

Je sobotní večer a v restauraci Isadora v moderní čtvrti Polanco města Mexiko se schází obvyklá bohatá klientela. V přízemním salónku snad každý bankéř a podnikatel drží v jedné ruce doutník značky Partagas nebo Montecristo a sklenku čehosi, co vypadá jako koňak, v ruce druhé. „To je tequila - Reserva de la Familia,“ vysvětluje šéf restaurace Rigoberto Buenrostro. „Za osmdesát pesos jedna sklenička,“ dodává. Don Rigoberto si všimá mého údivem pozvednutého obočí. „Překvapuje vás to, že?“ říká. „Také jsem si vždycky myslel, že tequila se hodí jen pro pomocné stavební dělníky. Avšak před třemi nebo čtyřmi roky si bohatí klienti restaurace Isadora začali objednávat jen ty nejlepší značky. Dnes se prodá víc tequily než skotské whisky nejen u nás, ale v mnoha dalších restauracích v Mexiku.“



„Podívejte se na ty drinky,“ ukazuje don Rigoberto na řadu šesti podlouhlých sklenek, vyrovnaných na baru a připravených pro zákazníky, kteří zde večeří. „Ve všech je tequila.“

Když jsem v Mexiku v padesátých letech vyrůstal, nejoblíbenějším nápojem náročných zákazníků byl highball - vysoká sklenice whisky se sodou. Jed-

nu z mála výjimek tvořilo společenství mužů v Guadalajaře, kteří se oblékali jako charros - vyparádění mexičtí kovbojové s širokými sombrery, v černých sakách (bolerech) a úzkých kalhotách pošitých stříbrnými knoflíky a popíjející tequilu. Během výletů do Guadalajary, které jsme podnikali společně s mým otcem, bývalým americkým ob-

chodníkem, který se usadil v městě Mexiku, jsme měli občas příležitost povečeřet společně s těmito charros v jejich domech nebo restauracích. Před jídlem se posilnili několika tequilami - znalecky slízli zrnka soli z pěstí, hodili do sebe panáka ohnivého alkoholu, vysáli limetu a zakončili rituál velkým lokem pálivé rajčatové šťávy



zvané sangrita. Přestože existovalo pár podobných výjimek, tequila byla spíše nápojem nižších vrstev. Levná a silně opojná, a proto vhodná pro chudé - nebo pro politiky a mariachis, kteří potřebovali voliče a posluchače.

Jen jeden alkoholický nápoj byl na společenském žebříčku ještě níže - mezcal. Destiloval se z jiných druhů rostlin agáve (maguey) než tequila a většinou se prodával s utopeným červem (přesněji housenkou) na dně lah-

ve. Dnes se v Mexiku mezcal úspěšně prodává a ve Spojených státech a jinde je považován za drahý digestiv.

V rukou sympatického Rakušana

Možná největším překvapením bylo setkání s mužem působícím věrohodným dojmem, jak přesvědčuje pijáka, aby vydal čtyřicet, osmdesát, sto nebo i několik set dolarů za jednu lahev tequila. Jeho jméno je Martin Grassl - třicetiletý Rakušan s hustými vlasy a dětským obličejem, který moc nevypadá jako člověk dávající nový směr mexickému národnímu nápoji. Grassl přijel do Mexika v roce 1990 s pověřením svého zaměstnavatele, rakouské obchodní společnosti, aby našel tequila takové kvality, aby s ní bylo možno obchodovat v Japonsku. Po důkladném průzkumu učinil Grassl závěr, že žádná taková neexistuje. Přesto se rozhodl, že vytvoří novou značku - nazval ji „eau-de-vie“ - pro své zaměstnavatele. Ti však neprojevili zájem, a proto Grassl firmu opustil a dal se do donkichotského hledání na vlastní pěst.

Grasslův otec, dentista žijící v Rakousku, byl velmi zklamán, že se z jeho syna nestal doktor práv a v jeho obchodním plánu nespatořoval žádný smysl. Naštěstí se jeho teta, vlastníci malou palírnu, rozhodla podpořit synovecův záměr půjčkou 100 000 dolarů. „Ty peníze mě zachránily,“ říká Grassl. Díky půjčce si pronajal na pár týdnů malou palírnu poblíž Guadala-jary a zaměstnal několik řemeslníků, aby vytvořili elegantní štíhlou lahev podle jeho vlastního návrhu - se skleněným kaktusem připevněným uvnitř ke dnu.

V roce 1991 vyrobil první sérii tequila a nazval ji Porfidio. Název se podobá chybně napsanému jménu „Porfirio“ podle Porfiria Díaz, diktátora, jenž na přelomu století zastupoval zájmy bohatých Mexičanů a který byl svržen na začátku mexické revoluce. Etablovaní výrobci tequila se posmívali a nebrali vážně cizince, který nejenže nedokáže značku správně pojmenovat, ale dokonce ani nerozezná agáve od kaktusu.

Grassl odpovídá na posměch ohledně údajně chybného názvu, jenž byl takto uveden záměrně, aby vyvolal pozornost a komentáře, svým sarkastickým smyslem pro humor. Tequila s vyššími cenami totiž mají na etiketě uvedenu krátkou osobní historickou poznámku, podepsanou vlastním jménem. Grassl uštědřil kopanec domýšlivosti konkurentů pompézním vlastnoručním podpisem na lahvi „Ponciano Porfidio“. „Myslím, že každý

poraňuje kaktus za národní symbol Mexika," vysvětluje Grassl. „Prostě se podívejte na lahev a hned víte, odkud pochází.“

Dalším nelehkým krokem bylo uvedení tequila značky Porfidio na trh. Grassl osobně dopravoval vzorky - 150 dolarů za lahev - na výstavu líhovin nejprve v Evropě, potom v Asii. Dále se zaměřil na USA, kde si jako dovozce vybral firmu Todhunter Imports Ltd. se sídlem na West Palm Beach na Floridě. Mexický trh si nechal na konec. „Když jsem přišel do Mexika, byla tequila považována za natolik podřadný nápoj, že bylo nemožné, aby se podávala například na seštech. Dnes se pije všude," říká Grassl.

Tequila? Má účta!

Co bylo příčinou změny pohledu Mexičanů na tequila? Podle Grassla je to prestiž, kterou získala tequila Porfidio a další špičkové značky v zahraničí, což přesvědčilo Mexičany, že tequila může být spojena s exkluzivitou. Tento názor by však Mexičané pravděpodobně nesdíleli. „Myslím, že tequila propíjí našemu srdci a její domov je v Mexiku," tvrdí Felipe Ahumada, jeden z nejznámějších městských architektů města Mexika, který se podílí na současném růstu popularity tequila ve svém společenském okruhu. „Je to naše národní píseň," dodává jeho manželka Sheila. Ať už jsou důvody jakékoli, šedesát procent zákazníků značky Porfidio tvoří Mexičané. Podle Martina si politici, bohatí obchodníci a drogoví baroni myslí, že nejlepší způsob, jak vyjádřit úctu k důležitým kolegům, je darovat jim celé kartony tequila Porfidio Silver (25 amerických dolarů za lahev), Porfidio Añejo Blue Agave (40 dolarů), Porfidio Reposado (80 dolarů) či nejpopulárnější z nich - Porfidio Single Barrel Añejo (80 dolarů), též přezdívané Kaktus (díky rozkošné skleněné sošce na dně). Koncem loňského roku představil Grassl v Mexiku, Asii a částečně v USA nejdražší tequila na světě, Porfidio Barrique de Ponciano, jejíž cena je 500 amerických dolarů za jednu lahev.

V USA se stávají špičkové kvalitní tequila populárními z podobných důvodů jako doutníky a malosériové bourbony, které prožívají renesanci. „Naši zákazníci tráví více času vychutnáním skutečné kvality," říká Ken Ruff, viceprezident firmy JBB Worldwide, která je distributorem dvou velmi drahých značek tequila vysoké kvality - El Tesoro de Don Felipe a Chinaco. Aby distribuční přesvědčili Američany, že tequila patří mezi kvalitní destiláty, snaží se odbourat image nápoje pro „chlupaté hrudi". „Doporučujeme podávat tequila mí-

mo jiné jako digestiv," říká Harrison B. Jones Jr., hlavní manažer firmy Sazerac Co., distributora značky Herradura v USA. „Nemyslím, že někdo bude do sebe házet panáky těchto luxusních značek a při tom požírat burritos.“

Zatímco Mexiko má lví podíl na prodeji tequila Porfidio, Spojené státy s třicetiprocentním podílem prodeje jsou místem s největším exportem. Kolem deseti procent se dělí mezi Evropu a Asii, Jižní Amerika se podílí necelým procentem. Ještě před pár lety se mohlo stát, že tequila Porfidio bude odmít-

ky všech druhů. „Ve Spojených státech jsme zabrali část trhu single-malt whiskey," usmívá se.

Doposud Grassl věnoval práci kolem stovky hodin týdně. Udivující je, jak mohl stihnout seznámit se se svou ženou Cecilí, pocházející z Guadalajary. V určitém slova smyslu hrála roli prostředníka místní byrokracie. Přes všechny snahy Mexika během posledních let přestřihnout „rudou pásku" a podpořit svobodný trh pokračuje mnoho oblastních vládních úředníků v neblaze proslulé snaze pozdržet plat-



nuta jako jiné módní značky. Ale už v roce 1996 se prodalo 300 000 litrů a minulý rok se prodej vyšplhal na neuvěřitelných 2,4 milionu litrů - s průměrnou cenou 50 dolarů za lahev.

„Mým největším problémem je zeldat příjmu peněz, který vzrůstá o osm set procent ročně," říká Grassl. Jedním z řešení bylo postavit vlastní palírnu, což se realizovalo v minulém roce poblíž města Puerto Vallarta. Zdá se to neuvěřitelné, ale Grassl si stále pronajímá pět nezávislých palíren na několik týdnů či měsíců. Není ani vlastníkem továrny na výrobu lahví, přestože vlastní vhodné mobilní technické vybavení.

Ačkoli prodej tequila Porfidio se zdá velmi vysoký, daleko zaostává za prodejem tequila Jose Cuervo s padesáti miliony litrů v roce 1996. A ti skromnější výrobci, jako například Herradura (pět milionů litrů v roce 1996), se musí pracně drát kupředu. Grassl trvá na tom, že jeho úspěch neohrožil žádného z kolegů. Skutečnými ztroskotanci, domnívá se, jsou v Mexiku whis-

nost nových směrnic, které požadují trávit dny a hodiny žádostmi a čekáním na povolení. Právnik Grassl zaměstnal ženu, jejíž práce spočívala právě ve vyřizování těchto záležitostí, a nakonec se s ní oženil. „Trávil jsem s ní více času než s kýmkoli jiným ve firmě," říká. Mají teď malého syna a žijí v Guadalajare pět minut chůze od sídla firmy. Dvoupatrový dům má pancéřové, elektronicky ovládané dveře střežené pohyblivou kamerou - doklad toho, že dnešní úspěšní obchodníci v Mexiku musí brát vážně hrozbu únosu.

Několik tajemství

Je pondělí ráno, Grassl sedá za volant svého obrovského Fordu Lobo a vydává se na kontrolu palírny do města Tequila, vzdáleného asi třicet mil severozápadně od Guadalajary. Během cesty líčí historii tequila a její výrobní metody.

Období deštěů zanechalo místní zvládněný terén jasně zelený a modré agáve jsou azurovější. Podle zákona smí být tequila vyrobena pouze z modré agáve - rostliny, která vypadá jako převrácená chobotnice s ostatními chapadly. Musí pocházet z několika vládní určených oblastí, z nichž většina leží ve státě Jalisco. Zkvašená šťáva z agáve musí být dvakrát destilovaná a podílet se minimálně jednapadesát procenty na obsahu lahve tequily. Ty nejkvalitnější tequily jsou stoprocentní destiláty z modré agáve. Tato pravidla, známá jako Normas, svědčí o skutečnosti, že Tequila má v Mexiku stejnou prestiž jako Cognac a Champagne ve Francii. Je však pravda, že Normas vešly v platnost až v roce 1978. Tou dobou se staly koktejly Margaritas, míchané pouze z nejlépejších značek tequily, jedním z nejpůvodnějších nápojů v USA. Mexická vláda chtěla mít jistotu, že tento významný vývozní artikl a zdroj příjmů nebude ohrožen nepravou, nekvalitní tequilou. Takže Normas byly vlastně přijaty z toho důvodu, aby americká mládež a návštěvníci barů mohli bezpečně popíjet své míchané nápoje.

V dnešní době obestírá tu nejkvalitnější tequila tajemství prastaré, aristokratické, posvátné minulosti. Před příchodem Španělů byl předchůdcem tequily zkvašený nápoj z agáve - pulque (neboli v jazyce Aztéků octli) - konzumovaný při obřadech kněží a aristokracií. Ale zvykem aztéckých vůdců bylo spíš pít čokoládu, někdy ve formě zkvašeného vařeného nápoje. Ilustrované příběhy předávané jako dědictví z doby Aztéků vyprávějí o zhoubě široce rozšířené konzumace pulque mezi plebeji.

Byli to Španělé, kdo seznámil Nový svět s destilačním procesem a kdo proměnil nektar z agáve v závažnou tequila. Podle Grassla, nadšeného sběratele veškerých informací o tequile, pochází první zmínka o pálené šťávě z období kolem roku 1600. „Produkt se nazýval vino de mezcal.“ říká Martin a vysvětluje, že k odlišení tequily od mezcalu došlo až v nedávné minulosti. Až do období kolem roku 1800 byl destilovaný nápoj znám jako vino de mezcal a nabízen jako lék na všechny druhy nemocí. „Dobronce i na syfilis,“ usmívá se Grassl.

Když jsme přijeli do městečka Tequila s dvaceti tisíci obyvateli, byli jsme nejprve seznámeni se sochou jimadora, sklízecí agáve. Stojí obkročmo nad soudky s tequilou a rozmachuje se dlouhou mačetou, která se používá k odsekování ozubených vrchních listů agáve, aby zbylo pouze jádro rostliny ve tvaru ananasu (piña), uvnitř něhož se drží šťáva.

Prosperita, kterou městu přinesl

prodej tequily různých cenových relací, je patrná na první pohled podle nově vydlážděných ulic a čerstvě omítnutých fasád dvoupatrových budov podél hlavních dopravních tepen. Jak Cuervo, tak i Sauza vybudovaly muzea tequily, kde jsou vystaveny nástroje používané ke sklizni, výrobní zařízení a historické fotografie a plakáty. Na periférii města roste množství palíren situovaných těsně vedle sebe.

Projíždíme masivním portálem palírny, která vypadá spíše jako pevnost. Grassl ji používal v minulosti a chtěl by si ji v nejbližší době opět pronajmout. Zdá se, že se od svého založení v roce 1880 příliš nezměnila. Obrovská hromada piñas, každé o váze více než sto liber, leží na kryté venkovní terase. Uvnitř palírny v prastarých velkých pecích jsou napěchovány rozetvrcené piñas a po dobu dvanácti hodin se paří. Poté se nechají půl dne chladnout. Jejich šťáva se filtruje a tato aguamiel, medová voda, se nechává kvasit v kovových kádích. Potom se zahřeje v obrovských, sto let starých měděných destilačních kotlích. Páry jsou sbírány a kondenzovány v měděných spirálách. Proces se opakuje a výsledkem je dvakrát destilovaná tequila, bezbarvá tekutina s obsahem alkoholu větším než sedmdesát procent. Potom je obvykle ředěna vodou, aby měla čtyřicetiprocentní obsah alkoholu.

Po dvou až čtyřech týdnech, kdy tekutina zůstává ve velkých dubových sudech, je nejběžnější tequila připravená k prodeji. Když se nechá zrát v menších dubových sudech po dobu od dvou do dvanácti měsíců, má právo být prodávána jako reposado. Tequila, která zraje déle než jeden rok, se nazývá añejo (nebo muy añejo - pokud zraje déle než dva roky) a její barva je jantarově zlatá.

„V tomto odvětví průmyslu neexistují žádná velká tajemství - jediným receptem je poctivost a důkladné odvedení práce a trpělivost,“ říká Grassl. „Pokud chcete mít opravdu nejlepší tequila, je třeba nakupovat piñas ze zralějších rostlin agáve, tedy více než sedm let starých. Aguamiel musí kvasit delší dobu při nižších teplotách. Raději než jen hodinu nechte destilační proces probíhat po dobu dvou a půl hodiny a provedete trojnásobnou destilaci, aby se odstranily nečistoty způsobující kocovina. Abyste dosáhli reposada nebo añejo, používejte pouze sudy o obsahu od sta do dvou set litrů, neboť čím více je tekutina vystavena elvím dubového dřeva, tím lahodnější bude.“

Grassl raději nakupuje piñas na otevřeném trhu, než aby se zavázal kterémukoli konkrétnímu pěstiteli. Když si pronajme palírnu nebo podnik na lahování, nahradí jejich zaměstnance svými vlastními lidmi. V zařízení na lahování, které si pronajal poblíž staré palírny, zátkuje a ručně balf



lahve tequily Porfidio sedm mladých mužů a žen oblečených do šortek a triček. „Hledám lidi bez předchozích pracovních zkušeností, abych měl jistotu, že neměli čas pochybit špatné pracovní návyky,“ říká Martin. Jeho veškerá pracovní síla - v palírnách, továrnách na lahování, administrativě a prodeji - činí kolem šedesáti lidí.

Na cestě zpět do Guadalajary se zastavujeme na oběd na jednom z Grasslových oblíbených míst, v restauraci ejido neboli obecní farmě, kde pěstují agáve a vyrábějí vlastní tequila. Martin objednává směs kořeněného vepřového a hovězího masa společně s guacamole a tortillas. „Její tequila je někdy moc dobrá,“ říká, zatímco přichází ke sklenici s tekutinou. Zdá se však, že ne právě dnes. Raději si objednává pivo.

Když jsme pozdě odpoledne zpět v jeho kanceláři, vypráví anekdoty o své rodné zemi, o svém dospívání na lyžařských svazích a panické reakci svého syna na sních při první návštěvě Rakouska. Podotýká, že nikdy neuvažoval o návratu zpět.

Ptám se, co zbylo na seznamu jeho přání poté, kdy ho potkalo v Novém světě obrovské štěstí v tak mladém věku a za těch nejneuvěřitelnějších okolností. „Chtěl bych se setkat s Arniem Schwarzeneggerem,“ hovoří Grassl o dalším Rakušanovi, kterého na této straně Atlantiku potkal obrovský úspěch. „Určitě máme mnoho společného.“

JONATHAN KANDELL
(Cigar Aficionado)
Foto: archiv