

WINE

Weekly

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

18+

ИНФОРМАЦИОННОЕ ВИННОЕ ОБОЗРЕНИЕ

№ 1 (57)
Январь – Февраль 2022

СОБЫТИЯ

WineStart 2022 приступил к отбору полуфиналистов

В декабре 2021 года из 354 участников, подавших заявку на участие в конкурсе WineStart 2022 из России, Эстонии, Грузии, Белоруссии, Казахстана и Абхазии, отобрали 176 человек.

В январе и феврале они пройдут специальный онлайн-курс по подготовке к профессиональным конкурсам, разработкой которого руководил один из самых титулованных российских сомелье Владимир Косенко – победитель «Российского кубка сомелье – 2021» и президент Московской ассоциации сомелье, преподаватель WineState.

Отбор полуфиналистов пройдет в формате онлайн-теста по винной теории. Он состоит из 60 вопросов, составленных с учетом того, что в конкурсе участвуют начинающие профессионалы. По итогам тестирования, которое проходит в режиме реального времени, в полуфинал выйдут 20 человек: 10 человек из Москвы и Петербурга и 10 – из других городов России, давшие максимальное количество правильных ответов быстрее других.

Полуфинал состоится 27 февраля в Москве. Полуфиналисты выступят перед членами жюри конкурса, которое возглавит президент Российской ассоциации сомелье Алексей Сидоров. Жюри выберет четырех финалистов, которых в тот же день ждет финал WineStart 2022.

Подробнее на странице:

<https://winestate.ru/winestart>

ХОСЕ АНТонио ВИДАЛЬ: «ВИЗИТЫ НА ВИНОДЕЛЬНИ ПРАКТИЧЕСКИ ПРЕКРАТИЛИСЬ!»

Винный туризм, как и обычный туризм, стал одной из главных жертв пандемии. О том, какой ущерб нанес отрасли всемирный локдаун и когда этот сектор рынка сможет полностью восстановиться от ковидных последствий, газете Wine Weekly рассказал президент и генеральный директор The Global Wine Tourism Organization (GWTO), основатель и президент Wine Tourism Spain (AEE) и Spanish Enotourism Institute (IEE) Хосе Антонио Видаль.

– Перед началом пандемии индустрия винного туризма во всем мире достигла пика своего развития. Вы можете поделиться данными о том, какую выручку приносил этот вид деятельности виноделам различных стран? И какие страны занимали лидирующие позиции перед коллапсом туристической отрасли?

– Я не считаю, что перед пандемией индустрия винного туризма достигла пика своего развития – во всяком случае, в большинстве стран, являющихся энотуристическими направлениями. И эта одна из причин, почему именно во время локдаунов возникли и национальные ассоциации энотуризма, и Всемирная организация винного туризма (GWTO).

(Продолжение на стр. 2)



НОВОСТИ



В России открыт набор на курс Italian Wine Ambassador

С 28 февраля по 2 марта 2022 года в Москве и Санкт-Петербурге будет проходить курс международной винной академии итальянского вина Vinitaly International Academy (VIA) – Italian Wine Ambassador. Набор участников уже открыт. Прием заявок закончится 15 февраля 2022 года.

VIA предлагает образовательный авторский курс по изучению итальянских вин, предназначенный для профессионалов винной отрасли. Международная итальянская винная академия (VIA) адаптировала сертифицированный курс Italian Wine Ambassador Certification Course: он проходит в гибридном формате и состоит из двух модулей.

Первая часть – теоретическая

Студенты со всего мира могут пройти курс итальянского вина, не выходя из дома, благодаря тому, что теоретические лекции перенесены на онлайн-платформу. Их необходимо прослушать до начала второго модуля.

(Продолжение на стр. 3)

ТРЕТИЙ САЛОН ГРУЗИНСКИХ ВИН ПРОЙДЕТ В СОЧИ



16 апреля 2022 года в Сочи состоится Третий Салон грузинских вин, организованный Черноморским форумом виноделия (ЧФВ).

Винное роуд-шоу, на котором будет представлена продукция ведущих грузинских производителей и их российских дистрибьюторов, наконец-то добралось до третьего глав-

ного рынка HoReCa России и крупнейшего черноморского курорта России!

Сочи – это около 6 млн гостей в год, сотни ресторанов грузинской и кавказской кухни, развитая инфраструктура винного ритейла. На этом салоне в цветущем апрельском Сочи двери будут открыты не только для профессионалов рынка, но и для широкого круга любителей грузинского вина.

Заявки от компаний на участие в салоне принимаются по e-mail: forum@blackseawine.ru

Первый Салон грузинских вин прошел в Москве 23 ноября 2021 года <http://blackseawine.world/news/giorgoba-2021.php>.

Второй Салон грузинских вин состо-

ялся 20 января 2022 года в Grand Hotel Emerald в Санкт-Петербурге. Под этническое музыкальное сопровождение и уникальный видеоряд прошла дегустация тихих и игристых вин, коньяков и чачи. Салон посетили более 500 профессионалов винного рынка, включая представительную делегацию из Москвы.

В салоне приняли участие винодельческие компании и ведущие российские импортеры и дистрибьюторы грузинского вина: Ladoga; Arsenal; Fort Wine & Spirits; Issi Spirits; Joia Fine Wine & Spirits; Luding, Marussia Beverages; Rafaelov; Tsereteli Wines & Spirits; UTA; Wine Discovery.

Были представлены следующие грузинские бренды вина, коньяка и чачи: Ahsu, Askaneli, Badagoni, Basiani,

Château Mukhrani, Elibo, Kindzmarauli Marani, Marani, Mtavruli, Nanati, Palavani, Pheasant's Tears, Prince Ioane Bagrationi, Satrapezo, Sarajishvili, Tamada, Tbilvino, Tsereteli Wines & Spirits, Vismino, Winiveria.

Впервые в России прошло «Винное казино», посвященное исключительно грузинскому виноделию. Две игры сложной интеллектуальной дегустации провел известный винный крупье Вячеслав Вишняков. Среди представленных на казино вин были не только вина из общеизвестных сортов, таких как Саперави, Ркацителли и Мцване, но и из более редких – Шавкапито, Цицка, Александроули, Киси и Цоликаури. В виде «черных шаров» были представлены молдавское Саперави и знаменитое россий-

ское Ркацителли «Винодел & Сомелье» от Фанагории.

При полном аншлаге прошла презентация игристых вин от официального партнера салона – компании Palavani, которую провел главный винодел Пата Джеладзе.

На салоне нашим давним партнером, компанией POZIS, впервые был представлен новый бренд премиальных винных шкафов VENOIT. Большой интерес на салоне вызвала продукция ведущего российского производителя сумок и других кожаных аксессуаров для вина – компании FIRSTLOOK (партнер салона).

Организатор салона – Черноморский форум виноделия

www.BlackSeaWine.world

СОБЫТИЯ

В России представили
винные шкафы BENOIT

В рамках Второго Салона грузинских вин, который прошел 20 января в Санкт-Петербурге, впервые в России состоялась презентация новой линейки винных шкафов BENOIT.

Новый винный шкаф BENOIT модели W250 рассчитан для хранения 64 бутылок объемом 0,75 литра типа бордо. Бутылки других типов в нем также вполне можно хранить за счет уменьшения общего количества единиц хранения. Оборудование имеет стандартные габариты бытового холодильника: высота 130 см, ширина 60 см, а глубина 61,5 см.

Завод по производству винных шкафов BENOIT расположен в Республике Татарстан. Сегодня компания сотрудничает с ведущими мировыми поставщиками, поэтому в новой модели используется свыше 50% комплектующих и материалов от европейских производителей. Все винные шкафы BENOIT компрессорного типа. Инверторный мотор-компрессор, устанавливаемый на них, изготавливается ведущим мировым концерном Embraco. Управляет мотор-компрессором электронный микропроцессорный блок Evco от итальянского производителя Evco. Одно из немаловажных отличий винных шкафов BENOIT заключается в наличии автоматических доводчиков двери, что позволяет автоматически закрыть дверь, даже если руки будут заняты.

Начало продаж винных шкафов запланировано на 1 марта 2022 года. К этому времени официальный сайт benoit.shop будет содержать подробную информацию по каждой модели с ценами и условиями доставки. Сегодня винные шкафы BENOIT можно купить, обратившись по электронной почте: sales@benoit.shop

ХОСЕ АНТониО ВИДАЛЬ: «ВИЗИТЫ НА ВИНОДЕЛЬНИ ПРАКТИЧЕСКИ ПРЕКРАТИЛИСЬ!»



(Продолжение. Начало на стр. 1)

По мнению предпринимателей – а именно им в первую очередь необходима статистика – во многих странах не ведется постоянного мониторинга в нашем секторе. А там, где он существует, результаты не всегда достаточно точны и объективны. Сейчас мы в GWTO работаем над глобальным экономическим обзором винного туризма.

Что касается стран-лидеров на рынке энотуризма – это США, ЮАР, Австралия, Франция и Новая Зеландия. За ними

следуют Италия, Аргентина, Испания и Португалия.

– Как Global Wine Tourism Organization оценивает тот ущерб, который пандемия нанесла винному туризму? Ведет ли кто-то подобную статистику? И какие страны мира пострадали от локдауна больше всего?

– Винный туризм, как и вся туристическая область, не избежал ограничений, связанных с пандемией. Без возможности свободно перемещаться невозможны путешествия и экскурсии. Статистика говорит о том, что с начала

пандемии туристические визиты на винодельни практически остановились.

– Сегодня в некоторых странах уже снижаются антиковидные ограничения. Заметили ли вы в связи с этим какое-то оживление на рынке винного туризма? И как это отражается на статистике: в этом секторе рынка по-прежнему продолжается спад и стагнация или все же можно говорить о каком-то восстановлении рынка, или может быть, даже росте?

– Восстановление туризма в целом и винного туризма в частности идет медленно, как и следовало ожидать. О росте рынка пока говорить рано.

Ограничения по-прежнему действуют во многих странах либо отдельных регионах. Там, где путешествия снова возможны и винодельни открыты для посещения, мы уже видим активность туристов. Важно, что энотуризм дает возможность проводить время на открытом воздухе, в контакте с природой, сейчас это очень востребовано.

– Существует ли, по вашему мнению, какой-то универсальный рецепт того, как вывести рынок винного туризма из постковидного кризиса?

– В жизни вообще есть один универсальный рецепт: люби, и делай то, что хочешь. А вот что может сейчас придать сил нашему сектору рынка – так это способность предпринимателей приспособиться к новым правилам игры. Мало какие виды бизнеса имеют столь прекрасные перспективы развития в новых условиях, как энотуризм, с его комплексностью, многогранностью и взаимосвязью с другими секторами. Мы занимаемся очень правильным бизнесом! Все, кто понимает, что энотуризм – это возможность устойчивого развития, ждет блестящее будущее.

– Когда, на ваш взгляд, индустрия винного туризма окончательно вос-

становится после пандемии?

– Мы находимся в неопределенных, сложных, неоднозначных, постоянно меняющихся условиях. Переживаем трансформационный кризис, который необходимо суметь превратить в возможности для изменений. Задача сейчас – развиваться так, чтобы управление бизнесом основывалось на трех главных принципах: инклюзивность, доступность и устойчивость.

– Какие действия предпринимает GWTO для того, чтобы помочь региональным объединениям винного туризма быстрее преодолеть последствия пандемии?

– Всемирная организация винного туризма и Академия GWTO – это глобальная сеть предпринимательства и знаний в области гастрономического, агро- и энотуризма, состоящая из общественных организаций, частных компаний, ассоциаций и академических институтов, чья миссия заключается в создании и внедрении всеобъемлющей и устойчивой системы управления с целью содействия социально-экономическому развитию направлений винного туризма. Мы убеждены, что успех нашего сектора возможен благодаря сотрудничеству энотуристического бизнеса с общественными и академическими организациями.

Наши предложения можно разделить на три сферы (<https://gwto.org/objectives/>):

1) образование (GWTO Academy); 2) бизнес (продвижение через GWTO MICE и коммерциализация через GWTO Marketplace); 3) общественный сектор (позиционирование брендов стран как энотуристических направлений).

GWTO располагает лучшими профессионалами-консультантами в области стратегического планирования и управления, маркетинга, коммуникаций, создания и развития

МОЖНО ПОКРАСИТЬ
В ЛЮБОЙ ЦВЕТ ПО
ВАШЕМУ ВКУСУ

- венге
- вишня темная
- дуб
- красное дерево темное
- орех
- каштан темный

POZIS

Профессиональное хранение вина

*Винный подарок
мечты
у Вас дома!*

Категорийный менеджер
Тел.: +7 (927) 498-88-19
E-mail: wine@pozis.ru
www.pozis.ru







продукта. В тех странах, где пока нет энотуристических ассоциаций, GWTO помогает в их создании. Вместе идти легче.

– Вы регулярно проводите мастер-классы по винному туризму, как для виноделов, так и для студентов. Не планируете ли вы систематизировать ваши знания в специализированном учебном курсе или учебнике по винному туризму для студентов всего мира, которые планируют работать в виноделии?

Есть ли в мире высшие или специализированные учебные заведения, где готовят специалистов для винного туризма? Если да – то расскажите о них и возможно ли обучение в них для студентов из России?

– Для GWTO путь к созданию стабильной структуры сектора винного туризма лежит через его профессионализацию. В Академию GWTO входят представители академических структур из разных стран, в том числе ректоры, деканы, профессора, координаторы магистерских программ, исследователи в таких областях, как виноделие, агро- и гастрономический туризм. Они готовы проводить мастер-классы и конференции для бизнеса и общественных организаций, создавать совместные образовательные программы. Как, например, международная магистерская программа «Управление коммерцией и маркетингом в энотуризме» в ESIC Business School, где преподавание ведется на испанском языке.

– Многие утверждают, что винный

туризм сложно представить в отдельности от гастрономического? Насколько вы с этим согласны и действительно ли два этих направления друг друга дополняют?

– Энотуристический опыт – как и почти любой другой – невозможно представить без гастрономического сопровождения. Гастрономия – одна из составляющих бренда туристического направления и один из аргументов, которым руководствуются туристы при выборе. Потенциал гастрономического туризма экстраординарен, это интегрирующий продукт. Гастрономические впечатления должны быть приоритетной частью визитов на винодельни.

Говоря о гастрономии, не могу не упомянуть почетного президента GWTO Рафаэля Ансона, почетного президента Международной, Иberoамериканской и Испанской гастрономических академий. Во Всемирную организацию винного туризма входят гастрономические ассоциации, в том числе Национальная ассоциация кулинаров России.

– Какими особенностями должна обладать винодельня, чтобы гарантировать себе успех на рынке винного туризма?

– Заниматься энотуризмом – значит узнавать культурное наследие и природу винных регионов и наслаждаться ими, такое определение дает Академия GWTO. Важно понимать, что энотуризм – самостоятельный бизнес, продумывать и развивать его надо независимо от собственно производства вина. Он способен приносить доход сам по себе.

Энотуризм – это в первую очередь именно туризм, поездки в те места, которые связаны с культурой вина. И он должен быть организован как любой другой вид туризма. Винодельня – часть энотуристического опыта. Важно включать также гастрономические впечатления и не забывать о важнейшей роли гида.

– Проводила ли GWTO исследования на предмет того, что больше всего привлекает потенциального винного туриста при принятии решения о посещении той или иной винодельни: дизайн винодельни, живописные виды виноградников, превосходные вина, хорошая туристическая инфраструктура (гостиница, дегустационный зал, ресторан, музей и т.д.) или что-то иное?

– Энотурист ищет развлечений и хорошего времяпрепровождения, для него важен культурный контекст, природа и гастрономия.

– Мы живем в век цифровых технологий, когда различные мультиме-

дийные продукты могут подменить собой реальный винный туризм. Не угрожает ли это снижением интереса к винному туризму как таковому?

– Короткий ответ на ваш вопрос: нет. Туризм по определению – перемещение в пространстве и реальное присутствие в каком-либо месте. А энотуризм подразумевает сенсорный опыт, включение всех органов чувств. При этом цифровые технологии уже сейчас являются и будут являться незаменимым инструментом для продвижения (социальные сети) и коммерциализации (маркетплейсы).

– Как, на ваш взгляд, будет выглядеть винный туризм в будущем, в перспективе ближайших 10-15 лет?

– Если добьемся того, чтобы он стал устойчивым и инклюзивным, – это будет успехом.

Газета Wine Weekly выражает огромную признательность Юлии Смирновой за помощь в подготовке и переводе интервью.



НОВОСТИ



В DO Руэда побит рекорд продаж

Продажи вин DO Руэда в 2021 году выросли на 22,5% по сравнению с 2020 годом, что составляет 101 818 123 проданные бутылки и является рекордом продаж за всю историю.

Совет по регулированию наименования по происхождению Руэда весьма доволен такими показателями, особенно с учетом того, что канал HoReCa был практически парализован в 2020 году по причине пандемии коронавируса.

«Мы увидели, что с марта этого года наблюдается огромный рост продаж, каждый месяц вплоть до декабря мы били рекорды, а по завершении года показатели для DO Руэда были лучше, чем по любому предыдущему году», – говорит Хесус Гонсалес Уэрта, исполняющий обязанности президента Совета по регулированию DO Руэда. «На самом деле, у нас абсолютный рекорд по сравнению с прошлым годом: за последние 12 месяцев было продано более 101 миллиона бутылок», – добавляет он.

Из 101 818 123 контрэтикеток, выпущенных в 2021 году, 99,97% приходится на белое вино (в общей сложности 101 604 570 контрэтикеток): из которых было продано 101 257 198 бутылок обычного вина, 142 823 бутылки игристого вина, и 204 384 бутылки категории «великое вино Руэды» (Gran Vino de Rueda).

«Великое вино Руэды» стало одним из величайших достижений 2021 года для DO Руэда, поскольку это вина с отличными характеристиками, которые предназначены для более требовательных потребителей. Для производства вин Gran Vino de Rueda используются ягоды с виноградников старше 30 лет, низкой урожайностью (6500 кг с гектара) и коэффициентом эффективности 65%.

Вина DO Руэда будут представлены на выставке «Продэкспо» в Москве с 7 по 11 февраля в павильоне 21D20.

В РОССИИ ОТКРЫТ НАБОР НА КУРС ITALIAN WINE AMBASSADOR

(Продолжение. Начало на стр. 1)

Вторая часть – практическая

Во время дегустационных сессий в присутствии студентов и под чутким руководством VIA Faculty участники курса имеют возможность познакомиться с широким разнообразием итальянских вин. Во время курса предоставляется возможность познакомиться с коллегами по винной отрасли, обменяться с ними опытом, расширить личный и профессиональный нетворкинг. При успешной сдаче экзамена присваивается титул амбассадора итальянского вина.

3 причины для участия в программе Vinality International Academy:

1. Программа курса

Italian Wine Ambassador Certification Course предлагает углубленное изучение местных сортов винограда и охва-



тывает все многообразие итальянских вин. Знать местные сорта винограда и деноминации недостаточно, поэтому курс предлагает рассмотреть дан-

ные тематики в широком культурном контексте. Важно знать историю вина и его трансформацию. Понимание общего контекста дает амбассадорам

лучшее видение картины итальянских вин. Приобретенные знания полезны как в профессиональной сфере, так и на персональном уровне.

2. Курс постоянно обновляется

Благодаря наставничеству научного руководителя проекта профессора Атилио Шьенца, VIA Faculty постоянно обновляет учебную программу курса и предоставляет студентам актуальную информацию. Авторский курс по изучению итальянского вина не только сосредоточен на географии местных лоз, а также обращает внимание на их генетику и геологию почв. Данные понятия более чем необходимы для глубокого понимания различных итальянских деноминаций вин.

3. Быть частью международного сообщества

Посещая курс Italian Wine Ambassador, вы становитесь частью увлеченного сообщества, состоящего из интерна-

циональных винных профессионалов, которые с энтузиазмом посвящают себя итальянскому вину и его продвижению во всем мире. Независимо от того, являетесь ли вы посланником или нет, именно ваша поддержка в продвижении итальянского вина в мире будет играть решающую роль. Обучаясь в VIA, вы автоматически присоединяетесь к сети нетворкинга из более чем 800 высококвалифицированных профессионалов, которые могут поддержать вас на протяжении вашей карьеры.

Более подробную информацию о курсе вы можете найти на веб-странице Vinality International Academy

<https://vinalityinternational.com/via-russia-agile-edition-2022/>

или

вы можете связаться с командой VIA по электронному адресу:

via@justdothework.it

НОВОСТИ

В России определяют
лучших в сфере
логистики алкоголя

С 19 января по 19 марта 2022 года будет проводиться ежегодный общероссийский FMCG-опрос в алкогольной отрасли SCM Alco Survey 2022, организованный Советом профессионалов по цепям поставок.

Цель этого мероприятия – определение лучших в логистике алкоголя, а также построение эффективных цепочек поставок между поставщиками алкогольной продукции и ритейлом на основании результатов фокусной обратной связи.

100 респондентов – руководители логистики и цепей поставок поставщиков алкоголя и ритейлеров оценят партнеров и выберут лучших по итогам года в логистике и supply chain по 12 ключевым бизнес-метрикам.

Ключевые особенности опроса:

- Актуальные для отрасли вопросы, направленные на определение зон для развития.

- Релевантная обратная связь со стороны ключевых сотрудников логистики и supply chain.

- Фокус на совместное улучшение и оптимизацию цепочек поставок.

- Мультиформатная и безопасная ИТ-платформа для проведения опроса.

- Безвозмездное участие.

- Объявление итогов и награждение победителей опроса состоится 15 апреля 2022 года на Первой конференции SCM Alco: логистика алкогольного рынка.

Всем участникам проекта будут предоставлены общие итоговые рейтинги поставщиков и сетей, детальные рейтинги по метрикам с отклонениями от лучших значений и комментариями партнеров, на основании которых можно проводить оценку общих результатов и строить совместную работу по улучшениям. Партнер опроса: РУП «Белтаможсервис» – крупнейший ЗРЛ оператор Республики Беларусь, таможенный представитель, таможенный перевозчик, владелец складских комплексов, обладающий сертификатами качества ISO 9001:2015, ISO 45001:2018. Организационный комитет Supply Chain Alco: info@scmsurvey.ru

ЛЕОНИД ГЕЛИБТЕРМАН: «ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ В РОССИИ – ОФИЦИАЛЬНО ОТСУТСТВУЕТ!»

Перед началом пандемии индустрия энogaстрономического туризма во всем мире достигла пика своего развития. Однако антиковидные ограничения, введенные по всему миру в 2020 году, нанесли отрасли колоссальный ущерб. О том, как развивался этот вид деятельности в России, газете Wine Weekly рассказал президент Международного энogaстрономического центра, вице-президент Global Wine Tourism Organization (GWTO) по Евразии, Посол Вкуса мировой гастрономии Леонид Гелибтерман.

В Российской Федерации произошел настоящий бум в развитии сферы энogaстрономического туризма. Первый международный форум-фестиваль «Перспективы развития гастрономического туризма в России» прошел в Новгороде в июле 2014 года. С тех пор в России стала актуальной тема локальных продуктов, местной кухни, гастрономических фестивалей, появились регионы, делающие в своем развитии ставку на гастрономический туризм. Тема вышла на федеральный уровень.

– Как вы оцениваете тот ущерб, который пандемия нанесла энogaстрономическому туризму? Ведет ли кто-то подобную статистику?

– Насколько я знаю, подобной достоверной статистики ни в России, ни в мире нет. Есть цифры общего падения доходов в сфере туризма, и они удручающие. При этом любой кризис создает окно новых возможностей. В нашей стране, в частности, это активизация внутреннего туризма.

– Закрытие границ из-за пандемии оказало благоприятное влияние на развитие внутреннего туризма в России. Как это отразилось на



секторе энogaстрономического туризма? В этом секторе по-прежнему продолжается спад и стагнация или все же можно говорить о каком-то восстановлении рынка или, может быть, даже росте?

– Сфера общественного питания, безусловно, очень пострадала и продолжает находиться на грани выживания. Туризм находится в состоянии турбулентности. При этом происходят и серьезные позитивные сдвиги. В Москву пришел гид Мишлен, Санкт-Петербург вошел в сеть креативных городов мира ЮНЕСКО в категории «Гастрономия». Несмотря на пандемию, прошли уже две всероссийские олимпиады

по кулинарии и сервису «Легенда». Ростуризм провел Всероссийский форум-фестиваль гастротуризма в Уфе с очным участием представителей из более чем 40 регионов страны.

В Российском союзе туриндустрии (РСТ) был создан комитет по гастротуризму, который разработал проект концепции развития российского гастротуризма в нашей стране. В то же время в РАНХиГС при Президенте РФ для студентов появился курс «Гастродипломатия», а Россия начала сотрудничество с Всемирной организацией винного туризма (GWTO). Для участников Всероссийского конкурса «Мастера гостеприимства» президент-

ской платформы «Россия – страна возможностей» была открыта номинация «Гастрономический туризм».

– Существует ли, по вашему мнению, какой-то универсальный рецепт того, как вывести рынок энogaстрономического туризма из постковидного кризиса?

– Честно говоря, я вообще не верю в универсальные рецепты. Каждая страна будет выбираться из кризиса по-своему. Многие страны вообще коренным образом пересматривают свои концепции развития туризма. Ясно, что по-прежнему уже не будет. Новая реальность вошла в нашу жизнь и уже из нее не уйдет. Необходимо это принять и действовать самым активным образом, пока сложившаяся система не обрела прежнюю консервативность. Именно сейчас есть место для ярких, харизматичных, если хотите, дерзких проектов.

– Какие действия предпринимают возглавляемые вами организации для того, чтобы помочь региональным объединениям энogaстрономического туризма быстрее преодолеть последствия пандемии?

– Мы работаем и на федеральном уровне с Ростуризмом, и на уровне регионов. Что делаем? Вот из каждого угла сейчас говорят о гастротуризме. Тема стала модной, значит появилось множество «детей лейтенанта Шмидта», которые разъезжают по стране и учат за немалые деньги, как стать успешным. При этом у нас в стране официально гастрономический туризм как вид туризма отсутствует. Поэтому мы вместе с экспертами из разных регионов России работаем над легализацией гастротуризма, над терминологией, над дорожной картой. Без базы не будет развития. Важнейший вопрос – содействие регионам в создании местных меню из локальных продуктов. В этом смысле, безусловно, заслуживает внимания проект в Калужской области «Гастрокэмп Калуга



В Е N O I T

ПРЕМИАЛЬНАЯ БЫТОВАЯ ТЕХНИКА

Идеальный климат для хранения сигар

Цветовые решения облицовки шкафа из массива:



8 800 555 80 37
sales@benoit.shop
benoit.shop

WINE Weekly

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. Кораблестроителей, д. 31, кор. 2, оф. 3.
Телефон: (812) 967-16-54,
e-mail: editor@provina.ru
Распространяется бесплатно посредством e-mail рассылки участникам винного рынка.



– Практически каждый регион нашей страны может похвастаться своей региональной кухней. Однако местные рестораторы не столь активно используют эти рецепты. Как можно решить эту проблему? Ведь оригинальная региональная кухня по всему миру является неотъемлемой составляющей туристического продукта.

– Дело в том, что у нас в подавляющем большинстве регионов не так много рестораторов, ориентирующихся на туристов. Поэтому проще открыть для местных жителей «итальянский», «грузинский», «узбекский» ресторан и получать прибыль. Тут все ясно и технологично. А вот работать с местными фермерами и локальными продуктами – это не самое простое занятие.

Чтобы добиться в вопросе развития региональных кухонь реальных значимых изменений – потребуется скоординированная работа местных властей, бизнеса и гражданского общества. Власти, например, могут материально стимулировать ресторанный бизнес и местных сельхозпроизводителей. Рестораторы могут создавать специальные предложения с блюдами региональной кухни, а представители гражданского общества – работать с общественным мнением, повышать общественный статус местных сельхозпроизводителей, способствовать формированию гордости за локальные продукты

– В прошлом году вы запустили проект «Гастрокэмп». Расскажите, пожалуйста, о нем. Какова основная цель данного проекта и планируете ли вы его реализацию в различных регионах России?

– Да, как я уже говорил ранее, губернатор Калужской области Владислав Шапша принял решение о проведении в Калужской области первого пилотного проекта «Гастрокэмп». Проект активно поддержали представители местного бизнес-сообщества, туроператоры и журналисты. Калужская область обладает очень серьезным историческим наследием, в регионе насчитывается более 4000 исторических, культурно и духовно значимых объектов. При этом историческое кулинарное наследие региона оказалось небогатым. Целью проведения «Гастрокэмпа» было создание блюд, приготовленных из локальных продуктов, на основе которых было составлено «Калужское меню». Команда «Гастрокэмпа», состоящая из шеф-поваров (калужских и иногородних), кондитеров, бариста и маркетологов, в течение недели работала на базе отеля «Амбассадор Калуга» и в итоге выдала на суд общественности «Калужское меню».

Владельцем рецептур меню является Агентство развития бизнеса Калужской области, которое бесплатно предоставляет рецептуры блюд и напитков областным заведениям и общественного питания. Проект оказался настолько успешным, что ему была посвящена пресс-конференция с руководителями нескольких субъектов Федерации в ИТАР-ТАСС, которую модерировал посол Всемирной туристской организации ООН (ЮНВТО), легендарный хоккеист Вячеслав Фетисов. В этом году «Гастрокэмп» запланированы в нескольких регионах России.

(Продолжение на стр. 6)



2021», который позволил региону получить 27 новых рецептов блюд и напитков, приготовленных из местных продуктов. Мы с партнерами работаем над проектами развития в регионах России фестивалей уличной еды и других ярких событийных мероприятий гастрономической направленности. В 2022 году в той же Калужской области будет проведен международный форум-фестиваль космической еды, запланированы мероприятия в Калининграде, Владивостоке, Перми, Петропавловске-Камчатском, Ростове-на-Дону, в Уфе, Надыме...

– В России винный туризм, по сути, только-только зарождается. Что вы можете посоветовать российским виноделам для того, чтобы как можно быстрее приблизиться к мировым стандартам качества в этой отрасли?

– Думаю, что необходима координация усилий на уровне страны. Союз виноградарей и виноделов России мог бы сыграть в этом деле ключевую роль. Ростуризм проявляет интерес к теме – значит можно стимулировать процессы по этой линии. Есть поручение президента страны развивать винный туризм – значит главы субъектов, которых это касается, должны будут предпринять дополнительные шаги. Стоит изучать опыт зарубежных стран – значит разумно укреплять сотрудничество с Всемирной организацией винного туризма. И вы правы, говоря о стандартах качества – это ключ к успеху.

Но у нас в стране не готовят персонал для работы в сфере гастрономического туризма. Так что работа впереди предстоит огромная! Винный туризм – это очень серьезная тема, которую нельзя рассматривать только через призму

повышения продаж вина непосредственно на винодельне.

– Вы регулярно проводите мероприятия по эногастрономическому туризму. Не планируете ли вы систематизировать ваши знания в специализированном учебном курсе или учебнике?

– Это пока из разряда мечты. Своим опытом я делюсь со студентами, преподавая в РАНХиГС и в МГИМО – на большее времени не хватает.

– Есть ли в России высшие или специализированные учебные заведения, где готовят специалистов для эногастрономического туризма? Если да – то расскажите о них и возможно ли обучение в них для студентов из России?

– Я не знаю учебных заведений в России, которые бы целенаправленно готовили специалистов по гастрономическому туризму. Из наиболее известных учебных проектов в гастрономической области последних лет я бы выделил два. В Сибирском федеральном университете (Красноярск) есть базовая кафедра «Высшая школа гастрономии от INSTITUTE PAUL BOCUSE». И это очень помогает отрасли! Есть новый проект в Калининграде – Балтийская высшая школа гастрономии на базе КГТУ, которая имеет очень хорошие перспективы. Что касается зарубежных проектов, то, на мой взгляд, самый серьезный уровень подготовки в мире по специализации «Гастротуризм» дает Баскский кулинарный центр в Сан-Себастьяне (Испания). В том числе у них можно получить и квалификацию «Магистр гастрономического туризма» или, скажем, «Искусство сомелье и эно-маркетинг».

НОВОСТИ



Винодельни распробовали вкус туризма

По итогам 2021 года направление «Винный туризм» показало самый высокий рост среди других видов отдыха на платформе Svoe-Zagorodom.ru

При этом на платформе винодельни стали размещаться только с середины июля 2021 года, винные хозяйства захватили уверенный спрос среди туристов, планирующих свой отдых уже в 2022 году. Сегодня мы наблюдаем 3-кратный рост запросов на посещение виноделен, многие туристы хотят совместить свой размеренный отдых с активностями, которые доступны на юге России.

Но центральные регионы не отстают в развитии энотуризма, и сейчас в нескольких областях действуют винодельни, где выращивают морозостойкие сорта винограда и виноградари принимают туристов в летний период.

В данный момент платформа Svoe-Zagorodom.ru привлекает к сотрудничеству сыроварни и устричные хозяйства для создания маршрутов для путешествий, где каждый может выбрать точки, которые хотел бы посетить, и соединить их в единое путешествие.

Не обошел интерес к винному туризму и виноделов: за полгода на платформе появились как винодельни с вековой историей, так и молодые хозяйства, которые также активно принимают туристов и раскрывают свои секреты.

Разрешение на использование земель сельхозназначения для туристических целей, в частности, строительства гостевых домов, строительство в действии специального гранта Минсельхоза «Агротуризм», а также цифровизация отрасли способны начать приносить в выручку аграриев дополнительно до 200 млрд рублей ежегодно, считают эксперты Россельхозбанка.

Подробнее: Svoe-Zagorodom.ru

В СВЯЗИ С РАЗВИТИЕМ И РАСШИРЕНИЕМ КОМПАНИИ ПРИГЛАШАЕМ В НАШУ КОМАНДУ:

- Территориальный менеджер (г. Пермь)
- Региональный представитель (ХМАО)
- Территориальный менеджер (г. Тюмень)
- Региональный представитель (г. Кемерово)
- Территориальный менеджер (г. Челябинск)
- Региональный представитель (г. Томск)
- Территориальный менеджер (г. Сочи)
- Региональный представитель (г. Астрахань)
- Территориальный менеджер (г. Новороссийск)
- Территориальный менеджер (г. Самара)

Требования: Опыт работы в алкогольных компаниях, уверенный пользователь ПК, высокий уровень обучаемости, готовность к командировкам.

Обязанности: Выполнение плана продаж подотчетного региона, мониторинг конкурентов, организация и проведение презентаций продукта, взаимодействие с подчиненными сотрудниками на территории, ведение отчетности.

Условия: Официальное оформление согласно ТК РФ, график работы 5/2 с 9-00 до 18-00 (преимущественно разъездной характер работы), уровень дохода обсуждается на собеседовании (оклад+КП).

Контактная информация: Наталья Бурова, тел: +7 (812) 313-12-18, доб. 143. burova@ladogaspb.ru



ENJOY OUR GREAT BRANDS RESPONSIBLY!

Хотите оформить бесплатную подписку на газету Wine Weekly?

Отправьте заявку с указанием вашего Ф.И.О, контактного телефона и e-mail по адресу: editor@wineweek.ru

НОВОСТИ

**«Абрау-Дюрсо»
покупает винодельню
«АСК Шеки Шараб»
в Азербайджане**

Группа компаний «Абрау-Дюрсо» в лице дочернего предприятия ООО «AzAbrau» стала победителем приватизационного конкурса на приобретение винного завода «АСК Шеки Шараб» в Шекинском районе Азербайджана мощностью 2,6 млн бутылок в год. Согласно инвестиционной программе, одобренной конкурсной комиссией, ГК «Абрау-Дюрсо» вложит более 2 334 000 евро в развитие предприятия.

Шекинский район, где расположена винодельня, находится в знаменитой Алазанской долине, простирающейся по южному предгорью Кавказского хребта на территории Грузии и Азербайджана. Производственные мощности завода позволяют наладить выпуск 2,6 млн бутылок вина в год. Предприятие было открыто в 2008 году, на нем установлено современное европейское оборудование.

В известном винодельческом регионе Азербайджана ГК «Абрау-Дюрсо» планирует производить элитные, а также десертные виноградные вина. В ближайшей перспективе — посадка собственных виноградников. Особый интерес представляют местные автохтонные сорта Мадраса и Баяншира, исконно произрастающие в данном регионе.

Сейчас в Азербайджане достаточно сырья для расширения производства. Власти страны заинтересованы в выходе местного вина на международный рынок и оказывают виноделам всестороннюю поддержку. Реализация государственной программы Азербайджана по развитию виноделия предусматривает увеличение экспорта локального вина в пять раз до 2025 года.

Производимые на «АСК Шеки Шараб» вина группа компаний «Абрау-Дюрсо» планирует экспортировать в первую очередь в Россию.

ЛЕОНИД ГЕЛИБТЕРМАН: «ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ В РОССИИ – ОФИЦИАЛЬНО ОТСУТСТВУЕТ!»



– Многие российские регионы славятся и своими местными продуктами. Что мешает создать в нашей стране единый каталог или реестр защищенных наименований, по аналогии, к примеру, с Италией, где в каждой области существует свой реестр продуктов категории DOP?

– Мешает то, что принято называть у нас в стране межведомственной кооперацией. Такого рода документ должен быть плодом совместной работы таких ведомств, как Минсельхоз, Минпромторг, Минкульт, Ростуризм, Роспатент, власти субъектов Федерации...

Вопрос заключается в том, кто может их собрать для реализации такой задачи. В проекте концепции развития гастротуризма в РФ, которую мы подготовили для Ростуризма, тема создания таких реестров обозначена.

– Что нужно сделать, чтобы местные продукты, как и вина, которые после долгого времени получили свои ЗГУ и ЗНМП, получили свои защищенные наименования? И когда это может произойти?

– На самом деле, у нас в стране существуют продукты питания, имеющие

категорию НМПТ. Другое дело, что их очень мало и НМПТ – это не идеал того, как бы хотелось уникальные продукты юридически защитить. Все усилия гастрореволюционеров, гастроактивистов и гастроэнтузиастов направлены на то, чтобы объяснить руководителям региональных туристических администраций, что не может быть гастрономического туризма без локальных продуктов, в том числе защищенных по месту происхождения. Этот же вопрос мы поднимаем на всех встречах и конференциях с участием сельхозпроизводителей. Процесс движется, но мы же знаем, что у нас и в целом страна правового нигилизма.

– Вы неоднократно бывали на российских винодельнях. Как бы вы могли оценить уровень развития инфраструктуры винного туризма в нашей стране?

– Ряд российских виноделен активно обладают возможностями мирового уровня для приема туристов. Безусловно, есть вопросы к уровню сервиса, подготовке персонала, готовности принимать зарубежных туристов. Наступающий сезон покажет, кто и какие выводы сделал по итогам

прошлого года. В целом считаю, что винный туризм у нас в стране активно развивается.

– Многие утверждают, что винный туризм сложно представить в отдельности от гастрономического? Насколько вы с этим согласны и действительно ли два этих направления друг друга дополняют?

– На взгляд моих коллег по Всемирной туристской организации ООН (ЮНВТО), винный туризм является частью гастрономического. Я согласен с этой точкой зрения. В трактовке GWTO, мы говорим не только о винах в классическом понимании этого термина, но и о «винах» из ягод и плодов также. Японцы на форумах ЮНВТО по винному туризму представляют sake-туризм. Думаю, что посещение пивоварен и заводов по производству коньяков и текилы, вискикурен – тоже относится напрямую к теме. Так что, на мой взгляд, стоит смотреть на вещи широко.

– Какими особенностями должна обладать винодельня, чтобы гарантировать себе успех на рынке винного туризма?

– Дорога. Инфраструктура. Сервис.

Атмосфера. Соцсети. И, конечно, доброе вино!

– Существует ли в вашем понимании идеальный объект для винного туризма? Какими параметрами и характеристиками он должен обладать?

– В мире вообще нет ничего идеального. Вы же знаете, как много примеров, когда и локация правильная, и посуда, и интерьер и персонал старается – а нет ощущения счастья. А в другом месте и бедненько как-то, и грязновато – но люди толпятся. В общем, должна быть положительная, светлая аура. Она и притянет успех.

– Когда, на ваш взгляд, индустрия энogaстрономического туризма окончательно восстановится после пандемии?

– Я не футуролог. Те, кто себя ими считает, говорят о сроке 3-5-7 лет.

– Как, на ваш взгляд, будет выглядеть энogaстрономический туризм в России, в перспективе ближайших 10-15 лет?

– Как эффективная отрасль российской экономики, приносящая владельцам прибыль, а туристам радость.



Винные туры и авторские экскурсии в Тоскане (Италия) www.toscana-tour.ru



Хотите посетить
Кьянти, Болгери,
Монтальчино,
Монтепульчано,
Сан Джиминьяно?
Лицензированный
гид и сомелье
Иван Евтухин
поможет Вам
в организации
Вашей поездки.

+ 39 331 996 6738

ОПРЕДЕЛЕНА ФИНАЛИСТЫ ROULLET BARTENDER CHALLENGE 2021

Настал долгожданный для многих момент объявления финалистов одного из самых масштабных в России конкурсов барменов – Roulet Bartender Challenge 2021! Конкурс проходит третий год подряд. В этом году тематику определила знаковая для коньячного дома Roulet дата – канун 250-летнего юбилея Roulet.

По сравнению с прошлым годом конкурс вырос как в части географии (12 городов вместо 5 в прошлом году), так и по количеству присланных работ в 2,5 раза – магия цифр 250-летия дома Roulet. Гастрономические пары наравне с приготовленными коктейлями вызвали восхищение судей. Участники челленджа действительно доказали, что коньяк – это напиток с безграничным потенциалом для при-



готовления коктейлей – ярких и смелых, утонченных и запоминающихся. В этом году лучшими среди барменов в своем регионе по версии конкурса Roulet Bartender Challenge стали:

- Центр: Андрей Кобяков, Fine Coffee Bar, Москва
- Север: Мария Милацкова, Orthodox Russian Bar, Санкт-Петербург

- Юг: Виктория Комиссар, London Bar, Сочи
- Татарстан: Полина Васильева, бар Relab, Казань
- Урал: Константин Орлов, гастробар DOM, Челябинск
- Сибирь: Максим Ягольник, бар Fresca, Тюмень

Каждому финалисту будут вручены специальные призы от коньячного дома Roulet, а также сертификаты на обучение на курсе «Современные технологии бара» в Учебном центре Романа Торошина. Лучшего барменера по версии Roulet Bartender Challenge объявят на торжественной церемонии ресторанной премии WhereToEat Russia 22 февраля. Победивший коктейль станет основным напитком на мероприятиях, посвященных 250-летию коньячного дома Roulet. А сам победитель конкурса получит главный приз – 250 тысяч рублей!

НОВОЕ ПОКОЛЕНИЕ ВЫБИРАЕТ ВИНА В БАНКАХ!

Большинство из нас прекрасно понимает, что вино нужно пить из бокала. Это классика! Однако представители поколения миллениалов не всегда разделяют традиционные культурные ценности – для них удобство важнее этикета. Можно ли приобщить любителей пива и сидра к винной культуре, дав им привычный формат? Ответ на этот вопрос помогли найти сотрудники маркетингового агентства Export Wine Radar, офис которого расположен в Мадриде.

С чего все начиналось?

Все началось с того, что в агентство Export Wine Radar обратился клиент из США, который, видя необычайный рост продаж вина в алюминиевых банках у себя на родине, заинтересовался розливом высококачественных, терруарных вин в этот тип упаковки. Поскольку клиент уже работал с тихими винами, было решено сделать пробную партию. В итоге результат превзошел все ожидания. В течение одного года только в США был отгружен объем, в несколько раз превышающий тестовую партию. Причем речь идет не о каких-то винных напитках, а о винах с защищенным наименованием, качество которых контролируется управляющим советом IGP или DOP.

Рынок ожидает 2-кратный рост

Необходимо отметить, что продажи вина в алюминиевых банках набирают обороты не только в США. В агентстве Export Wine Radar уже сформирован портфель заказов на поставки в Бразилию, Мексику, Китай и даже Австралию. В Европе этот тренд также получает все большее распространение. На мировом рынке продажи вина в алюминиевой банке уже не первый год показывают значительный рост. Так, в частности, объем этого сегмента рынка составил 211,4 млн долларов США в 2020 году и, как ожидается, достигнет 235,7 млн долларов по итогам 2021 года. При этом эксперты прогнозируют, что к 2028 году объем мирового рынка продаж вина в банках достигнет 571,8 млн долларов, а среднегодовой темп роста составит 13,2%.



Скоро в России!

Сегодня Export Wine Radar готовы предложить миру один из хитов американского рынка – испанское белое сухое вино чакколи Хармант от винодельни Artomana Txakolina <https://artomanatxakolina.eus/>, которая расположена в DO Txakoli Alava в Стране Басков. Не меньшей популярностью в Северной и Латинской Америке уже пользуются португальские белые и розовые вина из Винью Верде, изготовленные на винодельне Adegа Cooperativa de Ponte da Barca e Arcos de Valdevez <https://adegapontedabarca.pt>. Кстати, в ближайшее время эти вина

будут представлены и в России. Презентация португальских вин состоится на выставке «Продэкспо», которая будет проходить в Москве с 7 по 11 февраля. В павильоне 21D40 «Вина Португалии» на стенде 17 эти вина представят президент винодельни Adegа Cooperativa de Ponte da Barca e Arcos de Valdevez Жозе Оливейра и куратор проекта, коммерческий директор компании Export Wine Radar Светлана Гарсия Альварес.

7 плюсов новой упаковки

Так в чем же секрет все возрастающей популярности такой упаковки

и чем же хороша банка для розлива вина?

1. Эффективность хранения

Во-первых, банка – это очень эффективная тара с точки зрения сохранения вина, так как она не вызывает проблем с окислением, сохраняет полную герметичность и, будучи непрозрачной, предотвращает воздействие солнечного излучения на продукт.

2. Эко-френдли

Банка эффективнее, чем стекло, с точки зрения экологической безопасности, поскольку алюминий на 100% пригоден для вторичной переработки и имеет небольшой вес, что значительно снижает углеродный след. При транспортировке в пункт утилизации пустая бутылка занимает столько же места, сколько и полная, а банка легко сминается.

3. Безопасность

Банка может заменить бутылку на стадионах, в кинотеатрах, на музыкальных фестивалях и других общественных местах, куда не разрешается пронести с собой стеклянную тару или штопоры.

4. Удобство

Банка более удобна, чем стеклянная бутылка, на пикниках, экскурсиях, в парках, на пляже и т. д. Потребителю не нужен штопор или бокал.

5. Компактность

Банка занимает меньше места в холодильнике, чем стеклянная бутылка, и ее можно разместить для охлаждения даже в самом маленьком уголке.

6. Монодоза

Банка емкостью 250 мл эквивалентна двум бокалам и представляет собой оптимальный объем для тех, кто потребляет небольшое количество

вина. Кроме того, это предотвращает потерю качества остатка вина.

7. Идеальное решение для NoReCa

В банке каждый клиент получает свежий продукт и ему больше не нужно думать о том, сколько времени бутылка с вином стояла открытой, и как при этом соблюдались условия хранения. Банку достаточно просто охладить.

Новое поколение выбирает!

Совершенно неудивительно, что значительное большинство тех, кто работает в винной индустрии, и поклонников вина по всему миру крайне скептически относятся к тому, что в качестве тары для вина все чаще используются алюминиевые банки. Рынок по-прежнему наводнен информацией, которая полна мифов и заблуждений по поводу этого вида упаковки. Однако статистические данные говорят сами за себя – объемы продаж вина в банках продолжают стремительно расти и, по прогнозам экспертов, могут удвоиться в течение ближайших лет.

Подробнее о компании Export Wine Radar: <https://exportwineradar.com>



О компании Export Wine Radar

Export Wine Radar – маркетингово-консалтинговое агентство, расположенное в Мадриде. Среди его клиентов более 20 виноделен из различных уголков Европы, вина которых компания представляет в 30 странах мира. Главная миссия агентства Export Wine Radar – оптимизация процессов продаж для виноделен и внедрение инноваций в винном секторе.

«Вина, в принципе, может продавать любой. Мы же помогаем винодельням не только экономить деньги, но и создавать новые продукты, разрабатывать инновационный дизайн и форматы, адаптированные к разным рынкам. Другими словами, мы помогаем винодельням продавать их вина в тех уголках планеты, где на них существует наибольший спрос», – говорит коммерческий директор компании Export Wine Radar Светлана Гарсия Альварес.

Вина Export Wine Radar будут представлены в России на выставке «Продэкспо», которая будет проходить в Москве с 7 по 11 февраля. В павильоне 21D40 «Вина Португалии» на стенде 17.

МОСКВА ПРИГЛАШАЕТ НА VINSPARATION



28-30 апреля 2022 года в историческом центре Москвы, в Гостином дворе, впервые в России состоится эксклюзивная премьера грандиозного эногастрономического салона VINSPIRATION.

VINSPIRATION – ключевая профессиональная площадка для презентации лучших вин и гастрономических сочетаний, профессионального обмена опытом, поиска новых решений и форм сотрудничества международных экспертов и бизнеса, а также

стимулирования повышения культуры потребления качественной винодельческой продукции.

Гостей VINSPIRATION ожидают мастер-классы ведущих шеф-поваров, встречи с крупнейшими российскими и зарубежными производителями, винные дегустации и ставшая бесценной в новой реальности роскошь живого человеческого общения.

В программе проекта:

- разнообразные форматы дегустационных мероприятий – от винных салонов до закрытых профессиональных дегустаций и мастер-классов с участием профессионалов и экспертов;
- презентации престижных винных брендов и умопомрачительных деликатесов; деловые встречи и переговоры;
- шикарные POP-UP ужины: энога-

строномические спектакли, волшебное погружение в мир изысканных вкусов уникальных вин и потрясающих авторских блюд высокой кухни от известных шеф-поваров Москвы.

Центральное место феерического представления VINSPIRATION отведено экспозиции вин и спиртных напитков. На площадке разместятся:

Selected wine salon с лучшими образцами вин, отобранных в результате конкурса; Spirit salon – уникальные крепкие спиртные напитки;

Water&Beverage salon – вода, квас, сидр; Wine&Spirit Academy – мастер-классы и дегустации изысканных вин и спиртных напитков;

Стенд «Винная Карта» – презентация лучших вин и спиртных напитков, удостоенных медалей на конкурсе «Винная Карта Open-2022» – и многое другое.

Более 300 участников, 60 мероприятий, 1000 лучших вин мира из Старого, Нового Света и России на дегустациях, мастер-классах, тематических ужинах. Среди гостей VINSPIRATION международные эксперты, MW, сомелье и кависты, шеф-повара с мировым именем и более 10 тыс. посетителей салона.

Организатор мероприятия – «ВинЭкспо» (Гостиный Двор&ASTI group) при участии газеты «Винная Карта» предлагает привлекательные условия участия в этом беспрецедентном празднике лучших вин и гастрономических изысков.

Контакты для отправки запросов на участие, партнерство и спонсорство: wine@astigroup.ru

Подробнее на сайте: www.vinspiration.ru или www.astigroup.ru

НОВОСТИ

Производство сыра в России выросло на 74%

Потребление сыра в России достигло 6,6 кг на человека в год. Об этом свидетельствуют данные исследований Центра отраслевой экспертизы Россельхозбанка (РСХБ).

Растущий внутренний спрос удовлетворяется в первую очередь положительной динамикой российского производства сыра. В 2021 году оно, по предварительным оценкам РСХБ, составило 756 тысяч тонн, что на 117% выше уровня 2004 года и на 74% превосходит результат 2013 года. Не стоит на месте и экспорт: теперь Россия экспортирует даже моцареллу, а в 2021 году был установлен рекорд по поставкам сыра за рубеж.

«До 2013 года включительно мы видим постепенный уход рынка сыров и сырных продуктов в зависимость от импорта: производство практически не росло, а самообеспеченность снижалась с 60% в 2006 году до 51% в 2013-м. Изменение государственной политики активизировало собственное сыроделие и переориентировало рынок на отечественных производителей. Влияние продэмбарго по-настоящему стало хорошо заметным с 2015 года. Самообеспеченность сыром и сырными продуктами резко увеличилась относительно 2014 года на 13 процентных пунктов, а относительно 2013 года – на 24 процентных пункта, и с тех пор и не снижается», – рассказал руководитель Центра отраслевой экспертизы Россельхозбанка Андрей Дальнов.

Потребление на душу населения растет, с 2004 года (минимум за рассматриваемый период) оно увеличилось с 4,1 до 5,8 кг на человека в 2013 году. В 2019 году достиг 6,2, а в 2020 и 2021 гг. – 6,6 кг на человека. Для сравнения – в Европе потребление сыра оценивается в среднем в 15–18 кг на человека в год, а, например, гражданин Чешской Республики и вовсе съедает порядка 60 кг сыра в год.

КАКИЕ СОРТА ФЕРМЕРСКОГО СЫРА ПРЕДПОЧИТАЮТ В РОССИИ?

20 января по всему миру отмечали День любителей сыра. К этому празднику Россельхозбанк проанализировал спрос на различные виды фермерского сыра на платформе «Свое Родное» в IV квартале 2021 года. Выяснилось, что наибольшей популярностью у россиян в этот период пользовались страчателла, халлуми и твердые сорта.

Вкус Италии

Страчателла – молодой нежный сыр родом из Италии. Считается, что его изобрели запасливые сыроделы, которые научились давать новую жизнь моцарелле. В общих чертах рецепт выглядит следующим образом – шарики моцареллы подвергаются тепловой обработке, вытягиваются в нити и охлаждаются в сливках. Такая «лапша» из сыра получает нежную текстуру, насыщенный молочный аромат и сладковатый вкус. Страчателлу используют при приготовлении различных блюд – от десертов в сочетании с фруктами до супов и горячего. Этот вид сыра все еще завоевывает потребителей в России, но те, кто с ним хорошо знаком, как правило, стремятся приобретать его у надежных поставщиков, в качестве сырья которых они уверены. Именно поэтому страчателлу часто покупают напрямую у фермеров. На маркетплейсе «Свое Родное» этот сыр предлагают несколько производителей, в том числе ремесленная сыроварня «Сыр&Веег» из Московской области. Стоимость упаковки в 300 г сыра составит 450 рублей.

Для тех, кто любит погорячее

Второе место в рейтинге популярности фермерских сыров у пользователей маркетплейса «Свое Родное» занял халлуми. Этот левантский



сыр, пришедший из кипрской кухни, имеет слабосоленый вкус и отличается высокой температурой плавления. Он идеально подходит для гриля и обжарки, отлично сочетается с джемами и мятой, идеально подходит для завтраков. На маркетплейсе «Свое Родное» есть много видов халлуми, с добавками и без. Так, КФХ «Домодовская ЭКО Ферма» из Подмосквы предлагает халлуми премиум копченый по цене 680 рублей за 400 г, а семейная экоферма «Ройгас» из Московской области реализует традиционный сыр для гриля по цене 600 рублей за 500 г.

Сыр с твердым характером

Твердые сыры, занявшие почетное третье место, являются одним из самых популярных деликатесов по всему миру. Пармезан, гауда, грюйер, маасдам, чеддер, российский, пошехонский – все это твердые сыры.

Палитра вкусов здесь широчайшая – от насыщенного остро-соленого до орехово-сладковатого. В них нередко добавляют специи, овощи и травы, они отлично сочетаются с вином и кофе, их добавляют в салаты и горячие блюда для придания оттенков. На маркетплейсе «Свое Родное» представлено множество видов твердых сыров от разных производителей. Например, грюйер выдержкой 6 месяцев от производителя из Курска «Натуралина» по демократичной цене 150 рублей за 100 г, или пиренейский из козьего молока с перцем от фермерского хозяйства «Завидовское» из Тверской области за 250 рублей за 100 г, или гауда от производителя «Сыры от Джона Кописки» из Владимирской области стоимостью 300 рублей за 100 г.

«На маркетплейсе «Свое Родное» представлено более 3 тысяч наименований сыров, и их количество растет ежедневно. Причем это пре-

имущественно авторские уникальные сыры, которые в обычных магазинах купить невозможно. Наш маркетплейс буквально открывает потребителям новые вкусы, предоставляя частным сыроварням площадку для размещения своей продукции. Все это способствует развитию в обществе культуры потребления. И россияне действительно становятся гурманами, стремятся открыть для себя новые сорта, о чем и говорит рост популярности деликатесных страчателлы и халлуми. Многие фермеры также устраивают экскурсии на производство, забронировать, которые можно через сервис «Свое – За городом». Во время такой поездки можно лично убедиться в качестве ингредиентов и попробовать разные сорта сыра, чтобы найти идеальный вкус», – отмечает директор Центра развития финансовых технологий РСХБ Елена Батунова.

Ко Дню любителя сыра, который отмечают 20 января, эксперты Россельхозбанка проанализировали «сырную географию» страны на основе данных маркетплейса «Свое Родное» и выяснили, где сосредоточено больше всего фермеров-сыроделов.

Выяснилось, что более 30% всех производителей, выставивших продукцию на маркетплейсе фермерской продукции «Свое Родное», представляют Москву и Московскую область. Следом за столичным регионом идет Санкт-Петербург и Ленинградская область с 10%, замыкает тройку Воронеж (5%). За тройкой лидеров российских регионов по предложению фермерского сыра следуют Екатеринбург (4%), Ижевск (4%) и Пенза (4%).

Если говорить о видах сыров, то наиболее широко представлены адыгейский, сулугуни, грюйер, рокфор, горгонзола и халлуми. Так, например, сыроварня «ЛетоЗдесь» из Нижегородской области предлагает халлуми

В ПОДМОСКОВЬЕ РАБОТАЕТ ТРЕТЬ ВСЕХ РОССИЙСКИХ ФЕРМЕРОВ-СЫРОВАРОВ



по цене 630 рублей за 700 г, а сулугуни копченый от семейного хозяйства «Никитин Ферм» из Владимирской

области будет стоить 225 рублей за 250 г. Грюйер из коровьего молока от семейной фермы и сыроварни «Сем-

кино подворье» (Тульская область) можно приобрести на маркетплейсе «Свое Родное» по цене 220 рублей за 100 г, а горгонзола «Дольче» от сыроварни «Альдини» из деревни Соболево в Московской области будет стоить 220 рублей за 100 г.

«С 2014 года сыроделие, особенно крафтовое, фермерское, развивается в России семимильными шагами. Отечественные сыры известны и за границей: например, в 2019 году российская команда сыроделов заняла призовые места на международных фестивалях в Италии и Франции. Наши сыроделы наполнили страну уникальными, качественными рецептами, и теперь у любого россиянина есть возможность найти любимый вкус среди ассорти из 3 тысяч сыров через маркетплейс «Свое Родное», –

отмечает директор Центра развития финансовых технологий РСХБ Елена Батунова.

Маркетплейс фермерских продуктов Россельхозбанка позволяет напрямую покупать свежие овощи и фрукты, мясо, молочные товары и многое другое от проверенных фермерских хозяйств со всей России. 8,5 тысяч фермеров от Калининграда до Владивостока предлагают на платформе не только привычные продукты, но и редкие деликатесы. Также через подраздел «Свое – За городом» можно договориться об экскурсии на ферму, посетить гастрономические мастер-классы и забронировать отдых в лучших гостевых домах или воспользоваться другими предложениями по агротуризму.