

Тема 10. Організація роботи сомельє

План

1. Професійні вимоги до сомельє.
2. Складання карти вин.

1. Професійні вимоги до сомельє

Обов'язки сомельє

Сомельє (sommelier) – французьке слово, аналогів якого не існує ні в англійській, ні в українській мові.

В першу чергу це продавець вина в ресторані, але продавець незвичний, який добре знає та вгадує побажання відвідувача.

Подача вина в ресторані відвідувачу – це завжди святковий ритуал, головний учасник якого - сомельє (офіціант), який виконує роль експерта та продавця винних напоїв. Офіційне визначення каже: сомельє – це службовець ресторану, який відповідає за закупку, підбір та подачу напоїв відвідувачу. Він зобов'язаний надавати поради при виборі вин та напоїв до страв, сервірувати стіл або слідкувати за їх подачею відвідувачу до тих пір, поки той не покине ресторанний зал. Один з обов'язків сомельє – спробувати вино перед тим як запропонувати його відвідувачу.

Розглянемо детальніше функції сомельє, в його обов'язки входить:

- складання винної карти ресторану та підтримання у відповідності з нею запасу вин в ресторані;
- піклуватися про винний погріб (або інше місце зберігання запасу вин);
- закупка вина у постачальників або участь в обговоренні замовлення партії;
- вивчення ринку вин та інших спиртних напоїв;
- вибір постачальників (головний критерій – співвідношення ціни та якості вина);
- пропозиції з вибору вина відвідувачами та грамотна подача його до столу.

Вимоги до професії

Сомельє – видна фігура ресторанного бізнесу, який виступає в якості зв'язкової ланки між алкогольними компаніями, які бачать в його образі стабільного клієнта-закупівельника, та гостями ресторану. Від його кваліфікації залежить об'єм та якість продажу вина в ресторані, за рахунок яких забезпечується від 10 до 40% доходу закладу.

Посаду сомельє (шеф-сомельє) бажано запроваджувати у всіх великих ресторанах в штат співробітників, так як об'єктивно виникає необхідність мати фахівця, який кваліфіковано може запропонувати гостям ресторану вина та інші міцні напої. У відповідності із європейськими стандартами посада сомельє в ресторані поступається лише шеф-кухарю. Цю посаду доцільно запроваджувати в тих ресторанах, де винна карта має більш як 100 назв алкогольних напоїв.

Професію сомельє вибирають не лише для того, щоб визначити винну політику ресторану та закупляти алкогольну продукцію у виноробів-постачальників, але й для того, щоб реалізувати себе в новій якості.

Щоб вступити в спеціальні школи, де можна навчитися цій професії та набути кваліфікацію "сомельє" не існує ніяких обмежень ні за віком, ні за статтю. Серед тих, хто мріє стати сомельє немало молодих жінок. Ніяких фізіологічних границь при прийманні абітурієнтів не передбачається, але людина з гайморитом не зможе виконувати професійні функції, тут необхідно мати добрий нюх. Всі інші навички набуваються під час навчання. Сомельє повинен бути симпатичним, славним співбесідником, щоб сподобатись відвідувачу. Крім того, сомельє не повинен мати пристрасті до алкоголю. Найбільш імениті з них в подальшому переходять з ресторанного бізнесу в сферу виноробної промисловості. Сомельє повинен вміти розрізняти хороші вина, які п'ють через два-три роки після виробництва, та великі вина, які починають вигравати після десятирічної витримки. Тоді можна навчитися оцінити їх вишуканість, давати сотні визначень смаку.

Коло обов'язків сомельє в ресторані можна сформулювати як "персональна відповідальність за все, що п'ється":

- закупівля у постачальників та продаж відвідувачам у торговій залі ресторану вин;
- зберігання вин в підвалах ресторану;
- наявність супроводжувальної документації та документів, які підтверджують якість вин;
- підбір та правильне використання винного посуду;
- поради та демонстрація вин гостям ресторану;
- навчання персоналу ресторану використанню вин;
- вирішення конфліктних ситуацій, пов'язаних з вином;
- складання та підтримання винної карти;
- відслідковування на ринку алкогольної продукції появи нових вин;
- орієнтація в перевагах та недоліках виноторгових компаній, в їх цінній політиці.

Сомельє – єдиний співробітник ресторану, якому (на відміну від метрдотелів та офіціантів) не тільки дозволяється, але й входить в обов'язки дегустувати вино на робочому місці. Він завжди – об'єкт прискіпливої уваги з боку не лише відвідувачів, але й всього колективу ресторану. По його зовнішньому вигляду та діях роблять висновки про рівень та атмосферу закладу в цілому. Крім вузькопрофесійних навичок йому необхідні такі якості, як особиста привабливість, комунікабельність, інтелігентність. Для цієї професії категорично неприпустимі такі риси, як “зіркова хвороба”, самолюбівання, лицемірство, зверхнє відношення до колег та відвідувачів.

Для цієї категорії службовців важливо любити професію в собі, а не себе в професії.

2. Складання карти вин

Добре відома істина: визнання ресторану визначають два фактори: на першому місці стоїть його кухня, а на другому – карта вин. Скласти карту вин можна лише кваліфікований сомельє, який повинен бути не лише знавцем вин, але й умілим менеджером, який володіє точною інформацією про стан ринку алкогольної продукції.

На Україні, як і у всьому світі, широко відомі імена виробників алкогольних напоїв. У Франції кожному знайомі такі фірми як “Енессі”, “Шато Ротмільд”, “Мое і Шандон”. В Іспанії – “Гонсалес”, “Біас”, “Ріскаль”, “Домек”. Великою популярністю у світі користуються різні сорти віскі, джинів, горілки.

Великим корпораціям належать європейські виноградники, заводи по виготовленню пляшок, складські приміщення, ресторани, готелі.

Якщо на картах вин розміщено довгий список вино-горілочаних виробів, тоді офіціантам не прийдеться приходити у відчай при думці, що вони змушені відмовляти відвідувачу у його виборі. Багато видів вина закупаються рестораном оптом по знижених цінах, але в даному випадку виникають проблеми, пов'язані з їх зберіганням.

Пляшки вина повинні зберігатися при фіксованих низьких температурах в такому стані, щоб вино повністю обмивало корок.

При підборі вин для ресторану сомельє перш за все звертає увагу на особливості кухні та розряду ресторану. Відповідність карти вин розряду ресторану визначає такий підхід, при якому в карту вин входять переважно вина вищих категорій, а столові та місцеві – як виключення.

У ресторанах всього світу існує неписане правило: якщо якесь вино продається поблизу в комерційному кіоску, то незалежно від переваг його не

включають в карту вин. Заповнення винної карти повинно відповідати стилю та гастрономічним пропозиціям ресторану, вона повинна співпадати з меню.

Вибір вин повинен бути достатньо широким - біля 100 вин та шампанських, з різних країн: з Італії, Іспанії, Франції. Кожен відвідувач повинен мати можливість знайти собі потрібний напій.

Список вин повинен починатися з найбільш дорогих, як правило бургундських, які виробляються в Бургундії на південному сході від Парижу. Вони розливаються в пляшки специфічної форми. Виготовляються білі вина з винограду Шардоне. Більш дешеві білі вина на карті можуть бути з інших країн Європи, наприклад з Іспанії.

Бордоські вина, виготовляють з різних сортів винограду, який вирощують в провінції Жиронда біля портового міста Бордо на півдні Франції, їх розливають у високі вугловаті пляшки.

Значення винної карти в її збалансованості, що означає простоту вибору вин. До кожного вина повинен бути коментар та переклад. Дегустаційний опис та поради по їх гастрономічній відповідності полегшують роботу сомельє та офіціанта.

Особливе місце в асортименті вин займають ігристі вина, і перш за все шампанське. Необхідно мати на увазі, що у нас шампанське відомих марок продається в якості аперитивів та як супровід до деяких страв.

Найбільш хорошими зразками цих вин є італійські “спуманте” та іспанські вина “кава”, які відповідають ординарним французьким позиціям. Дешевими є німецькі ігристі вина “сент”. На карті повинні бути представлені ігристі вина середнього цінового сегменту.

Необхідно пам'ятати, що справжнє шампанське виготовляють лише в Шампані і лише класичним пляшковим способом – складним та дорогим. Всі інші вина такого типу називають ігристими.

На карті вин можуть бути такі типи шампанських вин:

- Мілезимні та немілезимні;
- Зроблені з всіх трьох або з одного сорту винограду;
- Біле або рожеве;
- Сухе, напівсухе, брют, солодке.

На міжнародному ринку виноробної продукції мілезимними (вінтажними) шампанськими називають шампанське з винограду одного урожаю із вказаним роком на етикетці. Виготовляється воно з мілезимів – найкращого винограду, який дозріває три-чотири рази на десятиріччя. Отримане з нього шампанське витримується в пляшці не менше трьох років. Різновидом цього типу є RD, яке витримується від 7 до 13 років.

Немілізімне шампанське – тип до якого належить більшість шампанських вин та вина різного врожаю. Вони коштують дешевше, але по якості їм не поступаються.

Наступна градація вин – по кольору.

Більшість шампанських вин – білі, але серед відвідувачів ресторану завжди знаходяться прихильники рожевого. Найбільшу цікавість у відвідувачів ресторану визиває показник вмісту цукру, що також доцільно відмічати на карті вин.

1. найбільш сухе (менше 6 г/л)
2. дуже сухе (5-15 г/л)
3. напівсухе (20-35 г/л)
4. напівсолодке (35-50 г/л)
5. солодке (більше 50 г/л)

Складаючи карту вин сомельє користується перш за все особливостями кухні. Підбір вин розглядається як супровід до трапези, виходячи з меню. Цілком закономірно, що в рибному ресторані в карті вин переважно білі вина, а в підприємствах, де основою меню є дичина – переважають червоні вина Бургундії та Рони, а в карті китайських ресторанів різного гастрономічного напрямку підбір вин різноманітний.

Терміни та поняття

Молоде вино – сухе натуральне вино, яке отримують по звичайній технології з окремих сортів винограду або їх суміші, яке реалізується до першого січня.

Вино без витримки – вино, як і молоде, але реалізується після 1 січня.

По вмісту спирту та цукру і в залежності від способу виготовлення виноградні вина поділяються на дві групи:

- натуральні, які в свою чергу поділяються на сухі, сухі особливі, напівсухі та напівсолодкі;

- спеціальні – сухі, міцні, напівдесертні, десертні та лікерні.

В залежності від якості та строків витримки вина поділяються на молоді, без витримки, витримані, марочні, колекційні.

Початком витримки вважається 1 січня наступного за урожаєм рік.

Витримане вино – вино покращеної якості, з окремих сортів винограду або суміші, з обов'язковою витримкою перед розливанням в пляшки не менше 6 місяців.

Марочне вино – вино високої постійної якості, яке отримують по спеціальній технології з певних сортів винограду, яке відповідає певному смаку та аромату (букету) та з обов'язковою витримкою 1,5 роки.

Колекційне вино – марочне вино, яке після закінчення витримки в стаціонарному резервуарі додатково витримується в пляшках не менше 3 років.

Натуральне вино – отримують повним або неповним бродінням сусла, вміщує етиловий спирт лише ендogenous походження (безпосередньо з цукру винограду).

Спеціальне вино – отримують повним або неповним бродінням сусла з додаванням етилового спирту.

Містель – виноградне сусло в якому процес спиртового бродіння запобігається додаванням етилового спирту.

Ароматизоване вино – вино, виготовлене з використанням екстрактів різних рослин та ін.

Характеристики смакових особливостей

Найбільш поширеними характеристиками смакових особливостей вина є:

Аромат вина – це складові запахи вина. Він визначається сортовими характеристиками даного сорту винограду.

Букет вина – формується в процесі його бродіння, купажування, дозрівання. Вважається, що молоді вина не мають букета.

Густота вина – термін, характеризує повноту червоних вин, на смак густе вино відчувається як вишукане та повне.

Кислотність притаманна всім винам. Приємне відчуття кислоти, без якої смак вин буде нецікавим. В той же час при надмірній кислотності вино буде різким та несмачним.

Повнота – термін, який показує ступінь дії вина на органи смаку, його нетерпкість.

Збалансованість – гармонійне співвідношення в вині основних показників – сухості, кислотності, аромату, букету, повності та зрілості.

Сухість – відсутність у вині солодкого смаку.

Терпкість – позитивна властивість білих вин, яка характеризує їх сухість та різкість.

Тонкість – суб'єктивна оцінка таких показників, як повнота, колір, зрілість.

Словник

Заключний етап виробництва шампанського, у Франції – видержування на осаді не менше 12 місяців. Осад, який утворюється на стінках пляшки, видаляється з допомогою ряду операцій:

ремюаж – пляшки встановлюються корками донизу на пюпітри, а потім кожного дня протягом декількох тижнів повертають їх за часовою стрілкою для випадання осаду в корок;

дегоржаж – після закінчення ремюажу пляшки корками на декілька хвилин занурюють в соляний розчин з t 25 °C, в результаті чого осад перетворюється на лід, пляшку відкупорюють під тиском вуглекислого газу, льодовий осад вилітає з пляшки – вино залишається чистим та прозорим.

дозаж – для отримання різної “цукристості” шампанського в нього додають дозажний лікер – розчинений у вині цукор, кількість якого залежить від бажаного результату (брют, напівсухе, напівсолодке, солодке).

Потім пляшку швидко закупорюють натуральним грибоподібним корком з відповідним маркуванням та витримують в погребі ще 2 місяці, щоб з'єдналось вино і дозажний лікер.