

Вдова Клико



Женщина-шампанское

Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>

МАДАМ ИЗ ШАМПАНИ

Вдовы Клико или Моэта
благословенное вино
В бутылке мерзлой для поэта
на стол тотчас принесено.

А.С. Пушкин

Кто бы мог представить, что невзрачная француженка, овдовев, станет первой в мире бизнес-леди, самой богатой женщиной планеты. А деньги — это аплодисменты, которые человек получает, когда делает что-то правильное в бизнесе.

НА РОДУ НАПИСАНО

Николь Барб Понсардэн родилась в Реймсе — столице Шампани 16 декабря 1777 года в семье барона Понсардэна, который, как говорят французы, всегда умел вовремя вывернуть свой политический сюртук наизнанку. Сначала он был заядлым монархистом и даже участвовал в организации коронации короля Людовика XVI. А когда королю отрубили голову на гильотине, месть Понсардэн был уже истовым якобинцем. «У меня есть мои принципы, но если они вам не нравятся, то у меня есть другие!» — таков был девиз его жизни. Николь была единственным ребенком и наследницей приличного состояния — семья владела обширными виноградниками. И дочка помимо виноград-

Женщина-шампанское

ников, унаследовала от отца «гибкость» мышления и практический образ мыслей, что впоследствии и сыграло главную роль в ее жизни.

В семье царил прагматичный дух французских буржуа, поэтому брак по расчету с соседом и главным конкурентом — обычная бизнесовая сделка, и ничего личного. Таким образом, в 1798 году в возрасте 21 года Николь Барб вышла замуж за Франсуа Клико. День ее свадьбы стал событием для всей округи — не каждый день дочь реймского мэра выходит замуж в семью удачливого производителя и торговца винами! В Николь Барб от Барби не было ничего — девушка не считалась ни хорошенькой, ни элегантной, ни даже остроумной. Согласно семейной легенде

Вдова Клико

ее матушка часто говорила: «Ах, Николь, я знаю, ты прославишься вскоре после замужества!»

На семейное счастье судьбой было отведено всего шесть лет. Им не суждено было состариться на одной подушке — любимый супруг скончался от тифа (поговаривали, что он покончил жизнь самоубийством), оставив вдову с маленькой дочерью Клементиной. Согласно всем канонам того времени, Николь следовало продать дело, но она была словно из другого времени. Или из другого теста. В те далекие времена дамы занимались исключительно изящными искусствами и танцевали на балах. Имеются в виду, конечно, французские дамы. Женщины не имели права распоряжаться собственными финансами — его получали только вдовы.

Женщина-шампанское

На руках у Николь осталась дочка, а в руках — оказались фамильный замок, виноградники и целое подземное королевство: подвалы в меловой горе протяженностью двадцать четыре километра (!). Поразмыслив, 27-летняя вдова решает продолжать дело супруга и мужественно берется за развитие семейного бизнеса, став первой в мире успешной деловой женщиной. Начинание невестки поддержал свекор, который поверил в нее и вложил часть своих средств в ее предприятие.

Весь Реймс взбудоражен: женщина во главе солидного дела! Да еще и винного. А ведь всем известно, что едва женщина приблизится к подвалам, вино превратится в уксус! Могли ли знать эти обыватели, что рождение величайшего бренда, символизизи-

Вдова Клико

рующего эlegantность, ледяную роскошь и «красивую» жизнь, произойдет именно в этих подвалах...

Дело в том, что с первых же лет супружества Франсуа Клико посвящал жену в тонкости превращения янтарного сока в шипучее вино, и она кое-что понимала в производстве шампанского. «Лучше быть предметом зависти, чем сострадания», — решила молодая женщина, которой суждено было стать самой знаменитой вдовой мира — Вдовой Клико. Замуж она так больше и не вышла, наверное потому, что была современникам не по плечу, не по зубам и не по карману. Она несла свое положение достойно и гордо, требуя, чтобы к ней обращались не иначе как вдова Клико. Именно так она назвала свое знаменитое шампанское, которое прославило ее на весь мир.

Женщина-шампанское

Главный признак таланта — это когда человек знает, чего он хочет. Она хотела заниматься виноделием. Обладая незаурядным умом, амбициями и управленческим талантом, молодая баронесса взялась за улучшение качества продукции, производимой ее Домом. «Только одно качество — первосортное!» — повторяла она своим работникам. Николь стала прилежной ученицей, она хотела быть в курсе всего и год за годом изучала, фиксировала, анализировала все технологические подробности и тонкости производства вина. Каковы температура и свет в подвалах, состав почвы, форма бутылок — эти вопросы с утра до ночи звучали в поместье госпожи Клико. Земля, солнце, виноград одни и те же, а напитки — разные. От чего это зависит? Оказывается, качество вина зависит от погоды и урожая.

Вдова Клико

Это сейчас мы знаем, по каким технологиям изготавливают шампанское, а тогда приходилось идти путем проб и ошибок.

Технология производства такова. Сначала сбор и жесткая селекция лучшего винограда, причем виноград собирают вручную — машины на территории Шампани запрещены. Затем первичное брожение — этап, на котором делают тихое вино без газа. Купажирование и вторичная ферментация (брожение), когда тихое вино становится Шампанским. И наконец, выдержка — чем дольше выдержка, тем вино более зрелое, мягкое и аромат раскрыт в полной мере.

Осадок — вот что портило репутацию божественного напитка. Напиток был мутным из-за присутствия в нем дрожжей. Его

Женщина-шампанское

приходилось переливать и перемешивать — на что уходило очень много времени и сил. И серьезно влияло на стоимость. Процесс был медленный и расточительный. Срочно требовалась реформация. Баронесса пришла к гениальному решению — перевернуть все с ног на голову. Она первая догадалась, что если бутылку хранить горлышком вниз, скопить там весь дрожжевой осадок и потом, охладив, открыть — льдинка с дрожжами под давлением вылетит из бутылки. Оставшееся вино будет прозрачным. Процедура называется ремюаж, и придумана она лично мадам Клико в 1808 году. Это классическая технология создания шампанского применяется и сегодня.

Это был прорыв! Производить элитарный напиток теперь можно было гораздо

Вдова Клико

быстрее. Предмет роскоши, который создавался кустарным способом в крошечных объемах и был доступен лишь элите, поступил в массовое производство. Конкуренты были не в состоянии ни догнать, ни перегнать — они отстали, кажется, навсегда. Даже знаменитый Жан-Реми Моэт не мог догадаться, как у нее это получается.

Теперь, когда конкуренты остались позади, главный вопрос — рынок сбыта. Николь Барб первой приступила к экспорту вина по всему миру. Она приобщила к делу помощников мужа, в первую очередь Луи Бона, который оказался гениальным менеджером. Прошло столько лет, а имя этого уникального человека история бережно сохранила. Он открыл... Россию. Впервые попав в империю в 1804 году, он стал

Женщина-шампанское

забрасывать письмами тогда еще живого Франсуа Клико с предсказанием неминуемой удачи в этой стране. И не ошибся!

ПРИДВОРНЫЙ НАПИТОК

Как оказалось — омару, черной икре и трюфелям очень подходит по вкусу «Кликовское» шампанское. Высокое собрание, высокая кухня, высокое вино. А высокая цена только добавляла шарма напитку, который считался мужским и стоил 12 рублей за бутылку! Золотом! Корова, которая давала 20 литров молока в день, и которую можно было доить десятилетие — стоила 20 рублей. Но молоко пусть пьют крестьяне, а император, гусары и генералы предпочитают, чтобы в их жилах текло дорогое шампанское! Евгений Онегин угощал Лен-

Вдова Клико

ского исключительно «Вдовой Клико». И Денис Давыдов очень любил, когда пробка выстреливала, и драгоценный напиток орошал платья прекрасных дам. Напиток этот стал придворным у русских монархов. (Любопытная деталь — мадам Клико и российский император Александр I родились в один год.) И если ее конкурент — дом Моэт Шандон (Moët & Chandon) был освещен лучами славы Бонапарта, то Клико сделала ставку на Российскую империю. «Мадам Клико напоила Россию. Здесь ее вино называют Кликовское и никакого другого знать не хотят», — констатировал в середине XIX века французский классик Проспер Мериме. — «Русские получают почти детское удовольствие, наблюдая за тем, как пенится шампанское. Они приходят в восторг, когда пробка выстреливает

Женщина-шампанское

сама по себе». Как известно, «чем бы дитя не тешилось», лишь бы... платило. Разумеется, возить шампанское в далекую Россию было не совсем патриотично, тем более что во время посещения Реймса Наполеон Бонапарт почтил своим присутствием вдову и даже остановился на ночлег в ее доме. Но патриотизм бизнесу не товарищ.

Когда после войны было введено эмбарго и запрет на ввоз в Россию французского вина в бутылках — Клико пошла на прямое нарушение императорского указа, посылая шампанское в Россию контрабандой. Просто бизнес, и ничего личного — в династии Николь так было принято всегда. Существует популярная легенда, согласно которой после победы над Наполеоном русские, вступившие в Реймс, обнаружили винные погреба мадам Клико и приня-

Вдова Клико

лись «дегустировать» ценные напитки Клико лишь невозмутимо сказала: «Русские?.. Пусть пьют. А расплачиваться будет вся Россия». Эти слова стали истиной. Вскоре, благополучно преодолев экономическую и идеологическую блокаду, Николь Барб Клико с триумфом вернулась в Россию. Как писали современники: «Знаменитые пузатые бутылки, непременно в горизонтальном положении, чтобы сохранять букет шампанского, и неизменно темного стекла, поскольку солнечный свет нарушит вкусовую гармонию, осторожно заворачивали в солому и везли бесчисленными телегами к восточным границам». Их мгновенно употребляли в честь победы над Наполеоном и во славу мадам Клико. Тем более, «Кликовское» так хорошо подходило к омарам, черной икре и трюфелям...

Женщина-шампанское

МИРОВОЙ БРЕНД

В отличие от своей продукции, Николь Барб ни разу не выехала за пределы Франции: в те времена дамам не пристало путешествовать. Но ее имя уже звучало во всех частях света. Королевские и императорские дворы были покорены шампанским от мадам Клико. Постоянного клиента Дома Клико Понсардэн, прусского правителя Фридриха Вильгельма IV, за его пристрастие к знаменитой «Вдове» подданные прозвали «королем Клико».

Томас Эдисон боялся темноты, наверное поэтому запатентовал лампочку. Вдова Клико была в печали и потому без устали усовершенствовала веселящий напиток — шампанское.

Вдова Клико

«Ну, просто находишься в эмпиреях!» — описывал свои ощущения от «Кликовского» Гоголь. «Шампанское — вино не снобов, а эстетов. Оно делает душу бессмертной, потому как отбивает всякую охоту думать о мерзостях земных и возносит тебя к солнцу», — заявлял Оскар Уайльд.

«Шампанское — единственное вино, выпив которое, женщина не теряет своей красоты», — утверждала маркиза де Помпадур.

«Я пью его, когда счастлива и когда у меня есть причины для грусти. Иногда я пью его от одиночества. Мне не обойтись без него, когда я в компании. Я балуюсь им, когда не голодна, и разжигаю аппетит, когда мне хочется есть. В остальных случаях я прибегаю к нему только тогда, когда чувствую жажду», — хвастались светские

Женщина-шампанское

львицы того времени. Впрочем, из цитат и афоризмов великих людей о вдовьем вине можно составить целый сборник. Ведь хвалу шампанскому вдовы Клико воздавали Марсель Пруст и Клод Моне, Агата Кристи, Ян Флеминг и Жюль Верн. Все справедливо — классика мировой литературы и классика мирового виноделия.

Мировой бренд — это прежде всего красивая легенда. Биография шампанской вдовы — легенды и домыслы, которые окружали и преследовали ее. В Шампани все были уверены, что предприимчивая вдова завоевала мировой рынок при помощи таинственных темных сил. Игристое из провинции Шампань считалось «вином дьявола», а женщина, которая пропадает в темных подвалах и колдует над бутылками

Вдова Клико

с шипящей и пенящейся жидкостью, — не иначе ведьма...

Однажды в винной лавке она не узнала свою бутылку — та не отличалась от своих соседок по полке — все бутылки как близнецы-сестры походили друг на друга. И тогда она сама нарисовала свою знаменитую оранжевую этикетку и упаковала в нее свое шампанское. Так в 1877 году был зарегистрирован торговый знак — этикетка с надписью *Veuve Clicquot P. Werlè*. Теперь за традиционно желто-оранжевой этикеткой ее продукция гордо заявляла о себе: «Вот я! Вот я!» Почему именно этот цвет? Биографы утверждают, что в честь своей единственной дочери Клементины, чье имя ассоциируется с клементином — гибридом мандарина и апельсина.

Женщина-шампанское

Дочь Клементина семейным бизнесом не интересовалась, и неудивительно, ведь ее детство прошло в английском монастыре в Париже. И она совсем не желала возвращаться из столицы в провинцию. И если Николь мать пророчила после замужества славу, то Клементине пришлось давать другое обещание. «Не плачь, малышка, я куплю тебе ум, когда выдам замуж...» — говорила Николь, глядя на хорошенькую, но неприспособленную дочку. Николь лично подобрала жениха для единственной дочери — красавца графа Людовика де Шевине. Лично купила им замок. И из личных счетов оплачивала карточные долги легкомысленного зятя. А когда граф описал свои любовные похождения в сборнике под названием «Реймские истории» и Клементина не могла выйти из дому,

Вдова Клико

сгорая от стыда, мадам Клико выкупила и сожгла весь тираж.

Вся жизнь великой вдовы прошла под знаком смелых решений и мудрых поступков. Чего стоит только выбор преемника. Им стал Эдуард Верле — ее управляющий и партнер — надежный, волевой и преданный. Немецкому служащему было всего двадцать лет, и он работал в компании всего год, когда Клико взяла его в долю. Сразу поползли слухи, что их отношения не ограничиваются деловыми. Скорее всего, это было больше, чем дружба, но меньше чем любовь. Просто высокие отношения. Спустя годы, когда случился неурожай, уже женатый Эдуард рискнет огромными деньгами, чтобы спасти Николь Барб от неминуемого краха. Он преодолел почти

Женщина-шампанское

150 километров до Парижа, где уговорил старого знакомого дать ему под залог сегодняшний эквивалент 44 миллионов долларов наличными, и умудрился рассчитаться за день до того, как компания должна была объявить о банкротстве.

Неудивительно, что свое главное детище — Дом Veuve Clicquot-Ponsardin Николь завещала именно Эдуарду Верле, а после ее смерти он стал главой компании. А «Вдова Клико» стала символом Франции. До сих пор в словарях многих европейских языков одним из значений слова «вдова» является «шампанское марки Veuve Clicquot-Ponsardin».

Она не принимала во внимание, что принято в обществе, предпочитала идти не в ногу со временем, а на шаг впереди.

Вдова Клико

«Мир пребывает в постоянном движении, и нам надлежит изобретать будущее. Следует шагать впереди остальных, преисполнившись решимости и настойчивости, и да направит разум твою жизнь. Дерзай!» — так поучала Клико свою внучку Анну, которая была очень на нее похожа по характеру.

Нам достался всего один портрет мадам Клико в зрелости — на нем изображена женщина, которая чувствует свою значимость. Биографы утверждали, что многие приезжали посмотреть на невзрачную приземистую старушку, владевшую одним из самых больших капиталов в мире. Сегодня в Шампани большой популярностью пользуется семейный дом-отель, построенный еще при ее жизни. Его можно было бы считать музеем с роскошными интерье-

Женщина-шампанское

рами и антикварной мебелью, если бы там за длинным столом с хрустящей крахмальной скатертью не подавались домашние завтраки и не лилось рекой изумительное шампанское. Это скорее гостевой дом великой вдовы.

Что же такого выдающегося сделала эта Клико? Возвела качество в ранг, собрала профессионалов и энтузиастов, вникала во все нюансы и лично вела дела, усовершенствовала производство, не ограничилась своей провинцией, а вышла на мировые просторы. Собственно, это все. Результат — изысканный напиток, носящий ее имя, мировое признание и память благодарных потомков.

Ее не стало 29 июля 1866 года, а «Кликовское» шампанское и сегодня считается

Вдова Клико

одним из самых изысканных напитков в мире. В год продается около 12-ти миллионов бутылок «Вдовы Клико». В 1987 году компания Veuve Clicquot стала частью транснациональной компании LVMH Moët Hennessy — Louis Vuitton.

История вдовы Клико — самая парадоксальная история успеха странной женщины и удивительного напитка. Таинственная вдова прожила долгую жизнь — 89 лет. Это почти вдвое больше, чем было отмеряно женщинам того времени. Она словно дожила еще и за своего мужа и подняла семейный бизнес до уровня мирового бренда.