

WINE

Weekly

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

18+

ИНФОРМАЦИОННОЕ ВИННОЕ ОБОЗРЕНИЕ

№ 7 (90)
Октябрь 2025

СОБЫТИЯ



В Москве состоится 2-й конкурс дегустаторов DROPREADERS

8 ноября в Российском биотехнологическом университете (РОСБИОТЕХ) состоится финал второго Всероссийского конкурса дегустаторов DROPREADERS-2025. Главный приз для победителя составит 100 000 рублей.

Участникам предстоит пройти серию специализированных испытаний, разработанных экспертами индустрии, включающих проверку сенсорной чувствительности, слепые дегустации вин и крепкого алкоголя, а также тестирование профессиональных знаний и терминологии.

Основные очные соревнования пройдут 8 ноября в РОСБИОТЕХе, где лучшие дегустаторы страны будут последовательно определяться в ходе многоуровневой конкурсной программы.

В день финала для гостей и участников запланирована насыщенная программа: в 16:00 начнется круглый стол «Реальность дегустационной оценки вин», в 17:00 откроется винный салон, а в 18:00 состоится главное событие – финальные испытания и определение победителя, который получит главный приз в размере 100 000 рублей.

Регистрация для участия в конкурсе открыта до 17 октября по ссылке:

https://ratingtelling.com/droppers_competition_2025

ЧЖАН ВЭЙДУН: «МЫ ХОТИМ, ЧТОБЫ «ФЭНЬЦЗЮ» СТАЛ ЧАСТЬЮ РУССКОГО ЗАСТОЛЬЯ»

В рамках июньской поездки в Китай состоялось посещение одного из крупнейших в стране предприятий по выпуску байцзю – Shanxi Xinghuacun International Trade Company Co., Ltd. После завершения этого визита генеральный директор компании Чжан Вэйдун дал интервью газете Wine Weekly.

– Ваша компания сегодня является одним из крупнейших производителей алкоголя в Китае. Расскажите, пожалуйста, что собой представляет сегодня ваше предприятие?

– Компания «Фэньцзю» – это крупный производитель байцзю. В настоящее время в ней работает 15 тыс. человек. Производственная мощность компании составляет 200 тыс. тонн байцзю в год, что в три раза превышает объемы производства компании «Маотай», которая выпускает около 60 тыс. тонн в год. За прошлый год объем продаж на внутреннем рынке составил около 36 млрд юаней.

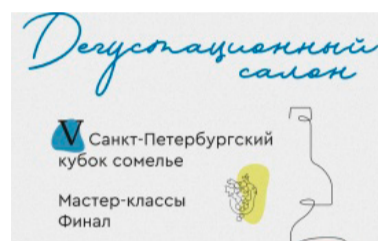
– Какие стратегии использует «Фэньцзю» для продвижения на глобальных рынках и какие страны являются главными потребителями по объему продаж?

– Сегодня продукция компании «Фэньцзю» представлена более чем в 70 странах мира.

(Продолжение на стр. 2)



СОБЫТИЯ



Объявлена программа 5-го «Санкт-Петербургского кубка сомелье»

1-2 ноября 2025 года в Санкт-Петербурге в рамках проведения 5-го конкурса «Санкт-Петербургский кубок сомелье» состоятся Дегустационный салон и мастер-классы, организованные Российской ассоциацией сомелье.

В рамках мероприятия гости смогут погрузиться в богатый мир вина и разнообразных напитков. Профессионалы и любители смогут не только расширить свои знания о различных сортах вин, но и познакомиться с дистрибьюторами, новыми производителями, винодельнями и виноделами, которые предлагают вина и напитки со всего мира.

Участие в мастер-классах предоставит ценную информацию и практические навыки, необходимые для успешной работы в индустрии.

Финал 5-го «Санкт-Петербургского кубка сомелье» станет кульминацией события и создаст атмосферу здоровой конкуренции и обмена опытом, вдохновляя участников на новые достижения.

(Продолжение на стр. 2)

В МОСКВЕ ПРЕДСТАВИЛИ ПРОГРАММУ 4-ГО РОССИЙСКОГО ВИНОДЕЛЬЧЕСКОГО ФОРУМА



15 октября в Москве, в пресс-центре МИА «Россия сегодня», состоялась пресс-конференция, где представили

программу 4-го Российского винодельческого форума, который будет проходить в столице 12–13 ноября 2025 года.

Главной темой предстоящего мероприятия станет пленарная сессия «Вино России. Первая пятилетка», приуроченная к пятилетию юбилею вступления в силу Федерального закона № 468 «О виноградарстве и виноделии в Российской Федерации», который стал революционным для отрасли.

«Каждый год форум вызывает все больший интерес, поскольку отрасль развивается стремительно. Этот темп стал возможен благодаря Федеральному закону № 468, который закрепил приоритет вина из российского винограда. В этом году мы подведем итоги и определим задачи на следующую пятилетку, согласовав работу с профильными государственными институтами», – отметил в своем выступлении генеральный директор медиагруппы «Россия сегодня», пред-

седатель правления Ассоциации «Федеральная саморегулируемая организация виноградарей и виноделов России» (ФСРО АBBP) Дмитрий Киселев.

Дмитрий Киселев также обозначил ключевые блоки повестки форума: стратегическая сессия «Практика регулирования и поддержки отечественного виноделия. Вопросы виноделов и решения государства», посвященная развитию сырьевой базы и модернизации отрасли до 2030 года; традиционный саммит виноделов АBBP; подведение итогов Кубка АBBP и вручение премии имени Льва Голицына. В 2025 году в Кубке АBBP примут участие более 100 российских вин, отобранных дегустационной комиссией. Премия имени Голицына будет вручена в номинациях: «Лучшее красное виноградное вино», «Лучшее

белое вино», «Лучшее игристое вино», «Лучшее ликерное вино», а также за лучшее сочинение по виноградарству и виноделию, лучшие виноградники и лучший столовый виноград. Победители получат денежные награды.

Президент Национального исследовательского центра «Курчатовский институт» Михаил Ковальчук рассказал о работе Межведомственной комиссии по вопросам формирования, сохранения и использования коллекций генетических ресурсов автохтонных сортов винограда и Национального центра генетических ресурсов автохтонных сортов винограда. «Наши уникальные возможности в области расшифровки геномов позволяют представить вино как цепочку геномного взаимодействия.

(Продолжение на стр. 2)

СОБЫТИЯ

(Продолжение. Начало на стр. 1)

**Объявлена программа
5-го «Санкт-
Петербургского кубка
сомелье»**

Наблюдать за мастерством лучших сомелье региона будет авторитетное жюри: президент Российской ассоциации сомелье, лучшие сомелье России, что обеспечит объективность оценки.

Программа V конкурса «Санкт-Петербургский кубок сомелье»:**1 ноября 2025**

13:00-14:00 – Мастер-класс от Simple Group. Тема: «Golden mile – Рибера-дель-Дуэро». Спикер: победительница российского конкурса сомелье 2023, шеф-амбассадор Олеся Александрова.

14:00-15:00 – Мастер-класс от Luding Group. Тема: «Новаторство и традиции «красной» Италии». Спикер: Руководитель по продвижению премиального винного портфеля компании Владимир Косенко.

2 ноября 2025

10:00-11:00 – Мастер-класс от «Русского винного дома «Абрау-Дюрсо»». Тема: «Новые винтажи «Абрау-Дюрсо» (игристые и тихие вина)». Спикер: бренд-амбассадор компании Роман Якимов.

11:00-12:00 – Мастер-класс от виноделен «Криница» и «Усадьба Дивноморское». Тема: «Усадьба Дивноморское» – 15 лет благородного стиля. Как Маттео Колетти подобрал ключи к терруару». Спикер: амбассадор проектов Евгений Лазарев.

12:00-13:00 – Мастер-класс от Fort Wine. Тема: «Лингвистика терруара: как Пино Нуар говорит на разных языках». Спикер: бренд-амбассадор компании Вероника Смирнова.

15:00-20:00 – Дегустационный салон сомелье.
15:00-16:00 – Мастер-класс «Слепая сравнительная дегустация игристых вин: Россия vs весь мир». Спикер: победитель российского конкурса сомелье 2013 Владислав Маркин.
16:00-19:00 – Финал 5-го конкурса «Санкт-Петербургского кубка сомелье».

Подробнее об условиях посещения:
https://sommelier.ru/v_spks_2025

ЧЖАН ВЭЙДУН: «МЫ ХОТИМ, ЧТОБЫ «ФЭНЬЦЗЮ» СТАЛ ЧАСТЬЮ РУССКОГО ЗАСТОЛЬЯ»

(Продолжение. Начало на стр. 1)

Сотрудничество осуществляется примерно со 100 дистрибьюторами. Основные потребители сосредоточены в Юго-Восточной Азии: Макао, Сингапур, Малайзия, Таиланд – там, где проживает много выходцев из Китая. Также ключевыми рынками являются США, Канада, Австралия, Новая Зеландия, ЮАР и Аргентина. В Европе основные дистрибьюторы расположены во Франции и Германии. Таким образом, из 70 стран стабильные продажи и развитая дистрибьюторская сеть наблюдаются примерно в 20 государствах.

С 2021 года стратегии продвижения строятся с учетом менталитета каждой страны, но основа остается единой: развитие присутствия в китайских ресторанах и магазинах, а также открытие выставочных центров и фирменных магазинов «Фэньцзю». На данный момент открыто 6 выставочных центров и 10 фирменных магазинов в Германии, Таиланде, Гонконге и Макао. Также фирменный магазин «Фэньцзю» есть в Москве. В дальнейшем планируется увеличение количества выставочных центров и магазинов: например, в Ма-

лайзии они будут представлены во всех крупных городах. На данный момент их уже открыто три.

Одно из направлений развития неразрывно связано с местами концентрации выходцев из Китая, другое – с продвижением «Фэньцзю» в одном ряду с другими крепкими напитками, например, в местных барах и клубах. Кстати, «Фэньцзю» получил множество наград как в Китае, так и за рубежом в категории базового алкоголя для коктейлей.

– Какую роль для «Фэньцзю» играет российский рынок и каковы прогнозы по продвижению ваших напитков в России на ближайшие годы?

– Россия для нас – очень перспективный рынок. Во-первых, потому что в России любят крепкий алкоголь – водку. Я считаю, что водка и «Фэньцзю» очень похожи: хотя технологии разные, но вкус схож. Во-вторых, в последнее время связь между Китаем и Россией постоянно укрепляется. Поэтому мы намерены развивать этот рынок. Некоторое время назад мы даже хотели открыть фабрику в России, но потом эта идея так и не продвинулась. Теперь мы снова думаем об этом. При



экспорте товаров основные расходы уходят на таможенные пошлины, логистику, интеграцию продукта в культуру, налаживание связей и так далее. На данный момент мы экспортируем в вашу страну только сам продукт, но не экспортируем технологию. Представители нашей компании уже передали в Кремль подарочную бутылку «Фэньцзю». Подводя итог, хочу еще раз подчеркнуть, что российский рынок очень важен для нас, и я уверен, что мы будем на нем активно развиваться.

– Каковы перспективы развития вашего предприятия его технологической базы в Шаньси? Есть ли планы по расширению ассортимента?

– «Фэньцзю» выпускает очень широкую линейку продукции, которая охватывает разные ценовые сегменты: начиная от недорогих стеклянных серий («Болипин»), среднего сегмента («Панамма») и премиума («Цинхуа»). Ассортимент широк в каждом сегменте и постоянно совершенствуется. Во время продвижения нашей продукции на новых рынках мы заметили, что новые клиенты не всегда могут выпить целую бутылку. Очень часто нужно время для того, чтобы попробовать

новинку, привыкнуть к ее вкусу. Поэтому мы планируем выпускать байцзю в миниатюрных бутылках емкостью 100 мл, 150 мл и 300 мл.

Также, когда алкоголь привозят в другие страны, необходимо наклеивать акцизные марки на сами бутылки (например, так делают в России). Поэтому мы разрабатываем упаковку, которая позволяет открывать ее без повреждения.

Кроме того, из-за пошлин и логистики цена на нашу продукцию сильно возрастает, из-за высокой стоимости очень часто она пользуется спросом только у выходцев из Китая. Например, в Европе можно купить бутылку вина по цене от 1 до 20 евро, а бутылку виски или бренди по цене от 20 до 50 евро. В то время как цена за бутылку «Фэньцзю» составляет 200 евро, а за бутылку «Маотай» – 300 евро. Конечно, можно понять потребителей: если они хотят купить бутылку крепкого алкоголя и не знакомы с китайской культурой, то зачем переплачивать?

Поэтому для развития бренда за рубежом нужно, чтобы потребители погрузились в культуру продукта, начинали пробовать коктейли на основе



(Продолжение. Начало на стр. 1)

Мы секвенировали около 1000 сортов винограда, из которых примерно 200 – автохтонные. Это позволит вывести российское и советское научное наследие в области виноградарства и виноделия на качественно новый уровень».

Заместитель председателя правления АО «Россельхозбанк» Елена Батурова отметила важность поддержки как проведения форума, так и экономики виноделия в целом: «К старту форума мы приурочили запуск новой цифровой платформы – «Свое Вино», которая станет картой отечественного виноделия: на ней будет представлена абсолютно вся информация, в том числе и о небольших хозяйствах, их продукция, а также маршруты энотуризма. Ведь вино – это не только романтика. Это и эстетика».

Первый заместитель директора Фонда Росконгресс Андрей Реут подчеркнул значение форума как пло-

щадки для объединения усилий всех участников: «За четыре года работы Российский винодельческий форум зарекомендовал себя как пространство эффективного взаимодействия отрасли с органами законодательной власти, ключевыми регуляторами и научным сообществом. Уверен, что в новой пятилетке его значение для отечественного виноделия будет только расти».

Рассказывая об архитектуре форума, Андрей Реут отметил, что программа включает вопросы комплексного продвижения бренда «Вино России». Повестка стратегической сессии будет дополнена специальными сессиями, такими как «Вино в архитектуре», «Безалкогольное вино.

Проблемы и решения», «Вино России – продвижение через обучение», «Будущее вина глазами ученых» и другими.

Заместитель исполнительного директора АBBP Павел Майоров, который выступил модератором мероприятия, обозначил важную тему, которая впервые войдет в программу форума: «С этого года АBBP начала заниматься экспортным продвижением российских вин и развитием международного сотрудничества. Сегодня международное взаимодействие профессионалов винодельческой отрасли России наиболее активно развивается на территории стран БРИКС, многие из которых демонстрируют положительную динамику

винного рынка и высокий уровень развития национальных винных индустрий. Опыт развития винодельческих регионов Китая, рост потребительского интереса к вину в Индии, динамичное и открытое к сотрудничеству виноделие Бразилии, традиции и опыт производства вина разных стилей в ЮАР – все это открывает новые возможности для обмена опытом и совместных инициатив. Поэтому в рамках форума состоится «Винный саммит БРИКС». Мы решили выдвинуть такую инициативу и начать формирование нового поля для межгосударственного сотрудничества в сфере виноделия», – заявил Павел Майоров.

При подведении итогов пресс-кон-

ференции, в ответ на вопрос Павла Майорова о призовом фонде Премии Голицына, первый заместитель директора Фонда Росконгресс Андрей Реут объявил сумму денежного вознаграждения: как и в прошлом году, она составит 1 миллион рублей в каждой номинации.

Организаторами форума выступают Фонд Росконгресс и Ассоциация «Федеральная саморегулируемая организация виноградарей и виноделов России» (ФСРО АBBP). Соорганизатор – Россельхозбанк. Стратегический научный партнер – Национальный исследовательский центр «Курчатовский институт». Подробнее о программе форума:

<https://wineforum.info/>

В МОСКВЕ ПРЕДСТАВИЛИ ПРОГРАММУ 4-ГО РОССИЙСКОГО ВИНОДЕЛЬЧЕСКОГО ФОРУМА

байцзю и чтобы цена на алкоголь была соответствующей.

– Как культура потребления «Фэньцзю» помогает продвигать продукт на международных рынках?

– В таких странах, как Сингапур, Лаос или Малайзия, мы продвигаем продукт через историю и культуру Китая, и это дает хороший эффект. Культура байцзю понятна жителям этих регионов, многие здесь учат китайский язык и знакомы с традициями. Однако в случае с Россией подход требует отдельного обсуждения с дистрибьюторами. Я слышал воодушевляющие отзывы от нашего представителя в России – мистера Чжао, и уверен, что мы найдем способ донести ценность «Фэньцзю» через призму китайской культуры. Для этого важно теснее взаимодействовать с экспертами по российской культуре, изучать местные методы продвижения и глубже понимать уникальные особенности рынка. Каждая страна требует индивидуальной стратегии, основанной на уважении к ее традициям и привычкам потребления.

– Расскажите о технологии производства Fenjiu («Фэньцзю»), которая насчитывает более 2000 лет. Как удалось сохранить и передать столь древние методы через века?

– Технология производства Fenjiu действительно насчитывает более 2000 лет, и ее сохранение стало возможным благодаря непрерывной передаче знаний между поколениями мастеров-виноделов. Ключевую роль сыграла устная традиция и практическое обучение в рамках семейных кланов и профессиональных сообществ. Кроме того, исторические записи, такие как упоминания в «Двадцати четырех династийных историях» и по-

эзии эпохи Тан, помогли зафиксировать и сохранить эти методы. Важно отметить, что технология не осталась в прошлом – она постоянно совершенствовалась, интегрируя современные научные достижения при сохранении древних принципов.

– Fenjiu – это один из стилей байцзю. Как исторически сложились различия в технологии производства?

– Исторически различия в технологии производства байцзю сложились под влиянием географических, климатических и культурных особенностей регионов Китая. «Фэньцзю», производимый в провинции Шаньси, отличается использованием ферментационных дрожжей (qu) на основе ячменя и гороха, а также методом дистилляции в глиняных сосудах. Этот подход контрастирует с другими стилями байцзю, например, с Moutai, который производится в провинции Гуйчжоу с использованием пшеничного qu и многократной дистилляции. Эти различия стали результатом адаптации технологий к местным ресурсам и традициям, что привело к формированию уникальных вкусовых профилей.

– Fenjiu производится в провинции Шаньси. Как региональные особенности: климат, вода, микрофлора – влияют на вкусовые профили?

– Климат у нас в Шаньси умеренный, с четырьмя четкими сезонами и средней температурой около 9,7°C – это идеальные условия для ферментации. Вода берется из глубоких источников, например, из скважины Гуочжуан №5 глубиной 840 метров и из источника Шимэньгоу – она богата минералами и придает напитку особую мягкость и чистоту. А микрофлора нашей почвы содержит уникальные штаммы



микроорганизмов, которые участвуют в брожении и создают тот самый сложный аромат, который отличает Fenjiu от других видов байцзю.

– Fenjiu часто называют «китайской водкой», но по технологии изготовления это больше похоже на виски. Как объяснить это потребителям?

– Технологически Fenjiu действительно ближе к виски, особенно этапы ферментации и дистилляции. Однако, в отличие от виски, которое выдерживается в дубовых бочках, Fenjiu созревает в глиняных сосудах, что придает ему уникальный вкус без древесных нот. Кроме того, мы используем специальные ферментационные дрожжи (qu) на основе ячменя и гороха, что также отличает наш процесс. Для потребителей мы объясняем, что Fenjiu – это самостоятельная категория напитка с богатой историей и сложным производством.

– Какое сырье используется для производства Fenjiu? Как выбор сырья влияет на конечный вкус?

– Для производства Fenjiu мы используем сорго, ячмень и горох. Сорго придает напитку сладковатые и фруктовые ноты, ячмень добавляет легкую горчинку и сложность, а горох отвечает за глубину и мягкость вкуса. Важно, что все сырье выращивается в экологически чистых регионах Китая, таких как Шаньси, Внутренняя Монголия и Ганьсу. Именно сочетание этих компонентов и их высочайшее качество позволяют создавать сбалансированный и многогранный вкус, который отличает Fenjiu.

– Для выпуска напитка используют qu (ферментационные дрожжи), но в разных пропорциях. Как это меняет процесс брожения?

– Qu – это действительно сердце нашего производства. В зависимости от пропорций ячменя и гороха в закваске меняется активность ферментации и температурный режим. Например, больше ячменя ускоряет брожение и дает более интенсивный аромат, а горох замедляет процесс, но делает вкус более мягким и округлым. Мы экспериментируем с пропорциями десятилетиями, чтобы достичь идеального баланса между скоростью брожения и конечным вкусом. Это искусство, которое передается от мастеров к ученикам и постоянно совершенствуется.

– У Fenjiu есть своя фирменная посуда – например, маленькие рюмки (xiaobei) и фарфоровые чаши. Откуда пошла эта традиция? Связана ли она с древними китайскими ритуалами?

– Традиция использования особой посуды для Fenjiu уходит корнями в древние китайские ритуалы, особенно эпохи Тан и Сун. Маленькие рюмки (xiaobei) и фарфоровые чаши символизируют уважение к напитку и его церемониальную значимость. Например, на императорских банкетах и во время праздников такая посуда подчеркивала статус гостей. Форма и материал выбирались не случайно: фарфор считался благородным материалом, способным сохранять температуру напитка и усиливать его аромат.

– Fenjiu наливают в крошечные рюмки (5–10 мл). Почему выбраны именно такие объемы?

– Маленький объем рюмок связан с высокой крепостью Fenjiu (обычно 40–55%) и традицией медленного смакования.

(Продолжение на стр. 4)

НОВОСТИ



«Московский кубок сомелье» выиграл Максим Гребеник

С 4 по 5 октября в столичном отеле «МонАрх» проходил 9-й конкурс «Московский кубок сомелье», который стал отборочным туром чемпионата России. В этом году за звание чемпиона столицы боролся 71 конкурсант.

В результате двухдневных соревнований призовые места распределились следующим образом. Тройку лучших сомелье Москвы возглавил бренд-амбассадор компании Vinoterra Максим Гребеник, ранее возглавлявший Уральскую ассоциацию сомелье.

Второе место завоевала методолог компании FortWine Екатерина Дегтярева, которая в прошлом году была третьей. Замкнул тройку призеров директор винного бара Verite Ярослав Цыбин из Рязани.

При этом в финал «Российского кубка сомелье» который будет проходить в 2026 году в Москве, вышли еще 16 конкурсантов.

Конкурсанты, которые примут участие в «Российском кубке сомелье» (в алфавитном порядке): Андрющенко Даниил – сомелье ресторана Oltremare (Москва); Ахватова Елена – сомелье ресторана Mamie (Москва);

Варламов Кирилл – менеджер компании Vinoterra (Москва); Гайворонский Алексей – преподаватель Академии вина WineState (Москва);

Глухов Владимир – бренд-амбассадор по импортному портфелю компании «Регион 50» (Москва);

Дейниченко Денис – сомелье компании Alba Group (Москва); Иванов Роман – самозанятый сомелье (Москва);

Ильин Тимофей – совладелец бара «Еще Вина» (Москва);



Винный погреб мечты у Вас дома!

МОЖНО ПОКРАСИТЬ В ЛЮБОЙ ЦВЕТ

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

POZIS

Профессиональное хранение вина

- Тонированное стекло
- Влажность более 50%
- Виброгасящий компрессор
- LED-подсветка

Категорийный менеджер:
+7 (84371) 2 24 31
+7 (927) 498 88 19
wine@pozis.ru pozis.ru

СОБЫТИЯ

В Сочи представят свыше 500 образцов вина и крепкого алкоголя

25 октября 2025 года в Сочи, в отеле Sea Galaxy Congress & SPA 4*, состоится объединенное мероприятие, включающее 13-й Фестиваль крепкого алкоголя Spirit of Life и 16-й Салон отечественных производителей вина и крепкого алкоголя (Салон ОПВика).

Формат мероприятия – образовательный воркшоп, включающий круговую дегустацию и серию мастер-классов. Мероприятие рассчитано на профессионалов индустрии (сомелье, бариста, представителей виноторговых компаний и ритейла) и частных ценителей.

Гости смогут продегустировать более 500 образцов, включая исключительные и редкие напитки, а также посетить 8 мастер-классов и 2 открытых лектория. Шесть мастер-классов и круглый стол включены в стоимость входного билета, два мастер-класса (промаркированы как МК*) доступны за дополнительную плату.

Мероприятие будет проходить с 11:30 до 19:00, разделено на профессиональную и частную аудиторию: для специалистов HoReCa – с 11:30 до 15:30, для ценителей – с 15:00 до 18:30.

Для посещения обязательна предварительная регистрация на платформе sbiletom.ru до 20:00 24 октября. Аккредитованные специалисты HoReCa могут посетить мероприятие с 11:30 до 13:30 по предварительным спискам, после – только по билетам. Все гости получат дегустационный бокал, блокнот-путеводитель и ручку.

Завершится день гала-фуршетом (After Party), который начнется в 19:00 в зале «Комфорт». В программе – вручение дипломов по итогам народного голосования, розыгрыш призов и неформальное общение.

Подробная информация о деловой программе:

<https://sbiletom.ru/event.php?event=11043>

ЧЖАН ВЭЙДУН: «МЫ ХОТИМ, ЧТОБЫ «ФЭНЬЦЗЮ» СТАЛ ЧАСТЬЮ РУССКОГО ЗАСТОЛЬЯ»

(Продолжение. Начало на стр. 1 – 3)

Такие порции позволяют оценить вкус и аромат, не перебивая ощущения алкоголем. Кроме того, это отсылка к китайской культуре умеренности: пить много – неэлегантно, а вот растянуть один бокал на несколько глотков – искусство.

– Фарфор и керамика – самые распространенные материалы для посуды под Fenjiu. Есть ли разница в том, как они взаимодействуют с напитком по сравнению со стеклом?

– Фарфор и керамика имеют пористую структуру, которая смягчает вкус напитка и слегка сглаживает алкогольную остроту. Стекло же инертно и не меняет вкус, но и не добавляет ему глубины. Для Fenjiu традиционные материалы предпочтительнее, так как они подчеркивают многовековую историю напитка и его культурный код.

– В Китае говорят: «Пить байцзю – это искусство». Как правильная посуда усиливает церемониальность процесса?

– Посуда – это продолжение ритуала. Правильные чаши и рюмки замедляют процесс, позволяя сосредоточиться на вкусе, аромате и беседе. Например, на банкетах Fenjiu разливают из изящных



графинов с длинным носиком – это не только красиво, но и технологически оправданно: такой носик помогает контролировать поток напитка и насыщает его кислородом, смягчая вкус.

– Сегодня появляются дизайнерские наборы с мерными делениями и двойными стенками. Это маркетинг или действительно улучшенная функциональность?

– Это сочетание и того, и другого. Двойные стенки сохраняют температуру напитка, а мерные деления помогают соблюдать традиционные пропорции (например, для коктейлей на основе Fenjiu). Однако такие наборы чаще апеллируют к молодежи и западным потребителям, для которых визуальная составляющая не менее важна, чем культурный контекст.

– В западных странах Fenjiu иногда пьют из бокалов для виски. Насколько это искажает вкус и традиционный опыт?

– Бокалы для виски сужают аромат и концентрируют алкогольные пары, что может усилить жгучесть Fenjiu и скрыть его сложный букет. Традиционный опыт теряется: вместо медленного смакования получается быстрое употребление крепкого напитка. Для

полного погружения в культуру Fenjiu лучше использовать фарфоровые чаши – они раскрывают напиток так, как задумано столетиями.

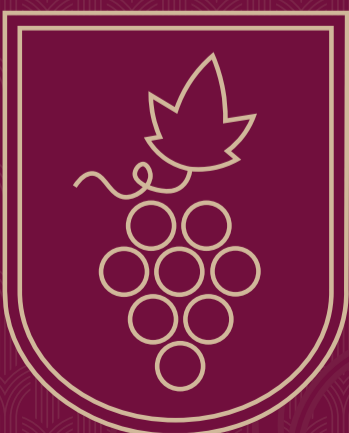
– Fenjiu достаточно крепкий напиток. Как крепость влияет на выбор блюд?

– Крепость Fenjiu делает его более универсальным для сочетания с едой. Он не перебивает вкус нежных блюд, таких как паровая рыба или тофу, в то время как более крепкие версии «Фэньцзю» чаще подают к жирной и острой пище, например, к тушеной свинине или острому рагу. Fenjiu смягчает пряности и очищает небо, позволяя раскрываться тонким ароматам. Выдержанный Fenjiu с более сложным профилем может сочетаться с богатыми мясными блюдами, такими как утка по-пекински, а легкие сорта иногда подают к острым закускам, чтобы охладить остроту. Все зависит от конкретного стиля напитка и баланса вкусов.

– С какими блюдами местной кухни его традиционно подают?



ОРГАНИЗАТОРЫ

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ
НАУЧНЫЙ ПАРТНЕР

**Четвертый
Российский
винодельческий
форум**

12–13 ноября 2025

Москва, Radisson Collection Hotel, Moscow

wineforum.info

18+

– В Шаньси Fenjiu традиционно пьют с лапшой даосяо, с пельменями с бараниной и с томленой говядиной. К острым блюдам его подают реже. Однако легкая сладость Fenjiu может уравновесить жар перца, если выбрать выдержанный вариант.

Легкий фруктовый профиль Fenjiu также не конфликтует с нежным вкусом рыбы, а наоборот, подчеркивает ее вкус. Например, с паровой треской или креветками он создает гармоничный дуэт, где алкоголь не доминирует, а дополняет умами.

– **В китайских и зарубежных барах появились коктейли на основе Fenjiu. Не противоречит это традиционному употреблению?**

– Для традиционалистов – да, но для молодого поколения это естественная эволюция. Коктейли делают Fenjiu более доступным, например, с тоником или сиропом личи он становится менее

алкогольным и более фруктовым. Это не заменяет традиционное употребление, а расширяет аудиторию. Многие традиционалисты скептически, но некоторые признают, что это помогает сохранить интерес к культуре байцзю среди молодежи. Ключевое условие здесь – не терять связь с истоками.

– **Как Fenjiu сочетается с блюдами русской кухни?**

– Fenjiu удивительно универсален и может гармонировать со многими блюдами русской кухни. Его легкий зерновой профиль с фруктовыми нотами хорошо дополняет богатые и сытные блюда. Например, с пельменями (особенно с бараниной или грибами) Fenjiu подчеркивает начинку и смягчает тесто. С копченой рыбой (например, осетриной) или икрой его мягкая алкогольная основа уравновешивает соленость и добавляет сложности. Даже с борщом или жареной дичью Fenjiu хорошо со-



четается благодаря своей способности очищать небо и усиливать вкус.

– **Какие наиболее успешные проекты по продвижению «Фэньцзю» в России вы могли бы назвать?**

– Если говорить о наиболее успешных проектах, то я бы выделил несколько ключевых направлений. Прежде всего, это наше постоянное участие в крупнейших отраслевых выставках, таких как «Продэкспо» и WorldFood Moscow. Эти мероприятия позволяют нам не только представить свою продукцию, но и напрямую пообщаться с профессиональным сообществом – дистрибьюторами, рестораторами и ценителями байцзю. Мы всегда организуем дегустационные зоны, где можно в полной мере оценить уникальные качества нашего напитка.

Одновременно мы развиваем партнерство с премиальными ресторанами, специализирующимися на азиатской и китайской кухне. В Москве уже несколько заведений включили «Фэньцзю» в свои винные карты и даже разработали специальные коктейли на его основе. Это важно, потому что так мы доносим культуру потребления байцзю до конечного гостя в аутентичном контексте.

Кроме того, мы активно работаем с нашим российским дистрибьютором – компанией «Мерлин», которая организует точечные мероприятия для экспертов алкогольного рынка и руководителей виноторговых компаний, проводя мастер-классы, гастрономические ужины и даже культурные события, связанные с китайскими традициями.

Также мы видим растущий интерес к нашему напитку в сегменте корпоративных подарков и премиум-сегменте. Бизнес-сообщество России начинает ценить «Фэньцзю» как альтернативу виски или коньяку для особых случаев.

Еще один ключевой проект – участие в международном конкурсе World Cocktail Championship (WCC) 2025, где «Фэньцзю» стал частью конкурсной программы. Барменеры использовали его для создания авторских коктейлей, сочетающих китайские традиции и современные миксологические тренды. Это важно, потому что такие события помогают нам показать, что «Фэньцзю» – не просто напиток для церемоний, но и универсальная основа для экспериментов.

Также мы сотрудничаем с московскими ресторанами – например, уникальные коктейли на основе «Фэньцзю» можно попробовать в столичном ресторане San si, где также можно отведать утку по-пекински и другие легендарные блюда китайской кухни. Эти проекты показывают, что российская аудитория готова к диалогу о культуре байцзю – через гастрономию, коктейли или образовательные события. Мы планируем развивать это направление, включая коллаборации с локальными производителями деликатесов. Мы хотим, чтобы «Фэньцзю» стал частью не только азиатского, но и русского застолья. Все это помогает нам не просто продавать продукт, а строить долгосрочные отношения с российским потребителем.



СОБЫТИЯ

На «ПИР Экспо» откроют площадку DRINKS BUSINESS

27–30 октября 2025 года в Москве, в выставочном центре «Крокус Экспо», в рамках выставки «ПИР Экспо» будет работать специализированная площадка DRINKS BUSINESS, посвященная одному из самых динамичных направлений – продажам алкоголя в ресторанах.

Гостей и участников выставки на площадке DRINKS BUSINESS ждет экспозиция производителей и поставщиков вин и алкоголя, а также насыщенная профессиональная программа, в ходе которой своими знаниями и опытом с ними поделятся ведущие эксперты России.

Для участников деловой программы предусмотрены шесть ключевых направлений развития барного бизнеса, таких как: «Влияние технологий и автоматизации на эффективность работы баров», «Финансовые стратегии и антикризисные решения», «Управление командами в эпоху, когда привычные методы мотивации не работают», «Новые тренды против проверенных инструментов: как найти баланс», «Минимизация рисков бизнеса в условиях усиления государственного контроля», «Возможности внутреннего туризма для баров и ресторанов при отелях».

Среди экспертов признанные мэтры отрасли: Павел Шитов, Валерий Плихта, Виталий Аршук, Роман Торощин, Влада Лесниченко и другие топ-эксперты. Они дадут готовые схемы действий в формате «Бери и внедряй!».

Они расскажут, как избежать фатальных ошибок при открытии, какие инструменты сервиса поднимают выручку, как читать финансовую аналитику и выстраивать по-настоящему прибыльные отношения с поставщиками.

Подробнее о деловой программе DRINKS BUSINESS:

<https://pirexpo.com/program/areas/162>



Винный шкаф



Сигарно-винный шкаф



Шкаф для хранения сигар



Идеальный климат для хранения сигар

В E N O I T

ПРЕМИАЛЬНАЯ БЫТОВАЯ ТЕХНИКА



Образ жизни как искусство

Ваш персональный менеджер
8-800-555-80-37
8-927-498-88-19
sales@benoit.shop



НОВОСТИ



В столице подвели итоги Moscow Cider Awards 2025

5 октября были объявлены результаты конкурса натуральных сидров Moscow Cider Awards 2025, в котором участвовало 149 образцов от 57 производителей разных масштабов из 27 регионов РФ.

Столь масштабное представительство еще раз подчеркнуло рост индустрии: количество регионов-участников увеличилось на 50% по сравнению с прошлым годом. При этом 22 из 57 сидроделен впервые приняли участие в конкурсе.

География конкурса подтвердила общенациональный тренд на распространение сидроделия. С большим отрывом лидером по количеству представленных образцов стала Псковская область, увеличившая свое присутствие до 27 сидров. За ней в рейтинге регионов расположились Ленинградская область (22 образца) и Московская область (20 образцов). Самая большая линейка продуктов от одного производителя составила 8 образцов.

В двух дивизионах – коммерческом и любительском – жюри определило победителей в 22 категориях, от сухого игристого сидра до поммо, айс-сидров и специалитетов. Всего было вручено 87 медалей: 11 золотых, 31 серебряная и 45 бронзовых.

При этом ключевым трендом 2025 года стал качественный рывок коммерческих производителей. Медианный балл в коммерческом дивизионе составил 82, добавив 2 балла к результату прошлого года и переместившись в уверенную середину бронзовой зоны. В то же время в любительском дивизионе, где было много дебютантов, оценка незначительно снизилась на 1 балл, но осталась на высоком уровне – 80 баллов.

Подробнее о результатах конкурса: <https://moscowciderawards.ru/results-2025#top>

ОТ ЖЕЛЕЗНОЙ РУДЫ ДО ВИНОГРАДНИКА: КАК «СЕВЕРСТАЛЬ» И «ДЕЛЬТА» СОЗДАЮТ ШПАЛЕРНЫЕ СИСТЕМЫ

Производственно-техническая компания «Дельта» и ПАО «Северсталь» объявили о выходе на рынок шпалерных систем для виноградарства. О новом направлении деятельности, технологических решениях и перспективах российского виноградарства рассказывают руководитель направления шпалерных систем в ПТК «Дельта» Евгений Кудряшов и эксперт по продуктовым инновациям компании «Северсталь» Алексей Староверов.

– Евгений, ПТК «Дельта» уже двадцать лет успешно работает на рынке стальных профилей. Что побудило компанию выйти в новый сегмент и наладить производство шпалерных систем для виноградарства?

– Евгений: Толчком стал растущий запрос рынка на отечественные решения, а у нас было все необходимое для начала производства. За два десятилетия мы накопили серьезные компетенции в производстве профилированного металла – выпускаем свыше 300 видов продукции, отгружаем более 60 тысяч тонн в год и обеспечиваем быструю логистику по всей стране. У нас полный производственный цикл – от резки рулонной стали до проката готовых изделий.



Ключевым преимуществом стало и многолетнее партнерство с «Северсталью» как стабильным поставщиком качественного сырья и новаторских решений. Мы инвестировали в расширение парка оборудования под новые задачи, а опыт работы с очень взыскательными клиентами в других нишах закалил нашу команду. Благодаря этому мы сформировали стандарты качества, которые зачастую выше общепринятых на рынке.

– Что собой представляет сегодня российский рынок шпалерных систем?

– Евгений: Рынок развивается, есть несколько крупных игроков, появляются новые производители, продукты, решения, есть доля импорта, но она снижается.

Сложность для виноградаря зачастую не в отсутствии выбора, а в непредсказуемости результата. Мы решаем эту задачу, предлагая проволоку и шпалеры, произведенные из сырья одного производителя. Вся наша продукция полностью прослеживается от выплавки стали на «Северстали» до доставки готового изделия клиенту. Такой подход позволяет гарантировать высочайшее качество и надежность двух ключевых элементов шпалерной системы.

– Давайте поговорим о продуктах. Что вы предлагаете виноградарям?

– Евгений: Наше предложение включает стальные шпалерные столбы, в том числе из атмосферостойкой стали Forcera, и специализированную шпалерную проволоку производства «Северсталь-Метиз». Мы выпускаем оцинкованные столбы с сечением 50×40 и 60×40 мм из стали толщиной 1,5–2 мм, в ближайшее время начнем производство новых для российского рынка сечений. Конструкция усилена ребрами жесткости для устойчивости к ветровым нагрузкам и механиз-

ированной обработке. Для защиты от коррозии используется качественное цинковое покрытие не менее 275 г/м. Такое покрытие обеспечивает дополнительную надежность и долгий срок службы даже в агрессивных климатических условиях. Но настоящий прорыв – это вторая линейка: столбы из атмосферостойкой стали Forcera. Здесь мы с «Северсталью» создали первое полноценное российское решение премиум-класса.

– Алексей: Forcera действительно особенная история. Мы первые в России предложили виноградарям шпалерные системы из отечественной атмосферостойкой стали. До этого на премиальных виноградниках использовали исключительно импортную сталь. Главное преимущество Forcera – ее устойчивость к коррозии. Благодаря способности формировать защитную патиру сталь не ржавеет и сохраняет прочность десятилетиями. Если оцинкованные системы служат обычно 15–20 лет, то шпалеры из Forcera – в разы дольше. Это серьезно меняет экономику виноградного хозяйства: однажды установив систему, виноградарь фактически решает вопрос опор на весь срок жизни виноградника. Использование атмосферостойкой стали особенно актуально в виноградарских



НА КУБАНИ ЗАВЕРШИЛАСЬ «ЧЕРНОМОРСКАЯ ВИННАЯ НЕДЕЛЯ»

С 29 сентября по 5 октября в Краснодарском крае прошла «Черноморская винная неделя», которая охватила Геленджик, Анапу, Темрюкский, Северский, Крымский районы и Новороссийск.

Фестиваль открыл свои двери в культурно-деловом центре «Геленджик Арена», где прошла пленарная сессия с представителями администрации, Министерства курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края, а также выдающимися деятелями туристической сферы.

Кульминацией «Черноморской винной недели» стал трехдневный фестиваль в Абрау-Дюрсо. Гости наслаждались выступлениями музыкантов и диджей-сетами, концертами симфониче-

ского оркестра и кавер-групп, участвовали в мастер-классах по созданию косметики и украшений, пробовали уникальные вина местных производителей и дегустировали деликатесы из фермерских продуктов. Хедлайнером стала певица Юлия Паршута, которая выступила с сольным концертом на главной сцене фестиваля 4 октября.

В этом году программа включала совершенно новые мероприятия, например, модный показ от локальных дизайнеров и заплыв на катамаранах по Кипарисовому озеру. Большой интерес вызвала экскурсия в строящийся винный город «Белый мыс» в Геленджике.

В заключительный день «Черноморской винной недели» состоялся традиционный забег по виноградни-

кам Абрау-Дюрсо, который начался с зарядки с чемпионом. Финальное спортивное событие, которое собрало около 500 человек, прошло с участием заслуженного мастера спорта России, чемпионки мира по метанию копья Марии Абакумовой.

В дни работы фестиваля на ярмарках можно было приобрести изделия ручной работы, фермерские продукты и, конечно же, кубанские вина. Для самых маленьких гостей фестиваля были организованы творческие мастер-классы и развлекательные площадки.

Праздник оставил яркие впечатления у тысяч гостей со всех уголков России, подтвердив статус фестиваля как значимого события в мире российского эногастрономического и событийного туризма.



регионах России, где наблюдается высокая влажность, частые перепады температур, сильные ветра и близость к морю или водоемам: Кубань и Краснодарский край, Крым, Донской регион, Ставропольский край и Дагестан.

– Мы знаем, что атмосферостойкую сталь архитекторы ценят за эстетику и используют в проектах премиум-уровня, включая винодельни. Насколько вопрос эстетики применим к шпалерам?

– Алексей: Абсолютно применим. Шпалеры из стали Forcera со временем приобретают теплый, благородный оттенок и органично вписываются в пейзаж виноградников. Таким образом, «Северсталь» предлагает не просто инженерное решение, а эстетический образ от архитектуры винодельни до линий виноградных рядов. Это особенно ценно для хозяйств, развивающих энотуризм, где эмоции гостей выходят на первый план.

– А что с проволокой? Ведь это тоже критически важный элемент.

– Алексей: Совершенно верно. До последнего времени профессиональная шпалерная проволока была доступна только за счет импорта и после ухода европейских поставщиков винограда столкнулись с большой проблемой. Мы несколько лет совершенствовали технологии производства и в итоге смогли создать продукт, не уступающий лучшим европейским образцам. Главное отличие проволоки «Северсталь–Метиз» – стабильная высокая прочность и очень низкое удлинение: всего 5–7% против 12–26% у стандартной. Это означает, что проволока длительное время не провисает и не потребует регулярной подтяжки. Диаметр варьируется от 1,8 до 4,0



мм и подбирается под конкретные задачи виноградников. Отдельно хочу отметить наше покрытие ZnAl (цинк 95%, алюминий 5%). Испытания подтвердили, что оно в 2 раза устойчивее к коррозии по сравнению с обычным цинковым при той же толщине. Приобретая такую проволоку, виноградарь получает надежную инфраструктуру на весь срок жизни виноградника при минимальных эксплуатационных затратах.

– Евгений, на что вы бы посоветовали виноградарям обращать внимание при выборе шпалерных систем?

– Евгений: На три ключевых момента: сертификаты, системность и долго-

срочную экономику.

Первое – документальное подтверждение качества. Недостаточно оценивать металл «на глаз». Всегда запрашивайте заводские сертификаты на сталь, измеряйте толщину металла электронным толщиномером. А еще лучше – отдавайте несколько шпалер из партии в независимую лабораторию, так как без специального оборудования не проверить толщину и качество цинкового покрытия, а это прямая дорога к ржавчине после первого или второго сезона. Именно отсутствие строгого входного контроля зачастую является причиной того, что шпалеры гнутся от первого же сильного ветра или даже

на этапе монтажа.

Второе. Все компоненты должны быть согласованы по сроку службы. Бесмысленно покупать проволоку на 20 лет, если столбы выйдут из строя через 5, надежность всей системы определяется ее самым слабым компонентом.

И третье – считайте на перспективу. Выбор шпалерной системы – это долгосрочная инвестиция. Надежное решение сэкономит вам нервы и бюджет на долгие годы вперед.

– А каковы перспективы? Стоит ли вкладываться в виноградарство сейчас?

– Евгений: Динамика впечатляет. Площади виноградников уже превысили 110 тысяч гектаров, ежегодно добавляется около 6 тысяч гектаров. Климат теплеет и география расширяется далеко за пределы традиционного юга, в отрасль идут профессиональные инвесторы, растет винный туризм, модернизируются технологии. Эксперты прогнозируют увеличение площадей к 2030 году примерно на треть и наращивание производства как тихих, так и игристых и крепленых вин. Но для устойчивости этого роста критически важно опираться на надежную отечественную промышленную базу. Чем надежнее инфраструктура, например шпалерные системы, тем меньше времени и нервов хозяйства тратят на ремонты и замены оборудования. А больше внимания остается на главном – выращивании качественного винограда и создании отличного российского вина.



НОВОСТИ



В Москве расскажут о росте прибыльности отельного бизнеса

30–31 октября 2025 года в московском Palmira Art Hotel состоится XIV конференция **Hospitable Business**. Ключевой темой события станет комплексный подход к повышению эффективности: «**FULL HOUSE: PR, маркетинг, продажи, прибыльность**». Мероприятие ориентировано на собственников, управляющих и топ-менеджеров гостиничных объектов.

Формат конференции предполагает несколько ключевых преимуществ для участников. Во-первых, это концентрация на сути: выступления спикеров продолжительностью от 20 до 40 минут без «воды», только конкретные кейсы и рабочие методики. Во-вторых, уникальная экспертиза из смежных отраслей – спикеры покажут, как инструменты из сферы PR, digital-маркетинга, геймификации и IT работают в реалиях гостиничного бизнеса. В-третьих, практический нетворкинг в формате спид-митинга для эффективного обмена контактами.

В числе топ-спикеров и ключевых тем программы заявлены: Сергей Худовеков (Paper Planes) с темой «Как системно управлять долгосрочными отношениями с гостями»; Алена Гараничева (TeamJet) с докладом «ПО как profit-центр: почему инвесторы в отели теперь считают софт активом»; Александр Шаров (TravelLine) с выступлением «Выживет умнейший: как играть на рынке по новым правилам»; Михаил Терешин (Creative Team) с темой «Жизнь после брендбука: стратегия внедрения, которая меняет бизнес»; Андрей Ермошкин (Интериум) с докладом «Глобальные коммуникационные тренды и PR-стратегии для отелей: как привлечь международных гостей и инвесторов».

Для участников также запланированы дополнительные активности: розыгрыши призов и ужин в формате Eat&Talk.

Подробнее о программе конференции: <https://globalhospitalityclub.ru>

ОРГАНИЧЕСКОЕ ВИНОДЕЛИЕ В РОССИИ ПЕРЕЙДЕТ НА НОВЫЕ СТАНДАРТЫ

С 1 сентября в России введена обязательная российская сертификация органических вин, и для рынка начался переходный период для внедрения новых стандартов. Отныне, чтобы иметь возможность размещать на бутылке маркировку «органическое вино», винодельцы обязаны получить соответствующий российский сертификат.

Поправки к Федеральному закону № 280-ФЗ от 3 августа 2018 года «Об органической продукции» делают эквивалентными термины «органик», «эко», «био» и их производные. Использовать их смогут только те производители, которые пройдут процедуру сертификации органической продукции.

«Вступление в силу с 1 сентября поправок в Федеральный закон «Об

органической продукции» в части обязательной сертификации органических вин – это важный этап для формирования рынка органической продукции в России. Данная мера создает прозрачные и равные правила игры для всех участников рынка – как для отечественных производителей, так и для импортеров. Это логичный шаг к урегулированию рынка производства органической продукции. Часть виноделов уже доказала, что производит настоящее органическое вино, получив соответствующий сертификат. Теперь единые обязательные правила поднимут остальных производителей до их уровня. Это создаст здоровую конкуренцию, в которой побеждает тот, кто предлагает лучшее качество. В конечном счете это укрепит доверие людей к маркировке «органик» и даст мощный толчок развитию именно отечественного качественного ви-

ноделия», – отметил директор Департамента развития органической и «зеленой» продукции Роскачества Владимир Увайдов.

Новые требования одинаково относятся как к российским, так и к импортным винам. Изменения должны были вступить в силу еще в 2024 году, однако законодатели решили дать отсрочку импортерам, чтобы те успели получить сертификаты на вина своих поставщиков.

Теперь же маркировка любых органических вин должна быть подтверждена российским сертификатом, а на этикетке, помимо соответствующей надписи, обязательно должен присутствовать знак единого образца – зеленый листок на белом фоне. Среди прочих дополнений – уточнение требований по максимально возможному содержанию главного винного консерванта, диоксида серы, которое

теперь не может превышать 100 мг/л, тогда как в обычном тихом вине содержание диоксида серы может достигать до 200 мг/л.

Стоит отметить, что по своим требованиям российский стандарт строже европейского: в ЕС максимальное содержание диоксида серы для белых органических вин составляет 150 мг/л.

Сегодня сертификат на органическую продукцию для виноградников имеют более десятка российских компаний и виноделен, среди них – Villa di Alma, AYA, Uppa Winery, «Усадьба Мангул» из Крыма, «Бюрнье» и «Николаев и сыновья» из Краснодарского края, а также Tempelhof из Ставропольского края. Регионами – лидерами по органическому выращиванию винограда являются Крым и Севастополь, чье первенство связано во многом с особенностями

климата. Обязательная сертификация поможет российским производителям подтвердить подлинность органического происхождения вин и в итоге занять достойное место в потребительской корзине.

Ключевым событием для винодельческой отрасли станет Российский винодельческий форум, который пройдет 12–13 ноября 2025 года. Организаторами форума выступают Фонд Росконгресс и Ассоциация «Федеральная саморегулируемая организация виноградарей и виноделов России» (ФСРО АВВР). Соорганизатор – Россельхозбанк. Стратегический научный партнер – Национальный исследовательский центр «Курчатовский институт». Форум станет площадкой для обсуждения трендов, технологий и перспектив развития российского виноделия.

СОБЫТИЯ



В Санкт-Петербурге состоялся 2-й чемпионат России Sushі Cup

В рамках трехдневного гастрономического фестиваля MEGUSTRO, который с 1 по 3 октября проходил в Санкт-Петербурге, состоялся Второй открытый чемпионат по приготовлению суши в России – Sushі Cup, который доказал востребованность узкопрофессиональных конкурсов как инструмента признания и роста.

В борьбе за главный приз – образовательную поездку в Японию – сошлись 30 поваров из Москвы, Санкт-Петербурга, Омска, Иркутска, Сочи и других городов. Открытый формат соревнований превратил их в масштабное кулинарное шоу для гостей фестиваля. Работы участников оценивало строгое жюри, в которое вошли победитель прошлого чемпионата Владимир Ли и признанные мастера, такие как Михаил Самонов и Леонард Конвишер.

После нескольких отборочных туров, приготовления нигири и ужины в стиле «омакасе», победителем был признан Сергей Цой (ресторан Ачу, Москва). Для него и других финалистов – Эдуарда Пена (Vrega, Москва) и Дилшодбека Худайбергенова (KIDO, Санкт-Петербург) – чемпионат стал мощным карьерным лифтом и возможностью заявить о себе на федеральном уровне.

MEGUSTRO по-прежнему остается рабочей площадкой, созданной профессионалами для профессионалов, где запуск новых коллабораций часто становится следствием найденной на дискуссии идеи или открытого на конкурсе таланта. Организатором фестиваля MEGUSTRO выступила компания METRO.

РОСКАЧЕСТВО ОЦЕНИЛО ДОЛЮ РОССИЙСКИХ ВИН В СЕТЕВЫХ РЕСТОРАНАХ

Эксперты «Винного гида России» провели аудит количества российских вин в картах сетевых ресторанов. Исследование, оценившее 16 сетей с общим количеством заведений более 300, определило лидеров по работе с отечественными винами. Доля российских вин, соответствующая или превышающая рекомендации ГОСТ, была отмечена в сети японских кафе «Якитория», в азиатских «Шикари» и в грузинских «Рго Хинкали».

Проект «Винный гид России» по инициативе Минсельхоза и Минпромторга России проводит аудит винных карт заведений общественного питания. Цель – изучить, как представлено в ресторанах и кафе российское вино, какую долю оно занимает от общего числа вин и делается ли на него акцент в коммуникациях заведений после вступления в силу ГОСТ Р 71775-2024, который ввел рекомендации по доле российских вин в 20% и их представлению на первых страницах в картах ресторанов.

«С 1 апреля в нашей стране действует ГОСТ на винные карты. Стандартом установлены рекомендации для ресторанов, кафе, баров по составлению винных карт, в том числе по размещению российского вина в начале списка и его сопровождению специальными пометками. Значительная часть российских винных брендов – это молодые бренды, знакомство с ними и формирование лояльности – это процесс сложный и многогранный. Но и благодаря достойному и стабильному качеству нашей продукции, а российские стандарты производства вин соответствуют и даже выше зарубежных, сегодня каждый ресторан или кафе найдет то, что соответствует его концепции, а также предпочтениям и ожиданиям гостей», – подчеркивает заместитель министра сельского хозяйства РФ Марина Афонина.

По данным Росалкогольтабакконтроля, из 96396 кафе и ресторанов, работающих в России, 39948 объектов имеют лицензию, позволяющую продавать вино. Как отмечают специали-



сты «Винного гида России», в сфере общественного питания, так же как и в розничной торговле, сегодня растет доля сетевых компаний.

«Вино на сегодняшний день представлено в картах не только гриль-баров, но и сетей японской кухни, пиццерий, кофеен. Безусловно, тематика заведения, его кухня определяет и представленность вин конкретных стилей и стран, но в большинстве заведений кухни разных стран прекрасно уживаются с игристым из Италии, крепкими напитками из Франции или Шотландии. Опыт работы лидеров рынка по представленности вин в HoReCa брендов Chateau Tamagne, «Большое русское вино» группы Simple, а также наши активности в рамках акции «Дни российских вин» показывают, что российские вина могут успешно продаваться и продаются в заведениях самых разных концепций», – говорит заместитель руководителя Роскачества Елена Саратцева.

На сегодняшний день Роскачеством разработана балльная система критериев оценки представленности российских вин в ассортименте ресторанов и кафе. Она включает не только долю вин в картах, но и их расположение в винном листе. Наибольшее число баллов присуждается винным картам, где российские вина представлены на первых страницах, наиболее низкую оценку получают те заведения, где российские вина представлены в конце карты или не выделяются в специальный раздел.

Пилотный этап исследования включал анализ карт 15 сетей заведений общественного питания, среди которых «Андерсон», «Якитория», «Васильчуки» («Чайхона №1»), «Мясо&Рыба», «Сыроварня», «Корчма», «The Бык» и другие. Общее количество проанализированных заведений – более 300.

В итоговом рейтинге результаты группировались отдельно для ресторанов четырех разных категорий, в зависимости от общего числа в винной карте: до 20, от 20 до 50, от 50 до 100 и свыше 100.

В каждой из них были выявлены лидеры по числу вин и представленности в картах. В категории карт широкого ассортимента (свыше 100 вин) лучшие результаты показали заведения сети Мясо&Рыба. Из 208 вин в карте лидера рейтинга, российских вин эксперты насчитали 31 позицию.

Среди ресторанов с картами сегмента «средний плюс» от 50 до 100 позиций лучший результат показали заведения «Чайхона №1» (Васильчуки). Также высокая доля российских вин была отмечена в заведениях сетей «Сыроварня» и «Рго Хинкали». Максимальная доля российских вин в картах заведений – лидеров рынка превышала 24%, соответствуя рекомендациям ГОСТ.

Среди ресторанов с винными картами среднего масштаба ассортимента от 21-50 наименований лидерами стали заведения сетей «Сытый Лось», True Cost.

Наиболее высокая доля российских вин была отмечена в заведениях с компактной винной картой (до 20 вин): «Колбасофф», «Шикари», «Якитория». В том числе в японской концепции «Якитория» доля отечественных вин составила 29%, в заведениях «Шикари» – более 30%.

Наименьшее количество российских вин среди исследованных ресторанов с компактной картой было отмечено в сети «Корчма» – в них не оказалось ни одного российского вина. Среди заведений с картами среднего масштаба наименьшая доля у ресторанов «Андерсон» – 8,3% карты, среди ресторанов с картами от 100 наименований и выше в исследовании с наименьшей долей российского вина оказались рестораны Seasons – 5,9% карты.

«Пилотный проект мониторинга винных карт ресторанов показал несколько важных тенденций, – отмечает руководитель «Винного гида России», директор департамента исследования и продвижения отечественной винодельческой продукции Роскачества Олеся Латышева. – Российским винам находится место в самых разных концепциях. В среднем по рынку доля российских вин в картах уже сейчас выше 15% и продолжает расти. Это логично, с учетом того что, по данным Минпромторга России, большинство заведений позиционируют себя как рестораны смешанной, авторской или локальной кухни. По итогам анализа винных карт очевидно, что критерии рейтинга нужно обсуждать и дорабатывать, поскольку в заведениях с картой из 20 наименований 20% – это 4 вина, а в ресторане с картой в 200 позиций доля российских вин в 15% – это полноценный лист карты из 30 вин, и здесь наиболее важно, где этот лист расположен и обращает ли внимание гостей на российские вина персонал заведения».

В последующем планируется посещение ресторанов экспертами по принципу «тайного гостя». Специалисты будут оценивать не только номинальное представление вин в картах, но и работу официантов и сомелье, рекомендации российских вин гостям.

СТАРТОВАЛ ОСЕННИЙ ЭТАП АКЦИИ «ДНИ РОССИЙСКИХ ВИН»



С 6 октября по 30 ноября в России проходит осенний этап акции «Дни российских вин».

Акция организована Минпромторгом России, Минсельхозом России и Роскачеством, при поддержке Ассоциации виноградарей и виноделов России, Российской ассоциации экспертов рынка ритейла и Россельхозбанка. Мероприятие призвано поддержать отечественных произво-

дителей качественного вина, выделив их на полке ритейла и в винных картах ресторанов, а также познакомить потребителей с российскими винами, которые заслуживают внимания.

«Дни российских вин» проходят уже восьмой год. На старте акции в ней принимало участие не более пяти торговых сетей, а осенью 2025 года количество участников близится к двадцати пяти.

Задействованы магазины разных форматов: дискаунтеры, супермаркеты, гипермаркеты, специализированные магазины-винотеки, крупнейшие розничные сети, среди которых «Перекресток», «Пятерочка», «Лента», «Магнит», «Глобус», «О'КЕЙ», «Азбука вкуса» и другие. В общей сложности – практически сорок шесть тысяч торговых точек. Активно принимают участие и реги-

ональные розничные сети: крупная торговая сеть из Краснодарского края «Табрис», торговая сеть «Добрянка», магазины розничной сети «Бахетле» в Новосибирске и Барнауле и другие.

Российское вино продолжает завоевывать пространство ресторанной сферы и индустрии гостеприимства. При содействии крупных алкогольных компаний, в том числе дистрибьюторов AST, Simple Group, увеличено вдвое количество участников акции и география присутствия: порядка двухсот пятидесяти представителей в Москве и Московской области, Санкт-Петербурге, Краснодаре, Геленджике, Анапе, Ростове-на-Дону, Сочи, Воронеже, Орле, Туле, Великом Новгороде, Калининграде, Хабаровске и других городах.

Магазины и рестораны, участвующие в акции, будут отмечены специаль-

ной символикой. Формат участия в акции и сроки ее проведения каждая торговая сеть или ресторан определяют самостоятельно. В рамках «Дней российских вин» покупателей ждут презентации вин отечественного производства, специальные условия покупки, скидки, дегустации и конкурсы. Информация о проведении акции будет размещаться по адресу:

<https://rskrf.ru/vgr/drv/>

Традиционно торжественное открытие «Дней российских вин» проходит на разных площадках. В этом году мероприятие состоится в винном баре «Практика by AST». Он входит в группу компаний AST – крупнейшего в стране дистрибьютора алкоголя, имеет в винной карте порядка ста наименований вин, из которых более двадцати – российского производства.

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