

Vin in editie limitata

Autor: [Iulia Stancu](#) | Data: [31 Aug 2007](#)

Cand ninge in miezul verii (s-a intamplat de curand prin SUA), fenomenul se numeste incalzire globala. Cand un vin ia numele de "Fulg de vara", la mijloc sunt mai multe premiere vinicole.

Fulg de vara nu e doar o metafora, ci si numele mai multor "premiere" in industria vinului de la noi: primul "private label" din Romania, prima Tamaioasa vinificata in sec, prima editie cu adevarat limitata de la noi si cel mai scump vin alb din Romania (150 -200 RON in restaurante). Vinul nu se va gasi in magazine si doar 350 de persoane - cam cat publicul dintr-o sala de teatru, il vor putea cumpara.

Din cele 2.724 de sticle produse, 6 vor merge la o licitatie in scopuri caritabile, o anume cantitate la 10 restaurante alese cu grija si alta la clientii particulari ai lui Ciprian Stancu, creatorul acestui vin, care e si consultant de specialitate.

Acestia din urma (8 pasionati de vin) sunt singurii care vor putea cumpara dupa bunul plac, restul cumparatorilor avand acces la maximum 12 sticle si minimum 6, adica o cutie. Astfel ca in afara acestui cerc, nu va ajunge la mai mult de 350 de persoane. "Nici nu cred ca sunt mai multi cei interesati cu adevarat de vin in Romania. Iar cei cu adevarat pasionati, care au instalatii de climatizare pentru colectiile lor, nu sunt mai multi de 50", spune Ciprian Stancu.

Fulg de vara a fost creat special pentru un public exclusivist si se vrea, asa cum ii arata numele, un fenomen unic, o exceptie. E in primul rand unic prin combinatia de soiuri: Tamaioasa cu Sauvignonasse, vinificat in sec (in ciuda traditiei) pentru ca "am vrut un vin sec, acestea fiind vinurile serioase", spune Stancu.

"E foarte echilibrat intre aroma si corp, are arome de fructe proaspete, de citrice, pere, o usoara atingere amarui, e exuberant, racoritor, un 'nas' foarte puternic care se pastreaza chiar dupa doua zile de la deschidere", adauga el. Si, fiind asa special, are nevoie de companie - nu e dintre cele care se beau singure, ci prefera sa fie insotit de preparate de peste sau pui cu sosuri albe.

Cu ceva timp in urma Ciprian Stancu, un fost bautor de bere cucerit mai de mult de "ritualul pseudoocult al degustarii vinului", s-a gandit sa adauge la colectia sa de 3.500 de vinuri unul care sa ii poarte semnatura si sa fie in intregime pe gustul sau. El detine acum in exclusivitate editia creata in colaborare cu Agricola Stirbei si baronul Jacob Kripp, dupa doi ani de cercetare si cateva luni de munca la brand. "Din cate stiu, e primul private label, adica un vin facut de o persoana care nu e legata de industria vinului decat prin pasiune. Nimeni nu credea ca pasiunea cuiva poate fi asa mare incat sa ajunga sa investeasca intr-un private label". Stancu a lucrat fara varianta de rezerva, ca la ruleta: "Daca acest vin nu iese cum voiam, nu il scoteam pe piata". Si asa promite ca va proceda si in viitor, pentru ca acesta e doar inceputul unei serii de editii limitate. Acum lucreaza la un vin rosu care va fi o "revelatie" in februarie, iar in fiecare an va "ninge" cu cate o editie limitata de vin alb si rosu. "Voi face numai combinatii romanesti, aici, la Sauvignonasse am facut exceptie (originalul fiind italianesc), pentru ca n-am gasit nimic care sa imi dea corp, sa balanseze fructuozitatea asta".

Stancu estimeaza ca "in doi ani se poate ajunge sa se vanda sticle de cateva sute euro bucata din aceste editii limitate", in conditiile in care acum, dintre vinurile romanesti, cel mai scump se vand cele din colectia lui Ceausescu, din anii '60 (cateva sute de euro).

Ciprian Stancu se viseaza echivalentul designerului de lux: "Nu voi face decat editii limitate si ma vad in cativa ani de zile ca persoana care va face vinuri pentru elita". Deja exista astfel de persoane care beneficiaza de consultanta foarte personalizata. "Imi dau telefon si imi cer vinuri sau, atunci cand deschid un vin la o ocazie, ma roaga sa spun la telefon povestea vinului, pentru invitati".

Dar industria vinului nu e doar stiinta si business, ci si poezie. Desi nu te astepti ca un specialist sa recunoasca asta, "vinul e o chestiune subiectiva, depinde in mare parte de unde esti, cu cine esti?", spune Stancu.

Iar Beatrice Danis, managing partner BrandTailors, agentia care a conturat brandul, recunoaste: "Pana l-am intalnit pe Ciprian nu mi-am imaginat cat de complexa e aceasta industrie si cat de multa poezie implica crearea unui vin". Cat despre brand, Danis spune ca Fulg de vara "va deveni in curand foarte dezirabil".



Ciprian Stancu, creatorul vinului "Fulg de vara"