

COGNAC NGOẠI HẠNG

LÊ VĂN

Certified Specialist of Wine

Anh bạn tôi, làm việc cho một cơ quan viện trợ LHQ, vừa trở về Mỹ sau chuyến đi công tác kéo dài ở Việt nam và đến thăm chúng tôi. Trong lúc chuyện trò, anh kể lại những bữa ngồi uống rượu với các đại gia ở cả Saigon lẫn Hanoi, bằng một giọng vừa ngụ ý chê trách sự lãng phí quá mức vừa pha lẫn đôi chút thán phục. Tôi hỏi:

- Họ uống rượu gì mà ghê gớm vậy?

- Ôi, ở Việt Nam bây giờ giới thượng lưu xã hội chỉ uống toàn Cognac không hà! Máy thứ Whisky, Bourbon hay Vodka bị coi là lỗi thời rồi. Ngay cả những chai Johnnie Walker Black Label hay Gold Label Old Scotch Whisky mà mới trước đây mấy năm còn được nhìn bằng đôi mắt thèm thuồng thì bây giờ cũng là đồ bỏ chứ đừng nói là loại Red Label tầm thường.

- Thế thì rượu Cognac chắc cũng phải thuộc hạng cao cấp mới được giới thượng lưu chiếu cố tới nhỉ?

- Đương nhiên. Họ đâu có thèm rở tới mấy chai VS hay VSOP. Họ đòi hỏi những thứ cao cấp nhất như Martell Cordon Bleu hay Rémy Martin XO cơ.

Tôi lắc đầu bảo:

- Mấy thứ đó đâu đã phải là cao cấp nhất. Còn có những chai Cognac ở vào hàng tuyệt phẩm nữa chứ.

Anh bạn vội vã nói thêm:

- Ấy, tôi còn quên chưa kể tới chai Louis XIII Grand Champagne của hãng Rémy-Martin mà họ khoản đãi nhau tại Cigar Club vào dịp sinh nhật của một đại gia trong ngành thầu xây cất. Anh có biết chai Louis XIII giá bao nhiêu không?

- Ở bên đây giá chừng độ 1.300 đến 1.500 Mỹ kim. Nếu mua được vào dịp họ bán sale thì còn rẻ hơn đôi chút.

- Nhưng đưa sang Việt Nam, người ta bán tới gần 3.000 một chai, nghĩa là đắt gấp đôi, thế mà các đại gia vẫn dám chơi như thường. Ba ngàn đô la, tính ra tiền Việt nam là xấp xỉ 50 triệu đồng chứ đâu phải ít.

Thấy anh ta có vẻ bị loá mắt vì lối chơi ngông kiêu "Thức sinh quen thói bốc rời, trăm nghìn đồ



một trận cười như không" của các nhà giàu mới nổi ở Việt nam, tôi nhẹ nhàng giải thích:

- Bạn ơi, thời buổi bây giờ nhiều người kiếm tiền quá dễ. Họ có mời nhau những chai Cognac thượng hạng như vậy cũng là chuyện thường thôi. Nhưng nếu họ tưởng chai Louis XIII là "top" rồi thì không đúng. Thật ra, giá chính thức của chai Louis XIII Grande Champagne đó được liệt kê là 1.280 euros, tức vào khoảng 1.700 đô la. Nhưng nó mới chỉ mới là loại "basic", căn bản, lót đường cho một loạt những chai Louis XIII tuyệt phẩm ở các giai tầng cao hơn nữa.

Thí dụ Louis XIII Diamant, tức là hạng kim cương, được tạo thành bởi sự kết hợp giữa rượu Cognac thượng hạng của nhà Rémy-Martin và những khối pha-lê tinh khiết, toàn bích của hãng Baccarat danh tiếng thế giới. Rượu được làm bằng những thứ eaux-de-vie quý hiếm, trong số đó có nhiều thứ đã để lâu trên trăm năm nên ngả sang màu vàng óng như hổ phách; còn bình đựng thì làm bằng pha-lê lấp lánh như kim cương, giá trị không khác gì những tác phẩm nghệ thuật. Giá

tiền của nó là 5.800 euros, đắt gấp bốn lần chai Louis XIII căn bản.

Trên thượng đỉnh của loạt Cognac ngoại hạng này lại có chai Louis XIII Black Pearl, hay là Hòn Ngọc Đen. Chất Cognac trong chai cũng được tạo thành bởi sự pha trộn rất hài hoà giữa những thứ eaux-de-vie tuyệt hảo, đã được gia đình Rémy-Martin trân trọng giữ gìn từ mấy thế kỷ qua trong những thùng gỗ sồi cũ kỹ tại một hầm rượu riêng của họ. Lượng eaux-de-vie già tuổi đó chỉ còn lại rất ít, và chỉ đủ để làm ra được 786 chai, đánh số từ 1 cho đến 786.

Sở dĩ nó có cái tên Hòn Ngọc Đen là vì khác với loại Diamant, nó không được đựng bằng những bình pha-lê trắng tinh, trong suốt, mà bằng những khối pha-lê Baccarat có màu đen huyền ảo. Khi ta rọi một tia sáng vào đó, khối pha-lê sẽ phản chiếu ánh sáng thành muôn ngàn ngôi sao rực rỡ toả ra trên một nền đen long lanh, vô cùng đẹp mắt. Trên thế giới có biết bao nhiêu người ham thích sưu tập rượu quý, vậy mà chỉ có 786 chai Louis XIII Black Pearl được làm ra thì ta có thể tưởng tượng là giới sành điệu tranh giành nhau tới mức nào để chuốc lấy một chai như vậy. Giá tiền của chai Louis XIII Black Pearl chỉ sơ sơ có 8.000 euros, tức là trên 11.000 đô la thôi.

Ông bạn tôi lắc đầu lè lưỡi:

- Dữ dzậy hả! Đắt đến cỡ đó đã là tột đỉnh chưa ông? Hay là vẫn còn có những chai Cognac đắt hơn thế nữa?

- Hơn nữa cũng có, nhưng đó chỉ là sự đua tranh giữa mấy hãng Cognac dẫn đầu để lấy tiếng mà thôi. Vùng Cognac có đến mấy trăm nhà sản xuất lớn nhỏ khác nhau, nhưng lớn nhất và uy tín nhất vẫn là năm ngôi Bắc đẩu: Hennessy, Martell, Rémy-Martin, Courvoisier và Camus. Năm ông khổng lồ này chiếm tới 70% thị trường Cognac trên thế giới.

Nếu hãng Rémy-Martin làm ra những chai Louis XIII lấy lừng danh tiếng thì hãng Courvoisier cũng phải chế ra loạt Cognac tuyệt phẩm của họ, như L'Esprit (4.900 euros) hoặc Collection Erté, gồm tám chai, giá trọn bộ vào

khoảng 10.000 euros.

Ngoài ra, nhà Hennessy có chai Richard Hennessy (1.500 euros), cao hơn nữa thì có Ellipse, giá 4.600 euros. Trên thượng đỉnh của hãng Martell là Creation (2.300 euros) hay chai L'Art de Martell (2.500 euros). Ngay cả những hãng nhỏ hơn nhưng đặc biệt chú trọng tới phẩm chất rượu, như hãng Frapin chẳng hạn, cũng sản xuất ra những chai tuyệt phẩm của họ gọi là Cuvée 1888, trị giá 5.000 euros, hoặc hãng Delamain có chai Le Voyage de Delamain, 6.000 euros. Ông mà chê đắt, không mua thì đã có những tay cự phú khác chộp liền. Họ mua về bày trong tủ kính có đèn rọi chiếu sáng để bạn bè khách khứa nhìn vào phải trầm trồ thán phục.

Ông bạn tôi thắc mắc hỏi tiếp:

- Nếu những chai Cognac tuyệt phẩm đó vừa làm ra là đã có khách tranh nhau mua hết liền thì tại sao hãng không sản xuất thêm nữa để đáp ứng nhu cầu của khách hàng?

- Họ có muốn làm như vậy cũng không tìm đâu ra được đủ những thứ eaux-de-vie hiếm quý đã tồn trữ gần trăm năm trong hầm tối để tạo thành loại Cognac này. Mà Cognac thì có vấn đề là càng để lâu lại càng hao hụt đi một cách tự nhiên qua hiện tượng bốc hơi. Cứ sau một thời gian, thùng rượu đầy ắp của họ chứa trong hầm lại với bớt đi một phần, hết như có ai ăn trộm vậy. Họ nói đùa rằng rượu của họ thơm ngon đến nỗi các thiên thần từ trên Trời ngửi thấy cũng cảm lòng không đặng, phải bay xuống thưởng thức, và họ gọi phần rượu bị hao hụt đó là "La part des anges", phần của các thiên thần.

Tỷ lệ bay hơi mỗi năm là vào khoảng 3%. Ta cứ tưởng 3% là nhỏ chứ gì?

Nhưng xin hỏi bạn: Một thùng gỗ sồi chứa được 350 lít thì sau 10 năm còn lại được bao nhiêu? Thưa chỉ còn lại có 2/3. Và nếu để đến 50 năm thì còn lại chưa đầy 1/3. Rượu càng bốc hơi đi thì phần còn lại càng cô đọng hơn, thơm ngon hơn và nồng đậm hơn. Chính vì thế mà những thùng eaux-de-vie đặc biệt ngon, được chủ hãng lựa riêng ra để tồn trữ trong hầm từ dăm bảy chục đến một trăm năm trở lên đều trở thành những thứ rượu Cognac vô cùng quý giá nhưng khối lượng chỉ còn lại rất ít.

Thực ra, loại Cognac thượng hạng tuy bán đắt như vậy nhưng vẫn không đem lại được bao nhiêu lợi nhuận cho các hãng sản xuất vì số lượng quá ít. Họ kiếm lời phần chính là nhờ ở những chai Cognac VS hoặc VSOP, giá tiền từ 30 đến 50 Mỹkim, rất được công chúng hoan nghênh và số bán càng ngày càng gia tăng. Hiện giờ mỗi năm có khoảng 159 triệu chai Cognac đủ loại được bán ra trên khắp hoàn cầu, trong đó loại thượng hạng chỉ chiếm một tỷ lệ nhỏ xíu. Rượu thượng hạng phải được đựng trong những bình pha-lê do các nghệ nhân của hãng Baccarat chế tạo mới xứng, cho nên giá bán có lên tới bảy tám ngàn euros, cũng không phải là quá đáng.

- Tôi chưa bao giờ được uống rượu đắt tiền đến thế nên chưa biết nó ngon tới mức nào. Anh nghĩ nó có thực sự ngon như người ta ca ngợi không?

- Ngon là một ý niệm rất chủ quan nên không có một thước đo chính xác nào cho nó cả. Tôi chỉ có thể căn cứ vào những buổi nói chuyện, những lời phê bình của các chuyên gia về Cognac khi họ nếm rượu thôi. Anh đợi một chút, tôi lấy cho mà coi.

Tôi bước vào phòng rượu, lấy ra tờ ghi chú những lời phê phán của các chuyên gia về một loạt những thứ rượu Cognac Martell gồm từ loại rẻ nhất đến đắt nhất, do hãng này công bố. Tôi chỉ xin kể ra đây những phê phán về hai thứ rượu, một là Martell VSOP Médaille loại phổ thông, giá bán khoảng 60 đô la, và hai là Martell Création loại tuyệt phẩm, giá khoảng 4.000 để tiện việc so sánh. Những nhận định của ủy ban nếm rượu được viết bằng tiếng Anh, và tôi xin tạm dịch trước hết về chai Martell VSOP:

Màu sắc: Hoàng kim tươi sáng

Mùi thơm: Nhẹ nhàng, thanh nhã, thoảng một chút hương hoa và trái cây tươi

Vị ngon: Mạnh mẽ nhưng vẫn ôn hòa.

Lời khen ngợi như vậy là rất tốt nhưng chỉ ngắn gọn ở mức vừa phải, có lẽ vì mùi vị của nó tương đối giản dị và dư vị cũng không lưu lại được lâu dài cho lắm.

Nhưng đối với chai Martell Création thì lời lẽ trở thành nồng nhiệt hơn hẳn, phản ánh tính chất phong phú và mùi vị phức tạp gồm nhiều tầng lớp của thứ rượu này. Tôi lại xin dịch tiếp:

Màu sắc: Hồng ngọc lẫn với hổ phách, tỏa ánh sáng long lanh

Mùi thơm: Thoạt tiên là mùi hồng khô, mùi gừng rồi ngay sau đó là cả một loạt những hương thơm ngào ngạt như mùi mít cam, hoa cam, vỏ chanh tươi, và cuối cùng là một sự chuyển tiếp sang những mùi dịu hơn của hạt dẻ, quế chi và trầm hương.

Vị ngon: Mở đầu là một cảm giác êm ái, mềm mại như nhung lụa, và tiếp theo là những dư vị nồng thắm, đậm đà tiếp nối nhau hàng hàng lớp lớp.

Nghĩa là chất rượu gồm không biết bao nhiêu hương vị ào ạt tràn tới như sóng vỗ bờ, hết đợt này đến đợt khác, khiến người thưởng thức có cảm tưởng như chúng kéo dài không ngừng. Nếu muốn hỏi Cognac tuyệt phẩm ngon hơn loại thường ở chỗ nào thì câu trả lời của các chuyên gia là như vậy đó.

Anh bạn có vẻ vẫn chưa hài lòng. Anh bảo đó chỉ là những nhận xét chung chung của giới sành điệu về Cognac, nhưng anh muốn biết cảm nghĩ riêng của chính tôi ra sao đối với loại rượu tuyệt phẩm này. Tôi đành phải trả lời:

- Tôi là chuyên gia về rượu vang chứ không phải về Cognac, nhưng vì Cognac là thứ rượu mạnh duy nhất được làm thành từ rượu vang nên tôi cũng phải tìm hiểu cho đầy đủ. Tôi lại có cái may mắn được quen biết với tất cả mấy hãng Cognac lớn nên thường được mời tới nếm những thứ rượu ngon tuyệt phẩm của họ rồi trao đổi ý kiến với họ. Thôi, để tôi kể cho bạn nghe một trường hợp điển hình là chuyến du hành của cả nhóm chúng tôi tới hãng Martell vào năm ngoái.



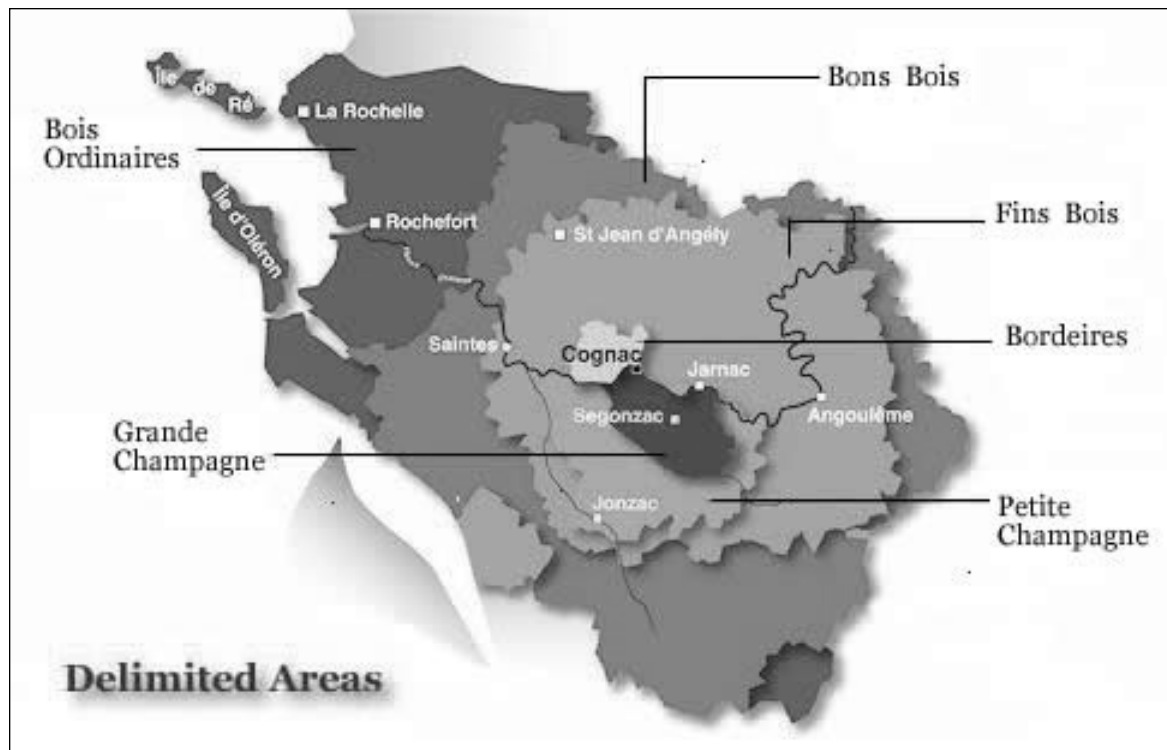
Louis XIII Black Pearl chỉ sơ sơ có 8.000 euros, tức là trên 11.000 đô la thôi.

Hãng này thuộc quyền sở hữu của đại công ty Pernod-Ricard, một tổ hợp khổng lồ làm chủ nhiều hãng rượu danh tiếng khác như Grand Marnier, Casa Lapostolle, v.v... Giám đốc điều hành đại công ty Pernod-Ricard là cô Elizabeth Ricard (dòng họ của chủ nhân có khác). Trong những chuyến sang chơi bên Pháp, tôi và nhà tôi thường đến thăm cô ta tại văn phòng của cô ở Paris. Một hôm, chúng tôi ngó ý muốn đi quan sát cơ sở sản xuất của hãng Martell tại Cognac vào mùa Thu tới. Cô bảo chuyện đó dễ thôi, và cô nhắc ngay téléphone kêu xuống chỉ thị cho ông quản đốc ở Cognac để đón tiếp chúng tôi như thượng khách. Tôi bảo:

- Thôi, cô cứ để chúng tôi tự nhiên. Tôi chỉ cần người hướng dẫn để có thể đi thăm các ruộng nho và vào tận bên trong cơ sở làm rượu, còn chuyện tiếp đãi thì không nên vì chúng tôi đi cả nhóm tám người chứ không phải riêng vợ chồng tôi.

Nhưng cô ta cứ nhất định mời luôn cả nhóm tới ở lại mấy hôm trong Chateau Chanteloup, một tòa lâu đài đồ sộ với kiến trúc kiểu néo-classique rất mỹ thuật của hãng Martell. Đây là nơi được dành riêng để tiếp đón các danh nhân, tài tử, hoặc khách hàng cỡ lớn, phần nhiều là các nhà nhập cảng từ ngoại quốc đến mua rượu Cognac về bán ở nước họ. Tại lâu đài có cả một ban quản trị và tiếp tân, một đầu bếp chuyên nghiệp nấu cơm Tây rất ngon, và một nhóm nhân viên hầu bàn phục vụ gồm cả chục người.

Trong chuyến viếng thăm này, chúng tôi được một hướng dẫn viên đưa xe van đến đón đi coi các ruộng nho của hãng trong toàn vùng Cognac. Mặc dầu hướng dẫn viên biết là tôi đã quen thuộc với vùng này nhưng tôi yêu cầu anh cứ giải thích đầy đủ chi tiết cho các bạn tôi nghe về tiến trình làm rượu từ đầu đến cuối. Anh cho biết vùng Cognac có sáu khu vực trồng nho với đất đai và



Sáu khu vực chính vùng Cognac trồng các loại nho với đất đai và khí hậu khác nhau.

khí hậu khác nhau nên trái nho ở mỗi nơi cũng mang những tính chất khác biệt. Sáu khu vực đó là:

1. Grande Champagne
2. Petite Champagne
3. Borderies
4. Fins Bois
5. Bons Bois
6. Bois Ordinaire

Tất cả sáu nơi này đều trồng hầu hết là nho Ugni Blanc, loại nho chính để làm ra Cognac. Cũng có thêm vài loại khác như Folle Blanche hay Colombard nhưng rất ít, chỉ chừng vài ba phần trăm thôi.

Mỗi hãng sản xuất ở đây lại có một đường lối, một phong cách, làm rượu theo truyền thống của riêng mình. Trong khi hãng Rémy-Martin tự hào là họ chỉ làm Cognac bằng những thứ eaux-de-vie thu hoạch được từ hai khu vực Grande Champagne và Petite Champagne, nơi có nhiều đá vôi khiến cho rượu có mùi vị thanh cao, tế nhị, thì hãng Martell chủ trương phải pha trộn nhiều thứ eaux-de-vie có nguồn gốc từ cả sáu khu vực trên đây mới có thể tạo thành rượu ngon, hòa hợp những đặc điểm của nhiều thủy thổ khác biệt vào với nhau, như một bó hoa thơm gồm nhiều bông lớn nhỏ. Bởi thế, ngoài những ruộng nho của chính mình, phần lớn là trong các khu vực Champagnes và Borderies, hãng Martell còn ký hợp đồng dài hạn mua nho của các nông gia ở tất cả các nơi khác trong vùng Cognac.

Cognac khác với các thứ rượu mạnh thông thường ở chỗ hầu hết rượu mạnh đều được chưng cất từ mễ cốc, (thí dụ Whisky làm bằng lúa mạch, Bourbon làm bằng bắp ngô, Vodka làm bằng khoai tây) nhưng Cognac thì được chưng cất từ rượu nho.

Trước hết, người ta dùng nho Ugni để làm ra

rượu vang trắng theo cách thức thông thường. Thứ rượu này màu trắng đục lại có nhiều acidity nhưng nồng độ alcohol rất thấp, chỉ vào khoảng từ 9.5% đến 10% nên uống vừa chua vừa lạt. Vì đây không phải là thứ rượu làm ra để uống nên người ta không lọc, mà cứ giữ nguyên cặn cho nó đậm đà. Rượu trắng được làm ở một nơi khác, rồi mới chở đến đây để được chưng cất trong hai đợt.

Đợt chưng cất thứ nhất, người ta đổ thứ rượu trắng đục đó vào những nồi nấu lớn rồi đun sôi lên. Hơi rượu bốc lên, gặp lạnh sẽ đọng lại thành giọt và chảy vào một bình hứng. Lần chưng cất đầu tiên này tạo ra một thứ rượu mạnh có nồng độ alcohol khoảng 28% nhưng vẫn còn hơi đục, gọi là Brouillis. Qua lần chưng cất thứ nhì, rượu Brouillis lại được đun sôi lên cho bốc hơi rồi đọng lại thành những giọt rượu trong vắt, có nồng độ alcohol rất cao, lên tới 70%, gọi là eau-de-vie. Kế đó, người ta tồn trữ eau-de-vie trong những thùng gỗ sồi.

Tại sao lại phải gỗ sồi mới được? Lý do là vì trong bao nhiêu thế kỷ qua, các hãng rượu đã thử dùng những thùng chứa làm bằng nhiều loại gỗ khác, như gỗ thông, gỗ bạch đàn, v.v... nhưng không một loại nào đem lại được cho rượu cái mùi hương quyến rũ và vị đậm dịu dàng như gỗ sồi. Có thể nói rằng chính những thùng gỗ sồi đã góp phần quan trọng vào việc tạo thành rượu Cognac. Nếu không được ngâm trong thùng gỗ sồi mà chỉ đựng trong bình thủy tinh chẳng hạn, eau-de-vie dù có để lâu năm chẳng nữa cũng chỉ là một thứ rượu mạnh bình thường, uống chẳng khác rượu đế của Việt Nam là mấy.

Nhưng gỗ sồi cũng phải là loại sồi của Pháp như Limousin hay Tronçais, thớ mỏng và mùi thơm nồng đậm mới thích hợp. Loại này rất đắt tiền, khoảng từ \$1,200 đến \$1,500 một thùng. Gỗ sồi của Mỹ tuy rẻ hơn (\$800-\$1,000) nhưng thớ

dây cứng và không thơm bằng. Trong lúc đóng thùng, người thợ đốt lửa cho cháy bùng bùng ở phía bên trong. Chính những phiến gỗ bị cháy xém gần thành than đó đã khiến cho chất eau-de-vie trong vắt mới thấm màu xạm như hồng ngọc, trông rất đẹp mắt.

Eau-de-vie phải được ngâm một thời gian lâu trong thùng thì chất alcohol mới lắng dịu xuống, mùi hương mới ngào ngạt và vị đậm mới quyến rũ trên đầu lưỡi. Rượu càng ngâm lâu, những đặc tính đó càng nổi bật và giá trị càng cao. Bởi thế luật lệ của Pháp đã ấn định những thời hạn tối thiểu phải ủ trong thùng cho mỗi cấp bậc cao thấp của rượu Cognac:

Hạng V.S. (Very Special) là eau-de-vie phải được ngâm lâu ít nhất hai năm

Hạng V.S.O.P. (Very Superior Old Pale) phải ít nhất bốn năm

Hạng X.O. (Extra Old) phải ít nhất sáu năm.

Tuy luật định là như vậy nhưng các hãng lớn ở Cognac đều ủ rượu trong một thời gian lâu hơn rất nhiều để nâng cao phẩm chất và bảo vệ danh tiếng của họ, thí dụ Hennessy X.O ngâm khoảng 12 năm. Còn hạng siêu đẳng hay tuyệt phẩm thì không ấn định tuổi (Hors d'age) vì đương nhiên nó phải được làm thành từ những thứ eaux-de-vie cũ tới dăm bảy chục hay cả đến trăm năm cũng có.

Đến đây thì một người trong nhóm chúng tôi gơ tay lên hỏi:

- Tôi có điều thắc mắc là tại sao Cognac là rượu Pháp mà những dòng chữ chỉ định thứ hạng như V.S., V.S.O.P. đều được viết bằng tiếng Anh?

Hương dẫn viên mỉm cười trả lời:

- Điều này lẽ ra phải giải thích dài dòng bằng những diễn biến lịch sử, nhưng tôi chỉ xin nói tóm gọn rằng vì toàn thể vùng Aquitaine, bao gồm cả Cognac lẫn Bordeaux, trước kia từng là lãnh thổ của nước Anh trong một thời gian kéo dài đến hơn 300 năm nên dân chúng từ bên Anh kéo nhau qua đây định cư lập nghiệp khá đông. Trong số di dân này có những người mang dòng họ Tô Cách Lan hay Ái Nhĩ Lan như Martell, Hennessy hay Rémy-Martin. Họ vốn có nghề nấu rượu Scotch và Irish Whisky nên sang đây vẫn tiếp tục nghề cũ, nhưng thay vì dùng lúa mạch thì họ dùng trái nho làm nguyên liệu. Hãng của chúng tôi do ông Jean Martell sáng lập từ năm 1715 là hãng rượu cổ kính nhất ở xứ này. Chủ nhân gốc người Anh nên dùng tiếng Anh trên sản phẩm của họ cũng là chuyện tự nhiên.

Một người khác trong nhóm sẵn dịp hỏi luôn:

- Chữ V.S.O.P. theo như anh nói là Very Superior Old Pale thì ba chữ đầu dễ hiểu rồi, nhưng chữ Pale cuối cùng nghĩa là gì? Tại sao lại gọi là Pale?

- Pale trong tiếng Anh cổ có nghĩa là tươi sáng, giống như chữ light hay clear vậy. Đúng lý ra, rượu càng được ngâm lâu trong thùng thì màu sắc càng đậm hơn, thẫm hơn chứ, nhưng trong tiến trình làm rượu chúng tôi lại nhận thấy một hiện tượng trái ngược là trong vòng ba năm đầu, rượu thẫm màu rất mau. Từ đó trở đi màu rượu không



... đáng chú ý nhất là chai Cohiba vì hương vị đậm đà thích hợp cho các bạn thích hút xì-gà

thậm thêm nữa mà lại nhạt bớt đi, tươi sáng ra. Người ta dùng chữ Pale để mô tả thứ rượu được ủ lâu trong thùng đến mức bắt đầu sáng ra là vì như vậy.

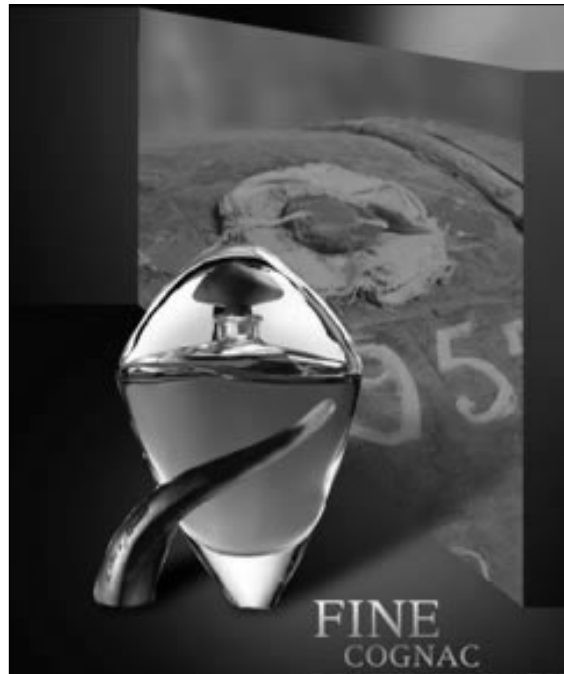
Hương dẫn viên tiếp tục đưa chúng tôi đi coi những lò nấu rượu, rồi xuống làm thùng gỗ của nhà Martell. Ông thợ chính ở đây cho biết họ chỉ làm ra một số nhỏ những thùng gỗ dùng để ủ các thứ eaux-de-vie cao cấp, còn phần lớn vẫn phải mua từ các hãng làm thùng ở các nơi khác đưa tới mới đủ chứa đựng khối lượng Cognac khổng lồ của nhà Martell.

Từ xưởng thợ, chúng tôi bước sang hầm chứa rượu, nơi tồn trữ các thứ rượu cũ đã mấy trăm năm cũng như rượu mới vừa được làm xong. Đặc biệt là hầm rượu có biệt danh PARADIS, được coi như Thiên Đường nếm rượu, vì chỉ chứa đựng những thùng Cognac đã cũ từ 80 năm trở lên. Mùi rượu thấm qua các thớ gỗ bay ra thơm ngào ngạt, đúng là phần dâng cho các thiên thần. Rượu cũ quá trăm năm thì được chứa trong những bình thủy tinh lớn bọc trong giố mây để khỏi bị hao hụt thêm nữa với thời gian.

Sau mấy tiếng đồng hồ đi thăm toàn bộ cơ sở, chúng tôi trở về nghỉ ngơi tại phòng riêng trong lâu đài, rồi đến xế chiều được mời xuống salon uống Cognac, hút xì-gà trước khi sang phòng ăn dùng bữa tối. Đón tiếp chúng tôi là viên quản đốc lâu đài và anh Bruno Lemoine, chuyên gia trưởng của hãng Martell. Họ mời chúng tôi nếm thử một loạt các thứ rượu Martell hảo hạng, từ Cordon Bleu qua Création rồi đến L'Art, nhưng đáng chú ý nhất là chai Cohiba.

Bruno Lemoine giới thiệu:

- Đây là thứ Cognac ngoại hạng, chúng tôi làm ra theo sự đòi hỏi của giới sành hút cigar. Cohiba là tên của thứ cigar đặc sắc nhất trên đảo Cuba, trước kia vẫn dành riêng cho chủ tịch Fidel Castro cùng với các lãnh tụ cao cấp thượng thức mà thôi. Nhưng bây giờ đám công nhân cuốn cig-



Chai l'Art de Martell, giá 2.500 euros, mùi vị "tuyệt cú mèo"

ars cũng tẩu tán được một ít để bán ra ngoại quốc với giá đắt kinh khủng mà giới sành điệu vẫn tranh nhau mua. Dân hút cigar vốn quen với vị đậm của khói thuốc nên khi uống Cognac kèm theo, họ cần một thứ rượu cũng đậm đà nồng hậu tương đương mới cảm thấy khoái khẩu. Rượu Cohiba này đáp ứng đúng nhu cầu của họ nên rất được hoan nghênh.

Tôi nhìn vào bảng giá tiền thấy đề là 450 euros, khoảng 600 đô la một chai. Tôi không phải dân hút cigar nhưng mấy người bạn cùng đi với tôi thì khoái lắm. Một chàng góp chuyện:

- Ở bên Mỹ, chúng tôi muốn hút cigar Cuba cũng không kiếm đâu ra được vì chính phủ Mỹ vẫn duy trì lệnh cấm vận đối với chế độ của ông Fidel Castro. Cigars loại ngon cỡ như Montecristo hay Partagas cũng khó kiếm chứ đừng nói là Cohiba. Bữa nay được thưởng thức điệu Cohiba này, lại được nhấp với Cognac Cohiba thì thật là hiếm có.

Anh ta quết một chút rượu Cohiba lên điệu cigar rồi châm lửa hút một hơi khoan khoái. Tôi hỏi:

- Anh làm thế không sợ điệu cigar bị ỉm ứot khó cháy hay sao?

Anh lắc đầu trả lời:

- Cognac mà quết vào cigar thì ngấm rất mau và bay hơi ngay, nhưng sợi thuốc bên trong được tẩm thêm mùi Cognac sẽ thơm ngon hơn hẳn, hút vào thấy liền. Ông không phải là tay sành hút cigar thì không cảm nhận được mùi vị đó đâu.

Tôi đành phải gật gù công nhận là đúng vậy. Bruno nói tiếp:

- Điều khiến chúng tôi ngạc nhiên là rượu Cohiba bán sang các nước Á Đông lại còn nhiều hơn các nước Âu Mỹ nữa, nhất là ở các xứ Nhật Bản, Hong Kong và Đài Loan. Người Nhật hiện giờ tiêu thụ nhiều rượu Cognac đến nỗi hãng rượu lớn nào ở đây cũng phải hướng tới đó để tiếp thị. Mới rồi, hãng Hennessy đã làm ra 100

thùng rượu Cognac tuyệt phẩm dành riêng cho thị trường Nhật, đặt tên là "Hennessy First Landing 1868" cũng đựng trong bình pha-lê Baccarat và được pha chế từ những thứ eaux-de-vie của năm 1868. Loạt rượu quý hiếm này là để đánh dấu lễ kỷ niệm việc xuất khẩu 100 thùng rượu Cognac Hennessy đầu tiên sang Nhật vào năm đó. Giá bán mỗi chai nghe đầu cũng đắt không kém gì chai Louis XIII Diamant, vậy mà người Nhật mua hết ngay.

Bruno với tay lấy một tập thống kê rồi đọc cho chúng tôi nghe vài con số. Anh cho biết tổng số những chai rượu Cognac bán ra trên thế giới trong vòng 12 tháng vừa qua lên tới 158.9 triệu chai. Như vậy là mức tăng trưởng hằng năm đã nhảy vọt tới 8.7% về khối lượng và 9.7% về số tiền thu hoạch. Đà gia tăng mau nhất là ở vùng Á Đông, với 14.4% tại Singapore và 74.% tại Trung quốc. Số bán sang Trung quốc hiện đã lên đến hơn 10 triệu chai một năm. Thị trường Âu châu gia tăng với mức 11.2%, nhưng ở Hoa Kỳ thì số bán lại sụt giảm 1.4%

Ly rượu khai vị đang tạo không khí hào hứng cho buổi nói chuyện thì chúng tôi được mời sang phòng ăn để thưởng thức bữa cơm Tây thịnh soạn do nhà bếp vừa dọn lên. Cuối bữa, thay vì uống Sauternes với món dessert, chúng tôi trở về salon để nếm thử hai thứ rượu cao cấp nhất của hãng là Création, giá 2.300 euros, và l'Art de Martell, giá 2.500 euros mỗi chai. Mùi vị của nó thế nào ư? Tôi chỉ có thể nói là "tuyệt cú mèo" thôi.

Anh bạn tôi có vẻ rất thích thú theo dõi câu chuyện từ nãy đến giờ. Cuối cùng, anh hỏi tôi có khuyên anh nên bỏ tiền ra mua mấy chai ngoại hạng đó về thưởng thức cho biết hay không?

Câu hỏi này rất khó trả lời. Cognac ngoại hạng tuy có xuất sắc thật, nhưng mức độ thơm ngon của nó cũng không hơn những chai cỡ X.O. nhiều lắm, cho nên chắc chắn không tương xứng với cái giá tiền đắt gấp mấy chục lần so với những chai X.O. Nó đắt một phần là do cái bình pha-lê Baccarat trị giá cả ngàn euros dùng để đựng nó, và một phần là do người ta cố ý thổi phồng giá trị của chất rượu bên trong bằng những cái giá cao để sợ. Còn chuyện có nên mua nó về để trưng bày trong tủ kính cho thiên hạ lé mắt hay không, thì còn tùy nhu cầu và khả năng tài chánh của các mỗi người, muốn chơi sang tới cỡ nào.

Xét cho cùng, Cognac ngoại hạng cũng là một thứ bảo vật giống như đồ cổ hay tranh mỹ thuật. Có những người dám bỏ cả trăm ngàn đô la hay hơn nữa để mua một cái đĩa sứ làm từ đời nhà Minh, hay một bộ ấm trà từ đời nhà Thanh. Lại cũng có những nhà tỷ phú chịu chi hàng nhiều triệu đô la để sắm cho bằng được một bức tranh sơn dầu của Renoir, Monet hay Van Gogh. Những thứ gọi là collector's items này có thể đem lại cho người sưu tập một niềm hứng thú pha lẫn chút tự hào. Vậy nếu bạn có dư vài ngàn đô la không xài tới, thì việc dùng số tiền này để tậu một chai Cognac ngoại hạng như l'Art de Martell chẳng hạn, cũng là nên lắm chứ, tại sao không?

Lê Văn