

Nomen est omen?

Hur mycket påverkas du av vinets namn när du köper ett vin, står framför hyllan på Alko och försöker hålla koll på alla faktorer som påverkar ditt val: pris, druva, land, matrekommendation och kanske det där du läst i någon vinspalt eller tycker dig minnas från någon tasting. Du läser och stavar, men påverkas du också av vinets namn? De gamla vinhusen i Europa står gärna med heraldik och långa fina, nästan outtalbara namn som det franska *Albert Bichot Domaine du Pavillon Meursault 1er Cru Les Charmes* eller det tyska *Bürgerspital Würzburger Pfaffenberg Silvaner Trocken*. Tur att man inte behöver be om vinet över disken som förr i världen!

En del namn gör det lätt för oss: julvinet kan heta *Australian Christmas Cabernet Sauvignon* eller *Christmas Tree Riesling*. Då förstår vi att inte spara flaskan till påsken.

Ett fall för sig är vinerna för Finlands nyss avslutade hundraårsjubileum. Alko hade valt ut drycker av olika kategorier med vilka vi skulle fira jubileumsåret. De var lätta att hitta, och sålde antagligen bra. Om vi hellre ville fira med någonting annat kan man sedan diskutera, det är ju smaksak.

Andra producenter väljer att göra det lätt för oss på annat sätt: när vinet heter *Rosemount Seafood Sauvignon Blanc* eller *Rosemount Chicken Chardonnay* kan man inte gärna missta sig på vad det ska serveras till. Detsamma gäller *Gustave Lorentz L'ami des Crustacés Pinot Blanc*: den franskkunniga förstår att vinet är skaldjurens vän. Men skenet kan bedra: *Running Duck Merlot* ska inte nödvändigtvis serveras till anka och *Dark Horse Sauvignon Blanc* är knappast tänkt att drickas till en häststek.

Namnets karaktär kan också indikera något om vinets klass: det är väl inte många av oss som tror att *FlipFlop Californian White* är ett särskilt högklassigt. Detsamma gäller *Thr3 Monkeys Fresh & Fruity White Wine* från Tyskland. Om ordet **Chateau** ingår i namnet förändras vår inställning: kanske är vi beredda att betala lite mer i tron att vi får ett franskt kvalitetsvin. Men hej vad lättbedragna vi är: en sortering i Alkos listor visar att *Château Los Boldos Cabernet Sauvignon 2013* för 8,80 euro kommer från Chile. *Chateau du Pin 2014* kommer faktiskt från Bordeaux och kostar inte mer än 9,59. Alko har 14 franska chateau-viner som kostar över 250 euro (några av dem av aktningsvärd ålder). Det dyraste icke-franska chateau-vinet är *Chateau Musar 2009* från Libanon, som kostar 39,90.

Så vad lära vi av allt detta: Namnet kan leda oss både rätt och fel. Ser vi namnet i sammanhang med den övriga information som finns tillgänglig: pris, druva, region osv så ökar chansen att vi kommer hem med en flaska med välsmakande innehåll. Och det är ju trevligt att ställa fram en flaska med ett välklingande namn och en vacker etikett.