



Maurice Hennessy

Năm 1975, sau khi tham gia vào công việc kinh doanh của gia đình, bằng tình yêu của mình với vùng quê Charente, một vùng chuyên canh nho và nổi tiếng với nghệ thuật ẩm thực, Maurice-Richard Hennessy – hậu duệ trực tiếp của nhà sáng lập rượu Hennessy – đã trở thành đại sứ thương hiệu của loại rượu trứ danh này.

Sinh ra tại Paris, Maurice-Richard Hennessy, hậu duệ thuộc thế hệ thứ tám của dòng tộc Hennessy – những người Ireland đến định cư tại Pháp – đã trải qua thời thơ ấu của mình tại vùng Cognac, Pháp, nơi vào năm 1765, Richard Hennessy bắt đầu thiết lập quy trình sản xuất rượu cognac vang danh toàn cầu.

“Trải qua nhiều thế hệ, chúng tôi vẫn giữ được sự liên kết và công thức được truyền lại qua 7 đời chuyên gia pha

chế của dòng họ, và chẳng một nhãn hiệu cognac nào có thể có được niềm tự hào đó,” – Maurice nói. “Cho đến nay, nói đến X.O, chữ viết tắt của từ ‘extra old’ cũng có nghĩa là nói đến Hennessy. Chỉ gần đây mới có các loại cognac khác sử dụng nhãn X.O”

“Hàng năm, tôi đều dành thời gian đến thăm đất nước tuyệt vời này, dù Hennessy X.O là nhãn hiệu rất nổi tiếng tại đây kể từ thập niên 50,” – sõi nổi và xởi lởi, Maurice nói rằng ông rất thích những chuyến đi thăm Việt Nam.. “Một trong những đồng nghiệp và là cấp trên đầu tiên của tôi nói rằng thật sững sốt khi có nhiều người Việt Nam biết uống loại rượu này. Tôi nghĩ rằng điều này một phần là do ảnh hưởng từ thời Pháp thuộc – thậm chí giờ đây, ở Việt Nam, bạn có thể dễ dàng tìm thấy món bánh sừng bò và bánh mì Pháp loại ngon nhất, hơn rất nhiều nơi ở Paris!” – ông tươi cười nói. “‘Fine a l’eau’ [một thức uống truyền thống được pha chế giữa cognac và nước lọc] rất phổ biến tại Pháp, và sau đó cũng đã ảnh hưởng tới Mỹ – các công dân của đất nước nhiều màu da này cũng thích uống Hennessy.”

Trong khi loại cognac vang danh toàn cầu khởi thủy được nhập khẩu và đam mê ở phương Tây, thì ngày nay, thị trường này đang phát triển vượt trội bởi những thực khách người Việt am hiểu về sản phẩm. Nền kinh tế Việt Nam đang ngày càng phát triển, kéo theo các nhu cầu sử dụng và tiêu thụ các mặt hàng cao cấp nên Hennessy X.O đang ngày càng được

ưa chuộng hơn bao giờ hết.

“Để thưởng thức Hennessy, bạn không cần đến chi dẫn nào cả. Hennessy thích nghi với người uống: tại các quốc gia có khí hậu ẩm áp, bạn có thể thưởng thức Hennessy với đá hoặc một ít nước lọc. Còn tại các quốc gia có đới khí hậu lạnh, bạn chỉ cần giữ ấm ly rượu trong tay,” – Maurice giải thích. “Chúng tôi có thể gợi ý cho bạn loại nước pha phù hợp và trao chiếc ly đựng rượu cho bạn, nhưng không thể nói cho bạn cách uống như thế nào. Hennessy có bí mật của riêng mình, và mọi người sẽ khám phá ra bí mật này trong từng ngụm rượu.”

“Tôi thích thưởng thức Hennessy trước bữa ăn như là một món khai vị, trong hoặc sau bữa ăn... Và bất cứ khi nào ra khỏi nhà, tôi thích uống Hennessy với những kiểu pha chế khác nhau, bởi đó là điều rất vui và ấn tượng, bạn biết đấy, nhưng đặc biệt nước lọc và đá là những thứ kèm theo thật lý tưởng bởi chúng không làm thay đổi vị rượu.”

Giống các thị trường láng giềng, người tiêu dùng Việt Nam đang nhanh chóng trở thành những người sành điệu và am hiểu các xu hướng tiêu dùng cao cấp. Người ta thường thưởng thức một ly Hennessy X.O cùng một điều xì gà.

“Tôi cho rằng rượu Hennessy và xì-gà là hai thứ rất hợp nhau,” – Maurice nói. “Hennessy có một quy trình tương tự như xì-gà: để sản xuất ra xì-



Maurice Hennessy là hậu duệ thuộc thế hệ thứ tám của dòng tộc Hennessy – những người Ireland đến định cư tại Pháp vào năm 1765.

Khí hậu dễ chịu của vùng Cognac thật lý tưởng đối với loại nho trắng Uni Blanc.

LEISURE

Spirits



gà, bạn cần trộn nhiều lá thuốc; và đó là cách trộn thuốc, lá thuốc được chọn theo từng vùng trồng, theo cây...việc pha trộn xì-gà hay pha chế cognac đều là nghệ thuật. Hennessy là thứ rượu lâu năm, dậy men và được chưng cất bởi bàn tay con người, sự pha trộn của 100 eaux – de-vie có từ 15 năm tới 30 năm tuổi. Đó là một thứ thức uống lịch sự và tao nhã.”

Maurice cho rằng một khi Việt Nam đang trên đà phát triển, chúng ta sẽ còn được trải nghiệm văn hóa tiêu dùng cao cấp.

“Người Việt Nam là những người rất trí thức. Bạn có thể nhìn thấy nhiều xưởng vẽ hay phòng tranh của các họa sĩ trên đường phố Hà Nội. Thậm chí ở Paris, mật độ họa sĩ còn không nhiều bằng ở đây,” – ông thốt lên.

“Khi nền kinh tế phát triển tạo điều kiện cho sự nở rộ của văn hóa tiêu dùng cao cấp, tôi hy vọng rằng ở đất nước này bạn sẽ còn được chứng kiến sự thăng hoa của âm nhạc, kịch nghệ và mỹ thuật.”

Thế còn những sở thích cá nhân của Maurice là gì?

“Chiếc áo jacket hiệu Dior, món gỏi đậu que và đậu bo từ nhà hàng Pháp, tờ New York Times bên đĩa điểm tâm ngày Chủ nhật là những thứ không thể thiếu đối với tôi,” – ông trả lời với nụ cười thường trực.

Những thùng đựng rượu Cognac nhiều năm tuổi và chai rượu mạnh được bảo quản trong các hầm rượu như 240 năm về trước.

The Grand Bureau de Degustation là nơi gặp gỡ hàng ngày của nhóm chuyên gia pha chế để thử nghiệm các loại rượu mạnh mà họ sẽ pha chế.

Khách sạn Chateaux de Bagnole thuộc gia tộc Hennessy từ 160 năm nay.