

WINE

Weekly

НОВОСТИ
ВИННЫЕ СОБЫТИЯ
ВИННЫЕ КОНКУРСЫ
ИНТЕРВЬЮ
АНАЛИТИКА
ЭНОТУРИЗМ
ДЕГУСТАЦИИ
ПРОМОАКЦИИ
ВИННЫЕ ВАКАНСИИ

18+

ИНФОРМАЦИОННОЕ ВИННОЕ ОБОЗРЕНИЕ

№ 4 (87)
Май – Июнь 2025

СОБЫТИЯ



Фестиваль «Виноград» побил свой прошлогодний рекорд

Эногастрономический фестиваль «Виноград», который проходил в Великом Новгороде с 7 по 15 июня, побил прошлогодний рекорд посещаемости. За время его проведения было зафиксировано 230 350 посещений и продана 25 661 бутылка вина.

В первый день фестиваля зарегистрировали 60 тысяч посетителей. 12 июня, в День России, показатель повторился. Эти дни стали самыми посещаемыми. Очевидно, что жители города с нетерпением ожидали возвращения фестиваля.

Из общего числа посетителей более трети – 80 тысяч – составили уникальные гости. Для сравнения, население города насчитывает 223 тысячи человек. Значительная часть посетителей прибыла на мероприятие из Москвы и Санкт-Петербурга. За 9 дней фестиваля продали 25 661 бутылку вина. На образовательной площадке «Винология» провели 63 просветительских мероприятия: винные лекции и мастер-классы, винные зарядки и винные медитации, дегустации вина и винное казино.

(Продолжение на стр. 2)

МАКСИМ ТРОЙЧУК: «МЫ СОЗДАЕМ РУССКОЕ НАСЛЕДИЕ БУДУЩЕГО»

2024 год стал триумфальным для «Винодельни Ведерниковъ»: победы на престижных российских и зарубежных конкурсах, а также рекордные продажи на аукционе вин, где бутылка «Красностопа Золотовского» ушла за 750 000 рублей, что принесло звание самого дорогого вина России. Важнейшее событие 2025 года – ребрендинг, который ознаменовал новый этап в жизни винодельни. О том, как изменится стратегия, сохранится ли верность автохтонным сортам и каких инноваций можно ожидать в ближайшем будущем, газете Wine Weekly рассказал генеральный директор винодельческого хозяйства Максим Тройчук.

– Ребрендинг – это не только новый логотип, но и переосмысление позиционирования и стратегии развития бренда. Как изменится философия «Ведерниковъ»? Если раньше акцент был на «возрождении традиций», то теперь – «русское наследие будущего». Что это значит на практике?

(Продолжение на стр. 2)



СОБЫТИЯ



«Балтийский Кубок» вновь выиграл Денис Юрченко

27–28 мая в Санкт-Петербурге проходил XXIII открытый конкурс сомелье «Балтийский Кубок 2025», в котором приняли участие 64 конкурсанта из Петербурга и Москвы, Уфы и Тюмени, Иркутска и Севастополя.

Победу в конкурсе одержал бренд-амбассадор компании Fort Wine Денис Юрченко из Москвы. Его результат – 72,9 %. Это уже вторая победа Дениса на конкурсе. Ранее «Балтийский Кубок» он уже завоевывал в 2021 году. Второе место с результатом 66,3 % занял петербуржец, сомелье ресторана La Vue Леонид Кирсанов. Третье место жюри отдало менеджеру по развитию компании «МАВТ ПРО» Тлегену Омарову из Тюмени, показавшему результат 65,6 %. В прошлом году победу в конкурсе с результатом 74,6 % одержал Максим Гребеник из Екатеринбурга. Второе место, как и в прошлом году, занял бренд-амбассадор компании Fort Wine Денис Юрченко из Москвы. Его результат составил 69,9 %. Третье место завоевал дебютант финала «Балтийского Кубка» Тлеген Омаров из Тюмени, показавший результат 64,6 %.

В АБРАУ-ДЮРСО ОБЪЯВИЛИ ПОБЕДИТЕЛЕЙ КОНКУРСА «ВИННАЯ КАРТА РОССИИ»

В Абрау-Дюрсо завершился второй ежегодный дегустационный конкурс «Винная карта России». Команда жюри, состоящая из действующих шеф-сомелье ведущих ресторанов Москвы, Санкт-Петербурга, Красноярска, Сочи и Краснодара, назвала список лучших отечественных вин.

В число победителей профессионального гида «Винная карта России» вошли 117 образцов: 21 – в категории игристых вин, 7 – в новой категории этого года – розовых игристых, 40 – в категории белых вин, 10 – розовых и 39 – красных.

Целью конкурса является создание уникальной винной карты – профессионального гида по отечественному вину, который станет не только эффективным инструментом и практическим



пособием для профессионалов отрасли, но и информационным ресурсом для туристов, желающих посетить винодельческие регионы России. Конкурс состоял из двух этапов: отборочного и слепых дегустаций. В рам-

ках первого этапа каждый из членов жюри представил свой список из 30 лучших вин, разбив их на четыре категории: белые, красные, розовые, а также игристые белые и розовые вина, созданные по классической тех-

нологии. Если одно и то же вино было указано несколькими членами жюри, оно учитывалось только один раз.

В итоге в финальный список для конкурсных дегустаций вошли 210 образцов вин от 70 виноделен следующих винодельческих регионов: Крым, Краснодарский край, Долина Дона, Дагестан, Северная Осетия – Алания, Самара.

Оценка образцов проходила по международной стобальной системе. На втором этапе слепых дегустаций эксперты оценивали каждый образец по таким критериям, как вкус, аромат, структура и послевкусие. По итогам дегустации были выбраны лучшие вина, которые и составили «Винную карту России» 2025 года. Расположение вин в карте не зависит от занятых мест или набранных баллов. Список составлен по принципу винной карты

ресторана: вина разделены на пять тематических блоков, где внутри каждого сгруппированы по сортам или стилям. Все финалисты конкурса являются равными победителями.

В команду жюри входили: Арина Герасимова (ресторан Olusco, Москва), Артем Самойлов (ресторанная группа Folk Team, Москва), Алексей Заверткин (ресторан «Белуга» со звездой Michelin, Москва), Анастасия Гаврилова (ресторан BARCA, Санкт-Петербург), Мария Каримова (ресторан «Ретэй» и кафе «Краснодар», Краснодар), Максим Кочнев (ресторан «Баран-Ратан», Сочи), Александр Кожуховский (BELLINI GASTRONOMIC ECOSYSTEM и Институт гастрономии, Красноярск) и Светлана Ломсадзе (ресторанные проекты «Абрау-Дюрсо»).

Подробнее о результатах конкурса: <https://docs.yandex.ru/docs/>

СОБЫТИЯ



Vinitaly Kazakhstan Roadshow возвращается в Алматы

7 июля 2025 года в Алматы, в отеле Rixos Hotel, уже второй год подряд Veronafiere проведет салон итальянских вин Vinitaly Kazakhstan Roadshow 2025, организованный при содействии официальных представителей Италии в Казахстане и при информационной поддержке Italian Wine Podcast.

В программе мероприятия круговая дегустация (Walk Around Tasting) и мастер-классы, которые позволят познакомиться с текущими трендами итальянских вин и расширить винную линейку виноторговых компаний, а также впервые конкурс Italian Sommelier Challenge, организованный в сотрудничестве с университетом CAWU и винной школой IWINE, финал которого станет кульминацией предстоящего мероприятия и вызовом для профессионалов и энтузиастов, увлеченных итальянским вином.

В первом выпуске Roadshow приняли участие 45 экспонентов (9 местных импортеров и 36 итальянских производителей). Гости мероприятия могли продегустировать 260 вин из 12 регионов Италии, произведенных 78 винодельнями. Программа включала также 4 мастер-класса на русском языке, которые посетили 125 профессионалов отрасли.

Казахстан, и особенно Алматы, быстро становится одним из самых интересных направлений для любителей вина в регионе. В ближайшие годы ожидается значительный рост казахстанского винного рынка, поскольку вкусы потребителей развиваются, а интерес к качественным винам продолжает расти.

МАКСИМ ТРОЙЧУК: «МЫ СОЗДАЕМ РУССКОЕ НАСЛЕДИЕ БУДУЩЕГО»

(Продолжение. Начало на стр. 1)

– Мы по-прежнему считаем автохтонные донские сорта основой идентичности бренда, неизменной частью ДНК «Ведерниковъ». Именно мы первыми в России начали двигаться в этом направлении и оставались верными выбранному пути на протяжении 20 лет.

Что касается новой формулы – «русское наследие будущего», то мы всегда придерживались такой позиции, не раз говорили, что работаем в старейшем терруаре России с непрерывной традицией виноградарства и виноделия. У нас богатое прошлое, полное достижений и побед. И мы ставим себе не менее амбициозные цели. Россия обладает уникальным историческим наследием в винодельческом плане, которое ставит ее в один ряд с самыми значимыми мировыми культурами. Современное российское виноделие – это новый повод для гордости. Мы верим в свое дело. А потому убеждены, что именно нам предстоит создавать винное «новое русское наследие». В сочетании наследия и будущего – наша изначальная аутентичность. Теперь мы сформулировали ее более точно, выбрав четко вектор развития.

– Чем было обусловлено проведение ребрендинга?

– Мы создали стратегию, которая в будущем поможет реализовать наши цели, а именно сделать «Винодельню Ведерниковъ» синонимом такого понятия, как «премиальное российское виноделие». Для этого мы фокусируемся на ключевых элементах – автохтонных (аборигенных) сортах, потенциале к дальнейшей выдержке у производимых вин и их международном уровне.

Сейчас мы наглядно обозначили виды продукции. Раньше существовала одна основная линейка. Теперь весь ассортимент разделен на четыре категории: «Ведерниковъ», «Винодельня Ведерниковъ», «Винодельня Ведер-



никовъ. Резерв» и флагман – «ВВЪ» («Винодельня Ведерниковъ. Твердый знак»). Каждая из них получила узнаваемый образ.

Формально разграничение присутствовало и ранее, но оно оставалось размытым. Если раньше оформление было приближено к общенациональной эстетике, то теперь оно отражает именно локальную принадлежность – культуру и природу Дона. Также мы придали визуалу более современный вид.

Аллегорией новой эры «Винодельни Ведерниковъ» стал логотип в виде летящего жаворонка. Птица, часто встречающаяся в донских сказаниях,

символизирует свободу степей и бесконечное движение. Надпись бренда выполнена вручную в старорусском стиле, что подчеркивает связь с историей старейшего терруара России и отражает дух свободы, силу природы Дона и символизирует обновление.

– Твердый знак в названии – это отсылка к дореволюционной орфографии. Почему решили подчеркнуть именно эту деталь?

– Он существует в названии с 2005 года и символизирует нашу русскую самобытность. Уникальная русская буква, несущая в себе глубокий смысл, в старославянском языке обозначала слова мужского рода. С одной стороны,

она олицетворяет твердость нашего характера и ту суровость условий, в которых нам приходится работать. С другой – это своеобразный символ стойкости и преодоления, ведь, несмотря на все сложности «северного» укывного виноградарства, мы создаем одни из лучших вин России.

Твердый знак в названии не просто деталь, а выражение нашей позиции: мы сохраняем верность традициям, но при этом уверенно смотрим в будущее. Он отражает и нашу приверженность русским корням, и ту решимость, с которой мы идем вперед в своем деле.

– Что собой представляет линейка «Твердый знак»? В ней будут ку-

ФЕСТИВАЛЬ «ВИНОГРАД» ПОБИЛ СВОЙ ПРОШЛОГОДНИЙ РЕКОРД

(Продолжение. Начало на стр. 1)

Спикерами выступили профессиональные сомелье, винные эксперты, представители науки и винодельческой индустрии, включая винного эксперта международного уровня Карину Согоян, старшего научного сотрудника лаборатории химии и биохимии Института Магарача Нонну Гниломедову, руководителя комитета Федерации рестораторов и отельеров Юрия Юдича, преподавателя школы сомелье Светлану Великанову, главного эксперта по коллекционному вину «Массандры» Елену Батрак, винного блогера Маргариту Ковецкую, винного журналиста Юлию Макарову и других. Мероприятия «Винологии» и мастер-классы семейной зоны прошли при поддержке научного партнера фестивалей «Виноград» – Национального исследовательского

центра «Курчатовский институт».

На фестивале были представлены около 30 винодельческих брендов из практически всех винных регионов страны: Краснодарского края, Крыма, Ростовской области, Дагестана, Ставропольского края, Самарской области. Гости могли попробовать продукцию таких винодельческих предприятий, как «Кубань-Вино», «Табия», «Аратти», «Солнечная Долина», «Винодельня Жаков», «Дача Сердюка», «Завод марочных вин «Коктебель», «Винодельня Щербина», «Винодельня Дороховых», «Темеринда», «Шато Дюрсо», «Усадьба Меркотан», «Семейная винодельня Литавщук», «Винодельня Антоненко», «Собер Баш», «Винный форт Адагум», Winemafia, «Массандра», «Инкерман», «Два Петра», «Дербент-Вино», «Агролайн», Denisov Winery, «Цимлянские вина», «Усадь-

ба Владимирская», «Бельбек», Alma Valley, а также проекта «Большое русское вино».

Фестиваль был разделен на зоны «Кубань», «Кавказ», «Дон» и «Крым». В каждой были представлены винодельни соответствующего региона, а также гастрономические проекты со всей России: псковские улитки и чебуреки, горячечные сладости, кубанские сыры, анапские шашлыки, морепродукты и фрукты. Великий Новгород предложил гостям местные сыры, разнообразные колбасы и мясные деликатесы, дары леса, продукты из дичи, рыбу на мангале и блюда, приготовленные по старинным русским рецептам.

Каждая зона фестиваля также включала определенное культурное направление: театр, кино, живопись и музыку. Ежедневно в программе были живая музыка, спектакли, пер-

формансы, гастрешоу, творческие вечера и уроки винной живописи. Работали семейная зона и безалкогольная площадка с научными активностями и развлечениями для детей. Гости «Винограда» смогли побывать на стилизованной кавказской свадьбе с национальными костюмами, танцами и вином, а также принять участие в кулинарных мастер-классах и гастрешоу от шеф-поваров ресторанов Великого Новгорода.

«Виноград» – это фестиваль эногастрономической культуры, который знакомит гостей с российским вином – элегантно, утонченно и интеллектуально. В прошлом году фестиваль в Великом Новгороде привлек 230 тысяч посетителей, а продажи вина превысили 22,5 тысячи бутылок.

«Виноград» проводится уже пятый год в разных городах России. В этом году фестиваль стартовал в Великом

Новгороде 7–15 июня, после чего переместился в Псков (28 июня – 6 июля), затем посетит Новый Уренгой (19–27 июля), далее состоится в Екатеринбурге (9–17 августа) и завершится в сентябре в Анапе (даты будут объявлены дополнительно).

Организатором фестивалей «Виноград» является НИЦ «Курчатовский институт». Официальный партнер – ПАО «Банк ПСБ». Проведение фестиваля в Великом Новгороде осуществлялось при поддержке Правительства Новгородской области.

Мероприятие проходит при поддержке Ассоциации виноградарей и виноделов России. Организационными операторами фестиваля выступили Областное автономное учреждение культуры и искусства «НОТКА» и Национальное агентство маркетинга российского вина (НАМ «Российского вина!»).



пажированные или моносортные вина?

– Исторически премиальная линейка «Ведерниковъ» строилась на моносортных винах. Это вполне логично, ведь в основе нашей философии лежит работа с автохтонными сортами. Они по-прежнему малоизвестны, многие потребители никогда их не пробовали. Поэтому мы сознательно даем возможность познакомиться с каждым сортом в чистом виде – чтобы сформировать понимание их индивидуального характера.

Со временем у нас появилась амбициозная задача – создать уникальный продукт, который занял бы особое, эксклюзивное место в нашей линейке. Так родилась концепция проекта.

Что касается линейки «Винодельня Ведерниковъ. Твердый знак», то она стоит особняком и привлекает внимание совершенно другим визуальным стилем. Изначально так и задумывалось, чтобы это вино стало вершиной нашей пирамиды и принципиально отличалось от других линеек. В нем должно было быть все иначе – и оформление, и позиционирование.

Рецептура особых блендов создавалась на протяжении нескольких лет путем экспериментов с разными виноградниками, сортами и ассамбляжами резервных вин разного срока выдержки. Ключевой посыл линейки «Винодельня Ведерниковъ. Твердый знак» – показать потенциал премиаль-

ного виноделия России: как исконно русские сорта, растущие на своих собственных корнях, могут удивлять.

Это ассамбляж наших основных красных сортов: Красностопа Золотовского, Цимлянского Черного и Каберне Совиньона. Мы собрали в этом вине все лучшее, что умеем делать с ними. Каждый из сортов дает свой характер:

Красностоп – структуру и танины, Цимлянский Черный – ту самую «донскую» ягодность, а Каберне добавляет сложности во вкусе и аромате. Вместе они создают узнаваемый стиль, который мы хотели получить в особой линейке.

– **Вы и ваши коллеги делаете акцент на автохтонных сортах, но**

я вижу, что регулярно появляются и международные. Планируете ли расширять международное направление или акцент останется на донских автохтонах и сортах советской селекции?

– Теперь у нас не будет моносортных вин из европейских сортов винограда. Но международные сорта могут присутствовать в купажах. Посадки международных сортов собираемся расширять – фактически это уже происходит. В 2025 году мы заложили новый участок Каберне Совиньона – прекрасное место, которое потенциально станет одним из наших лучших виноградников красных сортов. Однако о массовых посадках французских или итальянских сортов речи не идет.

Грядущей осенью либо следующей весной планируем посадки на значительной площади. Там появятся и наши автохтоны, и международные сорта, и морозоустойчивые гибриды.

Важно понимать: основой наших виноградников всегда будут оставаться донские сорта, несмотря на то что некоторые международные сорта тоже давно стали неотъемлемой частью нашего терруара.

– **Максим, если у меня правильные данные, сейчас у вас 231 гектар виноградников, и это без учета новых посадок Каберне Совиньона, верно?**

(Продолжение на стр. 4)



НОВОСТИ

В Крыму назвали лучших винных гидов России

21 апреля 2025 года на территории головного завода «Массандра» состоялся финал 2-го Конкурса винных гидов.

Состязания лучших винных гидов России проходили в несколько этапов. С 23 февраля по 8 марта проводился сбор заявок и эссе от потенциальных участников конкурса. Далее с 13 по 16 марта проходил отборочный этап, в ходе которого конкурсанты показывали свои знания в формате онлайн. Несколько десятков участников продемонстрировали свои знания и профессиональные навыки. С каждым новым этапом конкурс становился чем-то большим, чем просто соревнование.

Площадкой для итоговых испытаний выступил Головной завод «Массандра», что как нельзя лучше отразило тему этого года «Традиции и инновации». Нововведением также стало проведение полуфинала в форме винного квиза от сообщества «Вино и люди». В финале участникам предстояло экспромтное задание – провести экскурсию для специализированной группы: архитекторы, агрономы, историки, коллекционеры. Усложняло задачу присутствие в экскурсионной группе особого стресс-фактора – от ребенка до ведущего прямой эфир блогера и падающего в обморок человека с тревожным расстройством.

Представители жюри во главе с Александром Ставцевым отметили высокий профессиональный уровень конкурсантов, умение адаптироваться под запрос аудитории, эмоциональный интеллект и коммуникационные навыки каждого из участников.

Итоги 2-го Конкурса винных гидов:

1-е место – Анастасия Грицунова, гид винодельни «Скалистый берег»;

2-е место – Анастасия Камышева, независимый участник, г. Севастополь;

3-е место – Антонина Дубровина, гид WINEPARK.

3-й Конкурс винных гидов пройдет через год на территории Краснодарского края.

В МОСКВЕ ПОКАЗАЛИ ЭТАЛОННУЮ ПОЛКУ РОССИЙСКОГО ВИНА

В рамках «Недели российского ритейла» прошла презентация обновленного гайдлайна всероссийской акции «Дни российских вин». Акция организована Минпромторгом России, Минсельхозом России и Роскачеством, проходит дважды в год при поддержке Российской ассоциации экспертов рынка ритейла, Ассоциации виноградарей и виноделов России и Россельхозбанка.

Новый гайдлайн учитывает сезонность спроса на разные категории вина при формировании выкладки. Так, в осенний этап проведения акции выкладка будет составлена с учетом предпочтений потребителей в холодный сезон, которые традиционно предпочитают красные вина осенью и зимой. Это не

только облегчит выбор самим потребителям, но и даст дополнительный стимул к росту спроса на красные вина, который перераспределяется с ростом популярности белых, розовых и игристых вин.

«Отрадно, что в последние годы мы видим большой всплеск интереса к российским товарам, которые раньше практически не были представлены на рынке. Один из таких товаров – это российское вино. Несколько лет назад сложно было представить, что российское вино может занимать до 50% объема продаж, а сегодня эта планка уже пройдена. Это говорит о том, что российское вино становится узнаваемым и котирующимся у потребителей брендом», – отметил статс-секретарь – заместитель министра промышленности и торговли Российской Федерации Роман Чекушов.



Также в ходе мероприятия была представлена эталонная полка российского вина.

«В этом году Роскачество отмечает свое 10-летие. Восемь из них мы совместно с отраслевыми регуляторами и союзами проводим всероссийскую акцию «Дни российских вин», которая является одним из самых эффективных инструментов продвижения отечественной винодельческой продукции. Вина, тщательно

отобранные в рамках формирования «Винного гида России», в эти дни активно продвигаются в ресторанных и торговых сетях. Опрос Центра изучения потребительского поведения Роскачества показывает, что 60% россиян выбирают российское вино, ориентируясь на такие промо-программы, на качественное представление вина различных регионов и торговых марок на полках торговых точек нашей страны. Сегодня мы представили не только новый дизайн самой акции «Дни российских вин», учитывающий сезонность спроса, но и эталонную полку российского вина, которая станет ориентиром для всего ритейла и будет способствовать реализации цели по импортозамещению и продвижению качественной российской продукции», – подчеркнул руководитель Роскачества Максим Протасов.

«Российское виноделие активно развивается, завоевывает сердца потребителей и становится все более инвестиционно емким направлением. Только за последние 5 лет Россельхозбанк направил на его поддержку порядка 21 млрд рублей. Однако у виноделия огромный потенциал роста. На ближайшие 5-7 лет мы видим потенциал удвоения площадей виноградников в России. Это потребует, по нашим оценкам, финансирования в размере 350-400 млрд рублей. РСХБ готов удовлетворить соответствующие запросы производителей», – подчеркнул заместитель председателя правления Россельхозбанка Денис Константинов.

Эталонная полка российского вина была сформирована Роскачеством совместно с Х5 и торговой сетью «Перекресток» при экспертной поддержке РАЭРР.

СОБЫТИЯ



«Абрау-Дюрсо» вступит в Ассоциацию эногастрономического туризма БРИКС

Об этом сообщил владелец группы компаний «Абрау-Дюрсо» Борис Титов в ходе ежегодной встречи министров туризма стран БРИКС в Бразилии, где российская делегация выступила с предложением создать Ассоциацию эногастрономического туризма, которая усилила бы отраслевое сотрудничество между представителями государственного и частного сектора в виноделии.

Во всем мире виноделие дарит дополнительную возможность для привлечения туристов, а энотуризм, в свою очередь, способствует росту винных хозяйств. Эта тенденция в высшей степени характерна и для современной России. Мы видим все больше виноделен, которые поражают не только высоким качеством своей продукции, но и архитектурными решениями, красотой и антуражем. Преобразуются крупные хозяйства, появляются небольшие предприятия и новые туристические маршруты.

«Наши партнеры по БРИКС – Бразилия и ЮАР – имеют большой опыт в эногастрономическом туризме, так что обмен опытом нам очень пригодится», – отметил Титов. – Некоторые российские винодельческие предприятия, включая «Абрау-Дюрсо», уже являются членами Всемирной организации винного туризма (GWTO), и мы с удовольствием присоединимся к новому профессиональному объединению.

Винный туризм развивается тем успешнее, чем шире синергия между участниками отрасли. Иначе говоря, несколько виноделен, объединенных в одну «туристическую тропу», на рынке сильнее вместе, чем каждая порознь».

МАКСИМ ТРОЙЧУК: «МЫ СОЗДАЕМ РУССКОЕ НАСЛЕДИЕ БУДУЩЕГО»

(Продолжение. Начало на стр. 1 – 3)

– Да, так и есть. Общая площадь должна вырасти примерно до 250 гектаров. Каберне Совиньона у нас около 11 гектаров.

– Теперь давайте перейдем к вопросу посадочного материала, то есть саженцев. Раньше вы предпочитали использовать корнесобственные лозы. Сохранится ли эта политика?

– Последние несколько лет мы сажаем Красностоп, Цимлянский Черный и Сибирьковский только в привитом виде. У нас были веские причины для такого решения – оно тщательно взвешено и обосновано. Корнесобственные виноградники отличаются значительно меньшей продуктивностью, чем привитые. Таким образом, работая с корнесобственными лозами, мы не можем управлять урожайностью. До 2017 года мы использовали на укрывных виноградниках исключительно «старую» одностороннюю веерную формировку. Из-за присущих ей особенностей срок эксплуатации лоз, посаженных таким способом, ограничен примерно 25 годами, далее следует раскорчевка. С 2017 года в нашем хозяйстве внедряются новые, более современные формирования, срок эксплуатации которых технически не ограничен. При сроке эксплуатации 25 лет фактором филлоксеры еще можно пренебречь, но, когда срок эксплуатации не ограничен, мы должны быть уверены, что сажаем максимально здоровые виноградники. Однако корнесобственный виноград полностью не исчезнет с наших виноградников. Привитые растения будем использовать преимущественно с целью создания более массовых линейек.

– То есть появятся, возможно, какие-то отдельные участки – своего рода кроу? И с них станут делать отдельные вина?

– Да, это будут специально изолированные участки, где мы хотим сохранить нашу уникальную историческую

традицию. Несмотря на то что переход на привитую культуру обоснован со всех практических точек зрения, нам очень не хотелось бы терять эту изюминку, особенность, которая делает нас уникальными.

– Что касается саженцев – с кем вы сейчас сотрудничаете? Ведь не все питомники предлагают автохтонные сорта. Как вы решаете этот вопрос?

– Когда мы начали переходить на привитую культуру, сначала работали с местным питомником – КФХ «Зареченский А. Е.». Александр Евгеньевич – довольно известный на Дону производитель саженцев. Важно подчеркнуть, что весь посадочный материал – чубуки – мы заготавливали исключительно со своих виноградников. Так что генетика привоя полностью аутентична. Это наша уникальная «ведерниковская» селекция.

В последнее время произошли изменения. В составе Группы компаний «Абрау-Дюрсо» появился собственный питомник – агрофирма «Юбилейная», которая уже показала первые успехи, в том числе в работе с нами. Мы планируем в приоритетном порядке сотрудничать именно с ней – современным, технически оснащенным питомником с квалифицированными специалистами.

– Давайте поговорим о донском терруаре. Вы отмечали, что он один из наиболее сложных в России. Ведь укрывное виноградарство неизбежно влечет дополнительные затраты и сложности. Помимо объективных трудностей, какие преимущества вы видите в суровом, но чрезвычайно интересном климате? И как его особенности отражаются в характеристиках ваших вин?

– Если рассуждать о преимуществах, то они действительно существенны. Говоря простым языком, наш климат позволяет выращивать виноград высочайшего качества. Для лозы неважно,



что происходит вне вегетационного периода. Ключевое значение имеет именно период активной вегетации – от распускания первых почек весной до сбора урожая. То есть те климатические условия, что складываются с середины апреля по середину октября, являются определяющими.

В этот период наш климат по своим параметрам сопоставим с лучшими винодельческими регионами – Калифорнией, Южной Италией, Испанией. Присущие нашему региону суммы эффективных температур позволяют почти каждый год достигать выдающихся показателей фенольной

В МОСКВЕ ПРЕДСТАВИЛИ ЛУЧШИЕ ВИНА «ВИННОЙ КАРТЫ РОССИИ 2025»



28 мая в ресторане Niki в Москве состоялся праздничный ужин, посвященный итогам конкурса «Винная карта России 2025». Мероприятие собрал ведущих экспертов отрасли: сомелье и виноделов, представителей СМИ и блогеров – вместе они чествовали лучшие вина России, формирующие облик современного виноделия нашей страны.

Конкурс «Винная карта России» во второй раз выступил инициатором создания профессионального гида по отечественным винам. Мероприятие открыло объявление итогов конкурса – в этом году он собрал 70 виноделен из ключевых винных регионов страны: Крыма, Краснодарского края, Долины Дона, Дагестана, Северной Осетии – Алании и Самары. В число победителей вошли 117 винных образцов, выбранных жюри на осно-

вании слепой дегустации. Формировали «винную карту» шеф-сомелье ресторанов Москвы, Санкт-Петербурга, Красноярска, Сочи и Краснодар. На торжественном ужине члены жюри представили своих фаворитов среди победителей конкурса. Всего в список вошло 8 вин:

- **Арина Герасимова** (шеф-сомелье ресторана Olluco, Москва) отметила игристое вино Cuvée Alexander II от «Абрау-Дюрсо».
- **Анастасия Гаврилова** (шеф-сомелье ресторан BARCA, Санкт-Петербург) выбрала игристое брют розе от «Винодельни Узунов».
- **Светлана Ломсадзе** (бренд-шеф-сомелье ресторанных проектов «Абрау-Дюрсо») выделила среди всех вин белое Педро Хименес от «Агролайн».
- **Александр Кожуховский** (бренд-шеф BELLINI GASTRONOMIC ECOSYSTEM и Института гастрономии, Красноярск) остановил свой выбор на изысканном белом LeGato Шардоне 2023.

- **Максим Кочнев** (шеф-сомелье ресторана «Баран-Рапан», Сочи) выделил вино «Николаев и Сыновья. Полет шмеля».
 - **Артем Самойлов** (шеф-сомелье ресторанный группы Folk Team, Москва) открыл для себя красное вино из Крыма – Gavras Estate Karmir.
 - **Мария Каримова** (шеф-сомелье ресторана «Ретэй» и кафе «Краснодар», Краснодар) рассказала о своем фаворите – вине «Галицкий и Галицкий» Неббиоло 2021.
 - **Алексей Заверткин** (шеф-сомелье ресторана «Белуга» *Michelin, Москва) выделил красное сухое вино «Винодельня Ведерников». Твердый знак.
- В течение вечера гости получили возможность почувствовать себя членами жюри конкурса и продегустировать вина-победители, оценить их качество и разнообразие. За гастрономическую часть вечера отвечал Михаил Романов, шеф-повар ресторана

современной русской кухни от Lucky Group – Niki. «Я всегда с восхищением относился к сомелье – к тем, кто способен прочесть в бокале вина целую историю, уловить нюансы. Конкурс «Винная карта России» – это не только ежегодное уникальное исследование состояния отечественного виноделия, но и инструмент развития винного туризма. Сегодня отечественный рынок гастрономического туризма, частью которого является посещение виноделен и отечественных терруаров, растет, по нашим оценкам, на 14–16% в год. И, конечно, мы бы хотели, чтобы у наших туристов была возможность пробовать лучшие вина в поездках по России, поэтому мы планируем рекомендовать членам Российского союза туристической сферы лучшими отечественными винами в качестве практического пособия в работе с гостями», – прокомментировал событие президент РСТ Илья Уманский.

зрелости винограда. Безусловно, в России существуют и другие подобные зоны – Южный берег Крыма, Геленджик, но там присутствуют свои специфические проблемы, которых мы лишены. Приморское расположение этих регионов нивелирует суточные колебания температур, тогда как у нас в августе – сентябре перепады достигают значительных величин. Именно континентальный климат обеспечивает тот самый баланс в созревании винограда в завершающей фазе вегетации.

Особого внимания заслуживает уникальность ведерниковского терруара. Если рассматривать его в узком смысле – как совокупность почвенных характеристик, то необходимо отметить исключительную пригодность для производства белых и, как следствие, игристых вин. Морской ракушечник, составляющий основу подстилающих пород, дарит винам ту самую изысканную минеральность, которая так ценится в белых винах премиального сегмента.

Хутор Ведерников обладает по-настоящему универсальным терруаром. С одной стороны, мы имеем избыток солнечной инсоляции, обеспечивающий безупречное созревание красных сортов. С другой – уникальные почвенные условия, создающие идеальную основу для белых вин. В сочетании с выраженными суточными колебаниями температур в критически важный период созревания, это создает поистине уникальные условия для виноделия. Технические сложности укрывного виноградарства – это, если угодно, разумный компромисс за возможность работать с таким исключительным терруаром. Не зря же еще в 1756 году в журнале при Петербургской академии наук писали, что в Ведерниках научились делать очень хорошие вина.

– Можно сказать, что виноград благодарит виноградарей за ту исключительную заботу, которую они проявляют в процессе укрывания. Вы согласны?

– Абсолютно. Но, знаете, укрывка – это не самая большая сложность. Парадоксально, но главная проблема кроется как раз в обратном процессе – в раскрытии виноградников. Технологически укрыть лозу значительно проще, чем правильно и своевременно ее раскрыть.

Основная сложность в том, что весной мы оказываемся в жесточайшем временном цейтноте. Климат у нас крайне непредсказуем: сегодня в марте может быть +5...7 °C, а уже завтра столбик

термометра взлетает до +17...20 °C. И вот тогда начинается настоящая гонка: нужно мгновенно раскрыть виноград, провести обрезку (ведь на зиму мы оставляем многие лозы необрезанными), оперативно подвигать виноград, выращиваемый в старой формировке.

Несмотря на то что мы привлекаем дополнительные бригады, завозим сезонных рабочих, нам практически никогда не удается выполнить все работы в оптимальные сроки. Сегодня у нас более 200 гектаров укрывных лоз



– и это, пожалуй, физический предел для нашего хозяйства при текущем количестве персонала. Главный вызов укрывного виноградарства именно в этом – необходимо выполнить колоссальный объем работ в экстремально сжатые сроки.

Есть еще одна проблема, характерная для нашей климатической зоны. Речь о возвратных заморозках в конце апреля – начале мая. К счастью, это происходит не каждый год, но с пугающей регулярностью. Одна ночь с отрицательной температурой – и мы фиксируем серьезный ущерб. Масштабы варьируются, но потери урожая неизбежны. Для северных виноградарских регионов вроде Ростовской или Волгоградской областей такая проблема стоит особенно остро – в отличие от приморских терруаров, где смягчающее влияние моря дает определенную защиту. Мы научились с этим работать, но полностью нивелировать риски пока невозможно.

– Давайте обсудим техническое переоснащение винодельни. Какие изменения уже реализованы и что планируется в ближайшей перспективе?

– Перемены действительно произошли, причем для нас они носят

революционный характер. Впервые за всю историю хозяйства мы начали розлив тихих вин непосредственно в хуторе Ведерников. Новейшая линия розлива была запущена на винодельне в конце марта.

– Какие дальнейшие шаги по модернизации предусмотрены?

– Мы планируем поэтапное обновление производственной площадки в Ведерниках. В настоящее время ведутся работы по оборудованию склада контрольной выдержки. Что касается

новые каналы, приобрести билет и приехать к нам. В прошлом году мы приняли немало гостей, в нынешнем – ожидаем еще больше. У нас прекрасный экскурсовод, иногда экскурсии провожу лично я. Это направление действительно развивается, хотя впереди еще много работы – и по популяризации, и по развитию инфраструктуры.

– Какая инфраструктура для туристов существует сейчас? И какие программы доступны?

– Хорошо продумана инфраструктура для гостей: оборудован маршрут с понятными визуальными обозначениями, где все объяснено – что где находится и почему устроено именно так. И наша особая гордость – чудесная квадросфера, уникальная деревянная конструкция с изысканным шатром, где одновременно могут с комфортом разместиться до 24 человек. Мы специально подготовили это пространство для особых моментов.

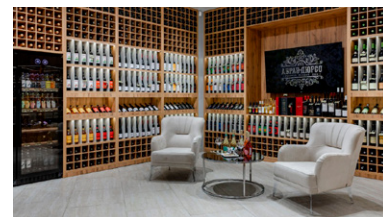
– После ребрендинга вы сказали: «Мы создаем наследие будущего». Какой вы видите «Винодельню Ведерников» через пять-десять лет?

– Пять лет не такой большой срок в нашем бизнесе. Если сегодня посадить виноградник, то только через пять лет можно получить с него первый по-настоящему серьезный урожай.

В ближайшие пять лет мы продолжим делать лучшие вина из автохтонных сортов в России. Будем оттачивать технологии работы с Красностопом, Сибирьковым. Уверен, нас еще ждут интересные открытия с Цимлянским Черным – более пластичным сортом, дающим простор для экспериментов.

Что касается конкретных прогнозов, то у нас будет больше Сибирькового, чем когда-либо раньше, и больше Цимлянского Черного. Это важно, потому что Сибирьковый – дефицитный сорт как для нас, так и для рынка. Мы уже посадили новые участки два-три года назад и скоро ждем результата. Наших тихих вин из Сибирькового мы могли бы продавать вдвое больше, если бы было вдоволь сырья. А ведь, кроме того, с ним так хочется поэкспериментировать, попробовать разные стили! Я называю нас «виноцентричной» винодельней, ведь производство вина максимально возможного качества всегда было нашей миссией и основой идентичности. Я уверен, что со временем «Ведерников» превратится в точку притяжения для туристов со всей России и не только, но в первую очередь наше имя все равно будет ассоциироваться с вином наивысшего стандарта.

НОВОСТИ



В Сочи открылось Ателье вина «Абрау-Дюрсо»

В Сочи открылось Ателье вина «Абрау-Дюрсо». Первый такой магазин появился в Москве в 2009 году. За 16 лет количество розничных точек в России достигло 23.

Ателье вина «Абрау-Дюрсо» в Сочи – стало первым на курорте. Это значимый шаг в развитии собственного ритейла компании на Черноморском побережье.

Главной гордостью пространства являются редкие тиражи и лимитированные коллекции, которые можно купить исключительно в сети «Ателье вина». Многие из них удостоены множества наград на престижных международных и российских дегустационных конкурсах. Сотрудники ателье – настоящие винные гиды, способные увлечь даже новичка, а знатоку – открыть новые грани знакомых вкусов.

На площади 200 квадратных метров представлены несколько сотен позиций – не только продукции «Абрау-Дюрсо», но и других российских виноделен. Помимо широкого ассортимента, сочинское Ателье вина отличается изысканным интерьером, где каждая деталь напоминает о многолетних традициях виноделия. В бутике использованы фирменные элементы декора, характерные для всей сети: стеллажи из натурального дерева, панно из бутылок, а также винные бочки.

С открытием сочинского Ателье вина «Абрау-Дюрсо» делает очередной шаг навстречу своим потребителям, создавая точку притяжения для тех, кто ценит отечественное виноделие и готов исследовать его новые грани. Сочи стал 14-м городом в сети Ателье вина «Абрау-Дюрсо». Бутик расположен по адресу: ул. Московская, д. 13, в 10 минутах ходьбы от железнодорожного вокзала и Музея истории города-курорта.

«ПРОДЭКСПО-2026» ПЕРЕЕЗЖАЕТ В ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР «КРОКУС ЭКСПО»

33-я международная выставка продуктов питания, напитков и сырья для их производства «Продэкспо-2026» сменит свое традиционное место проведения и будет проходить с 9 по 12 февраля 2026 года в Москве, но не в «Экспоцентре», а в МВЦ «Крокус Экспо» (65–66 км МКАД, станция метро «Мякинино»).

«Мы наконец можем объявить сроки и место проведения «Продэкспо-2026», – говорит руководитель Дирекции выставок пищевой промышленности АО «Экспоцентр» Татьяна Пискарева. – Это давно ожидаемая продовольственной индустрией информация. Заявки на участие поступали уже с февраля, причем довольно активно. Было и много вопросов о месте и времени проведения. Спасибо всем участникам за терпение и доверие».



В 2026 году выставка «Продэкспо» будет организована в привычном масштабе, со всеми востребованными тематиками, включая продукты питания, напитки, алкоголь, табак, органик-продукцию, халяль-продукцию, оборудование, упаковку и упаковочные реше-

ния, стеклотару и ингредиенты. Команда «Экспоцентра» намерена воссоздать комфортную атмосферу для делового общения участников и посетителей выставки на новой площадке. «Чтобы предоставить всем экспонентам желаемые возможности для

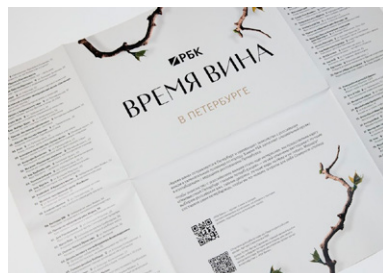
реализации бизнес-задач, – подчеркивает Татьяна Пискарева, – прошу обратить внимание, что заявки на участие в «Продэкспо-2026» принимаются до 10 июня. Очень прошу всех представителей бизнеса внимательно отнестись к этой информации. Колоссальный опыт «Экспоцентра» и отточенная десятилетиями технология организации успешных выставок каждый раз неизбежно подтверждают, что своевременно поданная заявка – первый и, пожалуй, самый важный шаг. Чтобы создать максимально комфортную среду для коммуникации бизнеса, нам необходимо изначально учитывать все запросы и пожелания участников».

По данным Общероссийского рейтинга выставок, «Продэкспо» лидирует по размерам выставочных площадей, профессиональному интересу, международному признанию и охвату рынка.

Выставка охватывает все сегменты продовольственной индустрии и является эффективной деловой площадкой для производителей и поставщиков продуктов питания и напитков для закупщиков федеральных и региональных сетей, маркетплейсов, розничной торговли, а также профессионалов ресторанного бизнеса и сетей общественного питания, корпоративных закупщиков и представителей власти.

Организатором выставки является АО «Экспоцентр» – ведущий российский конгрессно-выставочный оператор, организатор крупнейших в России, странах СНГ и Восточной Европы выставок и конгрессов. «Продэкспо» проводится при поддержке Министерства сельского хозяйства РФ, Министерства промышленности и торговли РФ, под патронатом Торгово-промышленной палаты (ТПП) РФ.

СОБЫТИЯ

В Санкт-Петербурге
наступило «Время
вина»

2 июня в Санкт-Петербурге, в преддверии Петербургского международного экономического форума (ПМЭФ), стартовал проект «Время вина в Петербурге», организованный РБК совместно с двенадцатью ресторанами Северной столицы.

В течение всего июня гости и жители города смогут познакомиться с лучшими винами из первого совместного «Гида по российским винам» Артура Саркисяна и РБК. Сомелье каждого ресторана предложат гостям познакомиться с винами из специальной винной карты и лучшими гастрономическими сочетаниями к ним.

Также в рамках этого проекта «РБК Вино» предлагает превратить знакомство с российским вином в увлекательный променад. Гид Юлия Тарнавская и команда «РБК Петербург» составили карту «Неизвестный Петербург глазами петербуржцев». Карта – это прогулка по городу глазами самих жителей, созданная для того, чтобы по-новому открыть для себя Северную столицу. На ней отмечены рестораны с хорошим выбором российских вин, тайные дворики, лучшие виды на Неву и не только. На маршруте представлено 75 интересных локаций в разных районах.

В тематическом винном фестивале участвуют двенадцать ресторанов: Café Claret, Regions, Jerome Ristorante, Vino & Voda, Inner, Futurist, Kira Restaurant, Hunt, Sea, Signora, Marco Polo, Harvest, кафе «Академия» от «Подписных изданий». Вина из специальной винной карты «Время вина в Петербурге» можно заказать в ресторанах с 2 июня.

ЮРИЙ МАЛИК: «КАЧЕСТВО ВИНА НЕВОЗМОЖНО УЛУЧШИТЬ НИ ШАМАНСТВОМ, НИ КАЗАЧЬИМ ХОРОМ»

Отказавшись от модных европейских сортов в пользу донских автохтонов и пренебрегая винными рейтингами, он строит свой винный мир по собственным правилам. Ученый-физик, много лет проработавший в советском НИИ и создавший успешный бизнес в сфере спутниковых систем, он по-прежнему не боится экспериментов – теперь в виноделии, которым занялся более 15 лет назад. Его успех подтверждают яркие и запоминающиеся вина. В эксклюзивном интервью газете Wine Weekly основатель винодельни «Вина Арпачина» Юрий Малик раскрывает философию своего хозяйства.

– Вы изначально приобрели поместье для отдыха. Как произошел переход от идеи загородного дома к созданию винодельни?

– Я приобрел дом по цене хорошего гостиничного номера – исключительно для того, чтобы переночевать. Потом в течение нескольких лет он вообще не использовался.

– Узнав, что хутор Арпачин был центром казачьего виноделия, вы почувствовали ответственность за возрождение традиций? Или это было скорее личное увлечение?

– Арпачин никогда не был центром казачьего виноделия – просто там в XIX веке были полупромышленные виноградники. Ровно через неделю после того, как я узнал об этом в 2009 году, Президент Дмитрий Медведев пообещал с экрана телевизора скорое принятие закона, разрешающего частное виноделие. А еще через неделю я познакомился с очень хорошим полубезработным виноделом. Сложно было пройти мимо таких знаков, да еще при наличии некоторого количества свободных средств.

– Ваш прадед построил пивзавод в Ставрополе. Можно ли сказать, что любовь к ферментации и напиткам



у вас в крови?

– Если быть точным, пивзавод в Ставрополе построил мой прапрадед, а прадед им управлял. Среди многих моих предков, о которых я знаю, никто не оставил воспоминаний о «теплых чувствах» к ферментации. У меня их тоже нет. Но выпить любили все. Правда, выбирали не все подряд и всегда знали меру. Вот это я и унаследовал.

– Почему вы сосредоточились именно на автохтонных сортах? Какие из них кажутся вам наиболее перспективными?

– Когда я только начинал закладывать первые виноградники, слово «автохтон» не имело для меня никакого значения. Я просто хотел воссоздать вина из местных сортов, которые помнил с детства и которые почти исчезли. О Вегерниках я тогда даже не слышал.

Что же касается перспективности того или иного местного сорта, то они уже всем все доказали на протяжении многих столетий и даже тысячелетий. Конечно же, каждый из них имеет свои сортовые особенности, но, по моему глубокому убеждению, качество вина зависит в большей степени не от того, какой сорт и где растет, а от того, откуда растут руки и голова у агронома и винодела. Мой опыт дегустации вин из интересных для меня сортов только укрепляет меня в этом убеждении.

– В 2014 году вы выпустили первое вино, но продавать его начали только в 2017-м. Как легенда о «вине, которое нельзя купить» помогла вам завоевать имя?

– Первое вино появилось в 2014 году из винограда урожая 2013 года в объеме 6 тонн, а продажи начались только

в 2018 году из винограда урожая 2017 года, как того требовали условия полученной лицензии. Практику раздачи вина в рекламных целях никому не посоветую: те, кто привык получать вино бесплатно, потом не спешат его покупать, считая, что так должно быть всегда.

– Вы используете итальянское оборудование и французские баррики. Почему именно эти страны стали ориентиром?

– Когда я начал искать оборудование, то общался со многими производителями и дистрибьюторами. Последние мне тогда категорически не понравились, и я остановил выбор на производителях, с которыми установились наиболее доверительные отношения. Дружим со всеми до сих пор, несмотря на все препоны.

СТАРТУЕТ НОВАЯ РЕСТОРАННАЯ ПРЕМИЯ ОТ RUSSIAN HOSPITALITY AWARDS



1 июля стартует заявочная кампания премии «Russian Hospitality Awards. Рестораны», инициированная оргкомитетом конкурса Russian Hospitality Awards. Этот кон-

курс широко известен в отельной отрасли с 2014 года – во многих сетевых и авторских отелях можно встретить награды финалистов и победителей.

В конкурсе уже много лет оцениваются ресторанные номинации, но связанные с отельной тематикой: «Завтрак в отеле», «Шеф-повар», «Ресторан в отеле», «Бар в отеле». Среди членов жюри в разные годы участвовали ресторанные эксперты: Александр Кан (True Cost), Сергей Миронов («Мясо&Рыба»), Евгений Демченко (One Price Coffee) и другие.

В отельной премии действует многоступенчатая система оценки, включающая гостевой рейтинг, посещение отелей и оценку жюри. Весь процесс занимает 6 месяцев. Эти принципы будут применены и в ресторанном конкурсе.

Участие бесплатное, на подачу заявки ресторанам дается 2 недели. Из 18 номинаций можно выбрать две. География охватывает заведения от ресторанов высокой кухни до кофеен.

Оценка гостевого рейтинга проходит через систему TrustYou – агрегатор

отзывов с площадок Google, Яндекс, 2ГИС и других. Жюри премии оценивает презентации участников. Также рестораны посещают «тайные гости» от компании QA Hotel Service, которые работают по специальным чек-листам.

Аудитором проекта выступает компания ДРТ, которая контролирует все этапы на предмет технических ошибок.

Премию уже поддержали известные представители отрасли. Критерии номинаций помогла разработать Ирина Орландини-Авруцкая (Like4Like). В жюри вошли Нина Макогон (FOODIKA), Лолита Самолетова (Business FM), Елена Спеценко (Роскачество), Ада Егорова (Accor), Катерина Смирнова («Собака.ру»), Сергей Колбеев (Президент Барменской ассоциации России) и другие.

Подать заявку можно с 1 по 14 июля на сайте:

<https://hospitalityawards.ru/>



Электронное издание:
газета «Wine Weekly».

Свидетельство о регистрации
Эл № ФС77-82457 от 10 декабря 2021
года выдано Федеральной службой
по надзору в сфере связи,
информационных технологий
и массовых коммуникаций РФ.
Учредитель и издатель:
ООО «Центр Медиа Инноваций»
Главный редактор: Смирнов А. В.
Адрес редакции: 199397,
Санкт-Петербург, ул. Кораблестро-
ителей,
д. 31, кор. 2, оф. 3.
Телефон: (812) 967-16-54,
e-mail: editor@provina.ru
Распространяется бесплатно посред-
ством e-mail рассылки участникам
винного рынка.



– Ваше игристое «Арпачино. Иноходец» выдерживается 13 месяцев. Почему вы выбрали такой срок? Будет ли он увеличиваться?

– Срок выдержки «Иноходец», как и всех остальных наших игристых вин, никогда не был жестко ограничен 13 месяцами. Минимальный срок выдержки на осадке, в соответствии со стандартом, составляет 9-12 месяцев. Однако мы никогда сразу не дегоржируем весь тираж, а делаем это небольшими партиями, по мере продаж. При этом на каждой контрэткетке указывается реальный срок выдержки на осадке в месяцах. Так что «Иноходца» можно уже купить не только с 13-месячной выдержкой на осадке, но и с 40-месячной.

– Вино «Дебют» разливается прямо при гостях и хранится всего неделю. Почему вы создали такой необычный формат?

– Вина «Дебют» задумывались как аналог французского Божоле Нуво, которое продается совсем молодым без каких-либо дополнительных обработок: оклейки, фильтрации и т.д. Благодаря этому при скромном потенциале оно заметно выигрывает у самого себя, но прошедшего полный технологический цикл. Понятно, что такое вино не может храниться долго в стандартных

условиях. Мы же используем этот эффект, чтобы продемонстрировать потенциал наших – и без того хороших (по моему мнению) – вин.

– Как появилась идея безалкогольного вина для Ozon? Планируете ли расширять эту линейку?

– Для меня, как человека уже позапрошлого поколения, самым удивительным было появление Ozon и прочих маркетплейсов. А уж использование их для продажи безалкогольных и безакцизных вин было абсолютно логичным. Жалко, что таким же образом нельзя продавать алкогольную продукцию. Но пока у нас дистрибьюторы вина гораздо больше, чем производителей, – на быстрое решение проблемы надеяться не приходится.

– Каких новинок и экспериментов можно ожидать от вашей винодельни в ближайшее время?

– Впечатляющие новинки появятся уже скоро. Процесс накопления опыта работы с выбранными сортами и совершенствования технологий на винодельне, уверен, не прекратится.

– Вы говорите, что хотите, чтобы основная часть вин продавалась в Ростове, Таганроге и на винодельне. Не планируете активнее развивать продажи в других регионах?

– Полагаю, что продажа основного

объема вин непосредственно на винодельне и в собственных магазинах – единственный возможный путь для малых и средних виноделен. Иначе сложно противостоять агрессивной политике дистрибьюторов и импортеров, привыкших оставлять себе львиную долю прибыли.

– Ваши вина редко участвуют в рейтингах и конкурсах, которые проводятся в России. Чем обусловлена такая позиция? Не мешает ли это продвижению вин?

– За многие годы участия в различных конкурсах и рейтингах у меня окончательно сформировалось стойкое к ним неприятие. Основной аргумент уже устал повторять: «Большинство покупателей наших вин не интересуется никакими рейтингами и блогами и даже не знает имен их составителей. Если же кто-то захочет выбрать вино по справочнику, рейтингу или гиду, там не найти ничего, что выделило бы наше вино среди других – значительную часть которых я бы не стал пить, даже если бы за это платили».

Особенно раздражает «дружеские похлопывания по плечу» с комментариями вроде: «Вы же понимаете, что каждый производитель считает свое вино лучшим, но нам, самым-самым независимым экспертам, достаточно

прополоскать им рот, чтобы определить место вина в рейтинге». При этом ни один из «экспертов» никогда не делится оценками во время посещения винодельни, видимо, чтобы не приводить аргументов.

Остается только порадоваться, что еще никто не догадался составлять рейтинги потенциальных женихов и невест и люди выбирают пару, руководствуясь собственным вкусом и, возможно, советами близких. Такой же подход нужен и при выборе вина. Хотя есть несколько действительно независимых и квалифицированных экспертов, к мнению которых я всегда прислушиваюсь и советами которых стараюсь руководствоваться. Среди них хочу особо выделить Татьяну Пахматову и Антона Панасенко.

– Вы запустили Клубы любителей вин Арпачина. Как сегодня работает эта система?

– Клубы любителей вин Арпачина развиваются, хоть и не слишком быстро. Мы пробуем и другие формы работы с потенциальными покупателями. Например, проводим открытые дегустации, где сравниваем наши вина с более дорогими европейскими.

Виноградники и терруар

– Ваши виноградники расположены на левом берегу Дона. Как местный резко континентальный климат (жара летом, морозы до –30°C) влияет на характер вин?

– Местный резко континентальный климат заставляет укрывать виноградники на зиму, что значительно усложняет и удорожает уход за ними. Но это с лихвой компенсируется качеством винограда. Первые два летних месяца у нас значительно жарче, чем на юге, благодаря отсутствию смягчающего влияния моря, и виноград успевает набрать достаточно тепла. Но затем, в начале августа, резко увеличивается разница между дневными и ночными температурами, как будто напоминая винограду о приближении зимы. В результате виноград, руководствуясь инстинктом самосохранения, замедляет или даже прекращает накопление сахара, переключаясь на созревание косточек, от которых в конечном счете зависит качество красного вина. На побережье же жара держится постоянно и спадает медленно, поэтому такого эффекта нет. Именно поэтому там исторически делали в основном крепленые и десертные вина, а также игристые, для которых виноград собирают недозрелым.

(Продолжение на стр. 8)

НОВОСТИ

В Санкт-Петербурге пройдет Neva Buyers Week

С 2 по 3 июля в Санкт-Петербурге, в Design District DAA, пройдет V Неделя Закупок Сетей на Нефе Neva Buyers Week. Мероприятие объединит ключевых представителей FMCG-рынка, включая производителей, поставщиков, дистрибьюторов, закупщиков и экспертов.

Основная цель встречи – установление деловых контактов, обмен опытом, обсуждение актуальных вопросов рынка.

Программа мероприятия включает международную выставку «Белые ночи», где производители и поставщики продовольственных и непродовольственных товаров представят свои новинки крупным торговым сетям и дистрибьюторам. Особое внимание будет уделено Центру Закупок Сетей™, где участники смогут провести индивидуальные переговоры с закупщиками ведущих ритейлеров, а также обсудить условия сотрудничества. Прямой контакт с представителями торговых сетей поможет выстроить долгосрочные отношения, получить обратную связь и наметить пути для дальнейшего развития.

Открытая деловая программа предусматривает проведение серии семинаров с участием более 80 экспертов отрасли. Они поделятся актуальной аналитикой и успешными стратегиями ведения бизнеса. Для производителей продуктов питания и товаров FMCG организованы конкурсы «Выбор Сетей», «Наша марка», «Инновационный продукт» и «Продукт 30Ж».

В третий раз в рамках мероприятия пройдет бизнес-фестиваль Neva Buyers Fest, ориентированный на специалистов FMCG и розничной торговли. Он предоставит участникам возможность установить полезные контакты и повысить уровень профессиональных навыков в непринужденной обстановке. Среди участников фестиваля представители лучших заведений Санкт-Петербурга.

Вечерняя программа форума включает неформальные встречи и общение в праздничной атмосфере, что позволит участникам закрепить установленные деловые связи.

Подробнее о программе мероприятия:

<https://buyersweek.ru/>

В ЭФИР ВЫХОДИТ «ВИНОГРАДНЫЙ МЕРКУРИЙ»



23 мая 2025 года на волнах радиостанции KISS FM стартовал новый медиапроект под названием «Виноградный Меркурий». Это первая в России регулярная радиопередача, посвященная культуре вина, гастрономии и всему, что формирует вкус современной страны.

«Виноградный Меркурий» представляет собой еженедельную радиопередачу продолжительностью 180 минут. Формат включает новости, аналитику, интервью, рейтинги и освещение отраслевых событий. Проект распространяется мультимедийно: через FM-эфир, YouTube, Telegram и подкаст-платформы. Ведущим передачи выступает Алексей Соловьев, независимый эксперт алкогольного рынка, основатель исследовательско-

го агентства RATINGTELLING, а также президент Ассоциации кавистов России.

Ведущий отмечает, что в эфире речь идет не о вкусах, а о смыслах. Он подчеркивает, что шоу не занимается рекламой вина, а представляет мнения тех, кто его производит, продает, оценивает и дегустирует. По его словам, настало время, когда отрасль должна научиться говорить вслух, и именно для этого создается данная площадка. По словам Алексея Соловьева, в России появляется новая возможность регулярно и профессионально обсуждать российское вино в открытом радиоформате. «Виноградный Меркурий» станет новой отраслевой точкой притяжения, объединяя виноделов, экспертов, рестораторов, импортеров, покупателей и слушателей, интересующихся культурой вина и гастрономии.

Автор и ведущий проекта Алексей Соловьев сообщил, что программа не занимается пропагандой или продажами, а сосредоточена на осмыслении культуры потребления вина. По его мнению, это разговор для тех, кто формирует вкус страны и кто в этом заинтересован.

Программа включает обзор главных событий недели в сфере виноделия и гастрономии, интервью с виноделами, шеф-поварами, сомелье, исследователями и байерами. Также в эфире представлены рейтинги продуктов и проектов по данным RATINGTELLING, анонсы событий, фестивалей и конкурсов, а также интеллектуальный комментарий и личная позиция ведущего.

Алексей Соловьев подчеркивает, что программа выводит в эфир темы, которые ранее обсуждались только

в рамках дегустаций и профессионального сообщества. Теперь у этих обсуждений появился голос, и это «Виноградный Меркурий».

Справка

«Виноградный Меркурий» – это независимый медиапроект о российском вине, гастрономии и культуре вкуса. Производство осуществляется при поддержке KISS FM. Передача выходит еженедельно, объединяя экспертов и слушателей на профессиональном, но доступном языке. Эфир будет доступен на радиостанции KISS FM (107.0 FM Москва), а также на платформах YouTube, Telegram, Spotify и Podcasts.

НОВОСТИ



Новосибирск вновь примет фестиваль «В Сибири – ЕСТЬ!»

С 11 по 13 июля 2025 года в Новосибирске, на Михайловской набережной, будет проходить гастро-туристический фестиваль-форум «В Сибири – ЕСТЬ!», который станет настоящим праздником для гурманов, ищущих вдохновение и новые горизонты знаний.

Этот фестиваль – не просто событие, а целое путешествие в мир сибирского гостеприимства. Он объединит гастрономические сокровища региона, туристические маршруты и представителей индустрии, создавая уникальный бренд, который будет манить людей со всей России и за ее пределы.

Три направления фестиваля – фестивальное, соревновательное и деловое – станут настоящим калейдоскопом событий. Гости смогут погрузиться в атмосферу саммита гостеприимства, где ведущие эксперты будут делиться своими знаниями и опытом. Виноделы со всей страны соберутся на саммите, чтобы рассказать о тонкостях своего ремесла и представить лучшие сорта вин.

Летний Сибирский чемпионат по сыроделию станет настоящим праздником для ценителей этого изысканного продукта.

Кондитерский форум порадует сладкоежек, а большой кулинарный баттл объединит профессионалов и любителей, чтобы продемонстрировать свои таланты и кулинарное мастерство.

Всесибирский фуд-корт под открытым небом позволит гостям насладиться разнообразными блюдами и напитками, приготовленными лучшими рестораторами региона. Более подробная информация о фестивале: <https://horecasiberia.ru>

ЮРИЙ МАЛИК: «КАЧЕСТВО ВИНА НЕВОЗМОЖНО УЛУЧШИТЬ НИ ШАМАНСТВОМ, НИ КАЗАЧЬИМ ХОРОМ»

(Продолжение. Начало на стр. 6 – 7)

– Почвы у вас – каштановые и обедненные черноземы на глинисто-песчаной основе. Какие сорта лучше всего раскрываются в таких условиях?

– Я не специалист по почвам, но считаю, что для оптимального урожая нужно обеспечить кусты всеми необходимыми питательными веществами и микроэлементами, а также водой. При этом переизбыток чего-либо может быть вреднее недостатка.

К нам на винодельню иногда приезжают специалисты по возделыванию винограда. Однако еще никто из них не откликнулся на просьбу угостить вином из выращенного ими винограда. Убежден также, что качество вина невозможно улучшить ни каким-либо шаманством, ни выводом на виноградник симфонического оркестра или казачьего хора.

– Вы сделали ставку на донские автохтоны: Красностоп Золотовский, Цимлянский Черный, Кумшацкий. Почему не европейские сорта?

– На этот вопрос я уже частично ответил. Могу лишь добавить, что у меня не развит стадный инстинкт и я не стремлюсь присоединяться к толпе тех, кто предлагает свои вина из Мерло, Каберне или Рислинга. Правда, и производителей вина из Красностопа уже гораздо больше, чем тех, у кого это реально получается.

– Какой из автохтонов, на ваш взгляд, самый перспективный для высококачественных вин? Пухляковский – сорт с историей, связанной с легендарным «Пухляковским вином». Чем ваш Пухляковский отличается от советского наследия?

– На мой взгляд, все наши автохтоны и традиционные сорта должны использоваться для производства исключительно высококачественных вин. Что касается сравнения советских и современных вин из автохтонов, то, даже учитывая аберрацию памяти, ситуация аналогична сравнению со-



ветских зубных кабинетов с современными стоматологиями. Да и стоили те вина в несколько раз дешевле бутылки водки, а сейчас – наоборот.

– Вы используете ручной сбор и строгий отбор ягод. Это дань традиции или осознанный выбор для качества?

– От ручного сбора на небольших виноградниках пока никуда не деться из-за практического отсутствия комбайнов. Но, кроме того, при ручном сборе мы осуществляем дополнительный контроль качества каждой грозди и можем проводить раздельный сбор в зависимости от задач винодела. К тому же сохранность винограда при ручном сборе гораздо выше. Надеюсь, в ближайшем будущем увидим на этой работе роботов с искусственным интеллектом – количество виноградников в нашей стране растет, а желающих на них работать становится меньше.

– Расскажите про работу с «сухим льдом» при переработке винограда. Как это влияет на вкус вина?

– Использование сухого льда в начале переработки надежно защищает виноград от кислорода и окисления во время сортировки, гребнеотделения, дробления и перекачки в пресс. Дальнейшую защиту обеспечивает аргон – этот метод тоже редкость для большинства виноделен. Излишне напоминать, что кислород вредит не только аромату, но и цвету вина, а в итоге – его вкусу.

– Можно ли сказать, что у Арпачина есть свой уникальный терруар? Как бы вы его описали?

– Каждый терруар по-своему уникален. «Уникальность» – именно то слово, которое подходит для описания терруара Арпачина. Разумеется, это вовсе не означает «самый лучший». Разве что лично для меня.

– Некоторые виноделы говорят:

«Терруар – это не только почва и климат, но и люди». Вы согласны? Как команда влияет на «характер» ваших вин?

– Абсолютно согласен. Разве что я бы изменил порядок слов: главное – люди.

– В Европе есть понятие «крю». Вы выделяете такие зоны в своих виноградниках?

– Уникальные участки есть и у нас, но мы не делаем отдельных вин для выставок, презентаций и почетных гостей. Все наши вина производятся в небольших емкостях и немного различаются в зависимости от места и времени сбора. Но перед розливом по бутылкам мы объединяем все партии в одной большой емкости, чтобы избежать проблемы – кого каким вином угощать.

– Площадь ваших виноградников составляет 28 га? Вы не планируете ее расширять? Если да – то какими сортами будут заняты новые виноградники?

– Существенно расширять виноградники не планируем. Сначала нужно привести в порядок существующие.

– Если бы вы могли посадить один «забытый» автохтон, который исчез в XX веке, какой бы это был сорт?

– Чтобы возродить забытый сорт, сначала нужно о нем вспомнить. В любом случае, это лотерея, в которой я не участвую, но кто-нибудь может и выиграть.

– Планируете ли в дальнейшем какие-либо эксперименты с новыми для Дона методами виноделия?

– Мы постоянно экспериментируем с новыми методами виноделия и не собираемся от этой практики отказываться. Однако следует добавить, что эти методы часто новы не только для Дона.

Винный туризм

– Вы изначально купили землю для отдыха, а не для бизнеса. Как природа Дона повлияла на концепцию винодельни и туристического комплекса?

ПРОДАЖИ БЕЗАЛКОГОЛЬНЫХ ИГРИСТЫХ ВИН В РОССИИ ДЕМОНСТРИРУЮТ РОСТ

В последние годы продажи безалкогольных вин показывают уверенный рост в России и мире. Так, по данным торговых сетей Metro, «Перекресток», «О'КЕЙ», в 2024 году увеличение объема продаж данной категории вин составило 100% и больше относительно показателей 2023 года.

Популярности безалкогольных вин способствует как массовый тренд на здоровый образ жизни и осознанность, так и другие факторы: религиозные убеждения, необходимость быть за рулем, активный рабочий ритм большого города, и не в последнюю очередь возможность онлайн-

доставки и приобретения товара на маркетплейсе.

Согласно 468-ФЗ «О виноградарстве и виноделии в Российской Федерации» безалкогольное вино – пищевой продукт, полученный из вина и содержащий в результате его обработки установленным способом объемную долю этилового спирта не более 0,5 процента.

«Безалкогольным вином может называться только продукт, полученный из натурального вина путем его деалкоголизации до указанного порогового значения. Во избежание путаницы вернее было бы называть такие вина обезалкоголенными, поскольку они прошли через этап спиртового брожения и только после этого из них

изъяли алкоголь. Также не стоит путать безалкогольное игристое с безалкогольными виноградными напитками. Для последних в законе даны соответствующие определения», – отмечает директор департамента исследования и продвижения отечественной винодельческой продукции, руководитель «Винного гида России» Олеся Латышева.

В безалкогольном вине не должно быть ничего, кроме вина и диоксида серы. Основные страны – поставщики безалкогольных вин в Россию – Испания, Германия, Франция и Италия.

Не стоит ждать, что безалкогольное игристое будет стоить дешевле обычного. Для его производства приходится использовать двойной объем вина.

Практически все безалкогольные вина, представленные на российском рынке, – импортные (Германия, Испания, Франция, Италия). Производство такого типа вин довольно затратно для отечественных виноделов, поскольку полученный спирт приходится утилизировать.

Отличие от «детского шампанского»

При ответе на популярные вопросы: можно ли детям безалкогольное шампанское и есть ли алкоголь в детском шампанском, стоит помнить главное: безалкогольное вино (шампанское) содержит до 0,5 процентов спирта, тогда как детское шампанское – чаще всего просто сильногазированный лимонад.

Поскольку в безалкогольном вине допускается небольшое содержание этилового спирта (до 0,5 процента), стоит серьезно задуматься, нужно ли предлагать его детям. Возможно, лучшей альтернативой для ребенка будет натуральный сок или лимонад. Также безалкогольные аналоги спиртных напитков могут послужить своеобразным триггером к употреблению настоящего алкоголя для подростков, вызывая ранний и совершенно ненужный интерес к алкогольным напиткам.

Польза и вред безалкогольного игристого

«Безусловно, наличие газов и высокое содержание сахара не делают этот напиток полезным для здоровья.



– Параллельно со строительством винодельни в непосредственной близости от нее до сих пор продолжается масштабное уничтожение Дона, как в целом, так и одного из его самых красивых участков. Одновременно исчезает и рыба. Поэтому основная идея строящегося гостиничного комплекса заключается как в том, чтобы доказать, что достойные вина есть и в родном отечестве, так и в том, чтобы показать архитектурный облик этого отечества в том виде, каким он был всего сто с небольшим лет назад.

– Ваш брат, архитектор Олег Карлсон, спроектировал винодельню в стиле XIX века. Это дань истории или часть стратегии по созданию атмосферного места для гостей?

– Архитектура Олега Карлсона – это прежде всего дань нашей семейной истории.

– В планах – комплекс на 140 мест в духе Ростова начала XX века. Почему выбрали именно эту эпоху? Будут ли там элементы, связанные с казачьим виноделием?

– По уточненному проекту мест будет не более 60. Иначе вина на всех не хватит. Это будет своего рода памятник уходящему старому Ростову.

Казачьих элементов не планируется, но в нескольких километрах расположен прекрасный памятник донскому казачеству – Старочеркасск. Уже 20 лет местным жителям обещают построить нормальную дорогу, которая сократит путь до Ростова-на-Дону на 20-25 км и соединит два туристических центра: один из них популярен уже сейчас, а второй к этому стремится.

– Сегодня на винодельне проводятся экскурсии с дегустациями. Что больше всего удивляет гостей – процесс производства, история или сами вина?

– Вообще-то, залогом успешной дегустации является ее комплексность. Но, конечно же, самым важным является качество вина. Наши гости возвращаются на винодельню снова и снова. И это вдохновляет.

– Винный туризм – это не только дегустации, но и природа. Будете ли развивать сопутствующие активности: велопрогулки вдоль Дона, гастроужины на винограднике?

– О дополнительных активностях на винодельне, конечно же, думаем, но это точно не велосипедные прогулки после дегустации и не трапезы на виноградниках.

– Расскажите подробнее о будущем туристическом комплексе. Это будет стилизованная гостиница, апартаменты или что-то ближе к эко-лофту?

– Термин «эко-лофт» оставим для виноделен с биодинамическими винами. У нас будут просто круглогодичные номера разной стоимости, но рассчитанные на гостей, готовых покупать наши далеко не самые дешевые вина.

– На винодельнях часто открывают рестораны с локальной кухней. Планируете ли сотрудничать с донскими шеф-поварами?

– Гостиница без ресторана будет выглядеть странно, так что ресторан обязательно будет – и, конечно же, не японский.

– В России активно развивается винный туризм. Кого вы считаете ориентиром – крымские хозяйства, зарубежные шато?

– Изначально я собирался построить винодельню в примитивном здании из сэндвич-панелей, которая работала бы автономно без моего участия, но после первой дегустации собственных вин весной 2014 года сразу решил строить серьезный комплекс, ориентированный на туристов, вдох-

новляясь увиденным в Калифорнии, в долине Напа.

– Есть ли планы сотрудничать с другими донскими виноделами в создании общего винного маршрута?

– Совместных планов с другими донскими виноделами пока нет.

– Винный туризм – это про премиальный опыт или демократичный отдых? Какая у вас целевая аудитория?

– Повторю: гостиница будет существовать не сама по себе, а как часть винодельни, поэтому уровень номеров должен соответствовать уровню вин – и по качеству, и по цене.

– Вы называете себя «патриотом Ростова». Что для вас важнее – чтобы туристы приезжали на Дон ради ваших вин или чтобы ваши вина стали поводом открыть для них весь регион?

– Конечно, главная цель – привлечь туристов на винодельню, но ничего не мешает нам параллельно знакомить их со многочисленными достопримечательностями нашей области, о существовании которых зачастую не знают даже многие ростовчане. Готов разместить буклеты этих туристических объектов у себя в дегустационном зале.

НОВОСТИ



Открылась регистрация на выставки FoodTech Ural и InterFood Ural 2025

С 29 по 31 октября 2025 года в Екатеринбурге, в МВЦ «Екатеринбург-ЭКСПО», состоится выставка оборудования, упаковки и ингредиентов для производства продуктов питания и напитков FoodTech Ural 2025 и выставка продуктов питания и напитков InterFood Ural 2025.

На выставке FoodTech Ural специалисты пищевых предприятий могут найти необходимое оборудование для оснащения и реконструкции производства, подобрать ингредиенты и упаковку. InterFood Ural – одна из крупнейших выставок продуктов питания и напитков формата B2B в Уральском регионе для профессионалов продовольственного бизнеса.

В рамках выставки InterFood Ural для компаний-участников работает Центр переговоров с розничными сетями и оптовыми торговыми компаниями. Это дополнительный сервис, предоставляющий возможность компаниям-производителям напрямую встретиться и провести переговоры с представителями сетей, потенциальных дистрибьюторов о закупках. В рамках деловой программы, включающей в себя дни HoReCa и Retail, конференции UralPack и RestoranTech, пройдут конференции, семинары и мастер-классы по актуальным вопросам пищевой отрасли, общественного питания.

Выставки посещают специалисты из Свердловской, Челябинской, Тюменской, Курганской областей, Пермского края и других регионов России. Для бесплатного посещения выставок Вы можете получить электронный билет по промокоду media на сайте www.foodtech-ural.ru или на сайте www.interfood-ural.ru

Углекислота, как и в случае с газированными напитками, – это удар по ЖКТ. Увлечение сладкими продуктами с «пустыми» калориями – путь к ожирению. Но, если сравнивать б/а шампанское со сладкой газировкой или с напитками, содержащими более высокий процент алкоголя, то б/а шампанское менее вредно. В нем меньше алкоголя, чем в пиве или игристых винах, и больше питательных веществ, микро- и макроэлементов, в отличие от сладкой газированной воды. Пожалуй, единственный весомый минус – повышенное содержание сахара, т. к. чаще всего эти вина выпускают в категории «сладких и полусладких», – отмечает диетолог, д.м.н. Марият Мухина.

Как выбрать безалкогольное игристое?

Первое, на что следует обратить внимание, – состав напитка. Он указан на контр этикетке вина. Зачастую зарубежные производители, желая компенсировать отсутствие алкоголя,



включают различные добавки: ароматизаторы, красители и т. д.

Второе – срок годности. У безалкогольного шампанского (вина) он четко определен. Тогда как у обычного вина при правильном хранении срок потребления не установлен. Видите на полке безалкогольное шампанское с боль-

шой скидкой, проверьте графу «годен до», возможно, дата уже на исходе.

«Мы производим безалкогольные вина с помощью бережной вакуумной технологии. По сути, это тот же нагрев, но в вакууме, где температура кипения жидкости значительно ниже. Удаление спирта в данном

случае происходит при температуре 30 °C, что не травмирует вино и помогает сохранить большую часть его вкусоароматического профиля. Своих виноградников у нас пока нет, работаем с покупным сырьем от проверенных производителей Севастополя и Крыма, производим исключительно местный продукт. Мы с партнерами дегустировали большое количество безалкогольных вин и их аналогов, представленных на нашем рынке. К сожалению, действительно достойных образцов мало. Наши зарубежные коллеги активно используют различные добавки: ароматизаторы, усилители вкуса и проч., то есть данные напитки не являются вином. Мы, в свою очередь, стараемся следовать по пути сохранения естественного винного вкуса и ароматики. В линейке уже представлены тихие вина – красное сладкое и белое полусладкое, а также розовое вино. В планах – добавить игристое и, конечно, произвести сухое», – комментирует основатель

проекта ZEROUMWINE (Севастополь) Михаил Киселев.

«По своему опыту работы в ресторане могу сказать, что иметь в винной карте безалкогольное вино (особенно в бокальных позициях) – новая норма этикета. Более того, б/а вина подают точно в таких же бокалах, как и обычные. Если отдыхает большая компания или несколько человек и все участники пьют, а один гость по каким-то причинам отказывается от вина, в наши дни более правильно, когда у него такой же бокал и идентичное по цвету и состоянию содержимое внутри. Так он полноценно участвует в происходящем: как и остальные гости, может говорить тосты, со всеми чокаться бокалом, – это в нашей русской традиции, а не сидеть со стаканом воды, сока и т. д. Подобное отношение уравнивает людей за столом», – считает бренд-шеф-сомелье группы компаний «Абрау-Дюрсо», бывший бренд-шеф-сомелье ресторана Twins Garden Светлана Ломсадзе.

СОБЫТИЯ

Студенты из
Севастополя пройдут
практику на Кубани

Севастопольский государственный университет (СевГУ) и агрофирма «Южная» подписали официальное соглашение о целевой подготовке кадров. Благодаря этой инициативе абитуриенты получают шанс поступить в вуз по особой квоте, минуя общий конкурс на бюджетные места. После завершения обучения выпускники должны будут отработать в компании не менее трех лет.

Студенты-агрономы, участвующие в программе, обретают уверенность в будущем трудоустройстве и перспективы карьерного роста в ведущей виноградарской компании страны. Преимущества программы включают в себя: ежемесячные доплаты к стипендии от компании, плавную адаптацию к рабочей среде, практику на производственных объектах, что позволяет интегрироваться в коллектив, освоить оборудование, технологии и наладить контакты с профессионалами отрасли.

«Агрофирма «Южная» и «Кубань-Вино» используют инновационные методы и новейшее оборудование, представляя собой лучшее, что есть сегодня в российском виноградарстве и виноделии. Это создает значительные перспективы для обучающихся. В свою очередь, наша цель – заинтересовать студентов работой на предприятии и создать эффективный кадровый резерв», – прокомментировала управляющий директор ООО «Агрофирма Южная» и ООО «Кубань-Вино» Жанна Беловол.

Агрофирма «Южная» активно занимается пополнением штата молодыми специалистами, в том числе предлагая производственную практику студентам высших и средних специальных учебных заведений. Ежегодно на площадках предприятия проходят стажировку студенты из разных регионов России. Планируется, что к концу 2025 года общее число студентов-практикантов за год достигнет 250 человек.

«КИНОВСКИЙ» НАГРАДИЛ ЛУЧШИХ
ЭЛЕКТРИКОВ РОССИИ

В Казанском энергетическом колледже состоялся финал одного из наиболее масштабных профессиональных конкурсов – Открытого международного чемпионата электриков IEK-2025. В этом году сразиться за звание лучшего электрика приехали 35 финалистов, прошедших жесткий отбор из более чем 5 000 человек не только из России, но и Беларуси, Казахстана и Узбекистана. Одним из самых заметных партнеров мероприятия, без сомнения, стал коньяк «Киноковский».

Для «Киноковского» это мероприятие – первое событие проекта «Киноковский. От мастеров мастерам». Во время торжественного награждения все финалисты чемпионата получили подарки и именные дипломы от бренда «Киноковский». Особенным сюрпризом стал подаренный каждому финалисту ящик коньяка «Киноковский» 7 лет.

А специалисты, занявшие два первых места в лигах «Юниоры» и «Профессионалы», – Данил Хисамудинов из Казани и Илья Чуприков из Москвы, получили часы с фирменной гравировкой бренда – парящей птицей.

Во время торжественной части награждения представитель компании «АЛВИСА» (владеет маркой «Киноковский») поздравил участников чемпионата и рассказал про миссию бренда «Киноковский», подчеркнув тесную связь мастерства, вложенного в создание коньяка, с концепцией чемпионата – развивать компетенции электриков, выделять тех, кто вкладывает свои знания, опыт и силы в полезное и нужное дело.

Финальный день чемпионата завершился банкетом в одном из ресторанов Казани, где был установлен бар «Киноковский».

Светлана Ярцева, директор по маркетингу ООО «АЛВИСА»: «Чемпионат электриков IEK – не просто конкурс специалистов. Это реально яркое событие, где собрались профессионалы,

от квалификации которых зависит многое. Также это очень душевная аудитория. Было невероятно приятно слушать слова благодарности в адрес компании «АЛВИСА» и коньяка «Киноковский».

Коньяк «Киноковский» представляет лучшие стандарты работы мастеров

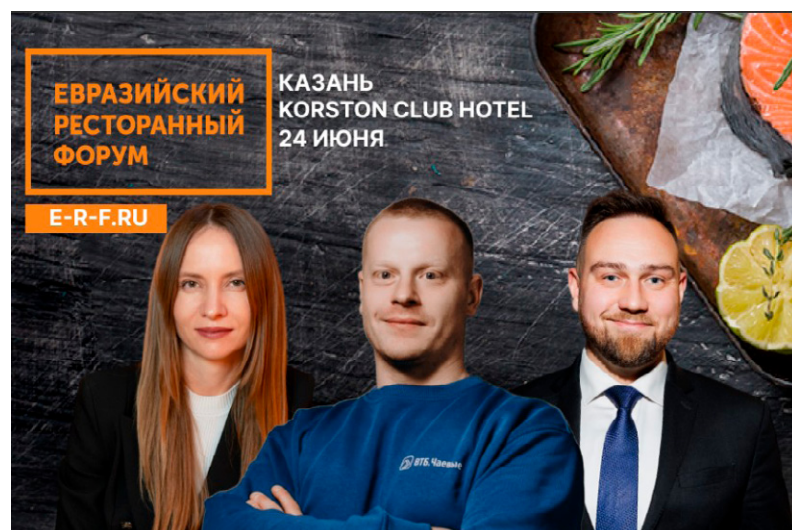
коньячного дела России, что, собственно, и стало основой создания проекта «Киноковский. От мастеров мастерам». В рамках этого проекта в течение года бренд «Киноковский» будет отмечать лучших представителей рабочих специальностей и дарить запоминающиеся моменты праздника.

Справка

Коньяк «Киноковский» производится компанией «Алвиса» по классической технологии купажирования высококачественных коньячных дистиллятов, выдержанных в дубовых бочках от 3 до 7 лет. Напиток обладает красивым янтарным оттенком, интенсивным и сбалансированным ароматом с нотами ванили, сухофруктов и дуба, а также мягким, гармоничным вкусом с глубоким и продолжительным послевкусием.

Укупорка коньяка осуществляется с помощью полиламинатного колпака, который не только придает продукту премиальный внешний вид, но и обеспечивает защиту от подделки. Бутылка изготовлена из высококачественного стекла и украшена авторским эмбоссом в виде силуэта парящей птицы. Этикетка выполнена с использованием высококачественных полиграфических эффектов и содержит подпись главного винодела коньяка «Киноковский» Марины Тягилевой. Напиток разливается в бутылки объемом 0,5, 0,7 и 1 литр, а также во фляги на 100 и 250 мл, что делает его удобным для разных случаев употребления. Коньяк «Киноковский» представляет собой высококачественный алкогольный продукт, сочетающий традиции коньячного производства и современный дизайн.

ЕВРАЗИЙСКИЙ РЕСТОРАННЫЙ ФОРУМ ПРОШЕЛ В КАЗАНИ



24 июня 2025 года в Казани, в отеле Korston Club Hotel, состоялся Евразийский ресторанный форум – одно из ключевых событий

для профессионального сообщества рестораторов, бренд-шефов, управляющих и экспертов гастроиндустрии.

Мероприятие собрало ведущих представителей ресторанного бизнеса со всей России. Участники слушали выступления спикеров из Казани, Москвы, Новосибирска и других городов. В программе – актуальные тренды, практические кейсы и решения, проверенные в реальных условиях бизнеса.

Среди спикеров форума:

Александра Кроитор – директор по маркетингу и развитию совместных проектов Novikov Group & Family Garden (40+ заведений в России и Узбекистане) – рассказала о маркетинговых стратегиях, актуальных в 2025 году;

Максим Романцев – генеральный директор ресторана Savva (Novikov Group) – провел презентацию «Ресторан как живой организм ценностей и миссий»;

Альмира Шукина – управляющий партнер ресторана «Марусовка» – выступила с темой «Поиск, мотивация и удержание персонала»;

Владимир Кириллов – совладелец Begin cafe и ресторана Terra et Silva – выступил с темой «Команда – ключевой актив компании»;

Дмитрий Сточ – бренд-шеф ресторанной группы Fine Group – представил доклад «Кухня как рок-группа. Как сыграть и выпустить хорошо продаваемый продукт в одном пространстве»;

Евгений Демченко – ресторатор, партнер и владелец кофеен One Price Coffee, совладелец концепций Gyroz Gorioloz, Shimidzhi, TechnoKafe – выступил с темой «Успешная ресторанная концепция как "ключ" к сердцу гостя. От кофейни в 5 м² до ресторанного комплекса 3000 м²»;

Андрей Ли – бренд-шеф и сооснователь гастробистро Una – выступил с темой «Как шефу открыть свой ресторан»;

Ильгиз Галиев – шеф-повар ресторана Vartaziya, вице-президент Гильдии по-

варов PT, амбассадор сообщества Chefs Team Russia – рассказал о том, как удержать таланты в ресторане: стратегия через развитие и перспективы;

Артем Песенников – директор по франчайзингу Alba Group («Хорошая девочка», Eshak, «Пафос», More&more, «Юг22», Lou Lou) – выступил с темой «Франшиза успешного ресторана как неотъемлемая часть инфраструктуры»;

Ксения Баранова – директор по маркетингу проектов «Сыроварня» и трактории «Минисыроварня» – выступила с темой «Глобальные потребительские тренды и их влияние на ресторанный рынок»;

Алексей Русаков – управляющий директор «ВТБ.Чайевые» (Банк ВТБ (ПАО)) – рассказал о трендах в HoReCa.

Узнать подробности о Евразийском ресторанном форуме Вы сможете на официальном сайте:

<https://e-r-f.ru/?ch=provina>