Som presvedčený, že ak ľudia dostanú odborné informácie o cognacu, majú lepší prehľad, vyvoláva to ich záujem. Množstvo značiek, ktoré Achat dováža a komunikuje prostredníctvom agentúry

Distribution and import on such a specific and transforming market needs to put enough effort and resources. The main ones but still remain the marketing activities, resp. communication with the targeted customer. The project Testum is one of Achat's activities. How do you find its results after almost one year of its existence?

The truth is, that the Testum agency was initialised with one explicit target – show Slovakia the way of education and marketing in connection with cognac. I am convinced that ones people get knowledge about cognac, their interest will come. Many of brands that Achat imports and communicates through the Testum agency keep our consumers in consistent attention and feeds their interest about cognac. It is nice to see how our partners in agency and friends of cognac come back to earlier presented brands after some time, compare and taste again. Their knowledge and experience will be the base for the encyclopaedia, which is the main aim of the Testum agency.

Many cognac producers have visited us thanks to these activities. They travel more than 2000 km to share their joy, which is present when they produce cognac under their own name. We feel extraordinary energy, interest and love to the product. During meetings with people from Cognac we are allowed to enjoy the art of the creator, touch the history of families and concrete people.

In this sense I am very satisfied, and am looking forward more visits in next couple of years.

So the start was well done, what is next?

Next is a specialised project of cognac distribution for gastronomie. We named it Cognac Embassy and one of its targets is to give wider range of choice to our customer. The project has three different levels, where each of them represents different cognac quality offer in restaurant and the quality of service.

Cognac Embassy Premium is the basic level. This will include restaurant offering ten different species and qualities of cognac. The theorem for this level is to complete the training.

Second level is Cognac Embassy Silver. In this level we would to draw attention of professionals on quality XO and higher.

interview

SADKO MÝTNIK

COGNAC

V SRDCI

IN HEART

Testum, udržiava konzumentov v neustálej pozornosti a živí ich záujem o cognac. Je pekné vidieť ako sa naši partneri v agentúre a priatelia cognacu s odstupom času vracajú k skôr prezentovaným značkám, porovnávajú ich, opätovne degustujú. Tieto poznatky a zážitky konkrétnych ľudí potom vytvoria základ encyklopédie, ktorej vydanie je hlavným cieľom agentúry Testum.

V rámci týchto aktivít nás navštívili mnohí výrobcovia cognacu. Cestujú viac ako dve tisíc kilometrov aby sa s nami podelili o svoju radosť, s ktorou sa venujú výrobe cognacu, nesúcemu ich meno. Cítime z nich neuveriteľnú energiu, záujem a lásku k produktu. Počas stretnutí s ľuďmi z Cognacu si môžeme vychutnať umenie tvorcu, dotknúť sa histórie rodín a konkrétnych ľudí.

V tomto smere som mimoriadne spokojný a teším sa na ďalšie návštevy v budúcich rokoch.

Takže štart to bol skutočne dobrý. Čo bude nasledovať?

Nasledovať bude špecializovaný projekt distribúcie cognacu pre gastronómiu. Nazvali sme ho Cognac Embassy a jeden z jeho cieľov je dať možnosť kvalitnejšieho výberu zákazníkovi. Projekt má tri rôzne úrovne, kde každá z nich predstavuje rôznu kvalitu ponuky cognacu v reštaurácii a kvalitu jeho podávania.

Cognac Embassy Premium je základnou úrovňou. Bude do nej zaradená reštaurácia ponúkajúca desať rôznych druhov a kvalít cognacu. Predpokladom na zapojenie sa do tejto úrovne je preškolenie. Druhým stupňom je Cognac Embassy Silver. V tejto úrovni chceme upriamiť pozornosť profesionálov na kvalitu XO a vyššiu. Neskôr aj na ročníky – ukázať tú neuveriteľnú pestrosť chutí a vôní. Najvyššou úrovňou je Cognac Embassy Gold, ktorá predpokladá ponuku približne 50 rôznych kvalít cognacu na jednom mieste.

Jeden len náš ďalší krok na trhu smerom ku konzumentom. Personál v reštauráciách má obmedzené možnosti predávať výrobok, o ktorom takmer nič nevie. Ťažiskovou aktivitou v projekte Cognac Embassy bude vzdelávanie a tréningy profesionálov, barmanov, someliérov.

Cez jednotlivé úrovne CE je treba prejsť, profilovať svoje miesto. Či pokračovať

interview

SADKO MÝTNIK

COGNAC V SRDCI IN HEART

Later the vintages will included – to show the unbelievable range of tastes and aromas.

The highest level is Cognac Embassy Gold, which expects to offer more than 50 different qualities on one spot.

Another one from many steps towards our consumers. Restaurant' staff has limited options to sell product, which is not known to him. The main activity in Cognac Embassy Project will be education and trainings of professionals, bartenders, sommeliers.

It is necessary to pass Cognac Embassy Levels and profile the position. Whether to continue in widering not only in the range of offered products, but in the range of knowledge about separate offered brands as well.

In the project preparation we had to answer many problematic issues, which could appear. If we want to place 50 different qualities of cognac on one spot, first big problem is to find a place to present this amount of bottles, the second one is high financial severity for the restaurant.

The solution for both of these problems is specially made service trolley, which will carry the whole range of cognac, together with the tasting glasses – tulips and other service equipment. To place 50 different bottles on one trolley, we lowered the size of them on 20-35 cl, which also decreased the financial severity for restaurant on the level Gold.

On the top of the trolley will be placed not one crystal cruet or decanter. This will be another connection of cognac and art. Most of the crystal cruets are art works, most of them originals and hand made.

One of the missions of this project is to send our consumers obvious message and differ the cognac range in restaurants from the one in supermarkets and hypermarkets, where the only argument for purchase is low price.

Cognac Embassy is mainly about individual service foe\r every customer at his table, next step to experienced gastronomie, education of consumers and professionals.

nielen v šírke sortimentu v ponuke, ale aj v šírke vedomostí o jednotlivých ponúkaných značkách.

V príprave projektu sme si museli dať odpoveď na mnohé problémové otázky, ktoré by mohli vzniknúť. Ak chceme umiestniť v jednej prevádzke viac ako 50 rozličných kvalít cognacu, veľkým problémom je nájsť miesto na vystavenie takého veľkého množstva fliaš, a druhým problémom je vysoká finančná náročnosť pre reštauráciu.

Riešením oboch problémov je špeciálne vyrobený servírovací vozík, na ktorom bude celý sortiment cognacu umiestnený spolu s degustačnými pohármi - tulipánkami a ďalšími servírovacími pomôckami. Aby sme umiestnili 50 rôznych fliaš na jeden vozík, zmenšili sme ich veľkosť na 20 – 35 cl, čím sme zmiernili i finančnú náročnosť pre reštauráciu v úrovni Gold.

Na vrchu vozíka nájde svoje miesto nejedna kryštálová karafa alebo dekanter. Bude to ďalší z dôkazov spájania cognacu a umenia. Veď mnohé kryštálové karafy sú umelecké diela, mnohé originály a vyrábané ručne.

Jednou z úloh v tomto projekte je dať konzumentom jasnú správu a rozlíšiť sortiment cognacu v reštauráciách od sortimentu v supermarketoch a hypermarketoch, kde jediným argumentom na nákup je nízka cena pre spotrebiteľa.

Cognac Embassy je hlavne o individuálnom servise pre každého zákazníka priamo pri stole, ďalší krok k zážitkovej gastronómii, výchova konzumentov i profesionálov.

Ďalší rozmer nájdeme v spojitosti s cestovným ruchom. Košice a Slovensko už rezonujú v súvislosti s cognacom vo Francúzsku i v regióne strednej a východnej Európy. Očakávame ďalší prienik informácií, ktorým vyvoláme záujem u turistov o návštevu reštaurácií s ponukou cognacu, ktorá je unikátna vo svete.

V tomto ponímaní je projekt Cognac Embassy svetový a túto ambíciu budeme po predstavení na Slovenskom trhu najskôr napĺňať v okolitých krajinách a postupne sa bude rozširovať do ďalších krajín Európy a sveta.

Ambícia je to mimoriadne zaujímavá. Myslíš si, že je realizovateľná na Slovensku?

Som o tom absolútne presvedčený. Osobne sa poznám s mnohými majiteľmi a prevádzkovateľmi špičkových reštaurácií na Slovensku i v zahraničí. Odborne som rástol v tomto fachu a mám k nemu neustále veľmi blízko. Stretnutia s týmito ľuďmi sú mimoriadne inšpiratívne. Vidím, že majú záujem o to aby boli lepší, poskytovali kvalitné služby, prekvapovali svojich zákazníkov novými ponukami. U drvivej väčšiny z nich cítiť skutočnú lásku k tomuto prekrásnemu odboru ľudskej činnosti a záujem pomôcť niečomu výnimočnému. A projekt Cognac Embassy určite výnimočný je. Nielen sortimentom ponúkaného cognacu ale aj počtom nadšencov, ktorí sa určite spoja v jeho príprave a pomôžu jeho realizácii. Veľmi radi prijmeme nových záujemcov o projekt z radov dodávateľov cognacu i prevádzkovateľov reštaurácií.

Cognac Embassy je totiž v prvom rade o spojení sa dobrých ľudí s dobrým úmyslom v dobrej veci.

Another effect can be found in connection with tourism. Kosice and Slovakia are recognised in connection with cognac in France as well as region of middle and east Europe. We expect another information boom, which will cause increased interest of tourists in restaurants offering wide range of cognacs, so unique in the world.

From this point of view is project Cognac Embassy universal and this ambition will be after slovak market introduced to our neighbour countries, followed by the rest of european and world countries.

Ambition more than extraordinary. Do you recon it as realistic in Slovakia?

I am absolutely convinced about it. I know personally many owners and managing directors in the best restaurants in Slovakia, as well as abroad. I grew professionally on this field, and still am very close to it. Meeting these people is extremely inspirative. I can see they are interest in being better, offer better service, surprise their customers with new offers.

Most of them is known for real love to this beautiful section of human activity and interest to help something extraordinary. And project Cognac Embassy extraordinary definitely is. Not only by the number of offered cognac brands, but by the number of fans, who will definitely join and help in the realization process. New concerns, cognac distributors, such as restaurant managers, are more than welcome to join us.

Cognac Embassy is most of all about good people joining good faith in a good thing.

interview

SADKO MÝTNIK

COGNAC

V SRDCI

IN HEART

COGNAC EMBASSY PROJECT

COGNAC EMBASSY

Projekt spoločnosti Achat špeciálne vyvinutý na distribúciu širokého sortimentu cognacu pre gastronómiu, spoločne s agentúrou Testum a spoločnosťou Euro project Consulting. Pri jeho realizácii budú spolupracovať výrobcovia cognacu, s ktorými má Achat dlhodobé obchodné vzťahy pri dovoze ich výrobkov na slovenský trh.

Cieľom projektu je rozšíriť ponuku cognacu vo vybratých gastronomických zariadeniach o značky, ktoré znalci vo svete veľmi dobre poznajú, no v našich končinách nie sú vôbec, alebo len veľmi málo známe. Achat má pre vás pripravených viac ako 100 rôznych značiek a kvalít, ktoré umožnia zostaviť pre každú reštauráciu zapojenú do projektu unikátnu ponuku cognacov, atraktívnu pre zákazníkov.

Projekt Cognac embassy k vám prinesie typických predstaviteľov produkčných oblastí cognacu, excelentné zmesi i veľmi staré unikáty, perly na náhrdelníku menom Cognac.

Tri stupne k dokonalosti

Projekt Cognac embassy sa bude realizovať v troch stupňoch, pričom každý z nich posúva kvalitu nápojového servisu vo vybraných reštauráciách na vyššiu úroveň.

Project of the Achat company is specially created for distribution of wide scale of cognac products for gastronomy, together with the Testum agency and Euro Project Consulting. In its realization will cooperate the cognac producers, with whom Achat has long-term business relations thanks to their products distribution onto slovak market. The aim of the project is to widen the cognac offer in particular gastronomy outlets on brands, that are world-wide known, but in Slovakia are barely known, if known at all. Achat has prepared range of more than 100 different brands in different qualities, what allows restaurants, which are engaged with the project, to build unique cognac menu attractive for their customers.

Project Cognac Embassy brings you the typical representatives of production regions in Cognac, extraordinary blends as well as extra old uniques, pearls on a bracelet named cognac.

Three steps to excellence

Project Cognac Embassy will be realized in three levels, from which every next level will higher up of the offered quality of drink service in particular restaurants.

COGNAC EMBASSY PROJECT

Cognac Embassy Premium

Vstupom do Premium úrovne sa gastronomické zariadenie výrazne odlíši od reštaurácií so štandardnou ponukou cognacu
Začína preškolením personálu a následným tréningom pri podávaní cognacu. Absolventi školenia budú ovládať základné fakty z histórie cognacu, zoznámia sa so základnými produkčnými oblasťami, ich typickými charakteristikami a napokon ich vplyvom na finálnu kvalitu cognacu.
Súčasťou prípravy reštaurácie na Cognac Embassy Premium budú konzultácie o možnostiach dovybavenia nevyhnutným stolovým inventárom na správne podávanie cognacu.
Reštaurácia zaradená do stupňa Premium bude mať vo svojej stálej ponuke 10 rôznych kvalít cognacu a personál bude schopný podať hosťom základné informácie o týchto výrobkoch.

COGNAC EMBASSY

COGNAC EMBASSY Premium

Cognac Embassy Premium

Entering the Premium level will markedly differ the particular gastronomy outlets from the ones with standard offer.
All begins with the staff training and the special training for serving the cognac. The graduates will be familiar with the basic facts from the cognac history, the basic production regions, their typical characteristics and their influences on the final quality of cognac.
The restaurant on the Cognac Embassy Premium level will be advised about the necessary inventory facilities needed for the proper cognac serving.
Restaurant in the Premium Level will have 10 different cognac qualities in permanent offer and the staff will be able to provide the basic information about these products.

COGNAC EMBASSY PROJECT

Cognac Embassy Silver

Druhý stupeň projektu, ktorý predstavuje o poznanie vyššiu úroveň v sortimente reštauráciou ponúkaných cognacov.
Gastronomické zariadenie na úrovni Silver bude mať v stálej ponuke 10 rôznych cognacov v kvalite X.O. a Extra. Nevyhnutnosťou je, aby prevádzkovateľ dal vyškoliť personál v základnej úrovni a následne špeciálne v kategórii XO a Extra. Cognac v tejto kvalitatívnej kategórii je mnohokrát starý niekoľko desiatok rokov a obsluhujúci personál musí byť adekvátne pripravený na jeho prezentovanie a podávanie.

Cognac Embassy Silver

The second level of the project, which represents very markedly higher level in the range of offered cognacs. Gastronomy outlet on the Silver level will have 10 different cognacs in quality X.O and Extra in their baverage cards. The must here is, that the manager has to let staff to be trained on the basic level, after which in special categories X.O. and Extra. Cognac in this category is mostly several decades old, and the staff has to be prepared for its presentation and serving.

COGNAC EMBASSY PROJECT

Cognac Embassy Gold

Absolútny vrchol v ponuke a podávaní cognacu v gastronómii. Reštaurácia zaradená do Gold kategórie bude jedinečná tak šírkou sortimentu, ako aj úrovňou podávania. V sortimente nebudú chýbať raritné ročníky cognacu a nádherné zmesi, ktoré bude personál podávať priamo pri stole zo špeciálne na tento účel vyrobeného servírovacieho vozíka. Je to ďalší rozmer zážitkovej gastronómie, vo svete doposiaľ unikátny. Odborná zdatnosť a komunikácia someliéra sú základným predpokladom na úspešné zapojenie sa do najvyššej úrovne podávania cognacu.

COGNAC EMBASSY

Cognac Embassy Gold

The absolute top in the offer and serving cognac in gastronomy. Restaurant engaged in the Gold level will be so unique due to the wide range of offered products, as well as the level of service.
The portfolio will include the rare vintages of cognac and beautiful blends, which will be served directly from the trolley especialy made for this purpose. This is another level in the enjoyable gastronomy, so unique in the world.
The education, knowledges and communication skills of the sommelier are the basic assumptions for the successful entering of the highest level in serving the cognac.

CHRISTIAN FERRAND

V KOŠICIACH

Po nádhernom degustačnom podujatí, aké by som s radosťou chcel vidieť vo Francúzsku, musím vyjadriť obrovskú vďaku členom vášho klubu. Taký entuziazmus k výrobku takmer zabudnutému vo Francúzsku, ale oceňovanému ako "spirit", ktorý musíme zažiť. Bravo tejto excelentnej iniciatíve! A ďakujem ľuďom ktorí zdieľali tú istú vášeň. Budete vždy vítaní u Pierre de Segonzac, kde sme pochopili, že je to myšlienka, ktorá stojí za to. S najhlbšou úctou a priateľskými pozdravmi.

Christian Ferrand
Košice 21, apríl 2008

After a wondefull tasting session - the one I would like to see happened in France - I must say a great thanks to your club members. So enthusiast about the product nearly forgotten in France but appreciated as the spirit we must have experienced. Bravo to such an excellent initiative! And thanks to people who shared the same passion. You always be welcomed at Pierre de Segonzac where we recognized the idea as one which counts. With my warmest regards and my friendly greetings.

Christian Ferrand
Kosice, April 21st, 2008

Každá firma, ktorá navštívila agentúru Testum aby prezentovala svoje výrobky partnerom agentúry, bola niečím špecifická, v niečom bola vždy prvá. Či už to bol prvý výrobca, ktorý nevlastní vinice, ale napriek tomu vyrába cognac, ktorý je považovaný za jeden z najlepších na svete, alebo prvý, ktorý má vinice len v oblasti Borderies. Ďalší bol zas prvý, ktorý docestoval autom z Cognacu až do Košíc... a tak by som mohol pokračovať ďalej.

Tentokrát nás navštívil člen rodiny, ktorá ako prvá použila podobizeň tvorcu - výrobcu cognacu na etiketu.

Ako sa to ale všetko začalo? Na prvý pohľad náhodami, ktoré však náhodami určite neboli. Dal nás dohromady úprimný záujem o cognac a snaha o jeho rozšírenie na Slovensku.

Jedného krásneho sychravého dňa sme sa vybrali z Košíc do Bratislavy na zabezpečenie nápojového servisu cognacov na prestížnej spoločenskej akcii. Neskoré popoludnie nás zastihlo na obchvate Bratislavy , keď zazvonil telefón a na displeji sa objavilo meno majiteľa vinotéky, ktorú sme na stránkach spravodaja už prezentovali. Peter Jánoši išiel rovno na vec a oznámil mi, že pri ňom stojí nejaký Francúz, ktorý žasne nad sortimentom cognacov v jeho vinotéke a chcel hovoriť s niekým, kto je do zásobovania akýmkoľvek spôsobom namočený. Hovorím mu, davaj ho sem, a milý Francúz začal formulovať prvé vety do môjho ucha. Volám sa Christian Ferrand a zastupujem značku Pierre de Segonzac a veľmi rád by som sa s vami stretol. Máš ty chlape ale šťastie, pomyslel som si v duchu, no vzápätí som si uvedomil, že to šťastie máme vlastne viacerí. Skoro odpadol pri telefóne, keď sa dozvedel, že hoci pôsobíme v meste 400km vzdialenom od hlavného mesta, práve doň vchádzame a sme ready ho pozdraviť osob-

Every company that has visited the Testum agency to present its products to the agency' partners was specific in a way, always first on one field. Whether it was the first cognac producer, who didn't own any vineyards, and is considered as one of the best in the world, or the first one with vineyards in the Borderies region, another one was the first who traveled from Cognac to Kosice by car... and I could carry on like this forever.

This time we were visited by member of a family, which used the creator's portrait as the motive for the label. For the first time in the history of cognac production, of course.

But how did it all began? By accidents, which were not accidents at all. The true interest in cognac and will for its expansion in Slovakia brought us together. One beautiful rainy day we were on our way from Kosice to Bratislava to take care of the beverage service on one prestigious event. The late afternoon caught us on the highway in front of Bratislava when the phone rang. The display showed name of the owner of wineshop, which had been presented in our magazine before. Peter Jánoši went straight to the point and told me, he had some Frenchee standing next to him who was amazed by the cognac offer in his shop. He insisted to talk to someone responsible for this. So I got to talk to Christian Ferrand, representative of the Pierre de Segonzac brand, who would like to meet us. He was lucky, but in fact, we all were. He almost collapsed when I explained, that our seat is in town 400 km away from the capital, but we just entered the capital and were able to meet him straight away. Can this be an accident? Man from Cognac, so distant, but so close to us, chooses "accidently" central

ne. No povedzte, môže to byť náhoda? Mužík z ďalekého a pritom nám veľmi blízkeho Cognacu sa "náhodou" vyberie do stredu Európy, "náhodou" z Budapešti dorazí do Bratislavy, "náhodou" zaparkuje neďaleko vinotéky zo sortimentom viac ako 200 druhov cognacu, "náhodou" tam je majiteľ, ktorý nám zavolá a my "náhodou" vchádzame do Bratislavy. Nech verí, kto chce, ja tomu neverím.

Netrvalo dlho a vrútili sme sa do vinotéky, kde už čakal "náhodný" návštevník. Christian Ferrand. Sympatický Francúz s iskrou v oku a manželkou po boku. Krátke predstavenie v telefóne sme už mali za sebou, tak sme sa zvítali už ako osoby etwas trochen známe. Christian začal vysvetľovať kto je, čo je, odkiaľ je. Nebolo to vôbec potrebné, ponevač príbeh rodiny Ferrand pozná v Cognacu snáď každý, komu zostala aspoň jedna pamäťová bunka plne funkčná. Išlo

Europe as the target for his trip, and from Budapest he "accidently" ends up in Bratislava, where "by accident" parks in front the wineshop with offer more than 200 cognacs, and of course, the owner is "by accident" there and calls us. And we absolutely "by accident" at the very same time enter Bratislava. Whoever might believe in accidents, but I certainly don't! Not long after a phone call we entered the wineshop, so awaited by the "accidental" visitor. Christian Ferrand. Very sympathetic French with shine in his eye and wife by his side. The short introduction was already behind us over the phone, so we welcomed as old friends. Christian started to explain, who he was, from were etc. This introduction wasn't really necessary, while the story of the Ferrand family is known to everyone in Cognac who has at least one functioning memory cell. To keep it short, the point is that Christian's father, Pierre Ferrand, one of the most respected cognac producers from Grande Champagne entered the market with two young students more than twenty years ago, to sell cognac named Pierre Ferrand. The sale rose, and one day these companions decided to, nicely said, uninstall dear Pierre Ferrand from the company. They broke up, and Pierre continued in production of his high quality cognacs, and on the labels, how else, used his own name – Pierre Ferrand. This was unwelcome by his ex-companions, who sued him for prohibited use of trademark. Can you imagine that? Your ancestors build brand, name and the symbol of quality for generations and two tricky guys will take it away! And really, after 15 years of trial processing, the court decided, that Pierre Ferrand has no right to use his own name to label his product, while the right belongs to company he left from. Pierre and his family went through these hard times, full of paradox and absence of basic moral values and started to work under new name.

Pierre de Segonzac. And what more – with Pierre Ferrand's picture on the label, to show he didn't lose his face. So these circumstances brought Christian Ferrand to Bratislava and few weeks later to Kosice. The story of his family was familiar to some partners of the Testum agency, what made Christian feel comfortable and the presentation started in a friendly atmosphere. Just like a meeting of lovers of cognac should look like.

v krátkosti o to, že Christianov otec, jeden z najuznávanejších výrobcov cognacov z Grande Champagne menom Pierre Ferrand, vstúpil pred viac ako dvadsiatimi rokmi svojim menom a výrobkami do spoločnej firmy s dvoma mladými študentami, ktorí sa s vervou mladej krvi vrhli do práce v marketingu a predaji cognacu Pierre Ferrand. Predaj utešene rástol, až narástol do rozsahu, kedy sa rozhodli dvaja spoločníci milého Pierra Ferranda z firmy, slušne povedané odinštalovať. Rozišli sa, Pierre pokračoval vo výrobe svojich kvalitných cognacov, na etikety ktorých uniestnil, ako ináč, svoje vlastné meno - Pierre Ferrand. To sa samozrejme nepáčilo dvom jeho bývalým spoločníkom, ktorí ho zažalovali za neoprávnené používanie obchodného mena. Viete si to predstaviť? Celé generácie vašich predchodcov budujú značku, meno ako symbol kvality a dvaja prefíkanci vás oň pripravia. Skutočne, aj po 15 rokoch súdnych ťahaníc súd rozhodol, že podľa práva Pierre Ferrand nemôže svoje meno použiť na etiketu svojich výrobkov, lebo práva na jeho použitie má firma, z ktorej bol medzičasom odídený. Pierre aj jeho rodina prekonali toto neuveriteľné obdobie plné paradoxov a absencie základných morálnych hodnôt a pustili sa do práce s novým menom.

Pierre de Segonzac. A navyše – tvár Pierra Ferranda na etikete, aby každý vedel, že je to on, ktorý svoju tvár nestratil.

The beginning belonged, as usually, to the youngest from the family Ferrand – Prestige. 10 years in the old oak barrels in Pierre Ferrand cellars near Segonzac, left its signature not only on the light color, but the low volume of tannins. The recommendation for its consumption as long drink or on ice is more than on place. This lightgold colored youngling prepared us for his older siblings.

Takže, tieto okolnosti priviedli Christiana Ferranda do Bratislavy a o niekoľko týždňov neskôr do Košíc. Story rodiny Ferrand už niektorí z partnerov agentúry Testum poznali pred Christianovým príchodom, čo vycítil aj náš hosť a jeho prezentácia začala v uvoľnenej atmosfére stretnutia priateľov cognacu.

Začiatok patril ako vždy najmladšiemu zástupcovi rodiny Ferrand – Prestige. 10 rokov v dubovom sude v pivniciach Pierra Ferranda neďaleko Segnozacu a navyše v starých sudoch sa podpísalo nielen pod jeho svetlú farbu, ale tiež pod nízky obsah tanínov. Doporučenie jeho konzumácie v long drinkoch alebo na ľad je teda viac ako namieste. Tento mladík svetlozlatej farby nás mal pripraviť na svojich starších súrodencov.

Nasledoval za ním viacmenný braček s názvom Reserve de la Propriete. Dlhšia doba zretia sa prejavila v jasne rozpoznateľnom jemnom bukete a v mäkkej chuti. Mnohých prítomných príjemne prekvapila čuchová charakteristika tohto cognacu, v ktorom sa objavila vôňa nie často prítomná v tomto destiláte – lipa. Lieskový orech je ďalšia jeho charakteristická aróma, čo však až takým prekvapením nebolo.

Pierre Ferrand dobre vie, že bez trpezlivosti počas zretia svojich cognacov by sa len ťažko priblížil ku kvalite, ktorú chce dosiahnuť a ponúknuť svojim zákazníkom. Proces zretia by bol nemysliteľný bez použitia slovného označenia na odparené množstvo cognacu – anjelský podiel. Vie to každý, kto má niečo s cognacom dočinenia, vie to aj Pierre Ferrand. No a keď symbol zretia - anjelov, použije do názvu jedného zo svojich cognacov, tak to asi má svoj dôvod. Sélection des Anges - anjelský výber. Plne vyzretý cognac, úžasne mäkká chuť,

Followed by his brother named Reserve de la Propriete. Longer time of ageing showed in clearly recognized soft bouquet and tender taste. Many attendants were surprised by the smell characteristics of this cognac, lime tree, so unusual in this drink. The chestnut was another smell characteristic, but was not surprising at all.

Pierre Ferrand knows very well, that without patience during the ageing process of his cognacs, he would hardly get even close to the quality he wants to achieve and offer to his customers. It would be impossible to talk about the ageing process without mentioning the evaporated amount of cognac – the angels' share. Everyone, who has something to do with cognac knows it, Pierre Ferrand knows it. And when he uses the symbol of ageing – Selection des Anges (Angel's selection) as name of one of his cognacs, he knows why. Fully aged cognac, amazingly soft taste, extremely long lasting, vanilla and sweet wood, spices. Is anything else needed to add to this short, but very specific description? No. So Christian decided to continue with another family treasure, carrying his father's face on the label. The description of this cognac is familiar to pros, as well as beginners with cognac. What is surprising, is the number of years this cognac aged in comparison to the length given by the law.

XO from Pierre de Segonzac is being sold in a limited edition, while we are dealing with a very old blend with unique and tender bouquet. One of the very best XO available near and far. Simply, Grande Champagne is the very

mimoriadne dlhá dochuť, vanilka a sladké drievko, koreniny. Je treba dodávať ešte niečo k tomuto stručnému, ale navýsosť jasnému popisu? Nič. Preto sa Christian rozhodol pokračovať ďalším rodinným klenotom nesúcim podobizeň jeho otca na etikete. Označenie kvality tohto cognacu je znalcom i laikom dostatočne známe. Čo je prekvapením, to je množstvo rokov, ktoré teno cognac zrel v porovnaní s obdobím, ktoré mu káže prísny predpis.

XO od Pierra de Segonzac sa predáva v limitovanom množstve, nakoľko sa jedná o veľmi starú zmes s unikátnym a jemným buketom. Jedno z najlepších XO dostupných široko,ďaleko. Raz darmo, Grande Champagne je prvou oblasťou nie náhodou. Dlhé roky zretia skutočne rezultujú do výnimočnej kvality tu produkovaných cognacov. XO prezentované Christianom Ferrandom to potvrdilo vrchovato.

Ale to ešte nebolo všetko.

Obrazne povedané "bradatý" deduško z pivníc Pierra Ferranda. Prastarec. Jednoducho a navyše po francúzsky – Ancestral.

Ohromnosť nad ohromnosti! Farba blížiaca sa k mahagónu dáva tušiť úctyhodný vek. Jeho potvrdením je informácia z rodokmeňa – tento cognac vyrobili Andre a Abel Ferrand, Pierrov starý a prastarý otec. Nikoho z prítomných partnerov a ich priateľov neprekvapil fakt, že každoročne je k dispozícii len veľmi limitované množstvo fliaš naplnených týmto elixírom.

Na všetkých nás počas stretnutia pôsobil ešte jeden elixir. Láska k tomu, čo človek robí a nadšenie plynúce z úspechov svojej práce vykonávanej so srdcom.

V prípade Pierra de Segonzac a jeho rodiny s priezviskom Ferrand je prítomnosť tohto elixíru zvýraznená vývojom rodiny ich cognacu za posledných 20 rokov. Ak však na čele rodiny stojí chlap ako Pierre Ferrand, pochopíte, že to inak ani nebolo možné prekonať. S láskou a nadšením, ktoré z tohto človeka srší od prvej chvíle keď ho stretnete.

Vďaka za krásny zážitok pán Ferrand.

first product region, not by accident. Long years of ageing really are resulting in extraordinary quality of here produced cognacs. XO presented by Christian Ferrand confirmed this more than well.

But this wasn't all.

The "grandpa" from the Pierre Ferrand cellars. Great grandfather. To say it simply and in French – Ancestral. The Best from the Best! The almost mahogany color makes you sense the admiring age. To confirm your senses – this cognac was produced by Andre and Abel Ferrand, Pierre's grand- and great grand-father. No one was surprised, that only limited amount of bottles with this elixir is available every year.

We all were amazed by another elixir during the meeting. The love to man's work and the enthusiasm coming from the success of work made with heart.

In case of Pierre de Segonzac and his family with surname Ferrand is the attendance of this elixir expressed by what happened to their cognac in last 20 years. But if the head of a family is man like Pierre Ferrand, you'd understand there wasn't other way to go through it. You sense the love and enthusiasm from the first moment you meet him.

Thank you for amazing experience Mr. Ferrand.

CHRISTIAN FERRAND

PIERRE DE SEGONZAC GALLERY

XO

Predávaný v limitovanom množstve. Veľmi stará zmes s unikátnym a jemným buketom. Arómy orieškov a kože. Rubínovej farby, vrchol línie eau-de-vie vo výnimočnej dĺžke dochute.

Sold in limited quantities. A very old blend with the unique subtle and delicate bouquet. Aromas of nuts and leather. Ruby in colour a top of the line eau-de-vie for an exceptional length of taste.

Prestige

Zlatá farba. Má jemnú vôňu s arómami vanilky a medu. Nakoľko zrel v starých sudoch, tento 10 ročný cognac obsahuje len málo tanínov. Najlepší je do long drinkov.

Golden in colour. More than a VSOP, it has a delicate nose with aromas of vanilla and honey. It's aged in old casks not in bottle this ten-year-old Cognac takes a few tanin. The best for long-drink.

Réserve de la Propriété

Tento cognac môžete rozoznať vďaka jemnému buketu Napoleon a mäkkej chuti. Veľmi harmonická zmes. Zlatej farby. Arómy lieskového orecha a lipy.

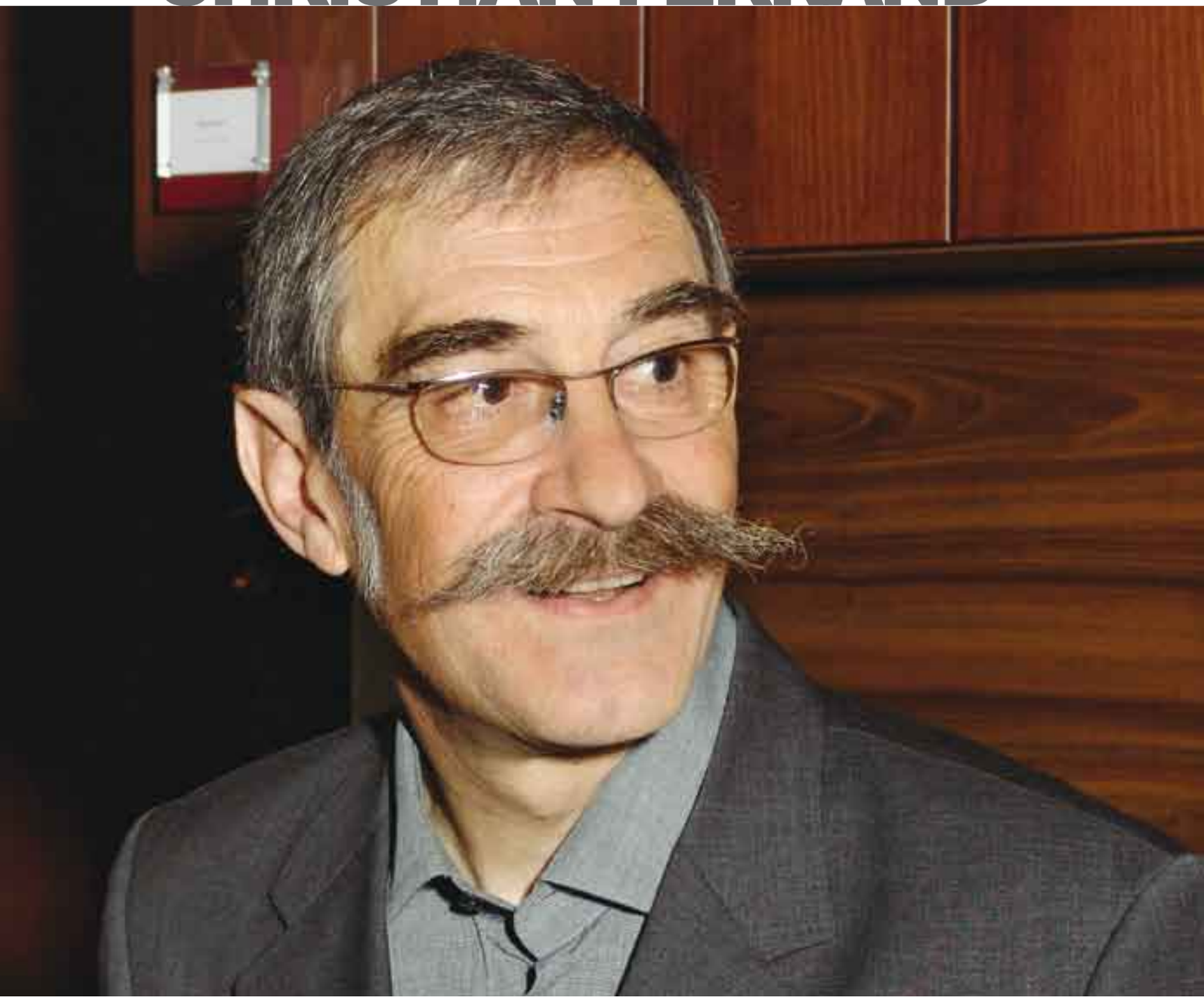
You can recognize this complex Napoleon Cognac to its subtle bouquet and smooth flavour. A very harmonious blend. Gold in colour. Aromas of hazelnuts and linden.

Sélection des Anges

Tento plne vyzretý cognac, nazvaný podľa procesu evaporácie Anjelský podiel, ponúka výraznú výdrž, záver a bohatú mäkkú chuť. Farba starého zlata, tóny vanilky a sladkého drievka medzi pižmovými a korenistými arómami.

This full mature XO Cognac, named after the evaporation process called the Angel's share, offers considerable lingering, finish and rich mellow flavour. Old gold in colour, hints of vanilla and liquorice among musky and spicy flavours.

INTERVIEW
CHRISTIAN FERRAND



INTERVIEW

Dobrý večer Christian, s odstupom niekoľkých týždňov sa už po druhýkrát stretávame na Slovensku, čo nie je zvykom u malých výrobcov cognacu. Čo ťa priviedlo na Slovensko?

Skutočne, spolu s manželkou Dominique sme vo februári napoly putovali a napoly objavovali strednú Európu, aby sme našli nové trhy pre našu rodinnú značku Pierre de Segonzac. Pri tej príležitosti sme vošli v Bratislave do vinotéky. Boli sme veľmi prekvapení širokým výberom pekných cogancov, ktorý na nás urobil dojem. Potom sme sa stretli s tebou Peter a so Sadkom... Od toho okamihu sme mohli pokračovať len spoločne. Cognac spája zanietených ľudí. Viete, vaše cognacové kluby sú v našich očiach skutočne fantastické. Nikdy predtým sme nevideli také kluby, entuziastických ľudí, šťastných, že sa môžu učiť viac a viac o destiláte, ktorý predstavuje nie viac ako 1% celosvetovej spotreby alkoholu. Roky som hľadal najlepší spôsob ako otvoriť podobný klub v Paríži. Možno viete, že Francúzi sú majstri sveta v pití whisky: až 170 miliónov fliaš každý rok!! Vskutku exportujeme takmer rovnaké množstvo cognacu, čo predstavuje 97% celkovej produkcie cognacu. Nakoľko nik nie je prorokom vo vlastnej krajine, je skutočne úžasné nájsť vaše kluby v Košiciach a v Bratislave. A vďaka vašemu milému pozvaniu som sa vrátil predstaviť značku Pierre de Segonzac.

Výrobky s menom Pierre Ferrand sa na našom trhu objavili už pred niekoľkými rokmi, dnes reprezentuješ značku Pierre de Segonzac. Aký je medzi týmito značkami vzťah?

Značka Pierre Ferrand teraz patrí bývalému partnerovi môjho otca. Je to smutný príbeh: pred viac ako dvadsiatimi rokmi prijal môj otec, ktorý sa volá Pierre Ferrand, návrh na začiatok partnerstva s dvomi mladými študentmi, ktorí mu navrhli podporu jeho značky na americkom trhu. Samozrejme, nemali ani halier a moja mama im dokonca prala ponožky... Počínali si ale dobre a za niekoľko rokov prudko zvýšili

Good evening Christian, after only few weeks we meet again in Slovakia, which is very unusual for small cognac producers. What brought you to Slovakia?

Actually, Dominique my wife and I were half touring half prospecting in central Europe last february to find new markets for our cognac family brand Pierre de Segonzac when we walked in your Bratislava liquor store. Thre we have been quite surprised and impressed to found such a large selection of nice cognacs. Then we met with you Peter and with Sadko... From that point we could only go on together. Cognac bring passionate people together.

You know, your cognac clubs are really fantastic to our eyes. Never seen such clubs before, enthousiats people, happy to learn more and more about a spirit which means no more than 1% of all the alcohol drunk in the world...

For years I have beeen looking for the best way to open such a club in Paris. Perhaps you know that the french are world champion for whisky drinking: up to 170 millions bottles every year! In fact we export nearly the same figure of cognac bottles which reprensents 97 % of cognac production. Since no one is prophetic in his own country it's really great to find yours clubs in Kosice and Bratislava. And thanks to your kind welcome when I came back to promote Pierre de Segonzac.

Products named Pierre Ferrand are in our market for couple years now, today you represent Pierre de Segonzac. What is the connection between these two brands?

Brand Pierre Ferrand is now owned by an ex-partner of my father. It's a sad story : more than twenty years ago my father, whose name is Pierre Ferrand accept to launch a partnership with two young students who were offering to promote his brand on the US market. Off course they had not a penny and my mother had to care about their socks either... But they did so well than within a few years they rocketted up the sales and... then flew away with the brand Pierre Ferrand. To be completed, they also set up a case against my father for counterfacting ! And years later french courts said that my father was guilty for counterfacting the brand he had launch from his own family name !

This story lasted for 15 years. Then we had to rebuilt everything with Pierre de Segonzac brand. Now you will certainly understand better why this brand shows my father's face. Since no one has yet sized his picture no more its skills about cognac making. We still are one of the very few wine growers proud to wear the appellation „bouilleur de cru" because we harvest and distill only our own product.

Meanwhile Ferrand cognac had become one of the 15 largest spirit business in Cognac area, making cognac but also rums, vodka and mostly brandies... Lately, the two associates have entered a dispute and separated: the first one keeps Ferrand and the second one has settled a joint venture with Aroma one of the largest russian spirits importer; together they have bought the brand A. de Fussigny.

INTERVIEW

predaj....a potom odleteli aj so značkou Pierre Ferrand. Aby som bol úplný, zažalovali tiež môjho otca za neoprávnené používanie obchodného mena. A po niekoľkých rokoch francúzsky súd rozhodol o vine môjho otca za falšovanie značky, ktorú uviedol s použitím svojho vlastného priezviska.

Prípad trval 15 rokov. Potom sme museli všetko znovu vybudovať so značku Pierre de Segonzac. Teraz budete možno lepšie chápať, prečo nesie táto značka tvár môjho otca. Doposiaľ nik nespochybnil jeho obraz ani schopnosti pri výrobe cognacu. Stále sme jeden z veľmi mála vinohradníkov hrdých na označenie "bouillieur de cru", nakoľko oberáme a destilujeme len našu vlastnú produkciu.

Medzitým sa Ferrand cognac stal 15. najväčšou spoločnosťou v obchode s destilátmi v Cognacu, vyrábajúc cognac ale tiež rumy, vodku a hlavne rôzne brandy. Neskôr sa bývalí spoločníci rozhádali a rozdelili: jeden si ponechal značku Ferrand a druhý založil spoločnú firmu s jedným z najväčších ruských dovozcov liehu Aroma a spoločne kúpili značku A. de Fussigny.

Cognac je špecifický región, ktorému dominujú štyri veľké značky, no stále je tu aktívnych množstvo malých výrobcov. Majú perspektívu obstáť v čoraz tvrdšom konkurenčnom boji? Aké sú hlavné prednosti vašej firmy?

Priemerná plocha viníc určených na pokrytie potrieb cognacu je 75 000 hektárov. Pred 25 rokmi na nich pracovalo 25 000 vinohradníkov. Dnes ich je nie viac ako 5000 a väčšia polovica z nich má viac ako 50 rokov a nemajú komu svoje vinice a prácu odovzdať. Budúcnosť výroby vína pre cognac, ktorá sa sústreďuje na uspokojenie požiadaviek štyroch veľkých firiem, preto nevyzerá veľmi pekne. Medzitým, existuje ešte okolo 250 vinohradníkov, ktorí destilujú, nechávajú dozrieť, miešajú a predávajú cognac pod svojou vlastnou značkou. Veľmi málo z nich dokáže prežiť bez toho, aby predávali eau-de-vie štyrom veľkým výrobcom. Konzumenti ale nemôžu nájsť ten najlepší a najautentickejší cognac pochádzajúci od týchto výrobcov.

Týchto 250 malých výrobcov predstavuje len 0,5% celosvetového predaja! Ale pol percenta zo 170 miliónov fliaš je stále 850 000 fliaš a mnoho z nich na špici ponuky, má veľmi dobrý a veľmi starý cognac. V každom prípade je to dosť na potešenie nadšencov cognacu.

Pierre de Segonzac je cognac exkluzívne pochádzajúci z prvej produkčnej oblasti Grande Champagne, z 27 hektárov viníc ťahajúcich sa okolo Segonzacu. Jean-Luc, môj brat, sa stará o vinice a dozerá na destiláciu v dvoch destilačných zostavách, jednej 18 hektolitrovej a druhej 25 hektolitrovej.

A potom len čakáme! "Vyrobiť cognac je veľmi jednoduché, hovorí môj 80 ročný otec, ak to váš otec, váš starý otec a prastarý otec robili pred vami. Predchodca Pierra de Segonzac, Jacques destiloval už v roku 1702.

Naša eau-de-vie potrebuje čas, aby rozvinula svoju silu a aromatický potenciál. Náš štýl je štýlom môjho otca: veľkorysý, jemný, aromatický, komplexný, svalnatý a korenistý s veľmi dlhým záverom typickým pre Grande Champagne.

Cognac is a specified region, dominated by four big brands, but still filled with number of very active small producers. Do they have any chance and perspective to stand against these big brands? What are the greatest attractions of your firm?

On average the wineyards destinated to fullfill cognac needs are 75000 hectares. There use to be 25000 wine growers working for cognac needs 25 years ago. Now a day they are no more than 5000 wine growers and more than half of them are other 50 years old with no one to take over. So future doesn't seems so nice for cognac wine making which keep concentrating in order to fullfill big fours needs.

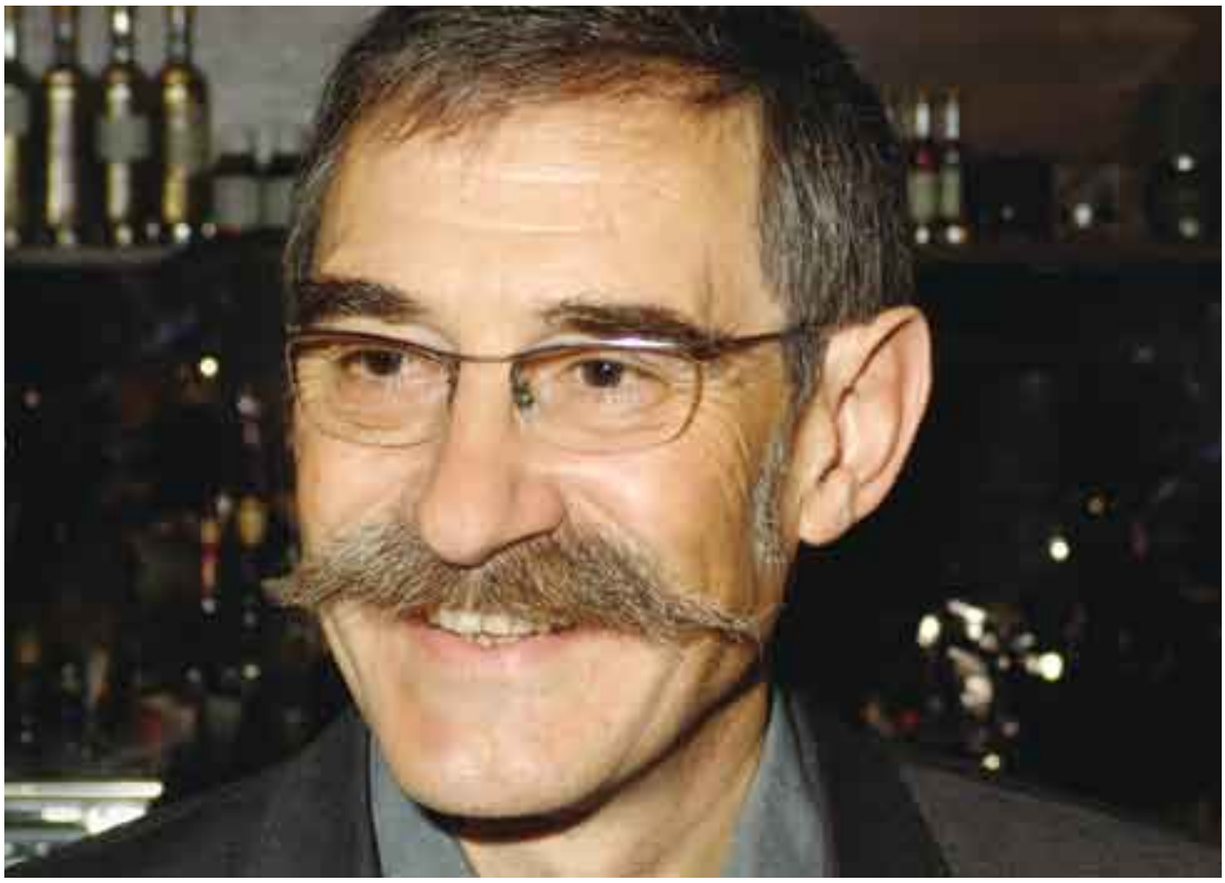
Meanwhile,there are about 250 wine growers distilling, ageing blending and selling their own brand. If very few can make a living without selling eau-de-vie to the big four, cognac amateur still find the very best cognac , more truly authentic products beyond these small cognacs makers.

All together these 250 cognacs makers weigh less than 0,5% of the cognac world sales ! But half a point of 170 millions bottles is still 850 000 bottles and most of it is top of the line, very good and very old stuff. Enough to make cognac enthousiats happy anyway.

Pierre de Segonzac is exclusively Grande Champagne 1st cru from our 27 hectares wineyards settled on the hills surrounding Segonzac. Jean-Luc, my brother takes care of the wineyard and does distillation in our two pot-stills, first 18 hectoliters the second 25 hectoliters.

Then we just wait ! „It's very easy to make cognac" use to say my father (80 years old) „as far as your father, your grand father and your great grand father have done it before you". At Pierre de Segonzac, Jacques was distilling in 1702.

Our eau de vie need time to round up it's strengh and aromatic potential. Our style is my father's one: generous, smooth, aromatic complexitiy, musky and spicy and a very long lingering , typical of a Grande Champagne.



Z môjho uhla pohľadu si myslím, že malí výrobcovia sú silnejší ak predávajú spoločne. Zaslúžia si vhodný trh s veľmi dobrými a veľmi drahými cognacmi. Zákazníkov na celom svete v tomto segmente však nie je ľahké osloviť. Preto je Cognac Club ako váš, taký dôležitý. Z tohto dôvodu som tiež pred niekoľkými rokmi otvoril Cognac Only Boutique v La Rochelle.

Jednou z tvojich aktivít je teda aj prevádzkovanie špecializovanej predajne Cognac only boutique. Ako reagujú zákazníci na úzku špecializáciu obchodu len na cognac?

Reagujú veľmi dobre, skutočne. Mnohí ľudia ťažko chápu, že je toľko značiek cognacu, lebo sú zvyknutí len na veľké značky predávané v duty free shops a tamer žiaden cognac v ponuke francúzskych supermarketov. Objavujú, že cognac nie je ani tak priemyslom ako domácou výrobou. V letnej sezóne je La Rochelle veľmi živé miesto, takže máme množstvo zahraničných zákazníkov... Samozrejme, väčšinu nášho času trávime vzdelávaním, ochutnávaním a radami. Ale vyplatí sa to: akonáhle ľudia vyskúšajú autentický cognac, veľmi dobrý ale neznámy, väčšina z nich sa stane nadšencami cognacu. Keď prídu domov, občas si objednajú tovar prostredníctvom našej web stránky. Niektorí z nich sa stávajú skutočnými ambasadormi cognacu. Sú schopní stále viac a viac vysvetľovať o cognacu a jeho odlišnosti od iných liehovín. Vaši zákazníci sa stávajú vašimi vlastnými ambasadormi: nie je to najlepší spôsob vybudovania poriadneho úspechu?

My point of vue is that the small producers are strongers when selling together. They desserve the niche markets of very good and very expensive cognacs. But it's not that easy to reach these customers world wide.

That's why cognac club such as yours are so important. That's also why I have opened

Cognac Only Boutique in la Rochelle four years ago.

One of your activities is managing the specialized shop Cognac Only Boutique in La Rochelle. How do the customers react on the cognac only specialisation?

Very well actually. Most people hardly believe that there is so much cognacs brands because they are accustomed to find only the majors brands in duty free shops and nearly no cognac in french supermarkets. They discover that cognac is not an industry like matter but rather a home industry. In summer time, La Rochelle is a very active touristic place and so we have a lot of foreigners as customers... Of course , we spend most of our time educating, tasting and advicing.

But it's worth the time: once people have experienced an authantic and very good but hardlky known brand most of them become enthousiasts.

Once home, they sometimes ordered through our webstore. Some of them have become real cognac ambassadors. They are able to explain more and more about cognac and the differences with others spirits. Your customers becoming your own ambassadors: isn't that the best way to built a strong success?

Partneri projektu Testum – spoluautori Encyklopédie Cognacu

Od samého začiatku práce na Encyklopédii Cognacu deklarujeme, že bez podpory a spolupráce partnerov tohto unikátneho projektu by nebolo možné v ňom napredovať.

Dovoľujeme si vyjadriť poďakovanie nadšencom cognacu, ktorí sú organickou súčasťou projektu a bez podpory ktorých by sme nemohli úspešne pokračovať v práci na Encyklopédii Cognacu.

Ďakujeme vám, páni.

Partners of the Testum project – coauthors of Cognac Encyclopaedia

From the very beginning of Cognac Encyclopaedia project existence we declare, that without support and cooperation of our partners, this unique project could not move forward.

Please allow us to say great thank you for cognac fans, who are live part of the project, and without whose we could not succesfully work on Cognac Encyclopaedia.

Thank you, gentlemen.

Jaroslav Bilík • Rastislav Čižmár • Miroslav Daniš • Roman Dvorčák • Róbert Fertály • Peter Jakub • Viliam Jalakša Ján Molnár • Július Režeš • Anton Jura • Peter Koči • Štefan Lásky • Dušan Mach • Pavol Miškov • Miloslav Molčan Miroslav Olejár • Radoslav Oráč • Juraj Ostrolucký • Vladimír Pačai • Štefan Pacák • Patrik Majorský • Milan Šefc Igor Sidor • Vladimír Šnír • Vladimír Švigár • Róbert Szilágyi • Miroslav Tomčík • Stanislav Torma • Dušan Trnka Vladimír Vágaši • Ľubomír Veme • Zdenko Trebuľa • Rudolf Trebatický • Ivan Švec • Jozef Medveď • Pavol Kormúth Ján Zoričák - Francúzsko • Firma Gulik Rimavská Sobota

Naša vďaka patrí aj spoločnostiam, ktoré uverejnením svojej reklamy významne podporili projekt Testum a vznik Encyklopédie Cognacu:

Our great thanks also goes to companies, who supported the project Testum and Cognac Encyclopaedia when publishing their advertisement:

Grandhotel Starý Smokovec • Hotel Slovan Košice • Hotel REO Košice-Šebastovce spoločnosť JPC spol. s. r.o. Košice • WWW.TOPGASTRO.SK • Vinotéka sv. Urbana Bratislava Ritro Finance, spol. s. r. o., Poprad • MT CARGO SPEDITION Košice • NEOMAD Košice Asociácia someliérov Slovenska Bratislava • V.O.D.S. a.s. Košice • Ritro Consult Poprad LBG byty, s.r.o. Bratislava • MAJOROPTIK Košice • Waleon s.r.o. Košice • MECOM a.s. Humenné Dooley´s, Schokocafe Maximilian Bratislava • CKTRGOTURS s.r.o. Košice • FINARTE s.r.o Košice BAM-EKO a.s.Bratislava • EUROCONT Košice • Motor-car Poprad spol. s r.o. Interport Košice • ENCO s.r.o. Bratislava

Projekt Encyklopédie Cognacu je hlavne o výrobku a jeho tvorcoch. Sme veľmi radi, že vstup do projektu a jeho podporu deklarovali spoločnosti, ktoré nás doposiaľ navštívili. Prezentácie a degustácie pre nich znamenali nástup na trh v regióne strednej a východnej Európy so sľubným potenciálom ďalšieho rastu.

The Cognac Encyclopaedia project is mainly about product and its producers. We are pleased to be supported by companies, which have visited us so far. Presentations and tastings were a great introduction to the central and easteuropean market with a very promising potential of future growth.

Camus • Frapin • Delamain • Meukow • Brugerolle • Menuet • Lheraud • Leopold Gourmel Comte Audoin de Dampierre • Tesseron • Larsen • Ragnaud Sabourin • Tessendier & fils • Louis Royer Hardy • Lafragette • Jean Fillioux • Thorin • Francois Peyrot • Maison Brillet • Chateau Montifaud Francois Giboin • Vignobles Francis Abécassis

KEĎ PATRÓN PREHOVORÍ *Sv. Urban*

PATRÓN VINÁROV A VINOHRADNÍKOV

Jeho majestátna socha vytesaná z kameňa sa vznešene týči vo vstupnej časti rekonštruovaného suterénu Hotela Zlatý Dukát. Suterénu, ktorý je dnes po rozsiahlej rekonštrukcii a prevádzkových úpravách v plnej kráse pripravený prijať svojich hostí, ktorých víta osobne sv. Urban.

Ako sa sem dostal?

Čo sa to tu pripravuje?

Postojme chvíľu a započúvajme sa do slov, ktoré od sv. Urbana v prítmí nádhernej pivnice viac tušíme ako počujeme...

„Po mnoho rokov som ochraňoval vinice neďalekej tokajskej oblasti, kým som sa zmietaný zmenami, ktoré život prináša, ocitol mimo verejných miest. Jedného krásneho dňa ma však objavili ľudia, ktorí majú k viniču, vinu i k ľuďom, ktorí sa vínom živia vrúcny vzťah a vytiahli ma zo zabudnutia. Po nevyhnutných úpravách sa mi dostalo veľkej pocty, lebo dnes strážim vchod do priestorov, v ktorých víno spočíva takmer v zbožnom tichu, aby zakrátko potešilo zmysly, srdcia a duše všetkých dobrých ľudí. Starostlivé oko upieram do zákutí týchto pivníc, ktoré sa stanú domovom, hoci prechodným, pre mnohé krásne plody viníc, ľudského umu, tvrdej práce.

Pod svoju ochranu som zobral pivnicu túto, víno tu prítomné i sem neskôr donesené a najmä ľudí. Ľudí, ktorí vo víne také krásy ponachádzali, až sa vo vinárske spoločenstvo zoskupili. Spoločenstvo vína v týchto priestoroch sídlo bude mať a s týmto mokom nádherným sa tešiť. Vstup len tomu, kto úprimný vzťah k vinu má umožnený bude a navyše, vstupujúci sa účtami zaplatenými preukázať musí. Lebo poriadok vo všetkých vážnych veciach panovať musí a víno je veru predmet vážny. Predmet vážny natoľko, že vedomosti o ňom pod mojim dohľadom šíriť sa tu budú na oslavu prírody, tvorcov, degustátorov i iných odborníkov zo všetkých kútov sveta, kde vínko dobré sa pestuje. Hodnotenia i súdy vynášať tu veľké nebudeme, no o peknom vínku pekné slovo každý večer povieme.

His majestic statue curved from stone is proudly presented in the hall of reconstructed basement of Hotel Zlaty Dukat. After large reconstruction and operative adjustments is the basement ready to welcome its guests by St. Urban himself. How did he get in here? What is going on here?

Spare a moment and listen to words of St. Urban which in the shadow of beautiful cellar are more felt rather than listened...

„I have protected the vineyards of nearby Tokaj region for many decades, until floundered in changes of life, I hav'nt appeared on public places. One beautiful day I was discovered by people who love vineyard, wine and those who produce wine, and they took me out of neglection. After necessary adjustments I am honoured to protect the entrance to premises, where wine remains in holy silence to please senses, hearts and souls of all good people. I am taking good care of every little corner of these cellars, which will become a temporal home for many beautiful vineyard' fruits, knowledge, hard work.

I took under my protection this cellar, wine brought in here as well as the one that will be brought in the future, but most importantly, people. People, whose amazement for beauties in wine made them settle the wine society. Fellowship of the wine will be seated in these premises to celebrate this extraordinary drink. The entrance only to those will be allowed, who true relationship with wine have and who paid bills have. While the order must be in all serious matters, and wine is serious matter indeed. Matter so serious, that knowledge under my supervision will be spread to celebrate nature, creators and other professionals from all around the world, where good wine is raised. No assessments or judgements will be held, but nice word about wine will be said every evening.

WHEN THE PATRON SPEAKS UP

St. Urban, patron of all vinegrowers and winemakers

ŽEHNÁM
VÍNU I DOMU
TOMUTO

Nech teda žije vinič,
vínko, iskra jasná.

Nech pokoj a dobrá
vôľa s radosťou
a úprimnosťou sa
v návštevníkoch
tejto pivnice stretáva
a len pocity nádherné
v každom zanecháva.

Nech je Zlatý dukát
symbolom hodnôt, ktoré
nám uctievať treba.

Jasu, ktorý nám v duši
na všetko veľké chýbať
nesmie. Tvrdosti, bez
ktorej žiadna práca
poriadneho konca nezná.

Hodnoty, ktorú
zmerať vieme, no
i skutočnej hodnoty,
ktorá merať sa len
srdcom dá. Žehnám
vínu i domu tomuto".

I BLESS WINE
AND THIS
HOUSE

Cheers to vineyard, wine,
shining star!

Let the peace and good
will with joy and honesty
meet in this cellar's
visitors and leave only
pleasant feelings within.

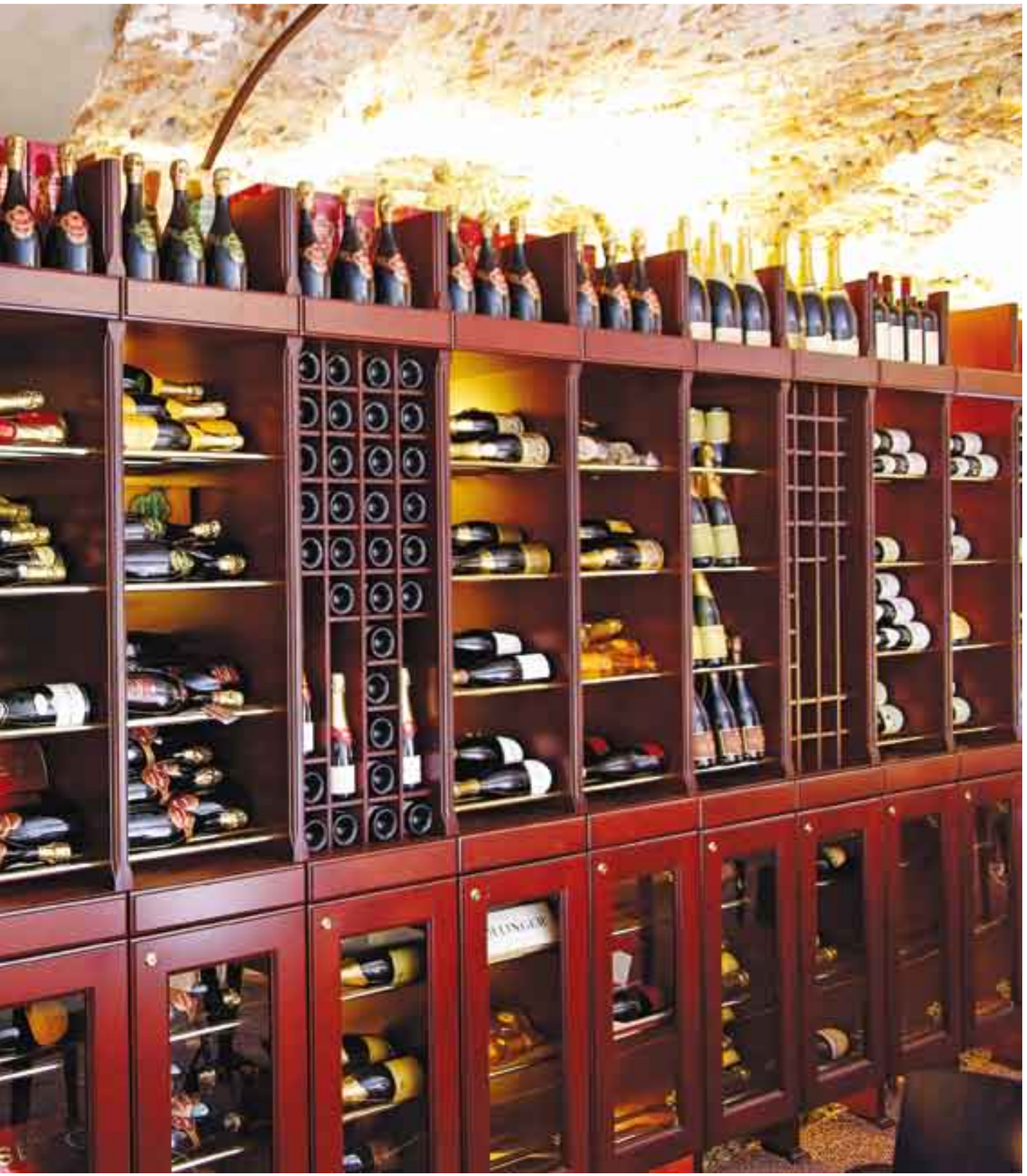
Let Zlaty Dukat be
the symbol of values,
which are meant to be
appreciated.

Clarity, which should be
present in our souls in
everything big we do.

Severity, which brings
the true ending to every
work.

Value, which can be
measured as well as the
true one, which can be
felt by heart only. I bless
wine and this house."

ZLATÝ DUKÁT

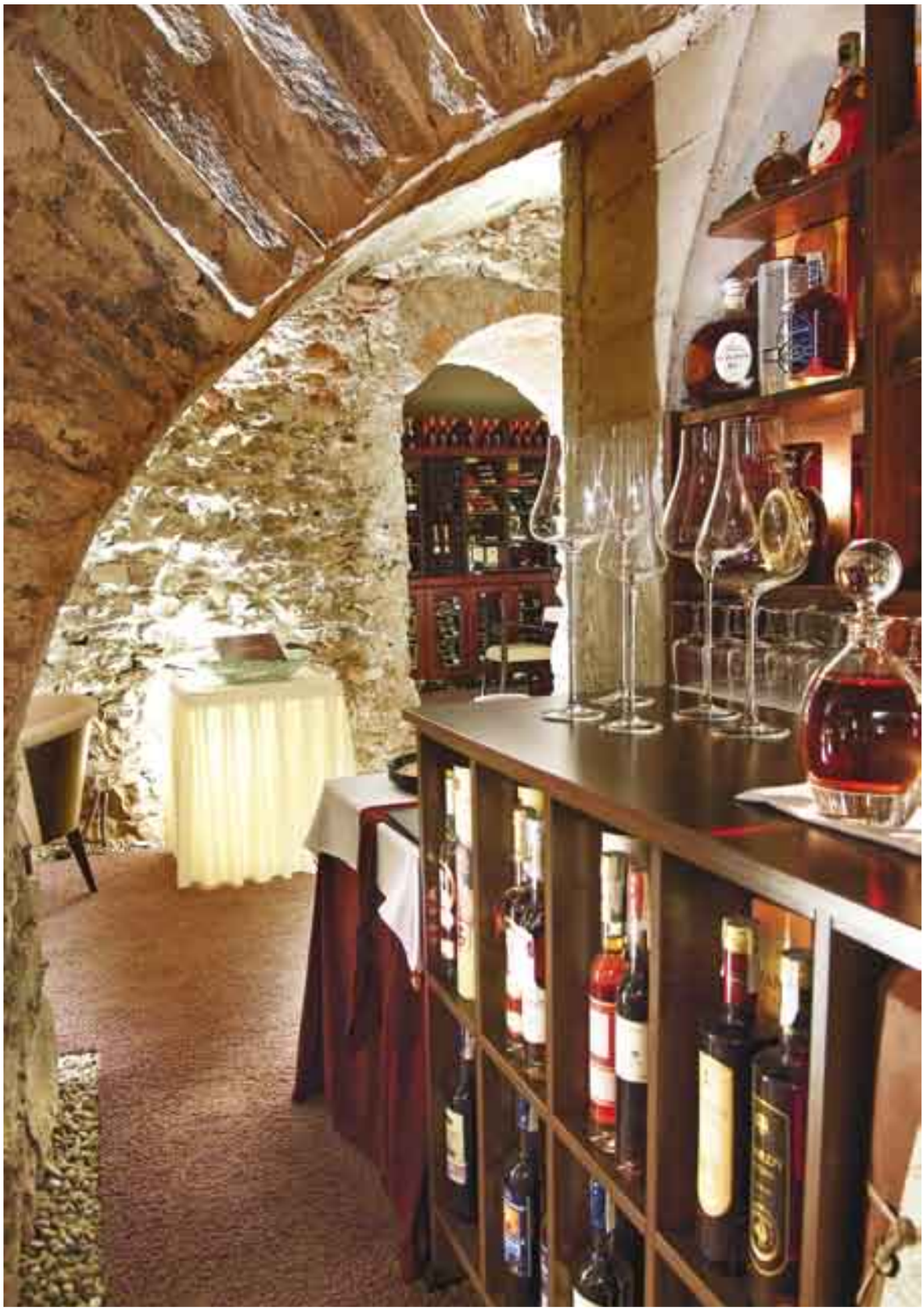


WINE CLUB CABINET ZLATÝ DUKÁT

ZLATÝ DUKÁT

VÍNNY KLUB CABINET ZLATÝ DUKÁT

ZLATÝ DUKÁT



VÍNNY KLUB CABINET ZLATÝ DUKÁT

XAVIER CHARPENTRON V KOŠICIACH

Želám vám veľa víťazstiev v budúcnosti. Ďakujem za túto veľkú chvíľu so slovenskými priateľmi. Bolo mi veľkým potešením. Dúfam, že budem mať rovnakú príležitosť oplatiť vám to, keď prídete navštíviť moju rodinu v Gondeville vo Francúzsku. Všetkým želám všetko najlepšie. Veľa úspechov

Xavier Charpentron
9. 06. 2008

For the future a lot of victory. Thanks for this gib nmoment with Slovakian people. It was a pleasure for me. I hope to have opportunity to make the same when you come to see the family in Gondeville / France. Best wishes for everybody. Good success

Xavier Charpentron
June 9th, 2008

História cognacu je veľmi zjednodušene povedané v podstate históriou konrétnych rodín nesúcich konkrétne mená. I keď v priebehu rokov dochádza k mnohým zmenám, mnohé mená môžu zaniknúť, nové sa objavia. Nič to však nemení na skutočnosti, že sa jedná o ďalšie pokračovanie tradície, ktorej nositeľmi sa stali príslušníci tej istej širšej rodiny. Rodiny cognacu. A presne tak to bolo aj v prípade rodiny, ktorej predstaviteľ zavítal do agentúry Testum prezentovať svoj cognac našim partnerom.

Cognac Charpentron a jeho veľvyslanec pán Xavier Charpentron.

Chlapík nevysokého vzrastu dorazil do Košíc podobne ako väčšina jeho predchodcov prvýkrát a takisto podobne ako väčšina jeho kolegov len neveriacky krútil hlavou, čože za čudo to v tých Košiciach vzniklo. Verte alebo nie, miest ako Testum, kde majú šancu prezentovať sa aj malí ba až takmer najmenší výrobcovia cognacu na svete, nie je veľa. Podľa našich neskromných odhadov, potvrdených doterajšími návštevami u nás, takéto miesto vo svete neexistuje. Môže nás to, a ubezpečujem vás že nás to aj napĺňa oprávneným pocitom hrdosti. Hrdosť však prinášajú so sebou aj naši hostia. Xavier Charpentron nebol žiadnou výnimkou.

Temperamentný chlapík s úsmevom vítal príchádzajuvších partnerov agentúry Testum a našich priateľov, takže keď zanedlho pred nich predstúpil, bol ako jeden z nás. A tak to má byť.

V úvode som hovoril o zmenených menách v histórii cognacu ako celku i v histórii konkrétnych rodín. Xavier bol ideálny príklad na demonštrovanie tohto vývoja i jeho výsledku - permanentne dobrého cognacu vyrábaného podľa rodinnej tradície už od druhej polovice 18. storočia.

Na začiatku stal muž menom Jacques Renier, ktorý začal s výrobou vína a jeho predajom v oblasti neskôr nazvanej

The history of cognac is, basically said, the history of concrete families carrying concrete names. Even though, through out the years, many names might disappear, new shall appear. It still doesn't change the fact, that it is the continuous tradition, carried by new members of the very same family. The cognac family. And new representative, who came to present his cognac to partners of the Testum agency was no exception.

Cognac Charpentron and his representative Mr. Xavier Charpentron.

This short man came to Kosice as many of his predecessors for the first time, and just like many of his colleagues simply couldn't believe, what was created in Kosice. Believe it or not, there aren't many places in the world, where small and even the smallest cognac producers get a chance to present their products. According to our pretentious opinion, confirmed by visitors so far, we know, there is not such a place in the world. And I can assure you, this makes us very proud. The pride is being brought to us also by our guests. Xavier Charpentron was no exception.

Temperament man welcomed all Testum partners and other guests with big smile, so when he stood in front them, he was one of us. And that's the way to do it.

I talked about the name changes at the very beginning, in the history of cognac itself, and in the history of concrete families. Xavier is the best example to demonstrate this development and its result – permanently good cognac, produced by the family tradition from the second half of the 18th century.

Jacques Renier was the man at the very beginning, who started the wine production and its sale in the region lately

Cognac. To sa dialo v roku 1764, len tak medzi nami. Predpokladám, že aj nie silný bystroň by si rozdiel v mene Renier a Charpentron mal všimnúť.

Dobre, poďme ďalej. O viac ako storočie neskôr udržiaval rodinu pokope a samozrejme aj jej hlavnú náplň činnosti muž, ktorý nosil aké meno? Jasné že iné. Andre Riffaud. Podobnosť prípadne zhoda s menom Renier a Charpentron nie je veru zrejmá, tak sa posuňme ešte ďalej. O ďalších takmer 100 rokov neskôr, v roku 1954 sa obchodné aktivity firmy rozrástli natoľko, že ich zastrešila samostatná obchodná firma. No a túto firmičku založili pekne krásne Bernadette a Claude Charpentron. Irtet? No veď preto!

Takže pred nami stál živý a plný energie Xavier Charpentron, ktorý dnes spolu s bratom Brunom starostlivo uchováva širšiu rodinnú tradíciu výroby originálnych cognacov v oblasti Grande Champagne. V tejto oblasti totiž rodina sídli a je na to náležité hrdá. Nie všetci výrobcovia majú to privilégium vlastniť čo i len koreň viniča v Premier Cru, ako sa v rodnej reči výrobcov označuje najlepšia produkčná oblasť. Char-

called Cognac. Just "by the way", we are talking about year 1764. You don't have to be the brightest star in the sky to see the difference between names Renier and Charpentron.

Right, let's move on. More than a century later, the family was held together and its main mission was being fulfilled by man under name? Of course a different name. Andre Riffaud. No similarity, no match with names Renier, nor Charpentron. Let's move on. More than another 100 years later, in year 1954 were the business activities of the family so wide, that a separate firm took care of it. And this firm was established by Bernadette and Claude Charpentron. Capitto? Bene!

So we had Xavier Charpentron, standing in front of us alive and full of energy, who currently carefully keeps, together

pentronovci tam majú koreňov neúrekom. Celých 74 akrov z celkovej plochy rodinnej pôdy 178 akrov prináleží práve na vinice v Grande Champagne. Ak nemáte pri sebe prevodovú tabuľku plošných mier, tak vám možno pomôže informácia, že pôdy majú 71 hektárov a z toho je 30 hektárov viníc.

Ako úvod do rodinnej problematiky zvolil Xavier VS Seduction. Tak ako v mnohých iných prípadoch, tak aj v tomto to bola slušná príprava dutiny ústnej na ďalší priebeh prezentácie. VS Seduction je najmladší z cognacov, ktoré Xavier vyrába. Dozrieva 3 - 5 rokov. Ak sa vám ten vek zdá nízky, máte dobrý postreh. Cognac z Grande Champagne totiž dozrieva aj v najmladších kvalitách VS a vSOP podstatne dlhšie ako destiláty z iných produkčných oblastí. VS Seduction totiž pochádza z oblasti Fins Bois, ktorá je známa tým, že tu produkované destiláty zrejú rýchlo a už v mladom veku dosahujú piteľnú kvalitu. VS Seduction tento chýr potvrdil.

Po úvode sme mohli smelo siahnuť po druhom tekutom členovi rodiny Charpentron - VSOP. Tu sme všetci zbystrili pozornosť. Dôvod bol jasný. Pôvod tohto cognacu je totiž priamo v srdci produkčného regiónu Cognac , v oblasti Grande Champagne. Už vek tohto VSOP naznačil, že sme o poriadny kus ďalej v putovaní za kvalitou cognacu. Úroveň 8 až 10 rokov je totiž podľa predpisov dostatočná na označenie XO na etikete výrobku. Neplatí to však u Charpentrona, ktorý z prísnej orientácie na kvalitu neuhne ani o rok. Preto jeho VSOP zreje v jeho rodinných pivniciach už spomínaných 8 až 10 rokov. Podotýkam ešte, že pozorne počúvajúci účastníci prezentácie mohli zaregistrovať poznámku z Xavierových úst, že ich VSOP je prí-

with his brother Bruno, the family tradition in producing original cognacs from the Grande Champagne region. This region is the seat of the family, and it makes them proud. Not all producers have the privilege to own even one root of the Premier Cru vineyard, as the home producers call the best production region. And the Charpentrons have roots and roots .. More than 74 acres from the whole 178 acres of family belongings, are vineyards located in Grande Champagne. To make the numbers easier, 71 ha is soil, from which 34 ha vineyards.

As an entrée to the family problematic Xavier chose VS Seduction. As many times before, also this was a great preparation of our senses for further happening. VS Seduction is the youngest from cognacs that Xavier produces. Ageing 3 to 5 years. If you find it too short, you're right. Cognac form Grande Champagne matures even in the youngest qualities VS and VSOP remarkably longer, than same qualities from other product regions. Don't get mistaken, VS Seduction is from the Fins Bois region, famous for quick ageing of here produced distillates, which mature very fast, and even in young age achieve drinkable quality. VS Seduction confirmed this myth.

After introduction, we could reach the second liquid member of the Charpentron family – VSOP. All of us got very attracted here. The reason is very simple. The origin of this cognac is directly in the heart of the Cognac product region, in the Grande Champagne region. The age of this VSOP proved we were moving forward towards the cognac quality.

kladom dobrého pomeru cena a kvalita v cogacovom priemysle.

Boli sme zvedaví, čo pripravil náš hosť za kvalitou VSOP. Všeobecne sa očakával príchod XO. Nebolo to však tak. Historicky bola medzi kvalitou VSOP a XO organicky umiestnená kvalita, od ktorej už mnohí výrobcovia upustili.

Napoleon.

U Charpentrona však ctia tradície a históriu, takže Napoleon v sortimente nechybuje. Ten ich zreje dlhých 13 až 15 rokov priamo v rodinnom sídle v Grande Champagne, kde je pod každodenným dohľadom rodiny, ktorá mu dala meno. Pochopiteľne, dlhšia doba zretia sa podpísala do výraznejšej mäkkosti a okrúhlosti v porovnaní s VSOP. Xavier doporučuje tento cognac znalcom, ktorí ocenia jeho vyrovnanosť medzi intenzitou a jemnosťou. Reakcie publika len potvrdili zámer tvorcu. Prijatie viac ako priaznivé.

The level 8 to 10 years is by the authorities efficient for the XO sign at the cognac label. Not for Charpentron, where his orientation on quality doesn't let him skip year or two. That's why his VSOP matures in the family cellars already mentioned 8 to 10 years. As a bonus I add Xavier's note, that their VSOP is an example of proper balance between the price and the quality of cognac.

We were curious, what will come after the VSOP quality. Generally, the XO was expected. Didn't happen. Historically, between qualities VSOP and XO was organically placed quality currently dismissed by many producers.

Napoleon.

At Charpentron though, they keep the traditions and history, so Napoleon is attended. Directly in the family seat in Grande Champagne matures long 13 to 15 years, under daily supervision of family, who gave him the name. Understandably, longer mature time means deeper softness and roundness in comparison with VSOP. Xavier recommends this cognac to connoisseurs, who will appreciate his balance between intensity and softness. The reaction of the audience confirmed the aim of the creator. Full acceptance.

But we expected another step on the "quality ladder" named Charpentron. And so the XO came finally. For many unbelievable age 22 to 26 years compared to the minimum legal age for the XO quality, which is 6 years. The overcrossing by 300% is impressive, just like the result. The XO quality Charpentron can stand the most strict examinations. Extraordinary softness, elegance, rancio together with spicy tones. Simply parade as meant to be.

The peak of our ladder though, was still awaiting us. Hors d'age. Just the name itself suggests the age, which doesn't have any recognition in the strict rules for the cognac production. The suggestion became certain after Xavier revealed the true age of this cognac – more than 35 years! If you ever attended cognac tasting with similar gradation as the one Cognac Charpentier prepared for us, you may understand the expectations among attendants after this information. The rising of the quality apparently ended with the XO quality, when Xavier shot from his strongest gun – Hors d'age. He himself pointed at him as on the family treasure, which is being looked after in the cellars in Chateau Grande Champagne for long decades. You must

Očakávali sme však ďalší stupienok na rebríčku kvality menom Charpentron. A tak prišlo XO. Pre mnohých neuveriteľný vek 22 až 26 rokov v porovnaní s minimálnym predpisovým vekom pre kvalitu XO, ktorý je stanovený na 6 rokov. Prekročenie o 300% je úctyhodné, rovnako ako je úctyhodný jeho výsledok. Kvalita XO Charpentron znesie skutočne najprísnejšie hodnotenia. Výrazná jemnosť, elegancia, rancio, priam trčiace spolu s korenistými tónmi. Jednoducho paráda ako má byť.

To však na nás čakal vrchol rebríka už skôr spomenutého. Hors d'age. Už samotný názov naznačuje vek, ktorý nemá oporu v tabuľkách prísnych predpisov stanovených pre výrobu cognacu. Naznačenie prešlo v istotu akonáhle Xavier ohlásil vek tohto cognacu - viac ako 35 rokov! Ak ste sa zúčastnili ochutnávky cognacu s gradáciou podobnou akú nám pripravil Cognac Charpentier, tak viete pochopiť tie očakávania, ktoré po tejto informácii nastali medzi prítomnými. Stupňovanie kvality zdanlivo skončilo u kvality XO, keď tu v podobe Hors d'age vypálil Xavier zo svojej najsilnejšej zbrane. Sám ho označil za šperk, skvost firmy, ktorá sa o jeho zretie starostlivo stará v pivniciach na panstve v Grande Champagne dlhé desaťročia. Iste uznáte, že je to dôstojné vyvrcholenie návštevy človeka, ktorého rodina vyrába cognac od roku 1764. Prejavom úcty zakladateľovi firmy je séria kvalít, ktoré Xavier prezentoval avšak pod menom Cognac Renier.

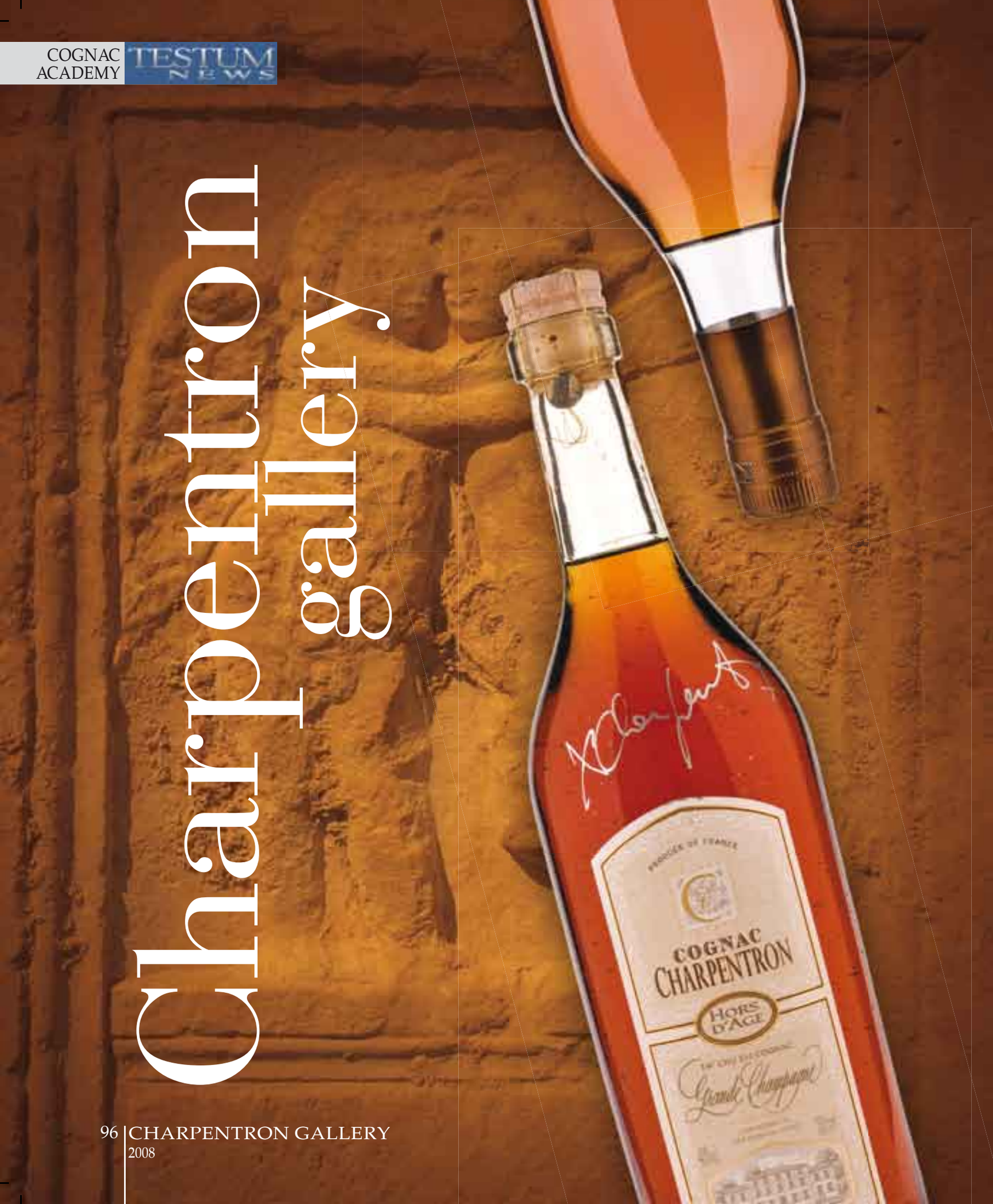
My všetci, ktorí sme boli prítomní na prezentácii Cognac Charpentron sme presvedčení, že Jacques Renier sa kdesi spokojne usmieva.

Dôvodov na spokojnosť má viac ako dosť. Nemyslíte?

admit, this is a dignified culmination of visit of a man, whose family produces cognac since 1764. The act of respect to the founder of the house, is the series of qualities presented by Xavier, all under name Cognac Renier.

All attended to the presentation of Cognac Charpentron were convinced, that Jacques Renier is happily smiling wherever he is. He has more than enough reasons to do so. Don't you think?

Charpentron gallery



Napoleon

Tento cognac je zmesou 13 až 15 ročnou vyrobenou na našom panstve v Grande Champagne. Celú tú dobu zrel v našich vlastných pivniciach. Tento congac sa vyvíja do kvality XO, ale so slabším rancio a drevitými chuťami. Je tiež menej silný a má viac okrúhlosti ako VSOP, ale je viac aromatický. Podávame ho skúseným konzumentom, ktorí oceňujú cognac s vyrovnanou intenzitou a jemnosťou.

This cognac is blend 13 to 15 years old produced on our estate of „Grande Champagne" 1er cru and aged all this time in our own cellars. This is a cognac developing into an XO but with less rancio and wood flavours. It is also lees powerful and has more roudness than the VSOP, and more strongly aromatic. We keep it for more experienced amateurs who appreciate a cognac hals between intensity and delicacy.

charpentron

VS Séduction

Tento cognac je zmesou od 3 do 5 rokov z nášho majetku vo Fins Bois - štvrtej produkčnej oblasti. Používa sa do koktailov alebo na varenie ale môže sa tiež použiť ako úvod pri ochutnávke cognacu, nakoľko je v ústach príjemne mäkký.

This cognac is a blend 3 to 5 years old from our other estate in Fins Bois - the fourth cru area. It is meant for cocktail or cooking usses but can also serve as an introduction to cognac tasting as it is very soft in mouth.

Charpentron

Tento cognac je zmesou 8 až 10 ročnou z našeho sídla v najprestížnejšej oblasti regiónu - Grande Champagne a strávil všetky tieto roky v našich vlastných pivniciach. Tento mladý a preto v určitom smere agresívny cognac je typickým produktom našej miestnej pôdy a uvoľňuje už svoje charakteristiky a arómy. Mali by ste mať na pamäti, že z našej oblasti cognac dozrieva veľmi pomaly (najmenej 8 rokov pre toto VSOP) v porovnaní s cognacom z iných oblastí, ktoré dávajú VSOP po piatich rokoch. Na druhej strane, cognac z prvej oblasti sa na rozdiel od iných oblastí nikdy neprestane zlepšovať, ani po päťdesiatich rokoch. Doporučujeme ho konzumentom, ktorí si chcú vychutnať Grande Champagne cognac bez toho, aby zaň nechali majetky.

VSOP

This cognac is blend 8 to 10 years old from estat in the most presigious cru from the region - Grande Champagne 1er cru and has spent all those years in our own cellars. This yound therefore - somewhat aggressive cognac is typical of our local soils and already reveals all their charakteristics and aromas. One should keep from that from cru area age very slowly (at least 8 years for this VSOP) unlike the other cru areas which can give a VSOP after five years. On the other hand a first cru cognac never stops improving even after fifty years contraryy to the other ones. We recommend in the those who want to enjoy a „Grande Champagne" cognac without spending a fortune of it.

X.O.

Tento cognac je zmesou starou 22 až 26 rokov, vyrobenou na našom panstve v Grande Champagne a celú dobu zrel v našich pivniciach. Tento jantárovo sfarbený cognac je krásnou ukážkou umenia žiť v Grande Champagne vyjadrenom prostredníctvom jemných kvetinových a korenistých tónov na mierne svalnatom pozadí, všetko s veľkou eleganciou. Jeho vychutnanie spolu s kvalitnou Havana cigarou je takmer nevyhnutnosťou. Je to skutočný nápoj znalcov blížiaci sa k dokonalosti.

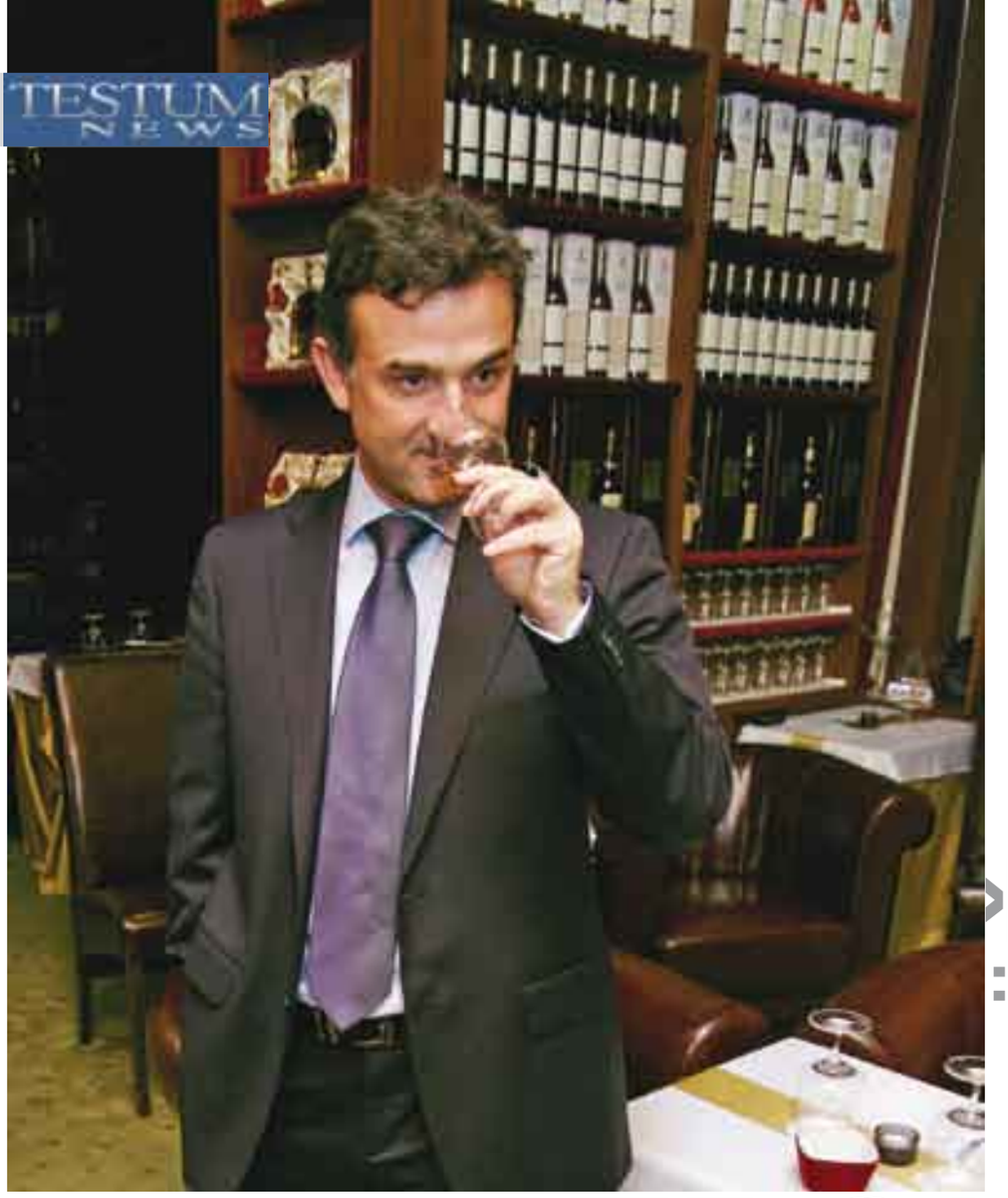
This cognac is blend 22 to 26 years old produced on our estate of „Grande Champagne" 1er cru and aged all this time in our own cellars. This amber coloured Cognac is a fine presentation of the art-de-vive in Grande Champagne expressed through a few flower and spice overtones upon a somewhat male background, all of it with a lot of subletly. Enjoying it along with a great Havana cigar is a must. This is the true dring connoiseurs is near perfection. Available in a bottle and cardboard box or decanter with wooden box.

Charpentron

Tento cognac je zmesou starou viac ako 35 rokov vyrobenou u nás v Grande Champagne a celú dobu zrel v našich pivniciach. Rovnako jantárovo sfarbený ako XO ale má trochu výraznejšie drevité chute a rancio a má viac rozpoznateľné arómy. Tento cognac je skvost, je to šperk našej firmy. Cítime, že ho musíme prezentovať odlišne, v sérii luxusných gift boxov, vo fľaši alebo v kryštálovom dekantri, či v porceláne z Limoges.

Hors d'age

This cognac is blend more than 35 years old produced on our estate of „Grande Champagne" 1er cru and aged all that time in our own cellars. As amber-coloured as the XO but little stronger in woody flavours and rancio, it has more marked aromas. This cognac is subtlety: the jewel of our company, so that we felt we should present it differently, set in various luxury boxes, in a bottle or a crystal decanter or even in a Limoges china decanter.



JEROME TESSENDIER OPÄŤ V KOŠICIACH

Pri mojej druhej návšteve Košíc môžem ešte viac oceniť mesto, atmosféru, ľudí. V historickom centre cítim kultúru, úctu k tradíciám. Preto sú ľudia takí pozorní, keď opisujem svoju vlastnú kultúru, našu rodinnú tradíciu, mám na mysli Cognac. Testum club nazvaný Cognac embassy je skutočne zástavou, ktorú by sme mali všetci výrobcovia cognacu s hrdosťou vztýčiť.

Ďakujem všetkým členom.
Ďakujem mojim priateľom.
Jerome Tessendier
7.10.2008

For my second coming in Košice, I can appreciate even more the town, the atmosphere, the people. Historic center, I feel the culture, the respect of tradition. That is why people are so attentive when I describe my own culture, ma family tradition, I mean Cognac. Testum club, named cognac embassy, is really the flag that any producer of cognac we should be proud to show up.

Thanks for all members.
Thanks to my friends.
Jerome Tessendier
October 7th, 2008

Možno ste si to ani vy neuvedomili, ale prezentácie výrobcov cognacu v agentúre Testum organizujeme už štvrtý rok. Znie to neuveriteľne, ale je to skutočne tak. Za tie mesiace, z ktorých sa postupne tieto rôčky vyskladali, nás navštívili desiatky zaujímavých ľudí z regiónu, ktorý sa stal domovom ich rodín už po niekoľko generácií. Snažíme sa priniesť do priestorov agentúry vždy niečo nové, novú značku, nový prístup výrobcu, novú tvár stojacu za značkou. Tentokrát sme ale priniesli tú istú tvár, ale za inou značkou. Cognacu samozrejme.

Pre mnohých z nás bolo stretnutie s večne mlado vyzerajúcim mužom z Cognacu v mnohom nezabudnuteľné. Je to jeden z najväčších veľkoobchodníkov, nákupcov a predajcov cognacu a navyše – s tým najlepším zo svojich pivníc sa hrá s láskou a nadšením. Výsledkom tejto hry sú jeho značky cognacu, ktoré si právom zaslúžili vašu pozornosť.

Jerome Tessendier a jeho značky Campagnere, Grand Breuil a Domaine du Buisson.

Všetky tieto značky nesú rukopis svojho tvorcu a reakcie konzumentov sú jasným dôkazom, že jeho rukopis je nádherne vycibrený, cítiť v ňom vyzretú eleganciu a provokuje

You may not realize, but the presentations of cognac producers in the Testum agency are being organized for 4th year now. It sounds unbelievable, but it's true. During months, that became years, we were visited by several interesting people from region, which has been home to their families for generations. We always try to bring to the agency something new. New brand, new approach, new producer, new face behind the brand. This time, we brought the same face, behind different brand. Cognac, of course.

For many of us was meeting the forever young man from Cognac unforgettable in many ways. He is one of the biggest wholesalers, buyers and sellers of cognac and what more – he plays with the very best from his cellars with love and passion. The results of this game are cognac brands, that rightly got your attention.

Jerome Tessendier and his brands Campagnere, Grand Breuil and Domaine du Buisson.

All these brands carry the signature of their creator and reactions of their consumers proof, that his signature is beautifully balanced, filled with elegance and provokes further meetings with his liquid form. Jerome visited us

k ďalším stretnutiam s jeho tekutou formou. Jerome nás však navštívil, aby priniesol niečo nové. Pod pojmom nové si väčšinou predstavíme niečo, čo má svoju hodnotu, lebo má málo rokov, alebo takmer žiadne roky. Značka, ktorú prišiel Jerome prezentovať, tieto atribúty spĺňa. Je nová, lebo má v cognacovom svete málo rokov, no rovnako zaujme konceptom a prístupom ako značky s takpovediac bradatou históriou.

Cognac Park.

Za vznikom tejto značky stál muž, ktorý pôsobil v alkoholickom biznise v inej krajine než je rodisko cognacu. Tento nápoj mu učaroval začiatkom 90-tych rokov minulého storočia natoľko, že sa rozhodol presťahovať do Francúzska a vytvoriť svoj dom cognacu. A keďže mal byť skutočne jeho, nikoho neprekvapilo, že domu i jeho výrobkom dal svoje meno. Ten muž sa volal Dominic Park.

Jeho zámerom bolo založiť dom cognacu, ktorý bude vyrábať jednoduchý, nefalšovaný cognac prezentovaný v jednoduchej fľaši. Podstatou myšlienky bolo ponúknuť alternatívu k stereotypu prekaramelizovaných hnedých cognacov, predávaných v nápadných kryštálových dekanteroch, alebo matných flašiach zo skla. Jerome bol pre Dominica cenným radcom a od začiatku stál pri zrode značky Cognac Park. Obdobie vzniku bolo šťastné, nakoľko značka vstúpila na trh v čase, kedy ceny eaux-de-vie klesli na niekoľkoročné minimum. Dominic začal nakupovať základnú zásobu v podobe čerstvých eaux-de-vie, ktoré následne zreli niekoľko rokov

to bring something new. Under definition new, we mostly imagine something what has its value, because it only is few years old, or not even years. Jerome came to introduce a brand, which fills all these attributes. Is new, because is only few years in the cognac world, but at the same time may be considered as old for its concept and approach.

Cognac Park.

There is a man behind this brand, who was active in the alcohol industry in other country than home of cognac. This drink amazed him so, that he decided to move to France at the beginning of the '90 last century and create his own cognac house. And for being truly his, nobody got surprised, when he named the house, as well as the product, by his name. This man's name was Dominic Park.

His aim was to establish cognac house, which will produce simple, true cognac, presented in simple bottle. The point of the concept was to offer an alternative to the stereotype of over caramelized brown cognacs, sold in expressive crystal decanters or glass bottles. Jerome was Dominic's precious counselor and stood behind the creation of the brand Cognac Park. The age of the creation was quite happy, while they entered the market when the prices of eaux-de-vie reached the historical minimum. Dominic started to purchase basic amount of eaux-de-vie, which matured in oak barrels from the Troncais woods, left on sides of the Charente river, near the Cognac city. In the cellars was thanks to the river nearby ideal humidity - 80%.

The mature process was followed by process so natural, as is the sunrise and sunset, not only in Cognac. Process so usual, and necessary in cognac production – blending. Its result was pure and clear cognac. There wasn't used a gram of caramel nor tannin extract "boisé", often used in Cognac for long ageing imitation. Another reason why Cognac Park is without any tones of burnt sugar, which suppresses the natural character of eaux-de-vie. By giving you these information we truly touched the events and facts known to the connoisseurs, but you probably ask, what is Jerome doing here with this Park? Let's put some facts together to find out.

Dominic worked in the alcohol industry, am I right? Right. Jerome is one of the greatest wholesalers in Cognac and at the same time producer of his own three brands. We know

v dubových sudoch z lesov Troncais uložených na brehoch rieky Charente neďaleko mesta Cognac. V zrecích pivniciach bola vďaka blízkosti rieky 80% - ná vlhkosť vzduchu, čo je ideálna konštelácia pre zretie cognacu.

Po rokoch zretia nasledoval proces miešania, ktorý je tak samozrejmý, ako východ a západ slnka nielen v Cognacu. Jeho výsledkom bol cognac jednoduchý a čistý. Pri výrobe nebol použitý ani gram karamelu alebo tanínového extraktu "boisé", ktorý sa často v Cognacu používa na imitáciu dlhých rokov zretia. Cognac Park je aj z tohto dôvodu bez akýchkoľvek tónov prepáleného cukru, ktorý potláča prirodzený charakter eau-de-vie.

Týmito informáciami sme sa dotkli javov a skutočností znalcom cognacu zrejmých, no doposiaľ vám asi vŕta v hlave, čo tu s tým Parkom Jerom nacvičuje? Poďme si teda spojiť fakty a ono sa nám niečo z toho vykľuje.

Dominic robil v alkohlickom biznise, je to tak? Je. Jerome je jeden z najväčších veľkoobchodníkov v Cognacu a súčasne výrobca svojich vlastných troch značiek. Vieme o tom, jasné že áno. Poznali sa títo dvaja? Odpovedám za nich - áno poznali. Naša rovnica tu stráca neznáme veličiny tvrdením, že Jerome stál od začiatku pri projekte Cognac Park. V úzadí. V popredí bol majiteľ značky Dominic Park. Roky plynuli, až vyplynuli do dohody medzi Jeromom a Dominicom, na základe ktorej Jerome prevzal značku Cognac Park pod svoje krídla. A že sú to riadne perutiská!

Nuž, milí moji, preto sme s potešením privítali nášho priateľa z Cognacu, ktorý priniesol novú značku vo svojom košiari.

that. Have these guys known each other? Yes, they have. Our rebus loses its unknowns by revealing, that Jerome was at the creation of the project Cognac Park. In the shadow. Everyone could only see the owner of the brand, Dominic Park. Years after years ended up in contract between Jerome and Dominic, that Jerome will take over the brand Cognac Park. Take it under his supervision.

That's why we welcomed with pleasure our friend from Cognac, who brought us new brand in his basket. The beginning of the presentation belonged, using the fight terminology, to the light weight. VS and VSOP, that surprised with their freshness, especially VS. Nice entrée, after which we were thinking about a bit heavier, my apologies, older

Začiatok prezentácie patril, použijúc boxerskú hantírku, k najmladším váhovým kategóriám. VS a VSOP, ktoré prekvapili sviežosťou zvlášť u VS. Pekný úvod, po ktorom sme sa zamysleli nad trochu ťažším, promiňte, starším VSOP. Zmes mnohých eaux-de-vie s výrazným zastúpením destilátov z oblasti Borderies. Mäkkosť a okrúhlosť normálne v kategórii VSOP takmer ťažko vídaná prekvapila podľa veľkosti očných búľ u prítomných dám a pánov nielen nás. Jednoducho piteľný cognac si získal okamžite niekoľko budúcich konzumentov.

XO nenachalo nikoho na pochybách, že dub sa do tohto cognacu zahryzol poriadne hlboko. Resp. naopak – destilát prenikal dubom pomaly a dlho. Jeho plnosť, mohutná štruktúra a dlhý záver jasne doručili správu zo zrecích pivníc – som vyzretý k sile a vyrovnanosti, pripravený uspokojiť vaše zmysly. Súčasne však vyzýval k degustácii nasledovnej vzorky - Cognac Park Vieille Fine Champagne. Jerome sa nijako neokúňal s priznaním, že túto zmes predávajú aj pod krycím názvom Cigar Blend. V tejto zmesi Grande a Petite Champagne je podiel Grande Champagne až 60%, čo mu dáva úžasnú jemnosť, no pritom bohatosť tak v arómach, ako aj v chuti. Má však aj svoju silu, ktorá je ideálnym doplnkom k fajnovej cigare. Pre mnohých vrchol degustácie.

VSOP. The blend of many eaux-de-vie with a great amount of distillates from the Borderies region. The softness and roundness, normally not seen in the VSOP category, surprised all attended ladies and gentlemen. Easily drinkable cognac gained new future consumers immediately.

XO left no doubts, that the oak bit this cognac very deeply. In other words, the distillate infiltrated the oak slowly and for long. His richness, giant structure and long finish sent us message form the cellars – I am matured, strong and balanced, ready to satisfy your senses. At the same time though, we asked for tasting another sample – Cognac Park Vieille Fine Champagne. Jerome revealed that this blend is being sold under nickname Cigar Blend. In this blend of Grande and Petite Champagne is the amount of Grande Champagne over 60%, what gives the cognac amazing softness, but at the same time balanced aromas and tastes. It has its strength, so ideal with cigar. And another Cognac Park is on a way.

Vieille Grande Champagne, 1er Cru

The cream on the cake of quality cognacs. 100% Grande Champagne, round, soft, rancio, mellowed fruit, leather to the cigar box. All is inside. Perfectly balanced, wonderful exposition of the very best from the Grande Champagne region.

Nebolo však tomu tak. Blížil sa už ďalší Cognac Park.
Vieille Grande Champagne, 1er Cru.

Čerešnička na šľahačke na vrchole torty kvalitných cognacov. Nech mi je odpustený úlet do cukrárenského priemyslu, no tak sa mi žiadalo. 100% Grande Champagne, okrúhla, mäkká, rancio ako noha, prezreté ovocie, koža až po cigarový box. To všetko je tam. Úžasne vybalancované v nádhernej ukážke toho najlepšieho, čo oblasť Grande Champagne dokáže poskytnúť.

Toto všetko bolo hlavnou náplňou večera, ktorým nás so šarmom sebe vlastným sprevádzal Jerome Tessendier, prezentujúc svoj najnovší prírastok do rodiny cognacov – Cognac Park.

Záver dával tušiť ešte dve milé sprievodné udalosti. Jednou z nich je tradičná autogramiáda, počas ktorej Jerome podpísal exempláre Cognac Park do zbierky našich partnerov. A nielen Cognac Park. Mnohí naši partneri využili jeho prítomnosť a v ich zbierkach skončili okrem značky Park aj ďalšie z Jeromových pivníc – Campagnere, Domaine du Buisson a Grand Breuil.

Skutočným vyvrcholením však bolo oficiálne prijatie nového partnera agentúry Testum, ktorý sa rozhodol podporiť project Encyklopédie Cognacu a rozšíril naše rady.

Dorian Merešš. Dynamický mladý muž odhaliaci krásy cognacu a unikátnosť projektu Testum. Osobne asistoval Jeromovi pri označení skrinky, ktorá mu bola v priestoroch agentúry venovaná.

My všetci,ktorí sa cognacu v agentúre venujeme, vítame tieto vzácne okamihy a prejav uznania od ľudí, ktorí možno ani netušili, čo všetko robí cognac cognacom.

Nás popri tom mimoriadne teší, že rozširovaním našich radov prispievame k tomu, aby sme sa spoločne priblížili k ďalšiemu zmyslu nášho života a práce.

Stať sa človeku človekom.

JEROME TESSENDIER

All this was the main course of the evening, narrated by charming Jerome Tessendier, presenting the newest member of his cognac family – Cognac Park.

The finale let us sense two more concomitant events. One of them, traditional autography, when Jerome signed the Cognac Park samples to our partners' collections. And not only Cognac Park. Many of our partners used his attendance, and enriched their collections by other members from Jerome's treasures – Campagnere, Domaine du Buisson and Grand Breuil. The true peak of the evening was the official acceptance of new partner of the Testum agency, who decided to support the Encyclopedia project. Dorian Merešš. Dynamic young man, who has revealed the beauty of cognac and the unique Testum project. He personally assisted to Jerome during labeling the box, which was given to him in the premises of the agency. All of us, who are in touch with cognac in the agency, welcome these special moments and acts of appreciation from people, who may not know, what makes cognac, cognac. And we are very happy to enrich the crowd to get closer to another aim of our life and work. To be human to other human.

COGNAC PARK

COGNAC PARK X.O EXTRA OLD

Vyzretý a rozplynutý dub. Silný, pevná štruktúra - odlišná od jemného štýlu starej Grande Champagne - bohaté chute ovocného koláča. Dlhý záver na pdnebí. Ideálny nápoj po večeri. Prezentovaný v tradičnej "cognacaise" fľaši.

Mature dissolved oak. Strong, forceful structure - opposite to the delicate style of Vieille Grande Champagne - rich fruit cake flavours. Long finish on the palate. Ideal after dinner drink. Supplied in the traditional cognaçaise bottle.

COGNAC PARK V.S.O.P VERY SUPERIOR OLD PALE

Bohaté a orieškové chute, ktoré zostávajú v ústach s náznakom dreva. Okrúhly a ľahko konzumovateľný. Tajomstvom tejto zmesi je široký výber lokálnych eaux-de-vie vrátane orieškových príchutí dobrého Borderies. Prezentovaný v tradičnej fľaške typu "cognacaise".

Rich and nutty flavours that stay in the mouth, with a certain amount of wood. Round and easy to drink. The secret behind this blend is the large number and the regional variety of eaux - de - vie in the blend, including the nuttiness of good Borderies. Presented in the traditional cognaçaise bottle.

GALLERY

Vrchol sortimentu musí ležať zarovno s najlepšími z cognacov. Je veľmi mäkký, hladký, dobre zaguľatený, záľaha ovocia a bohaté chute rancio charentais. Zavárané ovocie, koža a cigarová krabica, to všetko môžete objaviť v chuti na podnebí, ktorá je dlhá a jemná. Všimnite si, že má 43% alkoholu a je veľmi jemný, nakoľko stratil zo svojej agresivity počas veľmi dlhých rokov zretia v dube. Je to vynikajúci príklad cognacu z najlepšej produkčnej oblasti regiónu. Podobne ako Cigar blend je prezentovaný v ťažšej verzii tradičnej fľaše tyu "cognacaise".

The top of the range that must lie alongside the very best of all Cognacs. It is very soft, mellow, well rounded, plenty of fruit and rich cheesy flavours (rancio charentais). Stewed fruit, leather, and cigar boxes can all be found on the palate which is both long and delicate. Note that it is sold at 43% Vol. and that the alcohol is very smooth having lost its aggression over the many years of ageing in oak. This is an excellent example of Cognac from the best area of the region, Grande Champagne. Like the Cigar Blend the Vieille Grande Champagne is also bottled in a heavier version of the traditional cognaçaise bottle.

COGNAC PARK VIEILLE GRANDE CHAMPAGNE, 1ER CRU 100% GRANDE CHAMPAGNE

60% Grande Champagne, 40% Petite Champagne

Apelácia Fine Champagne hovorí o tom, že zmes pochádza z dvoch najlepších oblastí v Cognacu, Grande a Petite Champagne s minimálnym podielom 50% Grande Champagne. Hoci sa často uvádzajú ako navzájom sa doplňujúce, silný tabak môže prekryť jemný cognac a tak som zámerne urobil túto zmes plnšiu a bohatšiu tak v nose, ako aj na podnebí. Predáva sa ako "cigar blend" a je perfektným doplnkom k jemnej cigare. Túto zmes sme uložili do ťažšej verzie tradičnej "cognacaise" fľaše.

The appellation Fine Champagne Cognac defines that the blend comes from the two best areas of Cognac, Grande and Petite Champagne and with a minimum of 50% Grande Champagne. Although often cited as complementing each other, strong tobacco can overwhelm a delicate cognac and so I have deliberately made this blend fuller and richer both on the nose and palate. It is sold as 'the cigar blend' and is the perfect complement to accompany a fine cigar. We bottle this blend in a heavier version of the traditional cognaçaise bottle.

COGNAC PARK VIEILLE FINE CHAMPAGNE, CIGAR BLEND

CHAMPAGNE FEUILLATTE V KOŠICIACH

Meno ťažko vysloviteľné, elegantné šampanské ľahko konzumovateľné. To všetko sme mali možnosť vychutnať si počas jedného úžasného večera v gentúre Testum v spoločnosti Champagne Feuillatte.

Vyslanec tejto značky Peter Hartweg nás pútavým spôsobom zoznámil nielen s príbehom, ale aj s kvalitou tohto svetoznámeho šampanského.

The name difficult to pronaunce but elegant champagne, easy to drink. This we have had the opportunity to enjoy during one great evening in Testum agency together with Champagne Feuillatte.

Peter Hartweg, the brand ambassador, has introduced us in very interesting way not to the legend only but to the quality of this famous chamnpagne worldwide.

Legenda v skratke

1926
V Paríži sa narodil Nicolas Feuillatte.

1955
Nicolas žije v New Yorku a stáva sa vedúcim dovozcom africkej kávy do Spojených štátov.

1962
Prijíma pozíciu stáleho zástupcu Ivory Coast v Spojených národoch. Vlastní majetky v Tunise a dom na Long Islande. S Kennedyovcami a Aristotelom Onassisom hráva golf.

1968
Po smrti svojho otca sa usadil v Sydney v Austrálii, kde žije niekoľko mesiacov v roku.

1972
Nadobudnutie 12 hektárovej vinice v Bouleuse, v údolí Ardre v Champagne.

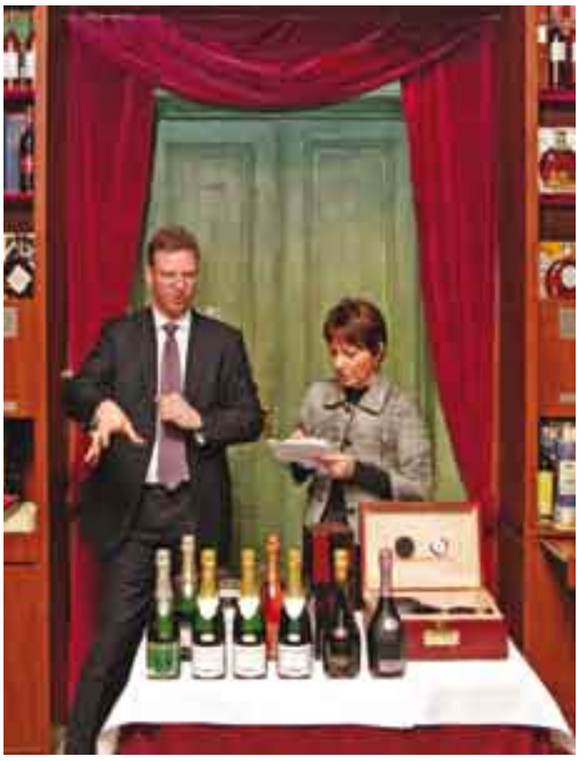
1976
Vytvoril značku "Champagne Nicloas Feuillatte".

1978
Narodila sa prvá fľaška "Brut Réserve Particuliére".

1985
Lauren Bacall, Jackie Onassis, Shirley MacLaine, Yves Saint-Laurent, Hubert de Givenchy, uvedieme aspoň pár mien. Počet jeho priateľov je tak vysoký, ako veľká je ich sláva. Nicolas Feuillatte vytvára Palmes d'Or Vintage cuvee na pamiatku jednej zo svojich lások z mladosti.

1986
Nicolas Feuillatte predáva svoju značku spoločnosti Centre Vinicole de la Champagne.

...až po súčasnosť
Výstavy, inauguračné večierky, udeľovanie cien po celom svete atď. Nicolas Feuillatte zostáva neprekonateľným vyslancom značky nesúcej jeho meno



Netreba nič dodať. Všetko bolo povedané. Kvalitu môžete opísať, ale aby ste si ju vychutnali, musíte ju zažiť na vlastnej koži. Champagane Nicolas Feuillatte za to stojí.

The Legend

CHAMPAGNE FEUILLATTE

1926
Birth of Nicolas Feuillatte in Paris.

1955
He lives in New York and becomes the leading importer of African coffee in the United States.

1962
He accepts the position of Permanent Representative of the Ivory Coast to the United Nations. He owns property in Tunisia and a house on Long Island. The Kennedys and Aristotle Onassis count among his golf partners.

1968
Following the death of his father, he settles down in Sydney where he henceforth lives for several months of the year.

1972
Acquisition of a 12-hectare vineyard in Bouleuse, in Ardre Valley in Champagne.

1976
He creates the "Champagne Nicolas Feuillatte" brand.

1978
The first bottle of "Brut Réserve Particuliére" is born.

1985
Lauren Bacall, Jackie Onassis, Shirley MacLaine, Yves Saint-Laurent, Hubert de Givenchy, to name just a few. The friends of Nicolas Feuillatte are as numerous as they are famous. Nicolas Feuillatte creates the Palmes d'Or Vintage cuvee in of on of his loves of his youth.

1986
Nicolas Feuillatte sells his brand to the Centre Vinicole de la Champagne.

...up to present days
Exhibition previews, inaugural evenings, award ceremonies across the globe, etc. Nicolas Feuillatte remains the unequalled ambassador of the brand that bears his name.

Nothing to add. Everything was told. You can describe the quality, but to enjoy it, you need to taste it by your own. Champagne Nicolas Feuillatte is worthwhile.

CHAMPAGNE

DAMPIERRE

opät' na scéne

COGNAC ACADEMY

Záver roka je pre mnohých z nás spojený s náporom na nervy a peňaženky, pod ktorý sa podpisujú blížiace sa sviatky pokoja a radosti. Hľa ten paradox!!! Ževraj kľud a pokoj. Čerta starého, bláznine je to ako vyšitý.

Nás však zaujal ruch, ktorý sa tiež väčšinou spája so záverom roka, no v inej podobe. Tekutej. Presnejšie, vzdušnej. Nechcem sa zbytočne zamotať, tak prezradím zpriama, že o bublinkovom potešení bude reč. No bodaj by som sa nezháčil, keď jedna fľaša obsahuje víno i vzduch uväznený v bublinkách, až ste napochybách, čoho je tam viac, a za čo vlastne platíte.

Dilemu tú sme nastolili a vyzvŕtali sme pri nej nášho hosťa zo severovýchodu Francúzska.

Ronan Lieutard.

Ak vám to meno nič nehovorí, a sledujete dianie v agentúre Testum pravidelnejšie, pomôžem vám ďalším menom - Dampierre.

No vidíte, už viete koľká bije. Presne tak. Gróf Audoin de Dampierre nás navštívil pred viac ako rokom, aby odprezentoval svoje dve vášne i trápenia súčasne - cognac a champagne nesúce jeho meno. Tentokrát sa milý gróf túlal kdesi po Dubaji a k nám vyslal svojho prvého zástupcu. Ronan teda dorazil do Košíc, aby sa zhostil neľahkej úlohy - odprezentovať sortiment Champagne Dampierre po informáciách dychtiacim partnerom agentúry Testum a ich pozvaným priateľom. Tí, ktorí boli svedkami skutočného "performance" produkovaného grófom de Dampierre vedia o čom hovorím. Gróf bol skutočne úžasný

CHAMPAGNE DAMPIERRE back on scene

For many of us is the end of year connected with the attack on our nerves and valets, while the holidays of peace and joy are coming. See that paradox!!! Holidays of Peace and Joy. Not really, rather lunatic house for all. We were interested by the motion, also connected to the end of year, but in other way. Liquid way. More precisely, airy way. I don't want to get lost, so I tell you straight away, we will talk about the bubble pleasure. No wonder I got distracted, when one bottle consists of wine, as well as air in bobbles, and you may only wonder, what is it you actually pay for - the bubbles or the wine?

The dilemma was set and we asked our guest from the northeastern France to answer it.

Ronan Lieutard.

If this name says nothing to you and you follow the happenings in the Testum agency, I give you another name - Dampierre. Now you know. Yes. The count Audoin de Dampierre visited us more than a year ago, to present his

a nenechal nikoho na pochybách, že výrobky s jeho menom sú výsledkom obrovského nasadenia miešaného s vášňou, ľudskosťou a potešením, ktoré dnes človek vidí len zriedkavo.

Ronan teda predstúpil pre auditorium a zrazu sa z trochu opatrnej postavičky s gúľajúcimi očami vykľul zábavný spoločník, chrliaci na nás fakty a zážitky s champagane, ktoré sa mu stalo prácou i koníčkom zároveň. Neváhal priložiť ruku aktívne k dielu a názorne "live" demonštroval správny postoj a postup pri drine nazvanej otváranie fľaše champagne. Vzorné opretie fľaše o stehno, odstránenie drôteného košíka a konečné vyprostenie zátky z fľaše doprevádzané sympatickým zvukom. Voľnú zostavu v Ronanovom podaní ocenili všetci prítomní a slovami chvály nešetrili.

Rovnaké uznanie smerovalo k jednotlivých degustovaným kvalitám.

two loves and miseries of his life - cognac and champagne carrying his name. This time was count somewhere in Dubai, so he sent us his number two. Ronan arrived to Kosice to stand an uneasy role - present the range of Champagne Dampierre to the partners and friends of the Testum agency, all hungry after information. Those of them, who attended the real "performance" by count de Dampierre, know what am I talking about. The count was more than amazing and left no doubts, that products carrying his name are produced with high performance, blended with passion, humanity and joy, which you see so rarely these days.

So Ronan stood in front of the auditorium and a little careful man with rolling eyes turned into funny companion

Champagne Dampierre Cuvée des Ambassadeurs, konzumované na mnohých veľvyslanectvách Francúzskej republiky po celom svete. Úžasná zmes typických odrôd používaných pri výrobe svetoznámeho champagne - 50% Pinot Noir a 50% Chardonnay. Nesúce dovetok - Brut Premier Cru. Neznamená to nič viac a nič menej ako označenie pôvodu z najlepšej časti produkčnej oblasti Champagne.

Nasledovalo Blanc de Blancs, prekvapivo odlišné od prvej vzorky. Niet divu, je to champagne vyrobené výhradne z jednej odrody - 100% Chardonnay. Zamilujete si ho ako aperitív. A možno aj inak.

Jeden z najťažších kalibrov vytasil Ronan ako tretí v poradí - Grand Vintage. Váhu tohto champagne zvyšuje fakt, že

giving out facts and his experience with champagne, which became his job and his hobby at the same time. He didn't hesitate to perform "life" the proper way and procedure of opening the bottle with champagne. Exemplary stuck the bottle in between his thighs, removing the wiry basket and finally releasing the cork accompanied by the sympathetic sound. The free way in Ronan's performance was appreciated by all attended and words of glory fulfilled the hall.

The same appreciation was given to the presented qualities.

Champagne Dampierre Cuvée de Ambassadeurs, consumed on many French embassies all around the world. The amazing blend of typical species used in the famous champagne production - 50% Pinot Noir and 50% Chardonnay. Also carrying the name - Brut Premier Cru. It means no more no

pred expedíciou ku klientom odpočíva v pivniciach rodiny Dampierre dlhých šesť rokov. Táto zmes 65% Pinot Noir a 35% Chardonnay má prívlastok Brut. Hodno podotknúť, že právom.

Takmer rovnomerné zastúpenie odrôd Pinot Noir a Chardonnay v predchádzajúcich vzorkách značne naštrbilo ružové prekvapenie z dielne Champagne Dampierre - Brut Rosé. Ak by ste náhodou nevedeli, tak tu je 88% Chardonnay a 12% Vertus alebo Bouzy Rouge. Úžasná ovocnosť a ľahkosť je základom charakteristiky tohto perlivého nápoja.

Smelo môžeme povedať, že nielen tohto. Bezozbytku to platilo pre všetky prezentované kvality a vďaka fundovanému Ronanovmu výkladu sa naši priatelia opäť posunuli v znalostiach krás života, tentokrát z oblasti, ktorá dáva svetu jeden zo symbolov Francúzska.

Champagne.

A navyše – Dampierre.

less than targeting the origin from the best product region Champagne.

Followed by Blanc de Blancs, surprisingly, so different to the first sample. No wonder, it is champagne made strictly from one species only - 100% Chardonnay. You will love it as appetizer. And maybe in a different way.

One of the hardest "weapons" Ronan took out for the third time - Grand Vintage. The position of this champagne is being risen by the fact, that before it gets to the client, it lays in the cellars of the Dampierre family for long six years. This blend of 65% Pinot Noir and 35% Chardonnay has also in his name "Brut". And it belongs to it.

Almost equal representation of both species - Pinot Noir and Chardonnay in the previous samples obviously cracked the rose surprise from the Champagne Dampierre house – brut Rosé. Just for you to know, there is 88% Chardonnay and 12% Vertus or Bouzy Rouge. The amazing fruity taste and lightness are the base characteristics of this bubble drink. We may courageously say, that not only to this one. All presented qualities, followed by Ronan's professional commentary had moved our friends further in knowing the beauties of life, this time from region that gives the world one of many French symbols.

Champagne.

And what more -Dampierre.

CAMUS

EXTRA ELEGANCE

Sharing more...

ILE DE RÉ
FINE ISLAND COGNAC

Od roku 1863 sa dom cognacu Camus, svetoznámy pre kvalitu a inovatívnosť svojich produktov, venoval odhaľovaniu, propagácii a zdieľaniu bohatej ponuky možností vo svete cognacu. Popri hľadaní a určovaní toho najvýnimočnejšieho, je firma Camus hrdá na svoju ponuku cognacov Fine Island, určenú pre znalcov kvalitných nápojov.

Zrodený vo viniciach Bois á Terroirs na ostrove Ile de Ré, vám tento Fine Island cognac odhaľuje svet neočakávaných aróm, chutí a osobitosti, ktorú mu prepožičiava ostrovné prostredie.

Naším mladším vyjadrením tejto ponuky je Camus Ile de Ré Fine Island Cognac, teplý a upokojujúci cognac so stabilným charakterom prevzatým z unikátnych viníc Ile de Ré. Vďaka extrémnej ľahkosti dreva sú chute tohto nápoja výraznejšie. Toto je osobitý cognac, ktorý je vhodné piť s ľadom ako aperitív, alebo s troškou vody a kúskom citrusovej kôry.

Since 1863 the House of Camus,renowned throughout the world for the quality and inventiveness of its products, has devoted itself to unveiling, promoting and sharing the rich variety of choice in athe world of cognac.In seeking out and selecting the exceptional, Camus is proud to offer its range of Fine Island Cognacs to connoisseurs of fine spirits.

Born of the Bois á Terroirs vineyards on the Ile de Ré, these Fine Island Cognacs reveal a world of unexpected aromas, flavours and personality, bestowed on them by this insular environment.

Our younger expression, Camus Ile de Ré Fine Island Cognac, is a warm and satysfying cognac with a rugged character drawn from the unique Ile de Ré vineyards.Extremely light in wood, the flavours of the spirit are allowed to shine through. This is a distinctive cognac which works deliciously over ice as an aperitif or with splash of water and a piece of citrus fruit peel.

CAMUS
COGNAC

COGNAC FRAPIN
Grande Champagne

VIP X.O.

Darčekové balenie vám dá možnosť ochutnať tento cognac z profesionálnych pohárov. Tento Frapin X.O., rezervovaný pre V.I.P., kombinuje vek, okrúhlosť, buket a kvalitu. Staro-jantárová farba s veľmi bohatým buketom, so stopou korenia a ovocných arôm, špecifických pre Cognae z Grande Champagne vďaka destilácii spolu s usadeninami. X.O. kvalita je obohatená omnoho staršou eau-de-vie z rodinných zásob. Prezentovaný je v elegantnom sklenenom dekantéri, reprodukujúcom tvar používaný v 16. storočí. Je dekorovaný zlatým vlysom a na vrchole je 24-karátovým zlatom pozlátená zátka. Červená a zlatá darčeková krabica dopĺňa jeho imidž a osobitosť.

Tasting notes: Reserved for VIP, it blends age, fullness, bouquet and finesse.
Colour: An aged, amber gold.
Bouquet: Rich, made up of a blend of spices and flowers characteristic of the very old Grand Champagne distilled over lees.
Mouth: Roundness, finesse.
Point of interest: This Cognac won the Trophy for its category XO at the, Spirits International Challenge' in London, in 1997.

FRAPIN

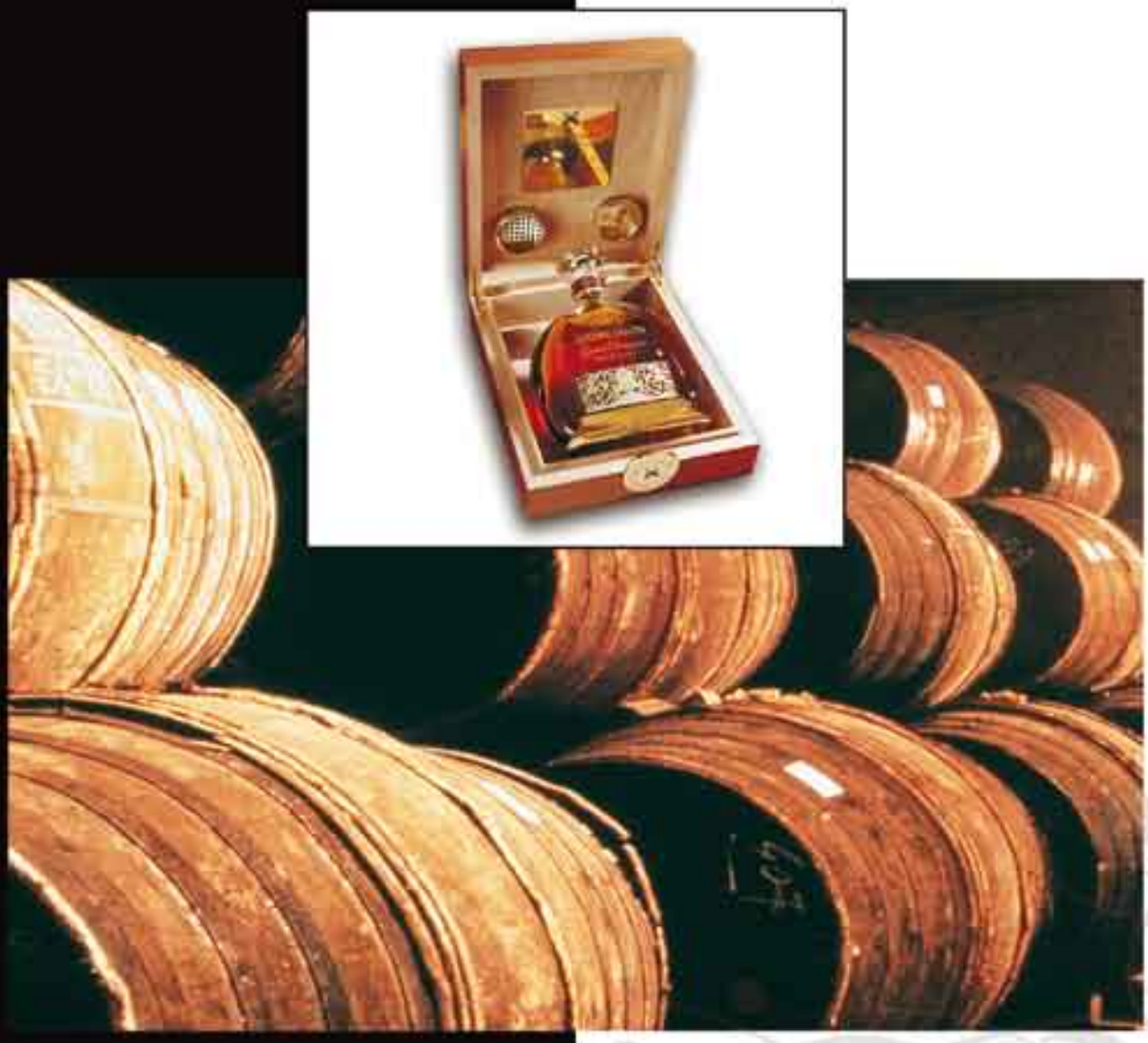
Frapin VIP XO Grande Champagne

Kvalita: Určená pre VIP, kombinácia veku, plnosti, buketu a jemnosti
Farba: Vyzretá, jantárová zlatá.
Buket: Bohatý, pozostávajúci zo zmesi korenia a kvetov typických pre velmi starý cognac z Grande Champagne destilovaný s vinnou usadeninou.
Chuť: Okrúhla, jemná

Zaujímavosť: Tento cognac vyhral hlavnú cenu vo svojej kategórii XO na medzinárodnej súťaži liehovín „Spirits International Challenge" v Londýne v roku 1997.

Quality: Reserved for VIP, it blends age, fullness, bouquet and finesse.
Colour: An aged, amber gold.
Bouquet: Rich, made up of a blend of spices and flowers characteristic of the very old Grand Champagne distilled over lees.
Mouth: Roundness, finesse.

Point of interest: This Cognac won the Trophy for its category XO at the ‚Spirits International Challenge' in London, in 1997.



JEAN-JACQUES GODET

VÝROBA COGNACU JE PRE MŇA VÁŠEŇ

Už štvrťstoročie so šarmom sebe vlastným riadi francúzsky rodinný podnik vyrábajúci cognac. Lahodnému nápoju a rodine zasvätil celý svoj život, venoval svoje dlhoročné skúsenosti. Jean-Jacques Godet je jednoducho tým najpovolanejším pokračovateľom tradície cognacov Godet, ktorá siaha takmer pol tisícročia do minulosti.

Iba málo firiem sa môže pýšiť takou históriou. Čo pre vás tradícia znamená?

Je dôležitá, ale výroba cognacu predstavuje pre mňa hlavne vášeň - už preto, že jeho pitie vzbudzuje emócie. Ide zrejme o jediný nápoj, ktorého vznik má pôvod v alchýmii. Na jeho výrobe ma fascinuje hlavne dĺžka - cognac sa postupne prebúdza aj desiatky rokov. Pre moju rodinu je centrom života, každé narodené dieťa je namiesto vody pokrstené cognacom. A to nielen pokvapkaním, ale aj pár kvapkami do úst. Ja som tiež takto prvý raz ochutnal cognac - mal som vtedy dva mesiace (smiech). Podobne boli pokrstení aj moji traja synovia. Jeden z nich dnes riadi firmu v New Yorku, druhý v Šanghaji.

Aké ma Cognac Godet postavenie na trhu?

Nie sme síce veľká firma, ale vyvážame do šesťdesiatich krajín sveta - Veľkej Británie, USA, Japonska, Južnej Kórei, Číny... Vyrábame asi milión fliaš ročne, v porovnaní s ostatnými je to iba kvapka v mori. Som šťastný, že zákazníci zostávajú cognacom Godet verní, to mi dodáva odvahu a silu ďalej pracovať. Dôvodom vernosti je podľa mňa to, že už iba my vyrábame skutočne autentický cognac s charakterom. Ostatné firmy produkujú masové cognacy s nevýraznou a nešpecifickou chuťou. Godet vám buď zachutná a obľúbite si ho navždy, alebo vás nezaujme a piť ho nebudete. Znalci ho však zvyčajne hodnotia vysoko.

Priamo z vás vyžaruje nadšenie pre podnik aj rodinu a chuť do práce. Kedy ste sa do vedenia firmy prvý raz zapojili?

Skôr, ako u nás člen rodiny začne pracovať, musí najprv inde preukázať svoje schopnosti. Ja som po štúdiu a dosiahnutí titulu MBA pracoval v USA ako finančný kontrolór vo firme vyrábajúcej tesárske ropné plošiny, potom ešte rok v reklame a marketingu pre Peugeot. V roku 1969 som vstúpil do firmy Cognac Godet. Potom som žil niekoľko rokov v Chicagu a zodpovedal za americký trh.

Ktorú z pracovných skúseností dnes najviac oceňujete?

Ťažko povedať, každá mi dala veľa. Všetky skúsenosti boli pre mňa prínosom, pretože moja profesia vyžaduje kombináciu niekoľkých zamestnaní.

Ktorá časť práce vás najviac teší?

Výroba cognacu. Keď vidím destiláciu nášho vína, som úplne najšťastnejší. Milujem aj komunikáciu s ľuďmi. V hlave vlastne stále vyrábam cognac. (smiech)

Určite veľa cestujete po svete. Kde ste sa cítili najlepšie?

Na Novom Zélande. Táto krajina leží de facto bokom od ostatného sveta, vďaka čomu miestni ľudia ostali autentickí. Okrem toho je to nádherné miesto.

Čo vás ešte okrem práce baví?

Plaviť sa na plachetnici, s ktorou som uskutočnil aj expedíciu k južnému pólu. Bolo to prvý raz, čo sa na takú cestu vydala práve plachetnica. Cestu sme pripravovali rok, vyrážali sme z argentínskeho mesta Ushuaia v Patagónii. Výprava trvala sedem a pol týždňa, merala 9000 kilometrov. Priznám sa, že moria a oceány sú popri cognacu mojou ďalšou vášňou.

Aké emócie ste cítili po dosiahnutí južného pólu?

Pól nebol pre mňa hlavným cieľom, tým bol zážitok z cesty s priateľmi po mori. Pozoroval som, ako sa ľudia v extrémnych podmienkach menia. Takáto cesta a prostredie Antarktídy vám umožnia zrovnať si rebríček hodnôt - pri teplote niekoľko desiatok stupňov pod nulou, za mrazivého vetra sa cítite malý a bezvýznamný...

Priviezli ste si domov nejaký ľad do nápojov?

To nie, ale priamo na mieste som si nalial cognac a Schweppes, pridal nasekaný ľad. Chuť bola naozaj úplne iná ako pri použití priemyslovo vyrobeného ľadu. Ten antarktický je čistý a neobsahuje chemikálie.

Ktorý z cognacov Godet si najradšej vychutnávate?

Dvadsaťpäťročný Godet Excellence, ten je pre mňa číslo jedna. Je veľmi ľahký a vyvážený, s kvetinovou arómou.

Aká je vaša vízia rozvoja podniku?

Jednoduchá a jasná - aby moji synovia značku aj naďalej presadzovali, aby sa im dobre darilo a aby ďalej niesli vlajku našej firmy.

Ďakujem za rozhovor a prajem firme Cognac Godet, vašej rodine veľa šťastia pri uskutočňovaní týchto plánov.

Ďakujem pekne, tu však primárne nejde o šťastie, ale o prácu. Šťastie môže dosiahnuť ktokoľvek, ale musí ho vyprovokovať k práci. Som šťastný, že môžem prežívať so svojou rodinou dobrodružstvo spojené s cognacom. Život je proste krásny.

TROCHU HISTÓRIE

1550 - Holandský obchodník Bonaventure Godet prišiel do La Rochelle s úmyslom exportovať domov pálenku a soľ. Usadil sa tu a začal obchodovať.
1588 - Rodine bolo kráľom Henrichom IV. udelené najvyššie právo – právo nosiť meč.
1730 - Augustín Godet bol dvorným dodávateľom na anglickom kráľovskom dvore.
1782 - Augustínov syn Gédéon založil spoločnosť Cognac Godet.
1838 - Gédéon Godet junior objavil nové chuťové možnosti cognacu, keď prvý raz pripravil dodnes vyrábaný Godet Castronome.
1990 (približne) - Bratia Louis a Paul Godetovi z firmy vybudovali prosperujúci podnik.
1920 - 1970 Na čele spoločnosti stál Jean Godet, ktorý ovládol americký trh s cognacom.
1970 - 1984 Firmu riadil Jacques Godet, ktorý úspešne čelil nepriaznivej hospodárskej situácii a preslávil sa mottom „Už dnes má budúcnosť svoju históriu".
1987 - dodnes - Spoločnosť riadi Jean-Jacques Godet, ktorý konzervatívnemu svetu cognacu vtisol novú tvár.

Výhradné zastúpenie v SR: Berentzen Distillers Slovakia s.r.o., text Miroslav Mašek, foto archív Cognac Godet

Čakanie je nanič.

Pre všetkých, ktorí nemôžu čakať.

Nové Ready2Use nabíjacie batérie.
Pripravené na použitie bez predošlého nabíjania.

Múdre riešenie.
Nové Ready2Use nabíjacie batérie sú dodávané úplne nabité, takže ich môžete používať ihneď po vybratí z obalu. Na rozdiel od bežných nabíjacích batérií tieto nevyžadujú počiatočné nabíjanie. Vďaka veľmi nízkej samovoľnej strate kapacity vydržia nabité dva mesiace, takže sú vždy Ready2Use („pripravené na použitie“). Dodávané vo veľkosti AAA a AA.

www.varta-consumer.sk

VARTA

GLK sa ujalo

Cez desať tisíc záväzných objednávok na Mercedes-Benz GLK za prvý mesiac od spustenia predaja potvrdzuje, že toto kompaktné SUV novej triedy sa ujalo. V Európe aj na Slovensku bude v ponuke od októbra tohto a v Spojených štátov začiatkom budúceho roku. Pri svojom uvedení sa tiež bude vyrábať krátkodobo vo vyhotovení ako Edícia 1 jeho špeciálny model.

Mercedes GLK ťaží z využitia hranatého dizajnu terénneho Mercedesu G v symbióze s uplatnením prvkov najmodernejších osobných vozidiel značky s trojcípou hviezdou. Variabilný systém pohonu všetkých kolies 4MATIC s elektronickými regulačnými systémami zasa spája perfektnú výkonnosť na ceste s vyváženou spôsobilosťou pre offroad.

Nová trieda GLK využíva na pohon nielen výkonné ale aj úsporné štvorvalcové a šesťvalcové motory. Model BlueEFFICIENCY GLK 220 CDI bude od jari 2009 dostupný s novým štvorvalcovým dieselovým motorom.

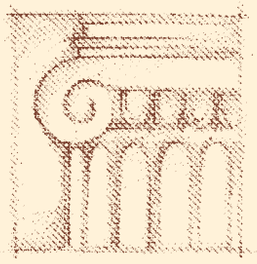
Vozidlo boduje tiež vďaka priekopníckej pasívnej bezpečnosti, vynikajúcemu odhlučneniu a vnútornému komfortu. Ako prvé vo svojej kategórii má najmodernejšie systémy, vrátane bezpečnostného PRE-SAFE a inteligentných svetiel (Intelligent Light System).

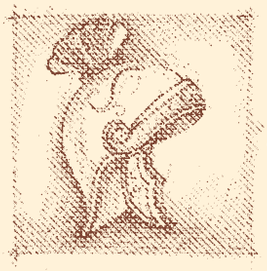
Viac informácií o značke Mercedes-Benz nájdete na **www.mercedes-benz.sk**
alebo u predajcu Motor-Car Poprad, spol. s r.o., Partizánska 4447, 058 01 Poprad

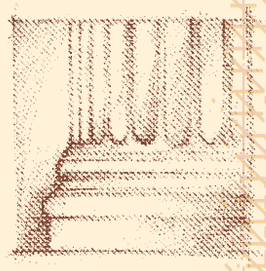
Tel.: 052 7725 166, Fax: 052 7721 630
web: www.mercedes-benz.sk
e-mail: motor-car-poprad@motor-car-poprad.sk

Predstavme si svet bez finančných rizík.

Svet, v ktorom trhová hodnota spoločnosti odráža pridanú hodnotu, očakávané budúce finančné toky, dôveru v schopnosti manažmentu, makroekonomické podmienky.

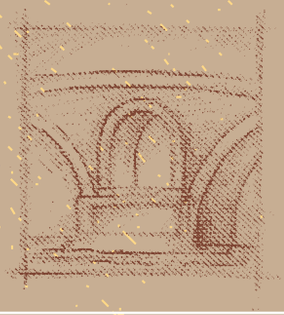






Ritro®
FINANCE

RITRO Finance spol. s r. o.
Mnoheľova 3891/3A • 058 01 Poprad • Slovakia
tel.: +421–52–787 19 11 • fax: +421–52–787 19 10
e-mail: ritro@ritro.sk



Tak, ako rímski cisári snívali o vládnutí veľkej kresťanskej ríši, tak aj dnešní manažéri snívajú o riadení výroby a poskytovaní služieb bez vplyvu finančných trhov, bez finančných rizík.

Našou úlohou je previesť tieto spoločnosti zložitým svetom finančných trhov, vysvetliť a pomôcť im pochopiť svojský jazyk treasury, s ktorým sa denne stretávajú.

Pomáhame im tak snívať sen o svete bez finančných rizík.

Poslaním spoločnosti Ritro Finance je viesť kroky svojich klientov na finančných trhoch.

HARDY

Séria „Essential Element" je fľaškovaná vo veľkolepom Daum crystal deeanteri. Každý z týchto tristo decanterov je označený a má dôkaz pravosti. Pôvod tejto eau-de-vie, ktoré robí z tohto cognacu vzácny a vynikajúci nápoj, sa datuje do sedemdesiatych rokov devätnásteho storočia, čo bolo obdobie pred nákazou Phylloxera. Antoine Hardy, zakladateľ tohto domu cognacu, myslel aj na budúcnosť svojej rodiny a tak nahromadil niekoľko rôznych cognacov z tohto obdobia. Pochádzajú z oblasti, dnes známej ako Grande Champagne. Hrozno na výrobu cognacu bolo výlučne z odrody Colombard. Eau-de-vie z nich vyrobená je nemiešaná, a má prirodzený 41% obsah alkoholu. Stopy čokolády, kávy a výborná rovnováha dopĺňajú jej komplexnosť. Je to vzácny cognac, určený pre ľudí, ktorí si vyžadujú to najlepšie! Vychutnajte si pôžitok z chutí histórie.

The „Essential Element" series have been bottled in a magnificent Daum crystal decanter. Each of the 300 decanters are numbered and have proof of authenticity. The origin of the eau-de-vie that makes this Cognac rare and excellent dates back to the 1870's, the Pre-phylloxera days. Thinking of his family's future, our founder, Antoine Hardy gathered several different batches. This Cognac comes from the area known today as Grande Champagne. Its grapes are composed of a 100% French Colombard and this eau-de-vie is pure and unblended at a natural strength of 41% volume. Hints of Chocolate and coffee, big oak and great balance adds to the complexity. A rare Cognac for those who demand the finest! When perfection is gone, c'est fini, for it can never be duplicated. Treat yourself to a taste of history.

HARDY COGNAC

HARDY PERFECTION SERIES

AIR
FIRE
WATER
EARTH

E L E M E N T S

GRAND BREUIL

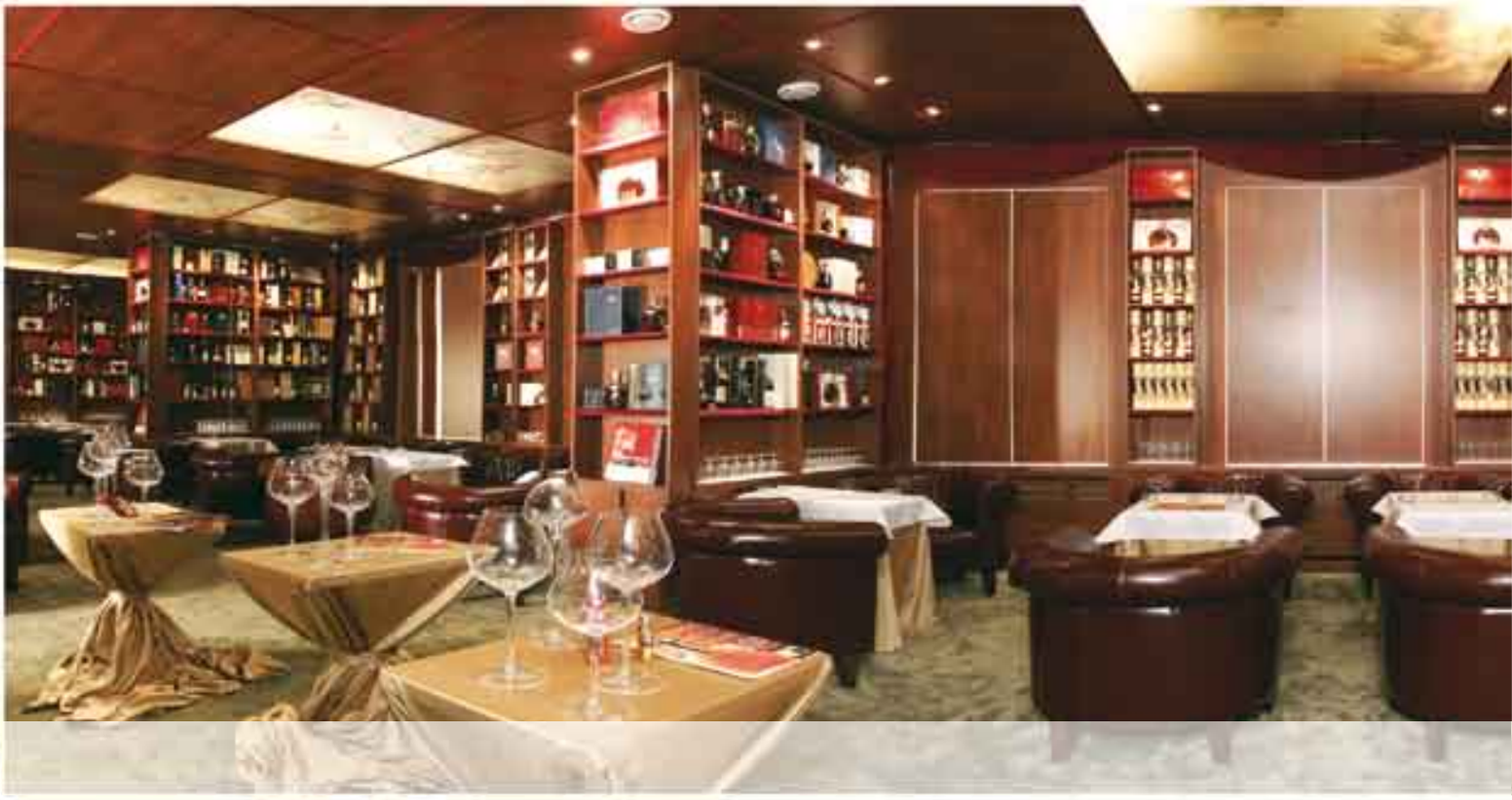
GRAND BREUIL

MAISON DE COGNAC

XO
Delamain
Cognac
Grande Champagne

Estd 1824
Delamain
COGNAC

Už pri prvej návšteve agentúry Testum Košice vás určite zaujme jej prostredie, ktoré navodí pocit, akoby ste vstúpili do iného sveta. Sídli v pulzujúcom centre mesta a pohltí vás svojou neopakovateľnou atmosférou, evokujúcou krásu a históriu s nádychom nevtieravého luxusu.



Kováčska 42 - Košice, contact: +421 903 479 788

Priestory vytvárané s citom a remeselnou zručnosťou sú výsledkom dôkladne prepracovaného zámeru, ktorým bolo vybudovanie reprezentatívneho miesta pre milovníkov cognacu. Ponúkame vám možnosť usporiadania vašich firemných prezentácií v priestoroch agentúry Testum v Košiciach.
V prípade záujmu zabezpečíme aj kompletnú organizáciu a možnosť profesionálnej degustácie niektorého z vybraných druhov cognacu.

Objednávky: testum@achat.sk
Tel.: +421 903 479 788, 903 801 260
Fax:+421 55 728 77 13

TEPELNÁ IZOLÁCIA

PRE VAŠU STRECHU

KÝM COGNAC ZREJE, VAŠA STRECHA HREJE

JPC

JPC, spoločnosť s r.o., Štefánikova 26, 040 01 Košice, tel.: +421 55 7267 111, fax: +421 55 7267 110, e-mail: jpc@jpc.sk, www.jpc.sk

...zo širokej

na úzku

a naopak

MT CARGO
spedition

ŠPEDITERSKÉ SLUŽBY
LOGISTICKÉ PORADENSTVO
SKLADOVANIE
PREPRAVA TOVARU
ŽELEZNIČNÁ AJ AUTOMOBILOVÁ KAMIONOVÁ DOPRAVA
PREKLÁDKA TOVARU ZO ŠIROKOROSCHODNÉHO ROZCHODU NA NORMÁLNY A SPÄŤ

MT CARGO
spedition

Ritro®

FINANCE

risk & treasury

…aj Constantinus mal svoje sny a vízie.

Ako panovník sa riadil rozumom, jeho veliteľské úspechy boli inšpirované intuíciou. Na cesty za svojimi víziami sa vydával nekompromisne a priamočiaro. Bol to muž, ktorý písal dejiny v záujme svojich snov.

Posilnení skúsenostami a inšpirovaní jeho úspechmi, hľadáme pre Vás nové vízie vo svete financií,

preto už dnes meníme sny na realitu…

RITRO Finance spol. s. r. o. • Mnichovo 2891/3A • 058 01 Poprad • Slovak Republic
tel.: +421-52-787 16 11 • fax: +421-52-787 19 10 • e-mail: ritro@ritro.sk • www.ritro.sk

MERANIE NA MIERU

MERACIE
AUTOMATIZAČNÉ
DIAGNOSTICKÉ
INFORMAČNÉ
EKOLOGICKÉ
SYSTÉMY

MADI'S
www.madis.sk

Miniškola cognacu u Vás doma!

Každá z produkčných oblastí dáva cognacu svoju typickú charakteristiku, vône a príchute.
Chcete sa naučiť rozpoznávať rozdiely medzi nimi?
Chcete si vychutnať porovnanie single distillery cognacu s typickou zmesou XO?
Dopraje sebe i Vašim priateľom jedinečný zážitok z degustácie cognacu
rôzneho veku z rôznych oblastí.
A na záver objavte umenie mielania a zrelia cognacu zhmotnené v kvalite XO.
S našou Distilleries Collection Vám ponúkame možnosť vychutnať originálnu
produkciu piatich najlepších distillerie Louis Royer.
Každá z nich leží v inom okrese vymenzenej oblasti Cognac.

Máte ich na dosah.

Cognacs de Distilleries Uniques

Skutočne cognac pre každú príležitosť.

Päť cognacov rôzneho štýlu a veku pre päť rozličných spôsobov konzumácie.

COGNAC
LOUIS ROYER

Bližšie informácie a objednávky: Achat – Sadko Mýtnik, e-mail: achat@achat.sk, tel.: + 421 903 479 788, fax: + 421 55 728 77 13

PARK
COGNAC
1er CRU
PARK
COGNAC