



О времени и месте появления, о команде и винах новой тосканской винодельни Bertinga, за которой стоят Максим Каширин и Анатолий Корнеев, о тернистом пути становления хозяйства и о том, как переодеться из костюма виноторговца в комбинезон винодела беседовал с основателями дома наш автор Биссо Атанасов.

Материал впервые был опубликован в Simple Wine News №137.

Содержание

- [Начало](#)
- [Концепция](#)
- [Расширение](#)
- [Команда](#)

Казалось бы, если ты уже 20 лет не просто в винном бизнесе, а в его фарватере, если сумел создать весьма крупную и успешную компанию-импортера, если объездил весь винный мир и не только шапочно знаком, но и дружишь с великими виноделами, если ты обучил не одну сотню винных профессионалов, если ты все эти годы несешь в народ винные знания не только со страниц собственного журнала, но и через всевозможные прочие каналы связи и знаешь о вине больше других, то создать с нуля винодельню – раз плюнуть. На практике, однако, это оказывается не совсем так, потому что вино по «ту сторону баррикад» выглядит несколько иначе. Но выбрать нужное время и подходящее место, собрать боевую команду и создать вино, соответствующее твоим высочайшим требованиям к качеству, – это тоже нужно уметь и это как раз приходит с опытом.

Краткая история Бертинги

19,8 га сертифицированных органических виноградников в коммуну Гайоле-ин-Кьянти (из них 16,4 га в производстве).

КРЮ БЕРТИНГА:

9,09 га общей площади виноградников, из которых:
5,44 га мерло
3,65 га санджовезе
380 м.н.м. высота расположения, ¼ с юго-западной экспозицией, ¼ — с северо-восточной
1996 — 2003 гг. посадки плотностью 5200 лоз/га

КРЮ АДИНЕ:

4,28 га общей площади виноградников, 100% санджовезе
520 м.н.м. высота расположения, с юго-восточной экспозицией
2005 г. посадки плотностью 5000 лоз/га

КРЮ ВЕРТИНЕ:

3,03 га общей площади виноградников, из которых:
0,61 га мерло
2,42 га санджовезе
500 м.н.м. высота расположения, с южной экспозицией
2003 г. посадки плотностью 7000 лоз/га



60 000

бутылок — общее производство вина, из которых:

15 000

Bertinga Toscana IGT крю, 50% мерло, 50% санджовезе

27 000

Sassi Chiusi Toscana IGT «второе вино», все три виноградника, доминанта санджовезе в ассамбляже с мерло

6 500

Punta di Adine Toscana IGT крю, 100% санджовезе

11 500

Volta di Bertinga Toscana IGT крю, 100% мерло

2015 — год основания хозяйства после покупки одноименного виноградника у Castello di Ama.

2016 — приобретение хозяйства La Porta di Vertine с двумя знаковыми виноградниками Адине и Вертине.

2019 — первые вина Бертинги отправляются «ан-примёр» на дегустации к ряду критиков. Получены первые высочайшие оценки (97 баллов от Дж. Саклинга за Volta di Bertinga 2016).

2020 — официальное начало продаж. Гид Vini d'Italia присуждает Volta di Bertinga высшую награду «3 Бокала».

Начало

Как часто бывает в жизни, многое происходит как будто по какому-нибудь сценарию, написанному не тобой. В 2014 году Лоренца Себасти, совладелица знаменитого **Castello di Ama**, обратилась к Максиму и Анатолию с просьбой помочь ей с продажей части виноградников большого замка. В то время Ама консолидировала поместье и единственный далеко стоящий виноградник – Бертинга – не вписывался в обновленную концепцию. Решение было непростым, ведь в 1990-е Ама выпускала «крюшное» **кьянти** с половины этого виноградника, а вторая половина, засаженная **мерло**, шла в ассамбляж культовой **L'Apparita**. К тому времени Максим и Анатолий уже созрели к расширению бизнеса в сторону производства вина, были куплены первые земельные участки под виноградники в Грузии, были планы по основанию винного хозяйства и в России, за граница также рассматривалась. Это была бы такая «вертикальная интеграция» бизнеса – когда имеется полная защита с «фронта» (продажи), можно и нужно расширять «тылы». Но, с точки зрения маркетинга, это должно было быть сверхузнаваемое рынком вино. Рассматривалась Франция, в частности, **Бордо**. И тут предложение от Лоренцы, которое, к тому же, «комплектовалось» контрактом на три года, дающим возможность производить вино на винодельне Castello di Ama ввиду того, что продавался только виноградник, без производственных мощностей.

«Мы понимали, что выводить на рынок новую марку с нуля – это очень сложная работа, но адекватная цена и «бэкграунд» виноградника подтолкнули нас заключить эту сделку самим», – говорит Анатолий.



© Bertinga

Концепция

«У нас с Максимом комплекс отличников. Каждый новый проект должен быть не просто хорошо сделан, все должно быть всегда "на отлично". Мы понимали, что не хотим делать какое-то простое вино и потом тихо им торговать, даже средняя концепция качества, предполагающая выход в 7000 бутылок с гектара, нас не устраивала. Мы решили, что будем делать не более 5000 бутылок и только два топовых вина: одно на базе мерло, второе – санжовезе, при этом последнее не должно было быть кьянти классико, так как наш портфель и так им перегружен. Плюс "второе вино", как делают во Франции, куда бы уходили лоты, не прошедшие жесточайший отбор на топовые, так называемые первые вина».

«Получилось примерно как с написанием сценария: редкий случай, когда на экране появляется именно то, что задумывал автор. Те технологические решения, которые мы держали в уме, оказались совершенно неприменимы на территории Амы. Например, мы хотели использовать разные типы емкостей для выдержки – и тонно, и фудры, и ботти, а в Аме – 100% баррики по 225 л. И нам было сказано, что "портить эстетику погреба" нам не позволят».

«На рубеже 2014 и 2015 гг. я пришел к пониманию, что мои представления о принятии винодельческих решений не имеют отношения к реальности, все устроено совсем иначе. Ты сталкиваешься с совершенно неожиданными проблемами, когда хочешь сделать вино, которое у тебя в голове. Безусловно, у нас были некие "бенчмарки", ключевые ориентиры, которым должны были соответствовать наши вина. Эта часть Кьянти-Классико – Гайоле, можно сказать, самая историческая: первые упоминания виноградников датируются началом XI века, и, кстати, есть сведения, что еще этруски занимались виноградарством на этих землях. Мы прекрасно знаем вина соседей и ориентировались на **Le Pergole Torte**, но когда у тебя 5 га мерло – это явно не тот ориентир. Да, к мерло на рынке неоднозначное отношение, но оно всегда было сильной стороной Каstellо-ди-Ама и искоренять виноградники, высаженные в 1997 и 1998 годах, уже устоявшиеся и находящиеся на пике качественного производства, было глупо. То есть когда тебе такое попадает в руки, нужно не только соответствовать уровню, но еще своими усилиями увеличивать его добавленную стоимость».

«Три ограничения, с которыми сталкивается "начинающий винодел": во-первых, это объем погреба и объем самих емкостей. Когда, например, с участка ты собрал определенное количество винограда, а имеющаяся емкость в два раза больше – это проблема, и ты на это не очень можешь повлиять. Погреб мечты – это тот, где нет никаких ограничений по объему. Во-вторых, выбор материалов, как в предыдущем примере с барриками. В-третьих, это невозможность предсказать всю коммерческую и производственную политику, и нужно всегда адаптироваться к тому, что, с одной стороны, дает тебе Господь, а с другой – к тому, что получается в итоге после твоего вмешательства».

«Таким образом, концепция хозяйства пересматривалась несколько раз. После первого урожая у нас получилось не 3, а 24 вина – по числу емкостей, где все это ферментировалось и выдерживалось, а также как функция логического дробления на участки имеющегося виноградника».

«Дегустируя 24 лота нашего первого урожая, мы, как начинающие виноделы, не видели четко конечные ассамбляжи, как это делали наши консультанты с их опытом. А когда я дегустировал эти же вина после двухлетней выдержки, я, честно сказать, был несколько обескуражен – они были грубыми, танинными и местами горчили. Со временем я осознал краеугольную важность выдержки вина в бутылке и полностью стал разделять концепцию **Джанфранко Сольдери**, который выпускал на рынок вина только тогда, когда они прошли соответствующую его требованиям бутылочную выдержку. Поэтому мы не торопились выпускать вина, а пандемия этого года еще дальше отодвинула официальное начало продаж. Не было бы счастья, да несчастье помогло, получается, что наши вина 2016 года выйдут в продажу только в 2021 году, то есть у них будет, считай, "брунельная" выдержка».



Слева направо: Punta di Adine 2016; Bertinga 2016; Volta di Bertinga 2016; Sassi Chiusi 2016

Расширение

В 2016 году Максим и Анатолий получают еще одно предложение – на этот раз купить хозяйство целиком по соседству – **Porta di Vertine**. Весьма симпатичное хозяйство приглянулось, кроме виноградников, еще и тем, что там была новая винодельня в процессе стройки, что предполагало некую большую свободу выбора, как ее достроить под свои требования. Не было никаких «нагрузок» в виде замков, агритуризмов или кукурузных полей, как это часто бывает. Виноградники, с другой стороны, были сертифицированы под органику, что внесло очередные коррективы в концепцию и привело к конвертации первых виноградников тоже «на био».

«У этого хозяйства два виноградника все в той же коммуне Гайоле: собственно, **Вертине** и **Адине**. После их изучения, устранения небольших недостатков, запуска пересадки двух из имеющихся 13 га и получения первых результатов винификаций произошла очередная переоценка "основных фондов" хозяйства. Адине, с высоты которого в 520 м н.у.м. открывается вид на Сиену и **замок Бролио**, а также Вертине получили внутренний статус "гран крью", в то время как Бертинга осталась на уровне "премье крью". Концепция производства в связи с этим тоже претерпела изменения, теперь есть два вина, которые выходят каждый год: **Bertinga** (бленд санджовезе и мерло пополам) и **Sassi Chiusi** (санджовезе с небольшим процентом мерло); и два "grand vin", как говорят в Бордо, то есть топовые вина хозяйства, выходящие только в лучшие годы: **Volta di Bertinga** (мерло с одного виноградника, то есть "крью") и **Punta di Adine** (крью санджовезе)».

А что же с кьянти классико? «Мы с самого начала не хотели его делать, так как мы хорошо понимаем, что не все 6,5 тысяч га **аппелласьона** являются великим **терруаром**, – продолжает рассказ Анатолий, – и наряду с нашими именитыми соседями из Гайоле, Радды, Кастеллины, Кастельнуово и Панцано есть и ряд больших кооперативов, индустриальные производители и недалёкие коммерческие виноделы, выдающие на-гора примитивные вина. Это все накладывает некие ограничения, выше которых вина кьянти классико как класс прыгнуть не могут».

«Но со временем мы стали понимать, что выход на национальный рынок даже с выдающимися винами с высокими рейтингами будет весьма затруднителен без хотя бы одного вина, характерного для данной зоны производства. Ибо должно быть, что предложить и чем заинтересовать того же американского или немецкого туриста, который рано или поздно вернется в рестораны Сиены и Флоренции. Это легко, когда у ресторана есть продвинутый, мотивированный сомелье или сам владелец заинтересован в продвижении новых "фишек", но у многих такого нет, поэтому нужен местный, узнаваемый продукт».

«Путь к кьянти классико нам дается нелегко, это многочисленные обсуждения, споры, консультации, что, как и в каком количестве мы должны делать, а также маркетинговая и инвестиционная стороны вопроса. Чисто технически мы можем выходить как Gran Selezione, то есть это кьянти классико уровня Riserva, сделанное из собственного винограда. Но эту категорию нужно декларировать до урожая, а в предыдущие два урожая мы этого не сделали. Потом это значит, что некоторое количество винограда, которое идет на и так "бутиковые выпуски" других вин, должно быть пущено на кьянти классико. А сколько? И количества каких вин сократить? Это должно быть легкое, молодое, "базовое" вино, оттеняющее нашу гамму серьезных вин на выдержку, "банальная ризерва" или таки мощное "гран селеционе", под которое придется отдать часть лучшего винограда с двух крью? Это очень непростые вопросы».



© Bertinga



© Bertinga

Команда

Вино – это Голливуд сельского хозяйства, как когда-то сказал один известный сицилийский винодел с «викинскими» корнями. Это продукт «от первого лица» и успех зависит не только от того, сколько денег дал продюсер, но и кто режиссер и какая актерская команда, не говоря уже об операторах, костюмерах и авторах музыки. Быть просто инвестором в таком предприятии никогда не приводит к долговременному коммерческому успеху, как это пытаются делать многие представители других областей: моды, строительства, спорта, кино и т. д. Именно «с расчетом на Голливуд» и складывалась команда Бертинги. С одной стороны, «продюсеры» – это инвесторы, активно участвующие во всех процессах (многим из которых приходится учиться с нуля) **Максим Каширин** и **Анатолий Корнеев**, основатели компании Simple, которые в дополнительном представлении не нуждаются. С другой стороны, «режиссер» – это команда французского энолога-консультанта **Стефана Деренонкура**. С третьей, «актеры» – это люди, непосредственно отвечающие за производство, не просто тосканцы, а выходцы из Кьянти-Классико DOCG: главный винодел **Элиза Аскани** из Кастельнуово-Берарденги, по совместительству жена одного из самых выдающихся виноделов Тосканы **Леонардо Беллаччини** (San Felice, Campogiovanni) и **Давид Пиччи**, главный агроном, родом из-под Ареццо, который ранее был в команде Деренонкура, а теперь занимается только виноградниками Бертинги.



© Bertinga



© Bertinga

«Почему француз?» – отвечает на неизбежный вопрос Анатолий.

«Во-первых, мы не хотели быть "одними из", у нас оригинальный, особый проект, к тому же нам достался исторический виноградник с мерло, а кто, как не французы с ним умеют работать? А у Стефана большая часть французских клиентов с Правого, "мерлошного" берега плюс такие великие имена, как **Smith Haut-Lafitte**, **Domaine de Chevalier** и **Canon-La Gaffelière**. В Италии он консультирует хозяйства, тоже разделяющие французский концепт виноделия: это **Argentiera** из Болгери, **La Massa** из Панцано и **Stefano Inama** из Венето. К тому же команда самого Деренонкура весьма интернациональная и опыт набран не только во Франции или Италии, но по всему миру, что позволяет принимать максимально выверенные и иногда нестандартные решения по возникающим проблемам. Во-вторых, итальянские консультанты, какими бы знаменитыми они ни были, менее "мобильны", как мне кажется, и начав работать с ними, мы бы встали в один ряд с их другими, гораздо более раскрученными клиентами, то есть по-любому оставались бы "актерами второго плана»».

«Изначально у нас были опасения, что такое прямое участие в проекте со стороны Максима и меня может создать определенные трудности в маркетинговых коммуникациях. Но оказалось, что наша "русскость" никому не мешает, наоборот, в Италии **Simple** очень хорошо известен в профессиональной среде как крупнейший импортер итальянских вин, и все, что мы делали и делаем для продвижения итальянской культуры в России, не остается без внимания. **Критика** тоже оказалась весьма благосклонна, например, **Джеймс Саклинг**, который не только первый из именитых критиков оценил наши вина, но и пригласил участвовать на свои дегустации мирового уровня. С большим интересом отнесся и **Марко Сабеллико** из главного итальянского гида **Gambero Rosso Vini d'Italia**».

«Первый раз, когда мы представляли наши вина в США, как раз с Джеймсом Саклингом, был весьма интересный опыт, ибо мы оказались по одной стороне стола с, прямо скажем, идолами винного мира, с которыми мы в далекие времена только мечтали познакомиться, потом начали завозить их вина в Россию, а теперь вместе с ними представляем вина собственного производства за одним столом. И в такие моменты ты понимаешь, что в жизни что-то сошлось таким образом, что ты заслужил быть вместе с ними. И, безусловно, в этом заслуга всей нашей команды, где каждый на своём месте».



© Bertinga