

WINE

Неделя

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

18+

ЕЖЕНЕДЕЛЬНОЕ ВИННОЕ ОБОЗРЕНИЕ

№ 1 (1)
февраль 2016

НОВОСТИ



Союз виноделов прогнозирует повышение цен на российские вина

В 2016 году российское вино подорожает в среднем на 15-20%, сообщил президент Союза виноградарей и виноделов РФ Леонид Попович. Одним из факторов повышения цен, по его словам, станет увеличение стоимости импортных комплектующих, которые используют производители.

По данным Леонида Поповича, российские виноделы планируют увеличить объемы производства вина в этом году на 3-5% к объемам 2015 года. «Но это будет сделать непросто, так как площадь виноградников останется на уровне прошлого года. Таких показателей будем пытаться достичь за счет существующих технологий на производстве, которые позволяют это сделать», – рассказал Леонид Попович. По данным Союза виноградарей и виноделов РФ, в России в прошлом году было произведено около 70 млн литров вина.

По данным экспертов, с 2013 года отмечается ежегодное увеличение объемов продаж вина в РФ приблизительно на 7%, и к 2019 году он должен составить 1,8 млрд литров. Виноделы отмечают, что перспективы развития российского рынка вина весьма оптимистичны благодаря внедрению новых технологий на российских винозаводах. В результате качество российского вина улучшается и оно начинает конкурировать с европейскими аналогами. По словам Поповича, российские эксклюзивные вина стоят недешево и по качеству не уступают европейским. «Например, эксклюзивные крымские вина достаточно серьезно выдерживаются, их серия выпуска ограничена. Поэтому их стоимость может достигать несколько десятков тысяч рублей, – пояснил собеседник агентства. – Есть и бюджетные крымские вина, стоимость которых может достигать 300 рублей за бутылку. Спекулятивной составляющей в цене на крымские вина нет».

ХОСЕ ЛУИС ЛАПУЭНТЕ САНЧЕС: «РИОХА ПРИЕХАЛА, ЧТОБЫ ОСТАТЬСЯ!»

15 и 17 сентября более 30 испанских бодег региона Риоха представили москвичам и петербуржцам свои лучшие вина. Профессиональный салон вин региона Риоха состоялся сразу в двух столичных городах России: Москве и Санкт-Петербурге. Главному редактору информационного агентства «Про вина» удалось пообщаться с одним из руководителей делегации – генеральным директором Consejo Regulador D.O. Ca. Rioja – Хосе Луисом Лапуэнте Санчесом (Jose Luis Lapuente Sanchez).

– СМИ сообщали, что в Испании в прошлом году собрали рекордный урожай винограда, в результате чего эксперты прогнозировали, что цены на испанское вино могут значительно снизиться. А какой урожай в этом году ожидается непосредственно в Риохе и как это скажется на ценовой политике местных виноделов? Каковы прогнозы на урожай нынешнего года в Риохе?

– Если мы говорим об Испании, то мы должны обязательно говорить о двух разных действительностях. Испания имеет самую большую территорию виноградников в мире, которая составляет 950 тыс. га. Но при этом больше половины этих виноградников делают вина только для дистилляции и так называемые балковые вина в больших объемах. Поэтому не очень корректно говорить об испанском виноделии в целом, так как это два разных мира: мир качественных вин и мир столовых вин, которые не имеют никакой классификации.

Если мы говорим о Риохе – то это 64,5 тыс. га виноградников, что составляет более 5% всех виноградников, которые сегодня есть в Испании. И как раз изюминка Риохи заключается в том, что мы имеем очень хорошее соотношение продукции, которую мы производим и которая гарантированно продается. Таким образом, мы не только гарантируем качество наших вин, но и помогаем сохранить равновесие и стабильность в этой области для производителей, поскольку это дает



гарантию на будущее в том, что все, что производится, продается.

Для нас это очень важно, поскольку обеспечивает успешность в короткие и длинные периоды времени. Если мы говорим о ценах – это дает стабильность. И говоря о тех, кто занимается сельским хозяйством, кто по-настоящему выращивает виноград, – это рентабельность для всех семей, которые живут этим.

Поэтому с точки зрения объема мы ожидаем более-менее тот же самый урожай, что и в прошлом году. Правда, в целом на фоне общего урожая в Испании и у нас, по прогнозам, он будет на 10% больше – особенно на юге региона. Однако всегда то, что мы делаем продается. Я хочу подчеркнуть, что эти ценовые скачки нехороши ни для кого, потому что потребитель также хочет стабильности как в качестве вина, так и в его ценовых параметрах.

– Какое место по объемам поставок вин из Риохи занимает Россия среди других крупнейших стран-импортеров и какова динамика продаж за последние годы?

– Я вам предоставлю конкретные цифры. Риоха ежегодно производит 384 млн бутылок вина. 63% из них продается на нашем внутреннем рынке в Испании, и, соответственно, 37% – это экспортный рынок. Мы можем сказать, что в 2014 году мы экспортировали в Россию 3 млн бутылок. Таким образом, в прошлом году по общему объему поставок вин Риохи российский рынок стал для нас 10-м по важности.

Если мы берем, например, 2010 год – общий объем тогда составлял чуть более 1 млн бутылок. Последние годы у нас был очень хороший рост. Правда, после первой и второй волн рублевой девальвации он, к сожалению, затормозился. Но мы ожидаем, что это лишь незначительные негативные моменты и все вернется на прежние рельсы. И для нас очень важно донести до потребителей, что Риоха приехала, чтобы остаться!

Потому что мы понимаем, что, помимо всех конфликтов, помимо всех политиков, люди из двух наших стран не имеют друг к другу никаких претензий и очень заинтересованы в сотрудничестве между собой.

– Значительный рост курса евро привел к еще большему повышению цен на импортные вина в России. Эксперты считают, что с конца прошлого года спрос, по разным оценкам, упал на 30-40%. Ощутили ли виноделы Риохи снижение экспорта вин на российский рынок? Если да, то в каких объемах это выражается?

– Для нас очень важно было войти на этот рынок, и мы не собираемся сдавать свои позиции. Сегодня 51 винодельня из Риохи продает свои вина в России. На фоне 600 бодег, которые входят в наш консорциум, это не так много. На нашем самом большом рынке, которым является Великобритания, работают, к примеру, 170 риоханских виноделов.

Продолжение на стр. 4.

СОБЫТИЯ



В Генуе прошла выставка Ассоциации VinNatur

7 и 8 февраля Ассоциация VinNatur провела в Генуе, во дворце PALAZZO DELLA BORSA VALORI на площади Piazza De Ferrari, выставку, на которой было представлено более 300 вин от 70 производителей из 14 регионов Италии, Франции, Португалии и Словении, а также лигурийские деликатесы.

VinNatur – Ассоциация Натуральных Виноделов – выбрала Лигурию в качестве площадки для открытия сезона публичных мероприятий. В этом году – уже во второй раз. Каждый из присутствующих производителей обязался выращивать виноград и производить вино согласно протоколу VinNatur. Он исключает использование пестицидов, гербицидов и удобрений химического происхождения. Цель – производить вино посредством разумного хозяйствования и бережного отношения к природе и человеку.

Сотрудничество с Торговой палатой Генуи позволяет Ассоциации VinNatur принимать гостей в уникальном здании Palazzo della Borsa Valori в самом сердце лигурийской столицы, продемонстрировавшей в прошлом году особую любовь к натуральному вину. Дегустационные стенды находились в Sala delle Grida, где в прежние времена заключались сделки.

Местные кулинарные изыски представили сыроварня Caseificio Vallenostra (Mongiardino Ligure), мясная лавка Salumificio Torriggino (Vobbia).

Также на мероприятии были представлены брусчетта – Bruschette Ai Troeggi, хлеб – Pane Piuma (пекарь Alessandro Alessandri) и соус песто – Il Genovese.



В Париж приедут производители игристых вин со всего мира

20 и 21 июня этого года, в то время как Париж будет принимать у себя чемпионат по футболу Евро 2016 и национальный музыкальный фестиваль, игристые вина со всех концов земного шара соберутся на выставку **Bulles Expo** в парке Флораль в Париже, городе, который символизирует праздничный дух и творческий образ жизни.

Цель **Bulles Expo** – перенести центр внимания на игристые вина, в условиях существенного изменения рынка при значительном росте продаж испанской и итальянской продукции (Cava и Prosecco).

Мы запускаем шоу **Bulles Expo** с твердым намерением поддержать интересы винной промышленности и торговли, дабы позволить Франции утвердить свое положение на верхнем уровне пирамиды игристых вин – объяснил Жерар Жульен, исполнительный директор France Agricole group.

Опираясь на многолетний опыт GFA Events в организации мероприятий, InnovAgri привлекает 80 000 посетителей – это событие формата B2B предлагает практический ряд решений для потенциальных экспонентов. Модульные выставочные стенды, включая холодильник и гарантированный доступ Wi-Fi, реализуются по предварительной цене 3800€ без НДС.

«Шоу будет продолжаться до конца года через Интернет, где мы запустим программу, позволяющие экспонентам постоянное виртуальное присутствие. Участники выставки смогут остаться в контакте с покупателями в течение всего года» – сказал Мишель Ремондэт, директор и основатель сайта Vitisphere. Валери Жерм, в прошлом работавшая на Vinexpo, а сейчас отвечает за реализацию и продвижение среди посетителей: «Мы сосредоточимся в основном на ведущих рынках потребительских товаров. Наш абсолютный приоритет состоит в том, чтобы привлечь качественных посетителей».

5 STAR WINES: О ТОМ, КАК VINITALY МЕНЯЕТ МЕТОДИКУ ОЦЕНКИ ВИН

Высококласная комиссия, специализирующаяся на производственных регионах, а также 100-балльный метод оценки – это главные достижения новой международной премии 5 Star Wines. Vinitaly наградит вина, получившие оценку 90 и выше, престижным стикером 5 Star Wines, который является гарантией качества и признания вашего вина во всем мире.

Современный, геометрический логотип, имитирующий Арену в Вероне и содержащий оценку, присужденную судьями, будет украшать бутылку победителя. Премия 5 Star Wines представляет собой результат эволюции всемирно известного конкурса International Wine Competition, который проводился в течение 22 лет. Не будет первых, вторых и третьих мест, не будет и медалей, на смену им придет общее количество присужденных баллов, а победители должны набрать хотя бы 90 из ста возможных.

Такой метод оценки понятен всем участникам рынка – от импортеров до потребителей, так как он указывает реальную ценность продукта.

Чтобы максимально гарантировать качество и объективность конкурса, жюри



под руководством Иана Д'Агата (научный руководитель Vinitaly International Academy с 15-летним опытом судейства на самых известных винодельческих конкурсах, среди которых International Wine Challenge и Decanter World Wine Awards, в качестве судьи высшей категории) будет разделено на макрзоны. Это значит, что каждый образец будет оцениваться экспертом, специализирующимся на данном регионе, который сумеет учесть особенность территории происхождения вина.

В состав жюри входят эксперты высочайшего уровня, такие как Master of Wine, Master sommelier, именитые журналисты, а также сомелье лучших ресторанов мира (<http://www.vinitaly.com/it/area-espositori/>).

concorsi-internazionali/5-Star-Wines/giurati/).

На конкурсе будут вручаться также специальные премии особо отличившимся виноделам в номинациях: White Wine Trophy, Red Wine Trophy, Rosy Wine Trophy, Semi-Sparkling Wine Trophy, Sweet Wine Trophy and Sparkling Wine Trophy. А две лучшие винодельни (одна из Италии и другая – из любой другой страны), получившие самый высокий балл, будут награждены премией Gran Vinitaly.

Все вина, получившие премию 5 Star Wines, будут включены в дегустации, организованные в рамках Vinitaly.

Дата, выбранная для проведения премии, на несколько дней опережает всемирно известную выставку Vinitaly (10–13 апреля Vinitaly 2016 www.vinitaly.com), и это неслучайно, так как винодельня, участвующая в выставке, сможет сразу же продемонстрировать свои образцы тысячам профессионалов виноторгового бизнеса.

Срок на подачу заявки на участие, а также отправки образцов истекает 18 марта. Дополнительную информацию можно найти на сайте Vinitaly на ссылке <http://www.vinitaly.com/it/area-espositori/concorsi-internazionali/5-Star-Wines/>.

ПОВТОРИТ ЛИ СИЕНА УСПЕХ ВИННОГО ФЕСТИВАЛЯ В МЕРАНО?

30 и 31 января банк **Banca Monte dei Paschi di Siena** открыл двери исторического здания **Rocca Salimbeni** для посетителей и участников выставки **Wine&Siena Event**, на которой были представлены лучшие вина Тосканы и всей Италии.

Как отметила Илария Далла Рива, ответственная за организацию и коммуникации Banca Monte dei Paschi di Siena: «Принимать у себя такое крупное событие, как Wine&Siena, означает продолжать оказание поддержки как городу, так и в целом региону Тоскана. Бизнес, связанный с виноделием, требует крупных вложений, но в то же время известные марки достигают мирового уровня. Как банк, мы учитываем и поддерживаем инициативы, которые проповедуют личный

вклад, способствуют благосостоянию и занятости».

«Мы знаем, – продолжила она, – что мир вина вызывает всё больше интереса у представителей молодого поколения в поисках работы. Банк всегда был близок к сырьевому сектору, именно поэтому мы с энтузиазмом восприняли предложение Торговой конфедерации Сиены, в которой заметили успех Wine Festival в Мерано и решили повторить его в Сиене».

«Сиена – итальянский аналог Бордо, и Тоскана заслужила право провести подобное событие, – подчеркнул Анд-

реа Ванни из Gourmet's International. – Там сконцентрируется всё лучшее, что даёт виноделие Италии, как признанные марки, так и дебютанты. Равное внимание мы уделим и кухне».

Как отметил мэр Сиены Бруно Валентини: «Wine&Siena – результат коллективной работы местных компаний и обществ, при участии крупных предпринимателей винодельческого сектора. По данным национального уровня, Италия превзошла Францию в производстве вина. Данное событие – только начало в серии будущих инициатив».

Фестиваль La Persee du Vin Jaune сделает перерыв на 2 года

Незадолго до начала XX ежегодного фестиваля **La Persee du Vin Jaune** в Юре – его организаторы объявили о том, что в 2017 году фестиваля не будет, а следующий – состоится в 2018 в L'Étoile.

Этот винный фестиваль считается самым большим во Франции, и привлекает за 2 дня около 40 000 посетителей.

Возникший в 1997 году фестиваль проводился в разных винных деревнях или городах Юры каждый год с привлечением около 700 волонтеров. Организаторы говорят, что на подготовку логистики требуется целый год.

Фестиваль отмечает выпуск самого последнего урожая **Vin Jaune**, который по закону может быть выпущен в продажу на седьмом году после изготовления вина. Легендарное вино из винограда сорта **Savagnin**, проводит около 6 лет, вызревая в частично заполненных бочках под слоем защитных дрожжей, названных «вуалью». В этом году будет торжественно представлено вино урожая 2009 года.

Vin Jaune служит поводом для праздника, но в действительности это выставка всех вин Юры при участии 60–80 производителей, предлагающих на пробу полный ассортимент своих вин. Аукцион старинных вин относящихся к урожаям XIX века – еще один гвоздь программы.

Фестиваль помог Юре стать известным объектом винного туризма. Считается, что около 8 000 посетителей – туристы из-за пределов региона.

В преддверии фестиваля 2016 года, который проходил в выходные 6–7 февраля, было сделано объявление о перерыве.

Организаторы **Les Ambassadeurs du Vin Jaune** объясняют, что хотят взять паузу для формирования свежего взгляда на будущее фестиваля. Хотя количество посетителей за последние годы едва ли пошло на убыль, финансовые результаты вызывают вопросы, несмотря на регистрационный взнос и спонсоров.

Тем не менее основатель **Persee** виноградарь **Бернар Бадоз** недоволен годовым перерывом и считает что организаторы потеряют связь с сетью партнеров, СМИ и спонсоров.

Винное информационное агентство
провина.ru
Самые свежие новости из мира вина!
www.provina.ru

Приглашаем к взаимовыгодному сотрудничеству преподавателей английского, немецкого, французского, итальянского и испанского языков. Также мы готовы рассмотреть кандидатуры студентов старших курсов, которые обладают хорошим знанием иностранных языков. Вопросы и резюме направлять на e-mail: editor@provina.ru

Новая Премия Vinitaly International Wine Award

Состав комиссии включает международных винных экспертов высочайшего уровня таких, как Master of Wine, Master Sommelier, сомелье из ресторанов, награжденных звездой «Мишлен», а также профессионалов, входящих в сотню лучших винных журналистов и преподавателей со всего мира.

Специальный стикер 5 Star Wines (90-100 баллов)

Когда? 1-3 апреля 2016

Где? Верона, Италия

Как? Только вина, получившие 90 баллов и выше, получат премию

Для более подробной информации 5star@vinitalytour.com vinitaly.com

LUIS MIRA:

БОГАТСТВО ПОРТУГАЛЬСКИХ ВИН – В ИХ РАЗНООБРАЗИИ!

4 февраля 2016 года в Гранд-отеле «Эмеральд» в Санкт-Петербурге прошел Профессиональный Салон португальских вин, организованный Ассоциацией сельскохозяйственных производителей Португалии (CAP). В рамках этого мероприятия информационному агентству «Про вина» удалось задать несколько вопросов генеральному секретарю CAP господину Luis Mira.

– Как Вы оцениваете результаты участия в салоне португальских вин в Санкт-Петербурге?

– В общих чертах, мы думаем, что результат превзошел все ожидания. Это мероприятие посетили более 400 человек, среди которых было немало специалистов в области вина, таких как импортеры, сомелье, представители розничной торговли, прессы, а также менеджеры сегмента HORECA. Большинство посетителей, несмотря на свою молодость, демонстрировали высокий уровень знаний о вине. В рамках этого мероприятия также прошел мастер-класс, количество посетителей которого составило 70 человек, что даже превысило количество доступных мест. Здесь участники смогли узнать больше о португальских винных регионах и различных винах, которые мы производим.

Вечером 4 февраля нами также был организован вино-гастрономический ужин, на который были приглашены импортеры, представители розничной торговли и прессы. В ходе ужина, проведенного в ресторане «Палкинъ», были представлены сочетания португальских вин и российских блюд высокой кухни.

– Какую долю занимает российский рынок в общем объеме сбыта португальских вин?

– В настоящий момент мы не можем сказать, что это большая доля, но для

некоторых португальских виноделов Россия представляет собой большую ценность на экспортном рынке и, прежде всего, показывает большой потенциал роста.

– В конце 2014 года министр сельского хозяйства и моря Португалии Асунсау Кришташ планировал за счет увеличения экспорта портьейна и вин частично компенсировать потери от действия продовольственного эмбарго России. Удалось ли реализовать эти планы? И насколько увеличились объемы продаж португальских вин в России за последние годы?

– Под эмбарго не попадали вина, только мясо и фрукты.

– Многие вина, которые были представлены на салоне, имели достаточно низкие цены – 1,8–2,5 евро. В условиях сегодняшнего курса данная цена является очень привлекательной для российских потребителей. Планирует ли ассоциация португальских виноделов активизировать продвижение на российский рынок?

– Так как рынок может коммерчески реагировать на усилия по продвижению, применяемые португальскими виноделами и CAP, мы планируем продолжать инвестировать в российский рынок, как мы и делали в течение 3 лет.

– Если проанализировать объемы продаж португальских вин на рос-

сийском рынке, какие вина и из каких регионов являются самыми продаваемыми в России? Отличается ли структура спроса на нашем рынке от рынков Европы, Америки и Азии?

– Мы можем сказать, что больше всего продается вино, изготовленное из португальских сортов винограда, а также портьейна, vinho verde и москатель.

– В последние годы российские инвесторы все чаще приобретают винные хозяйства во Франции, Италии, Испании. Есть ли примеры инвестиций из России в винодельческую отрасль Португалии? И насколько активно зарубежные инвесторы вкладывают средства в виноделие Португалии?

– Что касается иностранных инвестиций в винодельческую промышленность, у Португалии в последние годы есть несколько иностранных инвесторов, например из Франции, Испании и Китая.

– На сайте Wines of Portugal есть несколько версий на иностранных языках. Однако русской версии там нет. Планируется ли адаптировать сайт для российских любителей вина? Если да – то когда?

– Несмотря на то что этот сайт не управляется CAP, поскольку мы принадлежим к социальным органам Vinportugal, мы собираемся внести предложение перевести текст сайта на русский язык. Тем не менее мы счита-

ем, что большинство людей, у которых есть интересы на этом рынке, знают английский язык.

– Институт винограда и вина прогнозирует, что производство винограда в Португалии вырастет на 1,7 млн гектолитров. Не приведет ли это к еще большему снижению цен на вино? И каким образом планируется полностью продать увеличившиеся объемы?

– Данное увеличение производства не повлияет на цены.

– В Португалии произрастает 285 местных, автохтонных сортов винограда, благодаря чему британский путеводитель The Oxford Companion to Wine даже окрестил Португалию «кладом местных сортов». Некоторые из них уже добились признания на международном рынке. А некоторым это еще предстоит. Какие автохтонные сорта винограда, на Ваш взгляд, являются самыми перспективными и от каких из них в ближайшее время можно ожидать выдающихся результатов?

– Настоящее богатство португальских вин – именно в их разнообразии. Таким образом, все зависит от того, о каком именно рынке мы говорим, так как кто-то предпочитает одни виды вина, а кто-то – другие.

Интервью подготовлено при содействии Международного эногастрономического центра.



НОВОСТИ



Виноделы Греции устроили забастовку против налога на вино

25 января несколько сотен винодельческих заводов в Греции впервые в истории страны объявили массовую забастовку. Виноделы вывешивают черные флаги перед своими предприятиями и требуют отменить новый налог на вино, введенный правительством Алекса Ципраса.

«В первый раз за десятилетия такие современные предприятия, как винные заводы, существующие и развивающиеся вместе с вином, одним из главных греческих продуктов с уникальной историей и вкладом в экономику, вынуждены проводить такой драматический протест из-за иррационального и несправедливого решения государства», – объявили в совместном заявлении три основные винодельческие организации страны – Национальная межпрофессиональная организация винограда и вин, Союз кооперативов винодельческой продукции и Союз виноделов Греции.

Все винодельческие ассоциации страны выступили против нового налога единым фронтом, протестуя против мер, навязанных Греции Евросоюзом для ликвидации долгов страны.

«Отрасль, несмотря на неблагоприятную конъюнктуру в кризис, борется за конкурентоспособность и улучшение греческого вина на зарубежных рынках. Введение акцизного налога изменяет ситуацию, что приводит к переориентации на внутренний рынок и угрожает выживанию многих винодельческих предприятий, а следовательно, виноградарству», – передает РИА «Новости» текст заявления виноделов. Налог на вино был введен в декабре 2015 года и составляет 15 центов на бутылку вина объемом 0,7 литра и 20 центов – на литровую бутылку. Специалисты считают, что такой налог может полностью уничтожить греческое виноделие, подорвав его позиции на мировых рынках.

Владелец Tain l'Hermitage Мишель Шапутье приобретает поместье Chateau des Ferrages в Провансе. Цена сделки не разглашается. Выдающийся винодел видит потенциал в Provencal rose, добавляя Chateau des Ferrages в разноплановое портфолио своей компании.

Данное хозяйство, расположенное в Пурсьё, на данный момент имеет 67 акров виноградников в апелласьонах Cotes-de-Provence и Cotes-de-Provence St.-Victoire, большая часть урожая ко-

МИШЕЛЬ ШАПУТЬЕ ПОКУПАЕТ CHATEAU DES FERRAGES В ПРОВАНСЕ

рых в настоящее время идет на производство розового вина. В то время как Шапутье сейчас производит примерно 75 тыс. ящиков розового вина в год в южной Роне и Пэй д'Ок (Pays d'Ос), данный шаг дает производителю сильную точку опоры в Провансе, чьи розовые вина испытали взрывообразный рост популярности в последние годы. Импорт прованско-

го розового в США имел двузначный рост каждый год во время последнего десятилетия, побив новый рекорд в 6,9 млн бутылок в 2015 году, согласно данным Wines of Provence.

«Пятнадцать лет назад мы разрабатывали Руссильон и начали искать другие терруары, – сказал Шапутье. – В конечном счете, это находится в естественном пространстве Долины Роны,

следуя легендарной дороге Nationale 7, которую мы сейчас отлаживаем».

Шапутье планирует преобразовать виноградник в биодинамическое хозяйство в соответствии с витикультурными методами в его поместье в Роне. «Это известняк Mont Aurelien убедил нас в том, что местоположение исключительное, – сказал он. – После гранита и сланца мы хотели отыскать



и изучить этот новый терруар через наши вина». Поместье сохранит имя Ferrages, новое вино будет маркировано как Le Grand Ferrage.

Покупка добавится к внушительным активам Шапутье не только в Роне, но также и в Руссильоне, Эльзасе и Шампани, так же как и предприятия в Австралии и других регионах вне Франции.

НОВОСТИ

**В России высадят 6 тыс. га новых виноградников**

В 2016 году, в рамках госпрограммы по развитию сельского хозяйства РФ до 2020 года, планируется высадить 9 тыс. га виноградников.

Однако, по мнению президента Союза виноградарей и виноделов РФ Леонида Поповича, это задание вряд ли будет выполнено из-за существующего курса рубля.

«Скорее всего, в этом году будет разбито около 6 000 га виноградников, что на уровне прошлого года. На эти цели, по данным Минсельхоза РФ, будет выделено 2,4 млрд рублей. Мы очень надеемся, что эти деньги получим», – сказал Попович. По его словам, виноградники в этом году массово будут высаживаться в Краснодарском крае, в Дагестане и в Крыму. «Рассчитываем, что в среднем в каждом из трех винодельческих регионов РФ в этом году будет высажено по 2 000 га виноградников», – добавил собеседник агентства. По его словам, посадочный материал виноградарей планируют закупать в этом году во Франции, Италии и Словакии. Стоимость одного саженца составит €1,5–2, на уровне 2015 года, по словам Поповича. Однако из-за колебания курса валют цена увеличилась для наших виноградарей, которые рубли меняют по новому курсу, чтобы закупить посадочный материал в Европе. «Стоимость саженцев будет увеличиваться пропорционально курсу. Насколько доллар подорожает, настолько для наших виноградарей увеличится стоимость саженцев», – пояснил Попович.

РИОХА ПРИЕХАЛА, ЧТОБЫ ОСТАТЬСЯ!

Продолжение, начало на стр. 1.

Мы видели, где сейчас продаются вина Риохи в России. Мы видели это в разных каналах продаж: в супермаркетах, ресторанах и т.д. И мы видим, что наши вина здесь уже достаточно неплохо представлены. Но, конечно же, для нас очень важно еще больше увеличить объемы продаж.

– Что в такой ситуации могут предпринять экспортеры вина из Риохи, чтобы не потерять свою нишу на российском рынке? И как объемы поставок ваших вин могут измениться вследствие таких тенденций в ближайшие годы?

– В прошлом году мы впервые провели Салон вин Риохи в Москве. В этом году в столице прошел уже второй салон и состоялся первый в Санкт-Петербурге. Мы впервые пригласили для участия в российских салонах представителей бодег, которые еще не нашли своего местного партнера, поскольку мы уверены, что на российском рынке еще есть место.

Второе направление – это передать информацию и улучшить знание российских потребителей, так и профессионалов о вине Риохи. И мы уверены, что такие мастер-классы, какой сегодня провел президент Международного эногастрономического центра Леонид Гелибтерман для петербургских экспертов винного рынка, – это очень хорошее «оружие». Вместе с тем мы также планируем проводить образовательные «roadshow» которые в ближайшее время состоятся в Екатеринбурге, Ростове-на-Дону, Нижнем Новгороде и Казани.

Наш консорциум постоянно пользуется услугами консалтинговых компаний, которые проводят мониторинг и исследования на различных рынках мира и изучают отношение к бренду Риохи. Так, в частности, по данным британской компании Wine Intelligence, которая проводила исследования по нашему заказу, на некоторых рынках Риоха как бренд не столь известна, как, к примеру, французские или итальянские вина.

Но в то же время, когда мы спрашиваем тех потребителей, которые уже пробовали и знают вина Риохи, тогда мы обнаруживаем, что большинство

из них называют Риоху брендом №1. Очень похожие данные мы также получаем из Великобритании.

По нашим данным, в России еще не так много людей, которые познакомились с нашими винами. Те же, кто их попробовал, гарантированно остаются с нами. Поэтому основной вывод для нас: у нас очень хороший продукт, и мы должны увеличить процент тех, кто знает этот продукт, имеет к нему доверие, хвалит его, чтобы через них воздействовать на тех, кто еще ничего не знает о наших винах. Все это необходимо, чтобы по-настоящему быть успешными.

На рынках, таких как в России, где нас еще не очень хорошо знают, – эту работу мы должны делать с профессионалами, которые могут быть, по сути, нашими «громкоговорителями». Это замечательно совмещается с нашим всемирным проектом, который мы уже запустили, в том числе и в России. Его задача – сформировать команду специалистов по винам Риохи, которых мы отберем и проведем для них обучение.

Риоха – маленький регион. Но у нас есть множество преимуществ, среди которых не только наше вино. Это наша история, культура, архитектура, гастрономия. Это разные элементы, которые мы можем представить посетителям нашего региона. Тем самым мы сможем обогатить их опыт и ощущения новыми знаниями и эмоциями, которые сделают наш бренд более ценным и наполнят его дополнительным смыслом.

Имейте в виду, что вина Риохи означают для нашего региона 25% валового регионального продукта. Это очень важно! Если бы вы знали, сколько крестьян, сколько семей живут виноделием и его обслуживанием в нашем регионе. Поэтому мы обязаны иметь успехи на рынке, в т.ч. и в России. Чтобы обеспечить стабильность не только сегодняшнего, но и будущих поколений виноделов.

– В каком ценовом диапазоне выпускают свои вина хозяйства Риохи и как это выглядит в процентном соотношении? Продукция из какого ценового сегмента преобладает в поставках в Россию?

– Если мы сравниваем соотношение цены и качества – то у наших вин это со-

отношение одно из самых лучших. Мы своими глазами увидели это в российских ресторанах и супермаркетах. Мы видели вина, которые идут в среднем сегменте по качеству, которые можно недорого купить на рынке. Мы видели некоторые из наших вин, которые чуть выше в ценовой пирамиде.

Вместе с тем в ассортименте вин, поставляемых из Риохи, есть и эксклюзивные топ-вина, которые не каждый может себе позволить. Мы говорим о некоторых винах, которые предназначены для особых случаев и праздников. Кроме того, у нас есть также некоторые вина для знатоков, из очень старых бодег, которые имеют 130-летнюю выдержку. И мы даже не можем сказать, сколько это стоит.

Но в любом случае Риоха может дать русскому потребителю очень и очень хорошие вина с не очень высоким прайсом, которые являются очень привлекательными, и не только потому, что я про них говорю. Самые главные винные критики в мире говорят то же самое.

Для разных ценовых сегментов у нас всегда есть свое вино очень хорошего качества с очень выгодной ценой.

– Планируется ли в связи с кризисными явлениями в России какая-то специальная ценовая политика, чтобы не потерять свою часть рынка?

– Мы влияем только на контроль качества. Что же касается влияния на цену – то мы можем делать это только издалека, посредством регулирования производства вина. Но это может влиять только на стабильность общей ценовой политики. Формирование же цен – это прерогатива каждой отдельной винодельни.

Более того, по нашему законодательству запрещено, чтобы такая организация, как наша, влияла на формирование цены. Например, сейчас Испания переживает кризис в молочной промышленности. Те, кто производит молоко, хотели, чтобы министерство отрегулировало минимальные закупочные цены. Но в министерстве ответили, что они не могут это делать по закону. Точно так же не может влиять на ценообразование и руководство Consejo Regulador D.O. Ca. Rioja.

– Известно, что многие российские инвесторы вкладывают средства в приобретение винодельческих хозяйств по всей Европе. Не является исключением и ваш регион, интерес к которому в России традиционно высок. Сколько российских инвесторов работает в вашем регионе сегодня и каков Ваш прогноз на ближайшие годы? Какие условия созданы в регионе Риоха для инвесторов, вкладывающих деньги в развитие местного виноделия?

– Мы не знаем, что кто-либо из русских, кроме компании «Ладога», купил бы винодельческие хозяйства в Риохе. Стимулировать иностранные инвестиции – это не наша прерогатива. Эта деятельность полностью находится в ведении правительства региона. Мы всего лишь консорциум, который объединяет все винодельни Риохи. Мы сертифицируем продукцию, обеспечиваем маркетинговую политику и тем самым защищаем репутацию бренда Риохи.

Но это правда, что регион имеет огромные преимущества и инвестиционную привлекательность. У нас есть большие испанские компании из Каталонии, Андалусии и других регионов, которые инвестируют сейчас в развитие виноделия в Риохе. Если мы говорим об иностранных инвестициях, то среди них достаточно много крупных и известных компаний, таких, к примеру, как Pernod Ricar.

Но, повторюсь, у нас нет специальной политики, чтобы стимулировать этот процесс. Решение потенциальных инвесторов зависит от них самих, от того, видят ли они в нашем регионе возможность для развития бизнеса.

При этом хочется отдельно отметить, что подавляющее большинство наших риоханских виноделов по-прежнему находятся в руках местных жителей. Приятно, что большинство хозяйств по-прежнему принадлежит местным семьям, где традиции виноделия переходят из поколения в поколение.

И самый лучший пример – это кооперативы. Мы говорим о 40 таких предприятиях в нашем консорциуме. И многие из них действительно делают эволюцию в этом бизнесе.

Окончание на стр. 5.

РОССИЙСКИХ СОМЕЛЬЕ ПРОТЕСТИРУЮТ ПО СТАНДАРТАМ ASI

1 марта 2016 года на базе школы вина «Энотрия» состоится 5-я аттестация сомелье, проводимая Российской ассоциацией сомелье (РАС) под эгидой и по стандартам Международной ассоциации сомелье (ASI).

Аттестация проводится в 2 этапа, которые запланированы в этом году на 1 марта. Оба этапа необходимо пройти строго на одном из официальных языков ASI, а именно английском, французском или испанском на выбор.

1-й этап длится 150 минут (2,5 часа). Он включает в себя: письменный тест (ответы на вопросы) продолжительностью 90 минут, дегустацию и письменное описание двух вин – 20 минут, слепую дегустацию и идентификацию трех образцов крепких и двух образцов безалкогольных напитков – 10 минут. Завершает этот этап тестирования сочинение на заданную тему, на которое отводится 30 минут. Тема объявляется непосредственно перед началом аттестации и касается мира напитков или профессии сомелье.

2-й этап представляет собой практическую часть длительностью 18 минут. Он включает предложение вина, на которое отводится 4 минуты, а также декантацию и подачу вина в течение 7 минут. Объяснить в иностранном языке возможность/невозможность гастрономического сочетания вина с одним из блюд традиционной местной кухни нужно будет за 7 минут.

Международный диплом выдается за подписью президента ASI и председателя экзаменационной комиссии и сопровождается выдачей значка ASI и соответствующего удостоверения.

ASI (www.sommellerie-internationale.com) является ассоциированным членом OIV (Международной организации виноградарства и вина) – межправительственной организацией, регули-

рующей законодательство в винодельческих странах.

Документы, необходимые для прохождения аттестации:

- заполненная регистрационная форма кандидата;
- резюме на иностранном языке с указанием обучения и опыта работы в качестве сомелье (на английском, французском или испанском языке);
- копия диплома об образовании (желательно профильного);
- копия трудовой книжки с записью об опыте работы в сфере эногастрономии;
- цветное фото паспортного образца в высоком разрешении.

Стоимость подачи заявки на аттестации составляет 50 евро.

В случае успешной сдачи аттестации участник дополнительно оплачивает 80 евро – стоимость оформления диплома и удостоверения. (Примечание: все деньги перечисляются на счет ASI).

После завершения регистрации всем участникам будет направлена дополнительная информация о месте, времени и правилах аттестации.

Если вы желаете испытать свои силы в прохождении аттестации и ваш опыт работы в профильной сфере составляет не менее 4 лет, направляйте ваши заявки по адресу:

ras@sommelier.ru
до 14 февраля 2016 г.



РИОХА ПРИЕХАЛА, ЧТОБЫ ОСТАТЬСЯ!

Окончание, начало на стр. 1, 4. Они не только передают свой виноград бodega, которая будет делать из него вино и продавать. Они уже достигли такой зрелости, что сами делают свое вино и продают его под своим брендом. И на российских салонах продукция двух таких кооперативов уже представлена.

– Как Регулирующий совет D.O.Сa. Rioja контролирует качество выпускаемых в регионе вин. Ведь чем больше предприятий, тем сложнее за всеми уследить? Расскажите, пожалуйста, подробно о существующем механизме контроля.

– Мы контролируем весь процесс производства, начиная от наблюдения за виноделней с момента высадки лозы и до выхода ее вина на рынок. Кроме того, у нас есть всемирный мониторинг качества вин, когда мы покупаем на рынке различных стран те или иные образцы вин Риохи и проверяем их качество.

Второй аргумент в пользу нашей системы качества – это то, что она является старейшей и самой отлаженной в Испании. Ведь именно наш консорциум стал первым профессиональным объединением виноделов в стране. И именно мы в 1925 году стали первыми в Испании, кто разработал собственную контрэтикетку, которая уже многие десятилетия является символом качества вин Риохи.

Третьим аргументом является то, что рентабельность наших производителей позволяет нам делать реинвестиции в самые лучшие технологии. И в этом смысле мы обладаем самым лучшим оборудованием, которое себе можно представить. Этот факт является дополнительным подтверждением качества вин Риохи.

Четвертый аргумент, который подтверждает наше качество, – это европейское законодательство. В конце 90-х годов один бельгийский импортер был очень возмущен тем, что было запрещено покупать вино в Риохе и разливать его в Бельгии. Он утверждал, что это противоречит закону Евросоюза, который гарантирует свободное перемещение товаров. В результате он спровоцировал конфликт и судебное разбирательство между правительствами Бельгии и

Испании. В итоге был создан прецедент в законодательстве Евросоюза, когда необходимость розлива вина в том месте, где был выращен виноград, стала важнее, чем свобода перемещения продукции. Судьи сказали тогда, что этот прецедент не будет распространяться на тех, кто только начинает заниматься виноделием. Но для тех объединений и регионов, где традиции качества имеют столетнюю историю и такую репутацию, как у Риохи, – он будет действовать всегда. Ведь самыми заинтересованными в том, чтобы



поддерживать качество наших вин, являются те, кто их производит. И это то, что мы хотим сохранить на будущее.

– Каким может быть наказание для винодельческих хозяйств, которые нарушают существующие регламенты? Были ли примеры серьезных нарушений со стороны компаний, входящих в консорциум D.O.C. Rioja, и какое наказание они в итоге получили?

– Во-первых, нарушители теряют возможность продавать свою продукцию под маркой Риохи, которая рассматривается как зонтичный бренд. Во-вторых, на них может быть наложен финансовый штраф. А в тех случаях, когда нарушение очень большое, виновного могут просто исключить из членов консорциума Риохи.

Мы никогда не даем информацию о результатах контроля. Но мы убеждаем всех, и все это знают, что этот контроль настоящий, суровый и действующий. В 1995 году у нас в стране изменился Уголовный кодекс. В нем предусмотрены административные наказания для тех, кто допускает нарушения ка-

чества, и уголовное преследование для тех, кто наклеит нашу этикетку на другое вино или же фальсифицирует наши этикетки. И я могу вам сказать, что были люди, которые из-за подобных нарушений попали в тюрьму.

– Многие региональные консорциумы в крупнейших винодельческих странах Европы имеют на своих сайтах русскоязычные разделы. Могут ли российские поклонники вин Риохи надеяться, что раздел на русском языке все же появится?

– Русскоязычная версия сайта уже

торое может достойно представлять наш совет на всех международных презентациях, проводимых под эгидой консорциума.

Еще раз хочу подчеркнуть, что этот конкурс проводится не для того, чтобы определить лучшие вина Риохи. Мы выбираем эти вина для себя, для того, чтобы максимально полно представить разнообразие вин нашего региона в мире. И эти вина не продаются. Вы, наверное, обратили внимание, что ни на одной из бутылок, представленных на сегодняшнем мастер-классе, не указывались ни название вина, ни имя его производителя. На всех образцах содержалась только информация о типе вина, винтаже, степени выдержки и, конечно же, о том, что оно произведено в Риохе.

Мы покупаем эти вина у разных виноделов. Самое лучшее каждый год. Главное, чтобы вино представляло все наши винодельни. Однако мы не можем покупать каждый год одни и те же вина, так как другие виноделы могут обидеться. Поэтому мы все делаем очень демократично, и каждый год проводим свой внутренний конкурс, на котором выбираем самые лучшие вина, которые будут представлять Риоху в мире, но в формате «попате».

В то же время все эти вина вне наших презентаций свободно представлены на рынке тех или иных стран. К примеру, белое вино, которое дегустировали на мастер-классе, было произведено одним из наших кооперативов. Розовое вино и «Крианса» представлены двумя очень маленькими семейными винодельнями. «Ризерва» была изготовлена очень большим винодельческим предприятием. А «Гран ризерва» принадлежит компании, которая имеет свои предприятия во многих провинциях Испании. Эти вина представляют все три наших субрегиона: Риоха Альта, Риоха Алавеса, Риоха Баха.

Риоха уникальна! И многие из наших достоинств – это сочетание особенностей этих субрегионов, которые в сумме дают очень стабильное качество и уникальные свойства вина.

Интервью подготовлено при содействии **Международного энogaстрономического центра.**

НОВОСТИ



Итальянские женщины-виноделы сменили директора

Донателла Чинелли Коломбини стала новым директором Associazione Donne del Vino (Ассоциация женщин-виноделов).

Она сменила на посту Элену Маргушиэлло (Elena Martusciello). Правление утвердило кандидатуру по результатам голосования, в котором Коломбини набрала 9 голосов обошла Марилузу Аллегрини (Marilisa Allegrini).

«Я очень довольна назначением на эту должность, – заявляет Донателла Чинелли Коломбини, – и посвящаю свою деятельность переоценке роли региональных делегаций и фигуры женщины-винодела. Вино – часть моей семейной и личной истории, повод для энтузиазма и оптимизма в ответ на вызовы и возможности, которые подразумевает новая моя должность».

Замдиректора остаётся Мария Кристини Аскери (Maria Cristini Ascheri), владелица одноимённой винодельни в Пьемонте. Назначения получили также Надия Дзенато (Nadia Zenato, веронская винодельня Zenato) и Даниэла Мастроберардино (Daniela Mastroberardino, кампанское хозяйство Terredora).

Коломбини родилась в 1953 году, владеет одноимённой винодельней в Трекуанда, Тоскана, в 1993 организовала Cantine aperte и основала общество Movimento Turismo del Vino, которым руководила до 2011 года. В 1998 основала свою компанию, а также учредила проект и приз за достижения в укреплении социальной и профессиональной роли женщин, в особенности в сфере виноделия.

В прошлом была помощником по туризму мэра Сиены, с 2001 до 2011, где получила известность благодаря проекту фестивалей Trekking urbano, проводимому в более чем 30 городах – центрах провинций.

Среди наград – «Оскар» лучшему производителю 2003 года, международный приз Vinitaly в 2012. Коломбини также занимает пост президента консорциума вин Орча и является членом совета дирекции консорциума вин Brunello di Montalcino.

СКОЛЬКО ТРАТЯТ НА ВИНО ИСПАНЦЫ?

Каждый испанец выпивает 133 бокала вина в год, что «выливается» в 23 бутылки и 139,11 евро ежегодно. В целом по стране на вино тратится 6,454 млн евро в год, что составляет 3% от мирового винного рынка. К таким выводам пришли эксперты мадридской бизнес-школы Constanza Businss & Protocol School по результатам проведенного исследования.

Полученные данные вызывают много вопросов. Сколько получает Испания от продажи вина? Жители каких стран тратят на вино больше? Где выше показатели на душу населения? Каковы перспективы винного сектора в будущем? Исследование попробовало дать ответы на эти и многие другие вопросы, цель которых – понять тенденции

прошлого и оценить будущее рынка вина в мире, прочувствовать специфику винного рынка разных стран и, наконец, понять текущее положение дел и тенденции потребления вина в Испании вне мирового контекста.

Самыми «пьющими» автономиями Испании оказалась Андалусия, Каталония, Мадрид и Валенсия, они же – и самые густонаселенные. Больше всего тратят на вино жители Балеарских островов (153,8 евро в год), каталонцы (152,6 евро), валенсийцы (149,5 евро), жители Канарского архипелага (143,7 евро) и Мадрида (142,5 евро).

«Потребление вина и расходы на него в Испании сокращаются уже несколько лет, и такая тенденция сохранится в будущем. Учитывая, что Испания – одна из крупнейших стран – производителей вина в Европе, полученные данные по потреблению на душу населения выглядят вполне скромно», –

отметила Мария де лас Ньевес, преподаватель бизнес-школы, проводившей исследование.

Жители США стали лидерами среди населения всей планеты по расходам на вино: ежегодно американцы тратят на алкогольные напитки более 20 млн евро. Следом за США расположились Китай, Италия, Франция и Россия. Кстати, наши соотечественники ежегодно потребляют вина на 14,7 млн евро.

По расходам на душу населения на первом месте – итальянцы (425,82 евро в год). Не отстают от них португальцы (397,84 евро), датчане (384,63 евро), французы (362,02 евро) и шведы (353,35 евро). Итальянцы возглавили рейтинг самых «пьющих» наций: на каждого жителя страны приходит-



ся в среднем по 43,84 литра в год. В пятерку «верных друзей Бахуса» также попали французы, португальцы, датчане и бельгийцы.

«Мы предвидим, что страны с растущей экономикой изменят баланс винного рынка. К числу таких стран относятся также Китай и Россия, где цифры потребления вина постоянно растут», – отметил Айтор Лаго, директор отдела исследований бизнес-школы.

НОВОСТИ



Prosecco запустил сайты на новых доменных именах

В конце января состоялось официальное открытие сайтов prosecco.wine и prosecco.vin. Они предназначены для тех, кто ищет информацию в сети об одном и самых крупных и известных винных консорциумов Италии.

«Мы испытываем гордость, будучи первыми в Италии и мире, кто зарегистрировал домены domini.wine и .vin, выводя таким образом нашу марку на международный уровень. Это решительный шаг, – утверждает Stefano Zanette, президент DOC Prosecco, – в защите интересов производителя и потребителя».

«Либерализация доменов первого уровня, анонсированная в 2012 г., – продолжает Zanette, – немало взбудоражила винодельческую сферу и сферу made in Italy вообще, поскольку без соответствующих мер могла бы, вследствие некорректного использования расширения, навредить имиджу защищенных географических наименований, а также потребителю. Борьба совершенно непростая, однако благодаря совместным усилиям был достигнут положительный исход».

Всё началось в 2012 г., когда ICANN – Корпорация по управлению доменными именами и IP-адресами – запустила политику либерализации доменов первого уровня в отношении ресурсов, принадлежащих к миру виноделия. Решение Рода Бэкстрема, исполнительного директора ICANN, вызывает резонанс у компаний и правительств в том, что это может привести к злоупотреблениям в использовании наименований и нанести сильнейший ущерб всему сектору. Опасности удалось избежать благодаря своевременному и энергичному вмешательству учреждений и отдельных компаний в сфере виноделия в деятельность американской корпорации, которая имеет силу принятия решений в данном вопросе. После 3 лет напряженных переговоров, Prosecco, Champagne, Porto и Sherry имеют первичное право регистрации и пользования этими доменами. Пилотная версия сайта prosecco.wine уже доступна онлайн.



СИРИЛ ГОДЕ: «МЫ ДЕЛАЕМ ВСЕ, ЧТОБЫ СДЕЛАТЬ САМЫЙ ЛУЧШИЙ В МИРЕ КОНЬЯК!»

В сентябре в Банкетном зале ресторана «Палкинъ» в Санкт-Петербурге состоялась презентация коньяков французского коньячного дома Godet, организованная компанией ALIANTA GROUP. Вел мероприятие Сирил Годе – один из членов этой знаменитой семьи, который отвечает за продажи в России. В рамках презентации он дал интервью информационному агентству «Про вина».

– Коньячный дом Godet сегодня является одним из крупнейших независимых производителей коньяка во Франции. Компанией все так же управляет Жан-Жак Годе? Представителем какого поколения семьи Годе он является? Кто еще из членов семьи участвует в бизнесе. Как распределены обязанности родственников внутри компании?

– Наш отец, который руководит коньячным домом, является представителем 14-го поколения. Я и два моих брата представляем уже 15-е поколение. Все мы заняты в семейном бизнесе. Старший брат Жан Эдуард – является мастером погреба, а мы с братом Максимом занимаемся продвижением и продажами по всему миру.

Через все поколения мы пронесли уважение к традициям коньячного дома Godet. Мы уважаем наше прошлое, но в то же время стараемся привнести в общее дело что-то свое. Таким образом, в течение длительного времени нам удается делать коньяк превосходного качества.

– Когда был создан знаменитый слоган компании: «Мы выбираем наш бренди подобно тому, как мы выбираем наших друзей». Кто был его автором? Как сегодня осуществляется процесс отбора бренди?

– Это было сказано моим прапрадедушкой. Для нас этот девиз означает часть души, которую мы вкладываем в производство нашего коньяка. В начале основания в XVI веке мы были негосударственными. Потом у нас были свои собственные виноградники, которые впоследствии были проданы.

Сегодня мы закупаем у проверенных годами сотрудничества хозяйств из региона Коньяк о-де-ви, которое выдерживаем и занимаемся блендом. Таким образом, мы можем выбрать поставщиков в зависимости от терруара, в котором выращивается виноград, исходя из того, как они обрабатывают свои лозы. Одно из главных условий – отсутствие какой-либо химической обработки виноградников.

Возвращаясь к нашему девизу. Наши друзья не всегда устраивают нас полно-

стью, и мы должны принять их такими, какие они есть. То же самое и с природой, которая не всегда дает нам то, что мы хотим. Но мы должны быть сильными, чтобы сделать в итоге продукт лучшего качества. Мы никогда не говорим о том, что у нас самый лучший коньяк. Но мы говорим, что мы делаем все, чтобы сделать самый лучший в мире коньяк.

– Рассказывают, что терруар Фин Буа является настоящей страстью Жан-Жака Годе. Сколько коньяков Godet сегодня изготавливается из винограда, выращенного в этом апелласьоне, и какие сорта винограда используются для производства ваших коньяков? Насколько успешным был эксперимент с виноградом фоль бланш?

– Когда были проданы виноградники, наш дед сказал отцу, который принимал бразды правления, что нужно сохранить существующее разнообразие сортов. Тогда униблан был основным сортом винограда, который использовался в Коньяке. Но кроме него еще были монтильс, фоль бланш и коломбар. И сегодня мы успешно работаем

со всеми этими сортами. Особо хочется отметить виноград фоль бланш. Он действительно является одним из основных наших сортов, который мы активно используем и продвигаем. В то же время для сохранения разнообразия мы работаем со многими виноградарями из всех 6 гран кро: Гранд Шампань, Пти Шампань, Бордерри, Фин Буа, Бон Буа, Буа Ординари.

– Коньячный дом Godet ежегодно продает почти 1 миллион бутылок. Как удается конкурировать с 5 крупнейшими коньячными домами Франции и каков маркетинговый бюджет на продвижение?

– Как священник посвящает свою жизнь Богу, так и для нас, производство коньяка является делом нашей жизни. Это то, что заложено в крови, это то, частью чего мы являемся. И мы надеемся, что наши дети также продолжат это дело. Что же касается размера маркетингового бюджета – то все говорят, что недостаточно. Правда, за исключением тех, кто платит (улыбается).

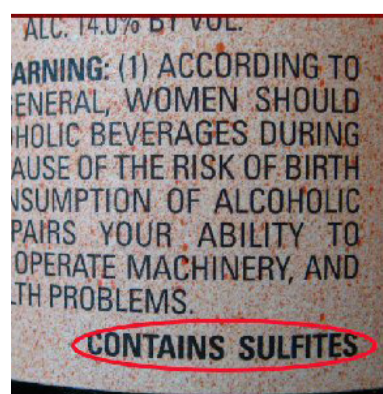
Окончание на стр. 7.



ОТ СУЛЬФИТОВ В ВИНЕ МОЖНО ОТКАЗАТЬСЯ



UNIVERSITÀ DI PISA



К этому выводу пришли специалисты на факультете сельского хозяйства итальянского университета San Pietro a Grado в Пизе.

Метод тестировали в течение двух лет в экспериментальной винодельческой лаборатории этого университета, а в 2014 году также на заводе Barbi в Montalcino (Сиена). Так были, например, произведены Viognier в 2013 году и Sangiovese в 2014 году, однако в будущем планируется более широкое применение метода.

Известно, что даже один бокал некачественного вина может вызвать недомогание. В этом часто виноваты химические добавки – сульфиты, добавляемые с целью «стабилизировать» напиток. Но благодаря новым методам, запатентованным в 2015 году

Университетом Пизы, теперь станет возможным производить качественные натуральные вина совершенно без добавок. Исследования, лежащие в основе нового метода, провели на факультете сельского хозяйства.

«Дело в том, как получить вино без добавок, – объяснила профессор Angela Zinna, координатор исследований, – безвредное даже для тех, у кого аллергия или непереносимость. Наш метод не влияет на характеристики вина, но улучшает их и позволяет сохранить ароматы, которые сегодня из-за добавок претерпевают нежелательные изменения. Плюс к этому полное отсутствие добавок делает вино более полезным для здоровья благодаря его натуральному составу, которые способствуют пищеварению».

«Самый стабильный рост наблюдается именно в этом направлении ви-



ноделия, – заключила Angela Zinna, – растёт спрос на качественные натуральные вина без добавок, отличающиеся свежестью и деликатностью вкуса и при этом имеющие разумную цену. Наш проект впервые предлагает возможность объединить все эти качества под одной пробкой».

СИРИЛ ГОДЕ: «МЫ ДЕЛАЕМ ВСЕ, ЧТОБЫ СДЕЛАТЬ САМЫЙ ЛУЧШИЙ В МИРЕ КОНЬЯК!»

Окончание, начало на стр. 6.

Ну а если серьезно, то это очень сложный процесс. Конечно, мы ориентируемся на конкурентов и постоянно следим за ситуацией на рынке. Если заглянуть в мой телефон – можно увидеть в нем великое множество фотографий бутылок, цен и прочей маркетинговой информации. Мы постоянно отслеживаем ситуацию и очень активно боремся за свою долю на рынке.

Сейчас покупатели немного меняются, становятся более мудрыми и выбирают конкретные продукты, а не просто рекламный плакат. Да, есть бренды, которые всем известны. Но им уже нельзя говорить о том, что все сделано вручную, что это бутиковый бренд, когда ты продаешь такое огромное количество коньяка, исчисляемое десятками миллионов бутылок.

– Какие маркетинговые акции, направленные на продвижение коньяка Godet, Вы считаете самыми успешными за последние несколько лет?

– То, чем мы занимаемся, – это постоянно пытаемся показать людям свой

продукт. Мы рассказываем им, что это чистый, настоящий правдивый напиток, который мы создаем с любовью.

Каждый день мы общаемся с большим количеством профессионалов алкогольного рынка: барменами, сомелье, критиками, журналистами, владельцами ресторанов, магазинов и винных бутиков. Таким образом, мы формируем то знание о нашем коньяке, которое они могут донести до потребителей, чтобы их выбор был осознанным.

– Какую долю в общем объеме экспорта занимает Россия и какие страны являются крупнейшими импортерами коньяка Godet?

– До недавнего времени на российский рынок мы поставляли около 3% от нашего экспортного объема. Не так давно мы начали сотрудничать с компанией «Алианта Групп» и очень надеемся, что уже в скором времени сможем нарастить объемы продаж в России до 10–12%.

– Многим известна история создания коньяка Antarctica, который полностью отличается от привычного всем традиционного коньяка. Однако не всем понятна цель его создания. Что это: маркетинговая попытка удивить потребителя и привлечь к себе внимание, попытка привнести что-то новое в консервативную технологию производства коньяка или что-то иное?

– Мой отец Жан-Жак Годе – известный яхтсмен, и у него была давняя мечта посетить Антарктиду. В марте 2008 года он и десять членов экипажа отправились на яхте Golden Fleece к Южному полюсу. Они остановились у Антарктического континента на 70-м градусе южнее экватора, побив таким образом рекорд для яхт такого класса. По возвращении, находясь под впечатлением, он планировал каким-то образом запечатлеть это событие и решил написать книгу, посвященную путешествию. Но мы сказали ему: «Папа – ты не писатель, а глава коньячного дома». Так появилась идея создать коньяк, который олицетворяет этот антарктический поход.

С чем обычно Антарктида ассоциируется у человека? Это что-то белое, чи-

стое, холодное, ледяное. Моему брату пришла идея выдерживать коньяк в очень старых бочках, чтобы он получился абсолютно прозрачным и чтобы его можно было употреблять со льдом. Однако при этом Antarctica изготавливается в полном соответствии с технологией изготовления коньяка.

До 2014 года на бутылках Antarctica присутствовала надпись IcyCognac. Однако с прошлого года из-за прозрачного цвета нам было запрещено использовать наименование коньяк. В соответствии с существующим регламентом все коньяки, производимые в регионе Коньяк, должны соответствовать определенным цветовым критериям. По понятным причинам Antarctica не укладывается в эти правила. Очень важно отметить, что мы не пытаемся бороться с Ассоциацией коньяка. Мы приняли это решение – как должное. В то же время мы можем гордиться, что мы первые создали уникальный напиток, который по своей сути является коньяком, но в то же время не имеет аналогов.

– В 2000 году коньячный дом Godet приобрел 10 гектаров виноградников в апелласьоне Puisseguin-Saint-Emilion. Ранее говорилось о покупке поместья в Шампани. Как развиваются эти проекты сегодня? Планируется ли в дальнейшем развитие винодельческого направления?

– Да, у нас есть винодельческое направление, но им занимаются наши жены. Моя жена руководит винодельней в Сант-Эмильоне, а жена брата управляет поместьем Maxime GODET в Шампани. Мы не ждем, что винное направление будет приносить какие-то сверхприбыли, но производство вина – это часть нашего бизнеса, а наши жены – это неотъемлемая часть нашего коньячного дома Godet.

– Согласно истории, каждое поколение семьи Годе привносит в деятельность компании что-то новое. Чем поклонникам запомнится нынешнее поколение и чего ожидать от будущих поколений?

– Это не цель оставить какой-то след в истории. Есть цель прожить эту жизнь максимально полно. Мы будем рады, если через несколько лет мы встретимся и Вы скажете, что Вы сделали потрясающий коньяк. Мы не пытаемся что-то доказать, не пытаемся потешить свое собственное эго. Производство коньяка для нас – это просто стиль жизни!

Интервью подготовлено при содействии компании ALIANTA GROUP.



СОБЫТИЯ



В Вероне прошла Anteprima Amarone 2012

30 и 31 января в Вероне во дворце Palazzo della Gran Guardia прошла Anteprima Amarone 2012, организованная консорциумом вин Вальполичеллы. Более 70 производителей представили на дегустации как новые, так и старые урожаи. Так, посетители смогли рассмотреть потенциал Amagone, сравнивая разновидности, в том числе территориальные, а также понять производственный стиль и философию виноделен.

О мировом успехе Amagone из Вальполичеллы рассказали на собрании, которое вел Андреа Сканди. Вместе с Кристианом Маркезини они сфокусировались на работе консорциума, технических данных по урожаю (Диего Томмази, Cra di Conegliano) и состоянии зарубежного винного рынка (Денис Пантини, Nomisma). В отдельном помещении журналисты имели возможность познакомиться с новым урожаем, к их услугам – сомелье и стенды, за которыми можно побеседовать с производителями об эволюции великого венецианского красного вина.



ПОТРЕБЛЕНИЕ ОРГАНИЧЕСКИХ ВИН ОГРАНИЧЕНО ЦЕНОЙ И НЕХВАТКОЙ ЗНАНИЙ

Sud Vin Bio представил результаты опроса Ipsos – репрезентативной выборки потребителей из четырех европейских стран: Великобритании, Германии, Швеции и Франции. Хотя одна треть европейских респондентов отметили, что они пьют органические вина, но недостаток информации и цены были выявлены в качестве двух основных препятствий на пути к их покупке.

В Германии и Великобритании потребители сказали, что они считают, что недостаток информации стал главным ограничением для роста органических вин. Во Франции и Швеции, наоборот, цену сочли более важной: для 34% французов и 32,4% шведских респондентов цена является основным препятствием. Все это несмотря на факт, что добавочная стоимость на относительно низком уровне в 1,5 евро во Франции и 50 центов в Швеции.

Цена вопроса чрезвычайно значима во Франции, где 73,1% опрошенных убеждены, что органические вина и должны быть более дорогими; это был самый высокий процент среди респондентов из всех четырех стран.

Аналогично 44% французов заявили, что более доступное ценообразование может послужить сигналом к покупке. Комментируя результаты опроса, Патрик Гиро (Patrick Guiraud), председатель Sud Vin Bio, сказал, что информация должна дойти до потребителя. «Мы просим Министерство сельского хозяйства профинансировать соответствующую прессу и PR-кампанию об органических продуктах через Agence Bio». Это не первый раз, когда организация запрашивает кампанию, но до сих пор её просьбы остаются без внимания. Ее основной принцип заключается в том, что путем информирования потребителей о преимуществах органических продуктов (окружающая

среда, работа, здоровье...), доля рынка органических продуктов будет расширяться. «Органическое сельское хозяйство включает в себя правила и проверки, которые в конечном счете обеспечивают гарантии для потребителей, которые нуждаются в убеждении», – добавляет Патрик Гиро.

По вопросу ценообразования он считает, что люди должны перестать считать что органическое – значит дорогое. «Органические продукты больше не такие дорогие! Если вы сравниваете органические и обычные вина, вы должны сравнивать аналогичную категорию». По мнению Патрика Гиро, разрыв между двумя категориями незначителен, особенно в сегменте

дорогих вин, которые предполагают в любом случае больший бюджет. Все же кажется маловероятным, что все потребители обязательно попадут под эту категорию.



НОВОСТИ

Украденное вино
Cote Rotie найдено
в потайном подвале

Полиция нашла 430 бутылок
вино Cote Rotie из 1800,
украденных из поместья
Domaine Garon.

После года поисков тайник
с украденными винами был
обнаружен в укрытом подвале
в области Дром в районе 16 км
от Турнона усилиями полицейских
из Турнон-сюр-Рона.

Есть предположение, что кража
была частью большой организованной
преступной операции.

«Похищение наших вин стало
одной из многочисленных краж,
совершенных в Северной Роне
за последние несколько лет», –
сказал Гарон.

Воры проникли в подвалы Гарона в
декабре 2014 года и забрали вина
Cote Rotie стоимостью 60 тыс. евро
непосредственно перед отправкой
клиентам. Возвращенные вина
относятся к урожаю 2012 года
и все из трех кюве: Les Rochins,
Les Triotes и La Sybarine.

«Клиенты, заказавшие бутылки,
которые были украдены в прошлом
году, уже получили замены, –
рассказал Кевин Гарон. – Теперь мы
тестируем найденные вина, для того
чтобы убедиться в том, что они не
повреждены и подлежат продаже».

Перепродавец, который хранил
вина, был арестован. Следствие
продолжается, чтобы установить
непосредственных похитителей.



Электронное издание:
газета «Wine Weekly».
Регистрационное свидетельство
ПИ № ту 78-01797 от 15.12.2015 года
выдано управлением Федеральной службы
по надзору в сфере связи, и массовых
коммуникаций по СПб
и Ленинградской области.
Учредитель и издатель:
ООО «Ритейл Медиа Групп».
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
для участников винного рынка.

I VINI D'ITALIA ПРЕДСТАВИЛ СВОЮ ВЕРСИЮ
ЛУЧШИХ ИТАЛЬЯНСКИХ ВИН

15-й выпуск справочника I Vini
d'Italia L'Espresso 2016 уже является
подробным проводником в мире со-
временного итальянского виноделия.
Удобный формат и доступный спра-
вочный материал – результат тща-
тельного и систематического отбора
национальной винной продукции
среди 20 тысяч наименований.

Крупнейший список содержит вина
высшей категории со знаком Cinque
bottiglie, что соответствует оценке 18
из 20. Всего вин 223, и это, учитывая
известную строгость отбора, демон-
стрирует сильный спад по сравне-
нию с цифрами прошлого года (263);
частично он связан с затруднениями,
вызванными неудачным урожаем
2014 года во многих регионах.

Высший балл, 20/20, получила всего
одна марка, Barolo 2011 от Bartolo
Mascarello, известнейшего винодела. В
категории, на полступеньки ниже (19,5)
– другие пьемонтцы: Barbaresco Paje
Vecchie Viti 2010 (Roagna), Barolo Riser-
va Monprivato Ca d'Morissio 2008 (Mas-
carello Giuseppe & Figlio), Barolo Riserva
Monfortino 2008 (Giacomo Conterno).

13 вин получили 19/20, по большому
счёту это классические марки. На-
пример, Brunello di Montalcino пред-
ставлена Salvioni, Talenti и Stella di
Campalto. Список «суперкатегории»
завершают великолепное белое из
Марке Gli Eremi de La Distesa, тоскан-
ское Cabernet d'Alceo del Castello dei

В вышедшем осенью 2015 года издании
I Vini d'Italia L'Espresso 2016 представлено 223 наименования
вин высшей категории, отмеченных знаком качества
Cinque bottiglie (5 бутылок). Пьемонт в лидерах
с 50 наименованиями; на 2-м месте – Тоскана с 48 винами;
на 3-м – снова Трентино-Альто Адидже – 24 наименования.

Rampolla и три сладких: Vin Santo
1998 (Castell'in Villa), Marsala Riserva
винокурни Florio и Marco De Bartoli.

В целом справочник 2016 года отража-
ет качественную консолидацию клас-
сических марок красных и белых вин.
Особое расположение вызвало Brunello
di Montalcino благодаря урожаю 2010
года, красные вина Валь д'Аоста, Ver-
dicchio. Уже традиционная конкуренция
Пьемонта и Тоскана: 50 против 48, хотя
по числу награждённых производителе-
лей лидирует (48 против 37). На 3-м
месте по количеству лучших вин – Трен-
тино – Альто Адидже (24), тогда как на
юге страны и на островах флагманом
снова стала Сицилия (11).

Многочисленны вина и производи-
тели, находящиеся на пороге вступле-
ния в элиту итальянского виноделия.
Среди них отметим альтоатезинские
компании Haderburg и Lorenz Martini,
la Barbera d'Asti Nizza La Luna и Falò ви-
нокурни Vite Colte, Cilegiolo умбрий-
ской Lautizio di Collecapretta и многие
другие вина – символы постоянного
обновления в виноделии Италии.

В русле статистики подчеркнём, что
треть испытываемых вошла в категорию

лучших, а 50 из 223 призёров стоят
15 евро: спасение для кошелька лю-
бого гурмана.

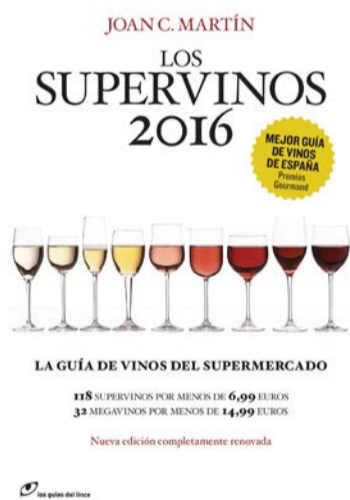
Основной объём справочника 2016 го-
да посвящён отзывам о винах и компа-
ниях. Они распределены по регионам
и дополнены картой с указанием соот-
ветствующих областей производства;
на 2-й странице раздела, посвящён-
ного региону, кроме краткого коммен-
тария о проведении проб, помещена
таблица лучших вин года в отношении
цена-качество. Очень удобно, когда
хочется сочетать отличный вкус и не
тратить более 15 евро за бутылку. Да-
лее в алфавитном порядке следуют ин-
формационные таблицы, содержащие
производителей и их продукцию.

Наиболее значимые производители
отмечены «звёздами» (от 1 до 3) в за-
висимости от качества и постоянства
на протяжении нескольких лет. В вы-
пуске 2016 года «звёзд» удостоились
526 производителей (520 в прошлом
году), 18 из них получили 3 звезды,
включая Pietrascira, ставшую элит-
ной. Это кампанская винокурня, ко-
торая уже многие годы поставляет бе-
лые (Fiano di Avellino и Greco di Tufo)



и красные (Taurasi) вина высочайшего
качества. Особо упоминаются вина
группы Outsider, которые получили
высокие оценки на дегустациях, но не
вошли в число лидеров.

В наличии информация и общего ха-
рактера: указания по хранению вина
и его сочетаемости наряду с удобным
техническим глоссарием; серия срав-
нительных характеристик, которые
знатокам могут показаться поверх-
ностными, но незаменимыми тем, кто
интересуется вином и хочет приумно-
жить свои знания о нём. Язык I Vini
d'Italia рассчитан как на широкий
круг потребителей, так и на специа-
листов сферы виноделия за счёт раз-
нообразных данных, помещённых в
сборник.

В ИСПАНИИ ОПРЕДЕЛИЛИ ТОП-10
ЛУЧШИХ ВИН ПО СООТНОШЕНИЮ
ЦЕНА-КАЧЕСТВО

1. Castillo de Liria Blanco: 1,79 €

«Белое, довольно выдержанное вино»,
согласно словам Хоан К. Мартин, ко-
торый считает, что, как и многие дру-
гие марки DO Valencia, это вино стоит
меньше, чем оно должно стоить: «Если
бы оно стоило 3 евро, оно бы поддер-
живало превосходную связь цена-
качество». Титул – «слишком много
сердца». В любом случае, это идеал
для ресторанов испанской кухни.

2. Perelada Blanc de Blancs: 2,69 €

«El Perelada Blanc de Blancs – клас-
сика для сукет (блюдо рыбной ку-
хни) и средиземноморской испанской
гастрономии», говорит автор Los
Supervinos 2016. «Необыкновенное»
вино марки DO Catalunya, которое вы-
деляется своим яблочным ароматом
или ароматом белых цветов.

3. Marques de Vizhoja Blanco: 3,98 €

В издании Los Supervinos 2015 оно уже
фигурировало среди выдающихся, но
(в отличие от других) сохранило свою
цену. «Мне кажется, что это одно из
лучших белых вин Испании. Я не знаю,
почему его стоимость 3,98 евро. Если

Винодел и винный критик Хоан К. Мартин представил
читателям новую редакцию своего путеводителя
«Супервина 2016» (Los Supervinos 2016),
который включает 118 вин по цене менее 6,99 евро
и еще 32 супервина по цене менее 14,99 евро.
После дегустации почти 700 наименований вин
автор путеводителя предлагает наилучший выбор
по соотношению цена-качество.

В его топе-10 самых доступных вин: три белых вина,
два розовых, четыре красных и одно игристое вино.
В отборе принимали участие вина, которые массово
представлены в таких сетях, как: Caprabo, DIA, Eroski, El Corte
Ingles, Mercadona, El Arbol, Carrefour, Condis, Consum и Alcampo.

бы оно стоило 6 евро, это ничего бы
не изменило», уточняет виноградарь.
«Тонкое, современное, выдержанное
вино. Утонченный вкус!»

4. Alex Garnacha: 2,75 €

«Отличное! Лучшее, что есть в Ис-
пании среди розовых сортов. И это
уже не классика марок DO Navarra, а
настоящий купаж, который удивил
меня своей свежестью и гладкостью»,
говорит Хоан К. Мартин. «Это красная
светлая звезда. Вкус утонченный, а
цена – подарок».

5. Castillo de Madax Rosado: 2,80 €

Автор Los Supervinos утверждает, что
«последний урожай розовых сортов
был лучшим за последние 30 лет», и
это «фантастическое» вино марки
DO Jumilla абсолютно не дисгармо-
нирует: «Розовые сорта этой зоны
всегда были сильными и крепкими.
Это подчеркивает характер вин марок

Monastrell, но в то же время это очень
тонкое, мягкое вино». Согласно авто-
ру, это идеальная бутылка для нефор-
мальных обедов с хлебом, маслом, сы-
ром и ветчиной. «После пробы у меня
закончилась вся бутылка», воспомина-
ет он улыбаясь.

6. Primitivo Quiles Tinto Cono 4: 2,10 €

«Он мне кажется подарком!», уверяет
Хоан К. Мартин. «Если у тебя будет
возможность его купить, ты вспомнишь
об этом интервью, потому что это вино
особое, зрелое, имеет вкус финика и
инжира... и за такую цену!», добавля-
ет он. Утонченный продукт марки DO
Alicante прекрасно подходит для блюд
с рисом или тушеным мясом.

7. Faustino Rivero Ulecia Tinto Rioja:
2,45 €

«Иногда мы находим недорогие вина
марки Риоха, которые не являются
хорошими, потому что винные погре-

ба выставляют их на рынок как изли-
шек производства. Типичное молодое
вино марки DO Rioja, бархатное и
душистое. Мне очень понравилось!»,
объясняет автор.

8. Cata Regia Reserva: 2,60 €

Такие вина являются «смыслом бытия
этого путеводителя», сказал Хоан К.
Мартин. «Его изящество в цене. Очень
легкое, марки DO Terra Alta, одно из
тех, которые можно выпить сразу две
бутылки за обедом. Увидев цену в два
евро с хвостиком, я остался очаро-
ванным! Купил, попробовал, хорошее
впечатление, у этого вина нет недо-
статков».

9. Torre Oria Reserva: 3 €

«У этого вина есть проблема: оно
слишком дешевое», шутит автор пу-
теводителя. «Винные погреба, соб-
ственность Mercadona, вино марки DO
Utiel-Requena, утонченное: хороший
аромат, хорошая древесина... Полное
равновесие! Может быть, выглядит как
претензия, но мне показалось очень
дешевым».

10. Canals & Nubiola Brut Nature: 4 €

«Восхитительно! Я не понимаю, поче-
му у него такая цена», говорит Хоан
К. Мартин. Из-за двух сентимо оно
превращается в самое дорогое вино
из этого списка. Марка DO Cava вы-
деляется хорошей ценой. «Пузырьки
воздуха, приятный аромат, вкус зре-
лых фруктов, сухих плодов, соляной
или минеральный вкус».