

WINE

Weekly

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

18+

ИНФОРМАЦИОННОЕ ВИННОЕ ОБОЗРЕНИЕ

№ 3 (41)
Апрель 2020

СОБЫТИЯ

Выставку Beviale Moscow переносят на сентябрь 2020

В связи с растущим распространением эпидемии коронавируса (COVID-19) и недавно опубликованными ограничениями на въезд для граждан Китая, КНДР, Италии, Ирана, Франции, ФРГ, Испании, а также в связи с указом №12 от 05 марта 2020 мэра Москвы Сергея Собянина компания Nurnberg Messe приняла решение перенести проведение выставки. Beviale Moscow 2020 пройдет со среды, 2 сентября, по пятницу, 4 сентября, 2020 года.

Условия проведения выставки и договоренности с площадкой остаются прежними – выставка пройдет в павильонах 4 и 4.1 в КВЦ «Сокольники».

Безопасность участников выставки, посетителей и сотрудников является приоритетом и обязательством для компании Nurnberg Messe. Осознавая эту ответственность и после тщательного рассмотрения и оценки текущей ситуации, руководство компании Nurnberg Messe приняло решение принять необходимые меры по соблюдению этих обязательств.

После многочисленных переговоров с партнерами и национальными союзами было принято решение о проведении выставки в вышеупомянутые даты. Руководство выставки приносит свои извинения в связи с переносом Beviale Moscow 2020 и надеется на понимание со стороны ее участников.

МАКСИМ КАШИРИН: «РОССИЙСКИЕ ВИНОДЕЛЫ ПЕРВЫМИ НАЧНУТ ИНТЕРНЕТ-ПРОДАЖИ СВОИХ ВИН!»

В середине марта «Опора России» обратилась к премьер-министру Михаилу Мишустину с просьбой внести в Госдуму законопроект о разрешении продажи алкоголя через интернет. О том, каковы перспективы принятия этого закона, газета Wine Weekly попросила рассказать одного из авторов этого законопроекта, вице-президента Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «Опора России», генерального директора компании Simple Максима Каширина.

– Максим Сергеевич, в марте «Опора России» обратилась в правительство и к премьер-министру Мишустину с просьбой ускорить принятие законопроекта о разрешении продажи алкоголя через интернет. Вы могли бы рассказать, какие доводы в пользу онлайн-торговли содержались в этом обращении?

– Было несколько обращений. Я как вице-президент, курирующий в «Опоре России» (ОР) направление интернет-торговли алкоголем, имею свою точку зрения и считаю, что она в данном случае наиболее верно отражает суть договоренности с правительством.

(Продолжение на стр. 2)



СОБЫТИЯ

Конкурс Russian Wines Competition перенесен на сентябрь

В связи с введением режима повышенной готовности на территории Краснодарского края и принятием мер по предотвращению распространения новой коронавирусной инфекции (COVID-2019), которые будут действовать до 1 июня 2020 года, организатором Russian Wines Competition принято решение о переносе даты проведения конкурса. Второй независимый международный винный конкурс Russian Wines Competition пройдет с 19 по 21 сентября 2020 года в «Кемпински Гранд Отель Геленджик».

«К сожалению, в сложившейся ситуации, связанной с распространением коронавирусной инфекции, принято решение о переносе конкурса на сентябрь 2020 года. Мы с большим пониманием относимся к вводимым ограничительным мерам как краевыми, так и федеральными властями и надеемся, что в скором будущем совместными усилиями удастся победить инфекцию. Отдельно стоит выразить благодарность менеджменту «Кемпински Гранд Отель Геленджик», команде VinAgora и всем судьям Russian Wines Competition 2020 за оперативную помощь в переносе конкурса. Конкурс состоится, чем было запланировано ранее», – прокомментировал ситуацию организатор конкурса Леонид Фадеев.



ФЕДЕРАЦИЯ РЕСТОРАТОРОВ И ОТЕЛЬЕРОВ ОБРАТИЛАСЬ К УЧАСТНИКАМ РЫНКА

В связи со сложившейся ситуацией, вызванной распространением коронавирусной инфекции, Федерация рестораторов и отельеров России обратилась с открытым письмом к участникам рынка.

Уважаемые арендодатели, уважаемые представители банковского и финансового сектора, уважаемые поставщики товаров, услуг и сервисов!

Просим вас с пониманием относиться к обращениям рестораторов и отельеров по вопросу отсутствия возможности в полной или частичной мере исполнять свои обязательства и совместно выходить на оптимально возможные решения: отсрочка, реструктуризация платежей или что-то иное. Мы прекрасно понимаем, что у вас также есть свои обязательства, именно поэтому считаем важным договариваться и объединять усилия по выходу из сложной ситуации.

К сожалению, сейчас мы получаем информацию от рестораторов и отельеров о порой категорических отказах в диалоге с использованием аргумента, что вместо одного придет другой.

Такое отношение считаем контрпродуктивным и нерациональным как в краткосрочной, так и в среднесрочной и долгосрочной перспективах. Бизнес-сообщество рестораторов договорилось, что не будем пользоваться финансовыми проблемами своих коллег для захода на новые места. К тому же отсутствие сотрудничества и поиска оптимальных решений только усугубит ситуацию в отрасли, что скажется на всех.

Отдельно обращаемся к коллегам из «Яндекс.Еда!» и «Delivery Club».

Считаем важным выступать в партнерских отношениях в сложившейся ситуации. Просим вас на этот сложный период снизить действующий

процент за обслуживание для ресторанов. Сейчас важно также учитывать, что покупательная способность населения будет падать, в связи с чем необходимо не допустить роста цен.

В текущей ситуации уже сейчас важна солидарность в борьбе как с распространением вируса, так и с его экономическими последствиями. Необходимо поддержка друг друга. От этого будет зависеть, насколько быстро мы сможем вернуться к нормальному функционированию бизнеса по завершении пандемии, в чем, мы уверены, заинтересованы абсолютно все. Рассчитываем на ваше понимание, поддержку и сотрудничество.

Сфера гостеприимства одной из первых входит в кризисное состояние. Ситуация в ресторанном и гостиничном бизнесе меняется молниеносно – не просто каждый день, она меняется каждый час. В этой ситуации мы адаптируемся, ищем решения, как работать в условиях постоянного сокращения гостей и, соответственно, оборотов при текущих наших обязательствах перед нашими сотрудниками, перед вами – нашими партнерами и перед государством.

Мы пока еще держим руку на пульсе, следим за поступающей информацией и ситуацией на рынке и ожидаем мер поддержки со стороны правительства Российской Федерации. Также мы надеемся на ваше понимание и партнерство.

Всем желаем здоровья и скорейшего выхода из кризиса нам всем!

НОВОСТИ



«Фанагория» запустила новую линию розлива

27 марта на винодельне «Фанагория» была запущена новая линия розлива винодельческой продукции, производительность которой составляет 12 тыс. бутылок в час.

«Это полностью автоматизированная линия розлива, начиная от депаллетизатора (разгрузчика поступающих на линию пустых бутылок) и до обмотчика паллет с ящиками с готовой продукцией, – рассказывает начальник цеха розлива Денис Комаров. – Блоки произведены итальянскими компаниями – MBF, Robilo & Galadrino, Makro, APE. Основная особенность нового оборудования – полная автоматизация, включающая SIP-мойку, позволяющую автоматически за ночь вымыть всю линию и подготовить ее к розливу другого вида продукции».

Контракт на поставку был подписан в прошлом году, установка линии была осуществлена в декабре, после чего проходили монтажные и пусконаладочные операции.

«Введение в эксплуатацию новой автоматической линии розлива позволит еще тщательнее контролировать качество выпускаемой продукции на всех этапах розлива, – пояснил генеральный директор «Фанагории» Петр Романишин. – Она также позволит снизить содержание растворенного кислорода в вине, что очень важно для поддержания качества. Теперь на «Фанагории» работают сразу две линии мощностью по 12 тысяч бутылок в час каждая, а также линия спиртных напитков и линия розлива игристых вин». Первым на новой линии был осуществлен розлив вина «Номерной Резерв Саперави Фанагории».

МАКСИМ КАШИРИН: «РОССИЙСКИЕ ВИНОДЕЛЫ ПЕРВЫМИ НАЧНУТ ИНТЕРНЕТ-ПРОДАЖИ СВОИХ ВИН!»

(Продолжение, начало на стр. 1)

Однако есть у нас в «Опоре» и другие мнения. Какое-то время назад президент нашей организации Александр Калинин подписал письмо, где просил включить пивоваров, а также производителей сидра и медовухи в число тех, кто должен быть допущен к интернет-торговле алкоголем на первом этапе. Но эта позиция не была согласована со мной и моими коллегами. Поэтому она не отражает всего того, о чем велись переговоры с правительством. Это частное мнение наших коллег в комиссии по пивоварению ОР. На этот шаг, я думаю, правительство, скорее всего, не пойдет, поскольку то, что предлагают наши коллеги, – такого никогда не было в законопроекте. Я был одним из инициаторов этого закона и занимаюсь им последние 7 лет, поэтому прекрасно знаю, как все развивалось. Мы давно достигли договоренности с правительством о том, что внедрение этого законопроекта будет вестись поэтапно.

Правда, сначала эти этапы выглядели немножко по-другому. Первоначально хотели разрешить интернет-продажи вообще для всех производителей, импортеров и оптовиков, потому что их немного, контролировать их легко. Также оптовые лицензии есть у многих торговых сетей, и Росалкогольрегулированию (РАР) проконтролировать их не сложно. И мы тогда уже договорились о механизме реализации, но потом вмешался Дворкович...

Он тогда был вице-премьером, курирующим сельское хозяйство, и в принципе это была его тема. Он сказал так: «ОК! Давайте только сначала дадим преимущество российским виноделам на 1 год». Все с этим согласились, потому что это было уже хоть какое-то движение вперед. Однако на этой стадии все застряло.



– Это произошло в связи со сменой Дворковича?

– Там было много разных событий, из-за которых нам никак не удавалось провести этот законопроект. Потом, когда РАР передали в ведение

Минфина, работа над законом наконец-таки стала проводиться системно и последовательно. И хотя у «Опоры» есть несколько позиций – ключевая состоит в том, чтобы продолжить делать то, что мы уже сделали, и внести

этот законопроект в Госдуму. Сейчас документ полностью согласован с правительством в том виде, в котором он изначально был утвержден концептуально: сначала виноделы, потом оптовики и производители и на третьем этапе – все остальные.

– Почему так и почему так правильно?

– Потому что если мы подключим сейчас большое количество пивоваров, сидроделов и так далее, то тогда надо подключать и общепит, и розницу. А это тысячи и тысячи участников. Если мы их подключим на первом этапе, то государство вообще потеряет контроль над происходящим. Этого, разумеется, никто не допустит. Поэтому государство хочет, как я уже сказал, начать с малого: отработать технологию, убедиться, что все функционирует, что специально созданная доменная зона ega.is.ru работает, что ФНС видит чеки, что мобильные устройства все считают, что соблюдаются режимы продажи, что отслеживаются через банковские карточки возрастные ограничения для потребителей. Этот закон технологический, понимаете, и это очень важно. Поэтому надо начинать с отстройки системы!

Когда мы отстроим систему, протестируем ее и поймем, что действительно все функционирует, – дальше государство сможет принимать любые решения о включении в эту систему тех или иных участников рынка. Но мы вместе с коллегами из Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ) и Ассоциации компаний оптовой розничной торговли (АКОРТ), а также вместе с другими игроками алкогольного рынка считаем, что сегодня интернет-торговля ведется не из магазина. Она осуществляется со складов. Все эти картинки на сайтах – это витрина

После небольшой паузы «Массандра» вновь начала отгрузку своей продукции для Китая. Как рассказала генеральный директор предприятия Янина Павленко, в компанию вновь стали поступать заявки на поставку вин от китайских партнеров.

«Традиционно эта страна отдает предпочтение нашим красным винам – сухие и полусладкие «Каберне», «Саперави», «Мерло» и другие. Сейчас уже активно начинаем работать по заявкам», – рассказала она. – Уже пятая по счету с начала года партия вина отправилась в Беларусь. Поставки также идут в Казахстан, ЛНР и ДНР. Несмотря на сложности этого года, объемы экспортных поставок удалось сохранить на уровне прошлого года. За три месяца мы экспортировали уже 170 тысяч бутылок вина, – говорит гендиректор. При

«МАССАНДРА» ВОЗОБНОВЛЯЕТ ПОСТАВКИ В КИТАЙ

этом насыщение продукцией прежде всего внутреннего рынка, по словам Янины Павленко, остается приоритетной задачей предприятия.

«Мы продолжаем работать, разумеется, с массой «но», обусловленных вспышкой пандемии, соблюдая все нормы Роспотребнадзора. Объемы производства и продаж не снижаем. 8 апреля с конвейера «Массандры» сошла уже 5-миллионная бутылка вина. Несколько переформатировать пришлось работу дегустационного комплекса: прием гостей, а «Массандра» – это еще и известный туристический бренд России, который ежегодно посещает до 115 тысяч человек, при-



остановлен. Но мы организовали доставку собственной кулинарии – полуфабрикатов и готовых блюд от бренд-шефа «Массандры». Выпекли пасхальные куличи, которые традиционно готовим с добавлением вина. В этом году – наших знаменитых мускатов. Услуга пользуется большим спросом», – рассказывает Янина Павленко. Гендиректор добавила, что в планах предприятия – сохранить производственные показатели прошлого года.

Напомним, 2019 год для «Массандры» стал рекордным по многим показателям. Совершена самая масштабная за всю 125-летнюю историю «Массандры» закупка сельскохозяйственной техники, побит рекорд по числу медалей, завоеванных на различных дегустационных конкурсах, включая международные, увеличен объем производства и продаж, в том числе и экспортных – до рекордных 650 тысяч бутылок вина.

складских товаров, а магазины – лишь точки выдачи.

Сегодня интернет-торговля – это большой и отлаженный бизнес. Поэтому, когда разрешат онлайн-продажи алкоголя, участники этого рынка готовы обеспечить всю страну всем необходимым ассортиментом. И если какие-то пивовары захотят продавать свою продукцию через сеть – они смогут это делать при помощи этих операторов. Отдавайте ее на эти склады, отдавайте маркет-плейсам. Нет проблем! И при этом не нужно давать права онлайн-продажи алкогольной продукции для мелкой розницы. По крайней мере пока.

Алкоголь – это очень чувствительная продукция для государства, и ее регулирование должно быть специальным, как, к примеру, продажа лекарств. Нельзя ослаблять контроль в этой сфере. Это будет неверно. Поэтому еще раз повторюсь, я здесь полностью поддерживаю позицию, отраженную в предложенном законопроекте. Мы многократно об этом дискутировали, но потом государство убедило бизнес, объяснив, почему так будет лучше. Иначе мы можем получить обратную реакцию, и тогда принятие закона вновь перенесут или совсем отменят.

– Государство опасается возникновения анархии на алкогольном рынке?

– Конечно. Во всех странах алкоголь находится под контролем. Получить лицензии не так просто везде – это специальный бизнес, и нигде нет таких вольностей, когда делаешь то, что хочешь. Поэтому и законопроект, который планируют внести в Государственную Думу в ближайшее время, будет именно в том виде, о котором я говорю.

– Сначала вино, потом оптовое звено и розница, а потом пивовары и производители слабоалкогольной продукции?

– Думаю, что да. В силу ситуации с коронавирусом мы сейчас будем пытаться немножко ускорить этот процесс. Мы будем настаивать на том, чтобы этот законопроект уже внесли в Госдуму, потому что этим многострадальным законом мы занимаемся уже лет 10 и все никак не можем его принять.

– Как вы считаете, как скоро может состояться его принятие?

– Если его внесут в Госдуму в апреле, то, соответственно, в весеннюю сес-

сию может пройти его обсуждение, будут внесены поправки и так далее. Я думаю, что с 1 января следующего года он начнет действовать.

– В кулуарах говорили, что одним из главных противников закона выступает Минздрав. Чем, по мнению представителей министерства, этот закон может помешать населению?

– Минздрав считает, что интернет-продажи алкоголя делает его доступнее. Это, конечно, не так, и я уже устал это комментировать. Потому что везде в мире самым доступным методом продажи алкоголя является магазин. Никто не придумал ничего доступнее: просто зашел и купил.

С интернет-продажей не все так просто. Покупатель должен оформить заказ, оплатить его, согласовать доставку, сформировать какую-то минимальную партию, чтобы компании-поставщику ее было удобно и выгодно везти. Это целая история! Вряд ли кто-то будет покупать в интернете одну бутылку дешевой водки, которая стоит около 300 рублей. Какая у него выгода? Ведь только доставка стоит рублей 300. Поэтому и получается, что сделать это в магазине гораздо проще, быстрее, дешевле.

– Максим Сергеевич, как вы считаете, в случае принятия этого закона какая часть российской торговли алкоголем переместится в интернет? Нет каких-то прогнозных оценок?

– Это очень сложно сказать. Никто этого пока не знает. Интернет не будет доминирующим каналом продаж. Он нужен для чего? Для того, к примеру, чтобы сделать более эффективной торговлю продуктами питания. Берем ситуацию с коронавирусом, когда все сидят по домам. Сегодня, если люди заказывают продукты питания, еду им могут доставить домой, а алкоголь нет. Значит, надо встать и пойти в магазин. Это хорошо с точки зрения соблюдения режима? Не хорошо. Поэтому если бы мы уже имели действующий закон, то все те операторы, которые занимаются доставкой продуктов питания, могли бы доставлять алкоголь. Люди бы спокойно получили все, что им нужно, доставкой на дом.

Вообще мировой опыт показывает, что в интернете в основном продаются более дорогие категории алкоголя:

редкие виски, вина премиального сегмента и т.д. Никто за дешевкой в интернет не идет. Это если мы говорим про специализированные алкогольные сайты, которые есть во всем мире: на 90% – это сайты премиальные. Они предлагают алкоголь, который продается в небольших количествах, который никто из ритейлеров не покупает, потому что он мало оборачивается. Многие винодельни тоже стремятся таким образом обойти ритейлеров и продавать свои вина напрямую. Вся специализированная интернет-розница живет в премиальном сегменте. Здесь говорить про алкоголизацию общества вообще не приходится, потому что цены на этих ресурсах явно выше среднего.

Если же рассматривать классический ритейл, который тоже продает в интернете, то там представлена продукция, которой они торгуют на своих полках. Может быть, чуть больше ассортимент. Но они ориентируются на своего клиента.

– Некоторые участники рынка опасаются, что в законопроекте речь идет о винах с защищенным географическим указанием и местом происхождения. Однако в нем не указано, что речь идет только о российской продукции.

– В предлагаемом нами законопроекте было четко сформулировано, что на первом этапе его действие распространяется только на российское вино. Никто из импортеров в нем не участвует.

– Импортеры подключаются к интернет-торговле только на втором этапе?

– По крайней мере, так было запланировано. Сейчас мне трудно что-либо сказать, поскольку законопроект проходит последние правки уже в правительстве, и это происходит без нас. На данном этапе мы уже не являемся стороной в этом обсуждении, потому что все ключевые дискуссии прошли, было множество рабочих групп с участием руководителей Минфина, ФНС, РАР, таможи и других. Мы обсуждали технологии и формулировки закона, подходы к его реализации и так далее. Было очень много итераций.

Сейчас работа над этим законопроектом, который претерпел очень много обсуждений и правок проходит в закрытом режиме. Правительство работает очень активно и считает

данный законопроект приоритетным. Особенно в сложившейся в стране ситуации.

– Получается, что все опасения российских виноделов, что их опять отодвинут, абсолютно напрасны?

– Никто их не отодвинет. При принятии нашего законопроекта российские винодельни самыми первыми начнут интернет-продажи своих вин. Больше пока волнуются только пивовары, но там другая проблема. Их продукция не зарегистрирована в ЕГАИС, поэтому надо еще разбираться, как вводить их в эту систему. Потому что там чуть более сложная ситуация, их и отложили.

Дело в том, что пиво до сих пор не включено в систему помарочного учета, как все остальные напитки, где мы можем проследить всю цепочку от начала до конца. Почему легко передать все остальное в интернет? Потому что все прослеживается. А с пивом сложнее. Это скорее особенности самой отрасли. Поэтому еще раз повторюсь, это не представляет глобальной проблемы и надо действовать шаг за шагом.

– Максим Сергеевич, расскажите, как согласно закону будет выглядеть механизм подключения к интернет-торговле для российских виноделов?

– Если примут закон – будет вводиться понятие лицензии на торговлю в интернете. Пока ее планируется привязать к наличию оптовой лицензии. Потому что все признают, серьезная интернет-торговля – это торговля со склада. В зоне ega.is.ru создадут специальную доменную зону, где будут размещаться сайты, предлагающие алкогольную продукцию. Все они будут находиться под непрерывным мониторингом налоговой службы. В остальном же – все как на обычном сайте: выбираете товар, кладете в корзину, оплачиваете.

– То есть при наличии лицензии у винодела он может начинать продавать свои вина через интернет?

– Нет, на основании своей лицензии он должен получить лицензию на интернет-торговлю, а потом уже на сайте своего винного хозяйства может сделать свой собственный маленький интернет-магазин. Главное, чтобы этот сайт был зарегистрирован в доменной зоне ega.is.ru.

(Продолжение на стр. 4)

НОВОСТИ



«Абрау-Дюрсо» помог новороссийской больнице

4 апреля фонд «Жизнь Абрау-Дюрсо» передал два аппарата для искусственной вентиляции легких (ИВЛ) в инфекционную больницу №3 в городе Новороссийске. Как сообщил президент этой организации Игорь Лозовский, в ближайшие дни в Новороссийск будут доставлены еще несколько аппаратов ИВЛ.

Кроме того, городская больница № 2, расположенная в селе Абрау-Дюрсо, продолжит получать от фонда необходимые дезинфицирующие средства и одноразовую защитную одежду для персонала. К настоящему моменту больнице № 2 уже переданы 2000 пробирок с тупферами для забора проб на определение заражения коронавирусом.

«Мы хотим оказать жителям Новороссийска посильную помощь в профилактике и борьбе с коронавирусом. Поскольку в это трудное время медицинские учреждения города нуждаются в докомплектации специальным оборудованием и расходными материалами, было принято решение приобрести несколько аппаратов искусственного дыхания», – рассказал президент фонда Игорь Лозовский. «Для нас помощь фонда «Жизнь Абрау-Дюрсо» – это хорошее подспорье. На случай острой вспышки заболеваемости и пандемии, такой, какая была в Китае, у нас в наличии чуть более половины необходимых аппаратов вентиляции легких. Поэтому благотворительная инициатива частных организаций и лиц по приобретению медицинского оснащения очень важна», – подчеркнула главный врач инфекционной больницы № 3 Министерства здравоохранения Краснодарского края в городе Новороссийске Ольга Бойцова.

<https://fondabrau.ru/>

СОБЫТИЯ



Выставку Vinorus-2020 перенесли на июнь

В связи с постановлением главы администрации Краснодарского края от 13.03.2020 № 129 «О введении режима повышенной готовности на территории Краснодарского края и мерах по предотвращению распространения новой коронавирусной инфекции (COVID-19)» в регионе введено ограничение массовых мероприятий с участием более 100 человек, действующее до 1 мая 2020 года. По этой причине выставку Vinorus перенесли на 17–19 июня 2020 года.

«Мы, как организаторы выставки вин, алкогольных напитков и материалов для виноградарства Vinorus, число посетителей которой составляет более 5 000 человек, не можем подвергать риску здоровье и благополучие наших участников и посетителей, и в связи со сложившимися обстоятельствами переносим сроки проведения выставки на более поздний период», – говорится в сообщении оргкомитета.

Новые даты проведения выставки Vinorus-2020: 17 – 19 июня 2020 года. Место проведения остается прежним: ВКК «Экспоград Юг» по адресу: г. Краснодар, ул. Конгрессная, 1. Все ранее полученные билеты посетителей действительны для посещения выставки в июне. Если вы еще не получили электронный билет, вы сможете сделать это на сайте выставки:

www.vinorus.ru

8 апреля 2020 года Дом шампанских вин «Новый Свет» провел премьеру фильма «Новый Свет 360», который снят в инновационном видео формате 360 градусов. Фильм, в котором принимает участие народный артист СССР Василий Лановой, рассказывает об истории создания русского шампанского князем Львом Голицыным в Крыму, в поселке Новый Свет. Это путешествие в пространстве и во времени, наполненное интересными фактами истории и уникальными знаниями в области виноделия.

Благодаря инновационной технологии создания фильма, зрители полностью погружаются в атмосферу и сюжет, что позволяет в режиме реального времени, не покидая собственного дома, посетить живописный уголок на Черноморском побережье Крыма – поселок Новый Свет.

МАКСИМ КАШИРИН: «РОССИЙСКИЕ ВИНОДЕЛЫ ПЕРВЫМИ НАЧНУТ ИНТЕРНЕТ-ПРОДАЖИ СВОИХ ВИН!»

(Окончание, начало на стр. 1,2,3)

Как только ты получаешь доступ к этой зоне и попадаешь в реестр, ты начинаешь организовывать сам процесс торговли. Все интернет-магазины, работающие вне этой системы, будут признаны незаконными, и их владельцы будут наказываться по максимуму.

И мы сейчас еще обсуждаем доставку. Здесь тоже много вопросов, потому что государство не хочет подключать к этому процессу неких курьеров, дабы не нарушать контроль. Пока в правительстве говорят, что надо будет доставлять своими силами. Поэтому винодельни, к сожалению, скорее всего, будут вынуждены ограничиться некой территорией, на которой они смогут оперировать.

Но при этом винодельня может отдать свой товар на другой винный или алкогольный сайт, который также работает в доменной зоне ega.is.ru, но более широко представлен в регионе или в целом по стране. Для виноделов это выгодно. Допустим, винодел, который производит вино, приходит к ритейлеру, а ему говорят: «Нам это не надо!» От другого представителя розницы он слышит примерно то же самое.

С принятием закона он сможет обойтись без участия розничных продавцов. Винодел договаривается с каким-то официальным интернет-ресурсом, который принимает и доставляет его заказы. В результате у него появляется возможность продавать. Основная проблема сегодня для виноделов заключается в том, что в HoReCa они еще как-то представлены, но в ритейле им сложно. Иногда у них малые объемы производства, иногда им просто нет места на полке. Отсюда и постоянные проблемы со сбытом отечественных вин, особенно у малых производителей. Поэтому принятие



нашего законопроекта станет реальной мерой поддержки российского виноделия!

– Не будет диктата со стороны крупных интернет-магазинов, как со стороны сетей?

– Диктата не может быть, поскольку эти интернет-магазины по своей сути маркет-плейсы. Вы же не покупаете место на складе или на полке. Вы договариваетесь, что информация о вашей продукции будет размещена у них на страничке. Но на их складе ничего нет. Они приняли заказ, переадресовали его виноделу, тот отправил им груз, соответственно, а маркет-плейс уже дальше его отгрузил клиенту. И так работают все маркет-плейсы. Вы думаете, у них на складе товары лежат? Конечно, нет. Время поставки 3 дня.

Вы поймите, что интернет-торговля алкоголем – это не салат купить свежий, не творог, который вам надо немедленно. Какое-то количество самого ходового алкоголя у этих торговцев на складе будет всегда. Но все остальное спокойно поставляется в течение 2 – 3 дней, и никого это не будет пугать. Потому что это не товары первой необходимости. Так что здесь я не вижу каких-то проблем для виноделов.

– Ваш прогноз по развитию рынка интернет-торговли алкоголем в России. Насколько быстро и успешно он, на ваш взгляд, будет развиваться?

– Это зависит от закона. Если в онлайн-продаже будут только русские вина, то он будет развиваться чуть медленнее, потому что на них одних далеко не уедешь. Рынок будет развиваться быстро только тогда, когда будут допущены все его участники: и импортеры, и оптовики, и другие игроки. Поэтому в течение года, максимум двух, после принятия закона мы полностью увидим, как в итоге сформируется этот сектор рынка.

«НОВЫЙ СВЕТ» ПРЕДСТАВИЛ НОВЫЙ ФИЛЬМ

Именно здесь более 140 лет назад великий русский винодел князь Л. С. Голицын решил осуществить свою мечту – создать «большое русское вино», которое займет достойное место в мировом виноделии.

Мы перенесемся в начало XX века и станем свидетелями исторических событий – от создания завода и его

удивительной системы горных тоннелей до первых побед русского шампанского на мировом рынке и роли императора Николая II в судьбе голицынского наследия.

Возвращаясь в век двадцать первый, зрители смогут увидеть весь процесс приготовления классических шампанских вин «Новый Свет» и лично позна-

комиться с уникальными образцами. Алексей Пугачев, директор АО «Завод шампанских вин «Новый Свет»: «Благодаря интернет-технологиям мы приглашаем ценителей крымских вин познакомиться с историей завода «Новый Свет» и продукцией, которой мы искренне гордимся. Быть в авангарде русского виноделия – это один из заветов основателя завода князя Л. С. Голицына, и мы очень рады ему соответствовать.

Уверен, фильм не оставит зрителей равнодушными, а мы будем с нетерпением ждать всех в гости уже в реальности, чтобы вы смогли не только увидеть красоту природы родины русского шампанского, но и в полной мере оценить уникальность бутылочной технологии производства нашей продукции, гостеприимство заводчан, а также продегустировать

лучшие вина здесь – в «Крымской шампани».

Премьера фильма из кинотеатров и винотек переносится в открытый доступ на канале Дома шампанских вин «Новый Свет» в YouTube.

Уникальный формат съемки с обзором в 360° поражает воображение и оставляет неизгладимое впечатление даже при просмотре с обычного монитора, экрана телефона или планшета. При наличии очков VR эффект погружения будет наиболее полным. А если у вас дома есть бутылка шампанского «Новый Свет» – вы сможете в полной мере оценить его вкус и аромат вместе с признанным винным экспертом Владой Лесниченко.

Канал Дома шампанских вин «Новый Свет»:

<https://www.youtube.com/channel/UCxJiIHApnNqW832VCyy1w>



ЛЕОНИД ПОПОВИЧ: «Я БУДУ РАД, ЕСЛИ ПРИМУТ ЗАКОН ОБ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЕ ВИНОМ!»

Падение рубля и эпидемия коронавируса с последовавшим за этим карантинном привели к негативным явлениям в экономике страны. О том, как отразилась эта ситуация на винном рынке и что поможет нашим виноделам преодолеть надвигающийся кризис, главный редактор газеты Wine Weekly пообщался с президентом Союза виноградарей и виноделов России Леонидом Поповичем.

– Леонид Львович, расскажите, пожалуйста, как сегодняшнюю ситуацию переживают наши виноделы? Что они делают в данной ситуации?

– По большому счету все пытаются проанализировать ситуацию и что-то противопоставить тем вызовам, которые сейчас появляются. Главным для нас всегда был и остается рынок, на котором сегодня можно выделить несколько тенденций. Во-первых – это безусловное снижение покупательской способности. И если говорить о возможных перспективах, то мы видим, что достаточно много людей сегодня теряют работу или предполагают, что оплата за эту работу будет уменьшена. Следовательно, мы наблюдаем некое сжатие потребительского спроса. Если мы посмотрим на то, что происходило в подобных случаях раньше, то в сегменте потребления вина мы увидим скорее не сокращение объемов потребления, а некое перемещение спроса покупателей от более дорогих вин к более дешевым. Я предполагаю, что и сегодняшнее, и завтрашнее, и послезавтрашнее сжатие потребительского спроса приведет к этому.

Причем этому способствует одна маленькая вещь. Если посмотреть исторически на российский рынок, то в последние годы можно было отметить общее улучшение соотношения вкуса и аромата в наших винах меньшей стоимости. Условно говоря, купив вино по более



низкой цене, покупатель мог получить то же удовольствие, которое он получал от более дорогих вин. С учетом этой тенденции те, кто покупал за 1000 руб., будут покупать за 800, кто покупал за 500 – начнет покупать

за 300. При этом они, в общем-то, не сильно будут терять в удовольствии. Исходя из этого, я предполагаю, что больших потерь объема продаж не будет, а будет просто перемещение некоего интереса.

Далее возникает вопрос: а что же будет с ценами? Если мы взглянем на то, что происходит с рублем, с долларом и вообще на экономическую ситуацию, то очевидно, что в целом цены будут повышаться.

(Продолжение на стр. 6)

НОВОСТИ



Балтийский кубок кавистов проведут в июне

Оргкомитет конкурса «Балтийский кубок кавистов» сообщает о переносе даты проведения проекта на 23 июня 2020 года. Место проведения конкурса остается неизменным – «Гранд Отель Эмеральд».

«Мы в полной мере разделяем общую обеспокоенность, связанную с распространением коронавирусной инфекции, – сообщили организаторы в своем пресс-релизе. – Мы понимаем, что в этот непростой момент нам всем нужно действовать предельно ответственно и выполнять Постановление правительства Санкт-Петербурга от 13 марта 2020 года № 121 «О мерах по противодействию распространению в Санкт-Петербурге новой коронавирусной инфекции (COVID-19)», п. 6 которого рекомендует воздержаться от организации публичных мероприятий.

Мы выражаем огромную благодарность спонсорам и партнерам проекта «Балтийский кубок кавистов 2020» (Австрийскому бюро винного маркетинга AWMB, компаниям «Ладога», «Арсенал», «МБГ» и винодельческому хозяйству «Поместье Голубицкое») за поддержку решения о переносе даты конкурса «Балтийский кубок кавистов 2020».

Даты Открытого конкурса сомелье «Балтийский кубок 2020», по словам организаторов, пока остаются неизменными: 20 – 21 мая 2020 года, «Гранд Отель Эмеральд».

В 2019 году победу в этом конкурсе одержала Марина Тонкова («Бар Винный шкаф»), выпускница, а теперь уже и преподаватель школы вина «Миллезим». Второе место завоевала Вероника Смирнова (компания «Форт Санкт-Петербург»), третье место жюри присудило Алексею Баранку («Академия сомелье»).



АО «Скалистый берег» подвело итоги 1-го конкурса творческих работ среди студентов ведущих вузов России, которые готовят специалистов для виноградарской и винодельческой отраслей. Первым победителем конкурса, с темой «Варианты, доступные виноделу, желающему сделать сухое вино с более низким уровнем алкоголя», стал Михаил Цветков, студент 1-го курса магистратуры Кубанского государственного технологиче-

АО «СКАЛИСТЫЙ БЕРЕГ» ПРОВЕЛО КОНКУРС СТУДЕНЧЕСКИХ РАБОТ

ского университета (Институт пищевой и перерабатывающей промышленности, кафедра технологии виноделия и бро-дильных производств им. профессора А. А. Мерзжаниана).

В начале 2020 года руководство винодельческого предприятия АО «Скалистый берег» (Анапа, Краснодарский край) заключило пятилетнее соглашения о сотрудничестве в области подготовки и проведения конкурсов среди студентов с ведущими вузами России, где готовят специалистов виноградарской и винодельческой отраслей. Соглашения были подписаны с Кубанским государственным техно-

логическим университетом (КубГТУ), Кубанским государственным аграрным университетом (КубГАУ) и Московским государственным университетом пищевых производств (МГУПП). В рамках заключенных соглашений минимум один раз в семестр студентам названных вузов (бакалавриат и магистратура) назначается актуальная тема для написания эссе. Темы у каждого университета разные. По результатам оценки работ в каждом вузе выбирается лучшее эссе, автор которого получает единую стипендию от АО «Скалистый берег». «Очень важно разглядеть и поддержать перспективных студентов

профильных вузов. От них будет зависеть будущее отрасли. Мы решили выступить с инициативой проведения конкурсов по написанию эссе среди студентов. Форма эссе была выбрана неслучайно. На наш взгляд, эта новая для нашей образовательной системы форма работы поможет студентам научиться кратко, ясно и по существу излагать свои мысли. Это им пригодится в дальнейшей работе. Темы определяются исходя из проблем, с которыми сегодня сталкиваются виноградарская и винодельческая отрасли.

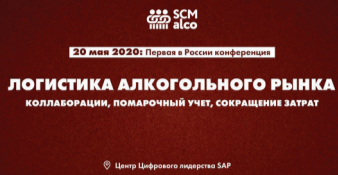
Победители конкурса будут премированы, а лучшие работы мы опублику-

ем в свободном доступе. Такая форма поддержки будет стимулировать ребят думать, анализировать и искать решение сложных вопросов, с которыми они скоро столкнутся на практике», – прокомментировал исполнительный директор АО «Скалистый берег» Леонид Фадеев.

Все работы проверяются исполнительным директором АО «Скалистый берег», винным академиком Леонидом Фадеевым, а также профильными специалистами компании: главным виноделом Кириллом Бардаковым и старшим агрономом Михаилом Ивановым.

Лучшие работы публикуются на сайте: www.vineandwine.vin.

НОВОСТИ



«Логистику алкогольного рынка» обсудят в сентябре

В связи со сложившейся ситуацией проведение конференции SCM Alco «Логистика алкогольного рынка» переносится с 20 мая на 10 сентября 2020 года. Как сообщили организаторы, до сентября все мероприятия компании будут проводиться в режиме онлайн.

18 марта в таком формате состоялась четвертая встреча рабочей группы SCM Alco. В ходе онлайн-конференции собралось более 50 представителей алкогольного рынка, которые в рамках открытого диалога обсудили вопросы совместной доставки алкогольной продукции в торговые сети.

Основная тема мероприятия – «Промежуточные итоги проекта Пулинг-Сити – консолидированная доставка алкогольной продукции в ритейл-сети Москвы и области». Модератором встречи выступил Павел Медведев, директор по развитию Retail transport agency. Своим опытом также поделились представители Pernod-Ricard-Rouss, Bacardi Rus, Campari, RTA и Яндекс. Всего участие приняли более 50 представителей отрасли: Алкогольная группа «Руст», Пивоваренная компания «Балтика», Инкерманский завод марочных вин, «Кавина», «Л Дистрибьюшен», «ЛТ Групп», «Перно Рикар Русь», «Пулинг-Ми», «Совет профессионалов по цепям поставок», «Усовские винно-коньячные подвалы», «ЭЛИДА», Яндекс, Bacardi Rus, Brown Forman, Campari Rus, DHL Global Forwarding, Diageo, FM Logistic Восток, Maxxium Russia, MBG Wine, NESCO, Retail Transport Agency, Simple, X5 Retail Group, «Ашан», «Магнит» и другие компании.

4 федеральные сети уже поддержали эту инициативу: «Ашан», «Атак», «Виктория», «Метро». Для ритейла это дает сокращение затрат на приемку, возможность для увеличения частоты поставок, уменьшение нагрузки на склад за счет меньшего количества машин. Поставщики алкогольной продукции смогли сократить затраты на доставку до 30%, увеличить частоту поставок при уменьшении заказа, сократить простои.

Напомним, что первая в России конференция «SCM Alco: Логистика алкогольного рынка», организованная Советом профессионалов по цепям поставок и SCM Event должна была состояться 20 мая 2020 года в Москве в Центре цифрового лидерства SAP (Космодамианская наб., д.52/7). По решению организаторов ее перенесли на 1 сентября 2020 года.

ЛЕОНИД ПОПОВИЧ: «Я БУДУ РАД, ЕСЛИ ПРИМУТ ЗАКОН ОБ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЕ ВИНОМ!»

(Продолжение, начало на стр. 5)

Это опять же аксиома. Все эти великие потрясения, как правило, заканчивались у нас повышением цен.

Однако сегодня на рынке российских вин у нас есть небольшой резерв. Дело в том, что с 1 января начала работать система, заложенная в Налоговом кодексе. Она предусматривает определенный вычет при оплате акциза, который сегодня составляет 30 рублей. Благодаря этому при правильном оформлении российские виноделы имеют возможность платить за литр вина рубль или два. При том, что раньше они платили 18 рублей.

В прошлом году меня многие спрашивали: приведет ли это к снижению цен? Ни к каким понижениям это не приведет. Если бы не было того, что сейчас происходит, это бы привело к тому, что у предприятий появилось бы чуть больше денег для посадки винограда, для проведения каких-то реконструкций, а в общем, для улучшения все того же сочетания вкуса и аромата вина при меньшей цене. Сейчас я думаю, что этот небольшой финансовый резерв будет использован для того, чтобы по максимуму сохранить цены. Наличие этого налогового механизма создает для этого определенные предпосылки. Возможно, что рост цен по каким-то позициям будет, но он будет меньше, а по целому ряду вин его, надеюсь, вообще не будет.

Плюс третий момент. На валютном рынке мы вышли на уровень 77 – 78 рублей за доллар. Даже если что-то произойдет с ценами на нефть – в любом случае определенный 10-рублевый скачок мы здесь уже имеем. По идее, он должен транслироваться на цену импортного вина. Правда, это произойдет позднее, поскольку сегодня имеется достаточно большой запас в рознице, в опте, у импортеров. Однако, так или иначе, до середины года он будет «перемолочен». И предвосхищая будущие затраты, импортеры уже сейчас начнут повышать цены. Чем быстрее они

будут это делать, тем больше будет разрыв между стоимостью российского и импортного вина. Соответственно, при последующем снижении доходов потребителей спрос будет смещаться в сторону бюджетных отечественных вин, продажи которых могут возрасти. Я сейчас не говорю о премиальном сегменте – там все несколько иначе. Там не предполагается каких-либо больших падений и колебаний спроса.

– А как обстоят дела у российских виноделов?

– Мы ждем весны. Не сегодня завтра начнется сокодвижение. Надо будет начинать работы на виноградниках. Все как обычно. У виноделов, естественно, есть какие-то компоненты, которые приобретаются за рубежом. Безусловно, это будут дополнительные затраты, и их так или иначе придется переносить в стоимость вина, но это, скорее всего, произойдет уже по итогам этого года. Хотя я надеюсь, что виноделы будут растягивать этот процесс и будут цены поднимать потихонечку. Наверное, это правильно! Ведь им надо же как-то бороться за покупателя.

– Затрагивают ли виноделов принятые карантинные меры?

– Карантинные меры, конечно же, никто не отменял. Наши предприятия будут соблюдать их как положено. Но с пониманием того, что работа есть работа. Ведь у крестьян есть такая старая поговорка: «Весной день год кормит!». Сейчас на местах есть некая неразбериха, вызванная разночтениями предписаний региональных властей. Это вызывает определенные трудности, но они преодолимы.

– В сложившейся ситуации планируются ли какие-то меры, направленные на поддержку виноградарей и виноделов? Ведь многие из них относятся к категории малого или среднего бизнеса.

– О каких-то особых мерах поддержки

для виноградарей и виноделов в России я пока не слышал. Я рассчитываю, что те мероприятия, о которых говорят правительство и президент, будут также распространены и на крестьянские фермерские хозяйства, на малые и средние предприятия виноградарства и виноделия, и мы сможем этим воспользоваться. Виноград – это сельскохозяйственная культура, поэтому я надеюсь, что в рамках государственной программы по сельскому хозяйству тоже будут какие-то дополнительные меры, помогающие выжить в это время. Они сейчас как раз готовятся и определяются, детализируя те большие задачи, которые поставлены перед нами. Сейчас говорить что-то конкретное об этом сложно. Надо просто подождать неделю-две, когда появится документ Минсельхоза, который на эти вопросы все ответит.

– Леонид Львович, в последнее время активно обсуждается вопрос разрешения интернет-торговли вином. Насколько актуально сегодня это решение?

– Если говорить о вине, то по всей стране известно в основном не более 10 – 12 крупнейших винодельческих предприятий, которые выпускают вина в больших объемах. У них хорошие взаимоотношения с оптовыми компаниями и торговыми сетями, что позволяет им продвигать свою продукцию по всей стране. Но ведь у нас же более сотни предприятий, производящих вино. И среди них большая часть средних и малых предприятий, многие из которых испытывают серьезные проблемы с реализацией.

И, безусловно, интернет-торговля для них может стать очень интересным каналом продвижения. Было бы замечательно, если бы человек, проживающий в Тюмени или во Владивостоке, узнав из прессы о том, что винодельня в Краснодарском крае или в Ростовской области получила медаль

на каком-то конкурсе, зашел на их сайт и заказал это вино, оплатив предварительно его доставку. И если бы «Почта России» сняла запрет на пересылку этого продукта, то этот покупатель через неделю или две совершенно спокойно получил бы свой заказ и наслаждался тем вином, которое его заинтересовало. Если подобным образом интернет-торговля заработает, то это будет очень здорово для покупателя всей нашей огромной страны.

Однако в проекте закона, который сейчас направлен в правительство, есть свои казусы. Все рассказывают, что законопроект в первую очередь призван наладить онлайн-продажи российского вина внутри страны, а потом его действие распространится и на другую алкогольную продукцию. Однако если вы прочитаете сегодняшний текст этого закона, то увидите, что в первую очередь речь идет о продаже вин с защищенным географическим указанием и с защищенным наименованием места происхождения. Дальше стоит точка. В нем не написано, что речь идет о винах, произведенных из винограда, выращенного в России. Я предполагаю, что если этот закон будет принят в таком виде, то в первую очередь выиграет интернет-торговля импортным вином, которое сегодня в достаточном количестве запасено у оптовиков. И мы получим интернет-торговлю, но только не российским вином.

– На ваш взгляд, как скоро это может произойти? В середине марта, в связи с эпидемической ситуацией, вместе с разрешением на онлайн-торговлю аптечными товарами обсуждался и вопрос по разрешению интернет-продаж вина.

– Принятие закона происходит по определенным правилам, которые предусматривают свои временные рамки. Так вот, этот закон до сих пор еще даже не внесен в Государственную Думу. А от момента внесения до

VINOTERRA
GABRIEL-FLAS
UNGLAUBLICHER WEINGENUSS

Воплощение идеи идеального бокала

Универсальный бокал для любого вина: красного, белого, игристого или десертного

www.vinoterra.ru

ИСТОРИЯ ВИННОЙ ЭТИКЕТКИ
УНИКАЛЬНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ ВИННЫХ ЭТИКЕТОК

- более 45 000 экз.,
- более 140 стран,
- более 100 видов напитков.

ИСТОРИЯ РОССИЙСКОГО ВИНОДЕЛИЯ
Уникальные материалы о виноделии 19 века в России,

- более 300 винокуров, виноделов, виноторговцев,
- более 300 старинных винных этикеток (каталог).

ПРОВЕДЕНИЕ ВЫСТАВОК ВИННЫХ ЭТИКЕТОК

- Тематические,
- Презентационные,
- Корпоративные,
- Культурные,

Контакты
Алексей Владимирович Синеев, историк виноделия
e-mail: Label-222@mail.ru
Facebook: Алексей Синеев
Skype: Sineev22



рассмотрения, как правило, проходит полгода. Таким образом, я думаю, будет отлично, если в этом году этот закон примут.

– А может быть, так же как в случае с онлайн-продажами лекарств, этот закон примут в экстренном порядке?

– Я хотел бы надеяться на это. Но если следить за прессой, то, как только поступило предложение разрешить интернет-торговлю вином, сразу же начались крики о том, что если ее разрешат, то вся страна сопьется. Вино все по-прежнему называют оскорбительным словом «алкоголь». И когда говорят о разрешении на интернет-торговлю алкоголем, все вздрагивают и начинают задумываться о возможных последствиях. Мы уже тысячу раз говорили на всех уровнях власти о том, что пора отделить вино и винодельческую продукцию от понятия «алкоголь». Все, что сделано из спирта, например водка, – это алкоголь. А вино – это вино. Поэтому

до тех пор, пока эти понятия законодательно не будут разделены – я боюсь, что никто так и не разрешит торговать вином в интернете.

– Разрешение онлайн-торговли вином стало бы хорошей мерой поддержки российского виноделия.

– Вы правы, но пока это только мечты. Я готов их обсуждать и рассуждать о том, как будет хорошо, если это произойдет. В реальности же я буду очень счастлив, если закон об интернет-торговле вином будет принят в этом году.

– Раз уж мы коснулись законодательства. В законе «О виноградарстве и виноделии» все же будет поэтапное введение запрета на импорт балка?

– Нет. На сегодняшний день текст закона всем известен. Он вступит в силу 26 июля, и все запретительные и разрешительные моменты, которые в нем предусмотрены, тоже вступят в силу. Ситуация развивается сегодня таким образом, что серьезных подви-

жек по принятию поправок пока нет. Заместитель председателя Госдумы Гордеев внес определенные предложения по поправкам, но пока они, так сказать, лежат в недрах Думы, и с ними еще предстоит очень много работать. И в каком окончательном виде они дойдут до принятия – сегодня никто не может предположить. Очевидно, что часть поправок пройдет, а часть может не пройти по разного рода причинам. Но я думаю, что все, что связано с импортными виноматериалами, останется так, как изложено в первоначальной редакции закона, и поправок по ним не будет.

– Это означает, что все наше «вторичное» виноделие, по сути, обречено?

– Почему обречено? Ведь закон не запрещает производить продукт из импортного виноматериала. Только на этом продукте надо будет написать, что это не вино. Если убедить покупателя, что такое «не вино» – это вино,

то можно производить и продавать. Это требует больших маркетинговых затрат: объяснить покупателю, что на самом деле в бутылке с такой маркировкой все же находится вино, произведенное, к примеру, в Испании. Может оказаться, что экономичнее перенести производство в любую страну ЕАЭС и завозить все тот же продукт (вино из балка) как импортное, пользуясь при этом всеми преимуществами для стран – участниц Евразийского союза. Мы в бюджете недосчитаемся определенных налогов, потеряем рабочие места, но это вино как стояло, так и будет стоять на наших полках, только под другими брендами.

– На мой взгляд, вполне достаточно было бы написать, что вино изготовлено из импортного виноматериала.

– Мы можем с вами обсуждать это очень долго. Закон принят именно в такой формулировке, в какой он принят. Надеюсь только, что помыслы людей, которые связаны с импортными

(Окончание на стр. 8)

СОБЫТИЯ



Фестиваль российских вин в Екатеринбурге тоже перенесли

Через переносов крупных мероприятий в России продолжается. 18 марта организаторы первого фестиваля российских вин в Екатеринбурге сообщили, что в связи с неблагоприятной эпидемиологической обстановкой и риском распространения инфекции коронавируса мероприятие перенесено на июнь 2020 года. О точных датах проведения будет сообщено дополнительно.

По словам организаторов, новая дата проведения фестиваля будет зависеть от развития ситуации в стране, но они надеются, что в середине июня удастся провести мероприятие в полном объеме, так, как задумывали, и даже еще интереснее. Все купленные билеты остаются действительными.

Напомним, что первый на Урале Фестиваль российских вин должен был состояться 4 апреля 2020 года в центре Екатеринбурга, на площадке Международного центра искусств «Главный проспект». Планировалось, что в его работе примут участие представители 20 ведущих винодельческих хозяйств России, которые намеревались представить свои лучшие вина.

Подробная информация будет размещена на официальном сайте фестиваля:

<http://ruswinefest.ru/>

Российские виноделы и представители экспертного сообщества уже много лет настаивают на том, что «вино» и «алкоголь» – это совершенно разные понятия и их давно пора законодательно разделить, чтобы не вводить в заблуждение потребителей. Своим мнением по этому вопросу с газетой Wine Weekly поделилась генеральный директор винодельни «Золотая Балка» Елена Костенко.

Наше правительство уже определилось с этой позицией в новом законе, где отделило вино от крепкого алкоголя. Поэтому, когда все говорят о запрете продажи алкоголя, мы понимаем, что речь идет водке-коньяке или виски. На мой взгляд, крайне необходимо сейчас четко разделить понятия – «крепкий алкоголь» и «вино». А лишать людей возможности выпить бокал хорошего вина или шампанского, на наш взгляд, в условиях вынужденной социальной изоляции – это

ЕЛЕНА КОСТЕНКО: «НЕОБХОДИМО РАЗДЕЛИТЬ ПОНЯТИЯ «КРЕПКИЙ АЛКОГОЛЬ» И «ВИНО»!

дополнительная психотравма для людей. Мы не против каких-то ограничений на крепкий алкоголь, но вино в данной ситуации – один из наиболее безобидных и безопасных способов поднять настроение и снять стресс.

Виноделие, в первую очередь, это сельскохозяйственный сектор, цикл работы которого невозможно остановить на «карантин». Все винодельческие предприятия не могут прервать производственный процесс и даже сейчас продолжают работать: именно весной идет посадка винограда. Российское виноделие только недавно начало «вставать с колен». Наши виноделы научились делать качественное, интересное и честное вино.

Никакими запретами не остановить тех, кто захочет выпить. Но очень быстро мы вспомним, как покупать алкоголь не в винотеках, а в таксопарках,



словно в былые времена. Вино – самый позитивный и социальный напиток. Опыт многих европейских стран, например Дании в послевоенный период, когда власти специально закупили для внутреннего рынка вино, подтверждает этот факт. Многие слышали о так называемом скандинавском феномене перехода с «северной» модели потребления алкоголя на «южную». «Северный» тип, к которому относится и Россия, – это когда люди пьют в основном крепкие напитки. «Южане» предпочитают вино каждый день, но понемногу. При употреблении алкоголя по «южному» типу корректировалась поведенческая модель, уменьшалась агрессия у населения, в то время как «северяне» напиваются очень быстро и теряют над собой контроль. В странах, где население преимущественно употребляет вино, ниже уровень преступности, меньше суицидов и аварий в нетрезвом состоянии. Может быть, сейчас – самое время задуматься о смене российской модели потребления алкоголя?

НОВОСТИ

В России снизилось производство вина

Выпуск виноградных столовых вин в России за первые два месяца 2020 года сократился на 22,5% по сравнению с тем же периодом прошлого года и составил 2,9 млн декалитров (дал).

Информация об этом была представлена в отчете аналитического центра при правительстве РФ. Отгрузки отечественных вин за тот же период упали до 2,3 млн дал. Снижение составило 37,1%. При этом розничные продажи выросли до 7,5 млн. В свою очередь, заметно выросли объемы производства игристых вин. За 2 месяца этого года их выпущено 1,7 млн дал, что на 24,7 больше, чем в 2019 году. Экспорт вырос до 1,5 млн, увеличившись на 10,6%, а розничные продажи – на 4,4%. Производство коньяка в России выросло на 6,7% и достигло 1,2 млн дал. А вот его отгрузки снизились на 15,2%.

Лидером же по производству вина в России стала Кубань. Как сообщили в правительстве Краснодарского края, на долю региона приходится 36% отечественного рынка игристого и 48% вина.

Такие показатели совсем не случайны, поскольку в Краснодарском крае находится треть всех виноградников страны. Вино стало одним из главных экспортных продуктов Кубани. В 2020 году сельскохозяйственные предприятия края намерены нарастить поставки своих товаров, в том числе вина и шампанского на международные рынки до 2,5 млрд долларов.

Основными зарубежными покупателями российского вина и игристого являются Украина, Китай, Казахстан, Латвия и Белоруссия. Впервые наше вино в 2019 году попробовали в Великобритании, Бразилии, Испании, Бельгии и Канаде. Всего 18 стран стали импортерами продукции кубанских виноделов.

ЛЕОНИД ПОПОВИЧ: «Я БУДУ РАД, ЕСЛИ ПРИМУТ ЗАКОН ОБ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЕ ВИНОМ!»

(Окончание, начало на стр. 5,6,7)

виноматериалами, направлены на то, чтобы понять, как они будут работать в рамках этого закона в своей стране.

– Но ведь вы говорили, что мы своими виноматериалами можем обеспечить себя только на 30 с небольшим процентов?

– Я и сейчас говорю то же самое. Все так и осталось. Сейчас мы выходим примерно на 95 – 96 тыс. гектаров и все ближе продвигаемся к 100 тысячам. Самые массовые посадки были сделаны в последние 3 – 4 года, но они еще должны вступить в плодоношение. Для этого еще нужно время. Поэтому сегодня мы можем обеспечить себя на 35%, максимум 40%.

– Мне кажется, такие жесткие меры вряд ли дадут хороший результат? Проще было бы ужесточить требования к качеству ввозимых виноматериалов.

– По логике закона, качественные вина и винодельческая продукция из российского винограда должны вытеснить «балковские вина». При этом создастся их дефицит, они поднимутся в цене, это потянет подъем цен на виноград, и, ура, резко вырастут посадки винограда.

Можно, конечно, предположить и другое: если российские производители перестанут покупать балк, не будут производить из него продукт, на котором они не захотят писать «не вино», то логично, что эти товары уйдут с полки. Полки освободятся. А что произойдет дальше? Дальше в мгновение ока эти полки будут заняты импортным вином. То есть, грубо говоря, их заменят тем же балком (в той или иной степени в производстве вин его используют повсеместно), только с иностранной этикеткой. И с точки зрения российского покупателя никакого дефицита не появится. Просто с карты России может исчезнуть ряд российских предприятий.

– То есть просто произойдет некая подмена?

– Просто покупатель перейдет с российских марок на импортные. И



заработают на этом зарубежные предприятия. В результате в Европе или в Таможенном союзе появится больше рабочих мест. Им это сейчас, видимо, нужнее. После коронавируса у них будет серьезный кризис в сфере виноделия. Вот мы им и поможем преодолеть этот кризис за счет себя.

– Как, на ваш взгляд, наши виноделы выйдут из этой кризисной ситуации?

– Вы понимаете, мы справились с проблемами 90-х. Мы выжили и даже сохранили какое-то количество тех, кто пережил 90-е годы и даже потом двухтысячные. И дожил до сегодняшних времен. Эти люди прошли такие испытания, что, я думаю, переживут и эти.

И будут развиваться дальше. Потому что то внимание, которое сегодня уделяется отрасли государством, оно остается. Есть субсидии, которые предусматривались для посадки виноградников, для закупки оборудования и даже для реконструкции предприятий. Мы сейчас много говорим о том, что надо создавать питомники. Для создания питомников сейчас есть очень хорошие финансовые схемы, предлагаемые государством. Все это остается и будет делаться в дальнейшем.

Вино – это такой продукт, который заставляет думать вперед на 10 лет. Мы в отличие от очень многих отраслей не живем одним днем. У нас самая длинная инвестиционная отрасль

в сельском хозяйстве. Поэтому, сегодня посадив виноград, надо думать о том, что будет через 5, 6, 7, 8 лет. А мы надеемся, что спустя эти годы в мире начнется расцвет нового экономического цикла. Получается, что уже сейчас надо сажать виноградники, чтобы они вступили в плодоношение к тому времени. Чтобы в тот период, когда все эти кризисные вещи будут преодолены, мы смогли бы предложить покупателям много хорошего российского вина. А еще и заработать на этом, и окупить те затраты, которые были. Виноград и вино заставляют думать о далеком будущем, а значит – будем пытаться преодолеть все возникающие сегодня проблемы!



Корпорация развития Краснодарского края совместно с виноделами приступила к работе по формированию единого экспортного бренда российского вина. Об этом стало известно на совещании по реализации нацпроекта «Международная кооперация и экспорт», которое провел губернатор Кубани Вениамин Кондратьев.

На встрече присутствовали руководители крупных промышленных и аграрных предприятий края. По словам главы Кубани, перед экономикой края стоят большие задачи, достичь которых без развития экспорта невозможно.

НА КУБАНИ СОЗДАДУТ ЕДИНЫЙ ЭКСПОРТНЫЙ БРЕНД ДЛЯ РОССИЙСКОГО ВИНА

«Мы должны добиться массовой экспортной деятельности. Нашим производителям необходимо тщательно изучить зарубежные рынки и скорректировать свою продукцию под конкретные страны», – сказал Вениамин Кондратьев.

Развивать экспортное направление российские винодельни начали сравнительно недавно – с 2015 года. В 2019-м за рубеж было поставлено 3,19 млн литров вина. По заявлению губернатора, Кубань планирует в ближайшие 5 лет увеличить экспорт вина в 1,5 раза.

«Экспортная стратегия должна быть разработана с участием ключевых компаний – производителей вина, представляющих продукцию наивысшего уровня, готовых к расширению экспортных объектов. К разработке

и реализации стратегии планируется также привлечь представителей СВВР, союзов сомелье и кавистов России, а также профильные ведомства Минпромторга и Минсельхоза РФ», – рассказал генеральный директор НАО «Корпорация развития Краснодарского края» Павел Майоров.

Лидер винодельческой отрасли России – «Кубань-Вино» – активно поддерживает идею разработки единого экспортного бренда российского вина. Компания, входящая в винную группу «Ариант», вкладывает средства в развитие виноградников и производство саженцев.

Агрофирма «Южная» сегодня является одним из крупнейших производителей винограда и занимает более 19 % рынка виноградарства России. А питомник, открытый на базе агро-

фирмы, – самый крупный в России. Посадочный материал отечественного производства – реальная альтернатива закупкам импортных саженцев», – отметил заместитель главы администрации Краснодарского края Андрей Коробка.

«Собственная сырьевая база – это, в первую очередь, возможность производить качественные вина в тех масштабах, которые требуют рынок. Сегодня площадь наших земель на Таманском полуострове и в Анапском районе составляет более 12 000 га. Из них 8 718 га – это виноградники. В 2020 году мы планируем увеличить площадь насаждений. Такое интенсивное развитие возможно благодаря собственному питомнику саженцев. За 2 года работы питомника удалось добиться не только 100% обеспече-

ния потребностей компании в посадочном материале, но и начать принимать заявки от других организаций», – прокомментировал управляющий акционер винной группы компаний «Ариант» Александр Кретов. Компания также давно и успешно развивает экспортное направление. Сегодня продукция «Кубань-Вино» поставляется на рынки Китая, Гонконга, Японии, Испании, Германии, Бразилии, Норвегии, Турции, Малайзии, Белоруссии, Казахстана. В планах осуществить поставки еще в ряд стран Азии, Ближнего Востока и Европы. Корпорация развития Краснодарского края совместно с виноделами разработает ряд мер по созданию и продвижению единого экспортного бренда российского вина, к реализации которых приступят уже в этом году.

МАРКО САБЕЛЛИКО: «ИНТЕРНЕТ СТАЛ ВАЖНЕЙШИМ КАНАЛОМ ПРОДАЖ!»

Италия первой в Европе приняла на себя удар коронавирусной пандемии и до сих пор пребывает в состоянии всеобщей самоизоляции, которая в значительной мере изменила жизнь в стране и оказала крайне негативное влияние на многие сектора бизнеса. О том, как переживают этот непростой период итальянские виноделы, газета Wine Weekly попросила рассказать главного редактора гида Vini d'Italia Марко Сабеллико.

– Как в условиях карантина сегодня осуществляется работа Gambero Rosso? Сколько человек работают удаленно, сколько находятся в вынужденных отпусках?

– Мы все на карантине и работаем из дома. Работа над очередным гидом Vini d'Italia продолжается, и выпуск путеводителя не прекратится. Более того, мы уже начали работу над изданием 2021 года. Сейчас, как я уже сказал, все мы работаем над каталогизацией вин из дома, чтобы путеводитель вышел, как всегда, в конце октября.

– Как обстоят дела с подготовкой других гидов и справочников, которые традиционно выпускает Gambero Rosso? Их выпуск будет перенесен или отменен?

– Ежемесячный гид и все другие наши издания выходят по намеченному графику, а также мы обновляем информацию на сайте и в социальных сетях в реальном времени.

– Gambero Rosso объявило значительные скидки на свою продукцию. Помогает ли это поддерживать спрос на существующие услуги и выпускаемую продукцию?

– Gambero Rosso продолжает давать бонусы своим постоянным читателям – они могут бесплатно пользоваться премиум-приложениями в течение 3 месяцев. Скидок у нас не предусматривается.

– Gambero Rosso традиционно проводил большое количество мероприятий по всему миру. Как изме-



няется эта программа из-за пандемии коронавируса?

– Сейчас очень сложно давать прогнозы. Кажется, что пик эпидемии прошел, и мы надеемся, что скоро мы постепенно будем возвращаться к нормальной жизни. В любом случае мы будем продолжать нашу работу в Италии и других странах в соответствии с текущими европейскими и мировыми нормативами.

– Сотрудники GR много общаются с виноделами. Как изменилась работа итальянских виноделов в связи с введением антиэпидемических ограничений? Что они говорят? Какие прогнозы о развитии ситуации высказывают?

– Для нас очевидно, что все про-

изводители обеспокоены текущей ситуацией. Но они продолжают работать, так как сельскохозяйственное производство считается первостепенным. Все соблюдают меры безопасности: используют защитные средства и социальное дистанцирование на производстве и на виноградниках. Офисную работу выполняют поочередно или из дома. Все стали активно использовать видеоконференции, чтобы оставаться на связи. Сейчас у всех наблюдается спад продаж, но в то же время объем заказов на рынках некоторых азиатских стран начинает восстанавливаться.

– Как изменилась ценовая политика и динамика продаж виноделов из-за карантина?

– Интернет стал важнейшим каналом продаж, и компании, которые работают в этой сфере, переживают огромный подъем. Производители, которые не привыкли пользоваться интернет-технологиями, тоже начали открывать онлайн-продажи. К счастью для нас, итальянцы не перестали пить качественные вина.

– В Италии, как и во всей Европе, наблюдается настоящий бум электронной торговли вином. Можете ли рассказать, насколько увеличилось интернет-продажи по сравнению с тем, что было до пандемии?

– Некоторые компании в сфере e-commerce говорят о рекордном приросте – более 200% за последние недели. После выхода из чрезвычайного положения многие люди продолжают покупать онлайн, потому что они привыкли к этому в период карантина. Так, доля онлайн-продаж в Италии должна увеличиться до 20 – 25%, тогда как до карантина она оценивалась в 10 – 12%.

– Как изменилась структура спроса на вино и алкогольные напитки? Появились ли какие-то товарные позиции – лидеры продаж?

– В целом она не очень изменилась. Вырос спрос на крепкий алкоголь и игристые вина для аперитивов в чатах с друзьями.

– Планирует ли правительство Италии каким-то образом поддержать виноделов и рестораторов? Если да – то расскажите пожалуйста об этих мерах?

– Председатель Совета министров издал несколько указов с мерами по поддержке и финансированию компаний, такими как льготное кредитование и другими.

– Многие эксперты прогнозируют, что мир уже не будет прежним. Каким, на ваш взгляд, будет винный и гастрономический мир после того, как закончится этот коронавирусный кошмар?

– Наш мир уже пережил много войн и эпидемий. Безусловно, после последней эпидемии он тоже частично изменится. Однако эти изменения принесут не только новые вызовы, но и новые возможности для всех нас.

НОВОСТИ



Совет Федерации займется Законом о виноделии

В Совете Федерации будет создана рабочая группа по мониторингу Закона о виноградарстве и виноделии в Российской Федерации, который был принят в декабре 2019 года и вступает в силу с 1 июля 2020 года.

Об этом рассказал глава аграрного комитета Совфеда Алексей Майоров, который и возглавит формируемую группу. Его заместителем станет член комитета по аграрно-продовольственной политике и природопользованию, сенатор от Ставропольского края Валерий Гаевский. В состав группы также планируется включить как представителей федеральных органов исполнительной власти, так и представителей отраслевых союзов и научных организаций.

По словам Алексея Майорова, в рамках рабочей группы планируется рассмотреть вопросы совершенствования отдельных норм закона о виноделии до вступления его в силу. Он рассказал, что аграрный комитет поддерживает внесение в Госдуму поправок к закону о виноделии, которые, в частности, предусматривают корректировку норм, связанных с мерами господдержки отечественных производителей винограда и вина.

В феврале вице-спикер Госдумы Ольга Тимофеева заявляла, что депутаты планируют доработать закон о виноградарстве и виноделии. В марте вице-спикер Госдумы Алексей Гордеев и председатель думского комитета по аграрным вопросам Владимир Кашин внесли на рассмотрение палаты два законопроекта об изменениях к этому закону. В частности, предлагалось ввести переходный период для использования импортных виноделных материалов.



«АБРАУ-ДЮРСО» ДЕБЮТИРОВАЛ С ЮБИЛЕЙНЫМ КОНЬЯКОМ

Русский винный дом «Абрау-Дюрсо» в год своего 150-летия выпустил первую партию премиального коньяка «Абрау-Дюрсо 1870». В названии нашла отражение дата создания легендарного бренда – 1870 год, когда по указу Александра II было создано винодельческое имение «Абрау-Дюрсо». Коньяк произведен в Дагестане на мощностях Дербентского коньячного комбината (ДКК) из лучших виноградных дистиллятов, выдержанных в дубовых бочках более 8 лет.

«Абрау-Дюрсо 1870» стал первым продуктом Русского винного дома в сегменте крепкого алкоголя. Дербент – старейший город России, «железные ворота» Европы и Азии на узком перешейке между Каспием и Кавказским хребтом. Здесь веками соприкасались Восток и Запад, принося на эти земли лучшие достижения: передовые технологии по переработке винограда и дистилляции. Развитию виноградарства в этом регионе способствовали и природные условия – мягкий климат, теплое солнце, холмистый рельеф и богатая минералами почва. Дербентский коньячный комбинат бережно хранит вековые традиции и является одним из немногих предприятий в стране, ведущих полный цикл производства коньяка – от посадки лозы до выдержки и розлива. Коньяк «Абрау-Дюрсо 1870» производится из местного винограда сортов Уни Блан и Ркацители и соответствует категории выдержанных

коньяков высшего качества (КВВК). Это означает, что коньяк изготовлен из коньячных дистиллятов, выдержанных более 8 лет в дубовых бочках. Благодаря многолетней выдержке спиртов коньяк «Абрау-Дюрсо 1870» имеет темно-шоколадный оттенок и объемный аромат с нотами сухофруктов, ванили и кофе. Сложный, мягкий, обволакивающий вкус «Абрау-Дюрсо 1870» с благородными оттенками дуба и чернослива и долгим бархатистым послевкусием станет приятным открытием для искушенных ценителей качества и стиля. Натуральная цельная корковая пробка бережно сохраняет богатый вкус и аромат напитка, а утонченная форма бутылки отвечает эстетике премиального бренда «Абрау-Дюрсо 1870». Тираж первой партии составляет 18 000 бутылок объемом 0,7 л.

Пандемия коронавируса COVID-19 в короткие сроки кардинально изменила жизнь людей во всем мире, парализовав многие отрасли экономики. Эпидемия не обошла стороной и винную сферу, которая также несет существенные финансовые потери. О том, как работают на карантине винодельческие и виноторговые компании, газете Wine Weekly рассказали их руководители, которые приняли участие в небольшом опросе.

1. Как изменилась работа компании в связи с введением антиэпидемических ограничений?
2. Как изменилась ценовая политика и динамика продаж виноделен из-за карантина?
3. Как изменилась структура спроса на вино? Появились ли какие-то товарные позиции – лидеры продаж?



Сергей Ключкин, генеральный директор «Ладога Дистрибушн»

1. Первые меры были приняты нами еще в феврале – были закуплены респираторные маски в достаточном количестве и выданы всем сотрудникам, которые уже работали в них на выставке «Продэкспо» в Москве. Поскольку наша компания всегда уделяла внимание борьбе с эпидемиями гриппа, антисептические средства во всех санузлах размещены уже на протяжении нескольких лет. Сейчас они особенно востребованы, поэтому закуплены впрок в достаточном объеме.

С 1 марта мы отменили все зарубежные поездки наших сотрудников, все визиты иностранных поставщиков к нам. Вернувшиеся к тому моменту из зарубежных командировок и отпусков сотрудники были отправлены на 14-дневный карантин с возможностью удаленной работы. На сегодняшний день все его успешно прошли. Ряд подразделений частично отправлены на удаленную работу.

2. Пока не изменилась никак. Мы ждем хотя бы какой-то стабилизации курса валют. Работаем по старым ценам.

3. Скорее изменилась структура сбыта, что, пожалуй, отражает структуру спроса. Упали продажи в сегменте HoReCa, но существенно выросли отгрузки в ритейле.



Александр Липилин, генеральный директор Виноторговой компании FORT • Wine & Spirits

1. В полной мере осознавая угрозу текущей ситуации, мы постарались максимально быстро среагировать и перевести основную часть офисных сотрудников на удаленную работу. В данный момент в полном объеме работают наши винотеки в Москве и Санкт-Петербурге, склады и службы доставки. Все сотрудники укомплектованы средствами индивидуальной защиты и дезинфекторами. Доставка заказов сейчас осуществляется только в розничные магазины, так как ресторанный сектор на данный момент полностью парализован.

2. В марте мы приняли решение посмотреть на развитие ситуации и не корректировать прайс-лист, но избежать повышения цен мы не смогли, учитывая, что показатель девальвации перешел двадцатипроцентный барьер. Наша компания осуществляет все расчеты с иностранными партнерами в валюте, поэтому данное повышение – вынужденный шаг для сохранения бизнеса в сложившейся ситуации. Подчеркнем тот факт, что при уровне девальвации более 20% новый прайс-лист не отражает ее полностью, так как многие поставщики вошли в нашу непростую ситуацию и провели оптимизацию ценовой политики и условий закупок.

3. Необычных тенденций с точки зрения спроса на какие-то определенные вина за последнее время мы не отметили, слегка выросли продажи крепких напитков, которые, возможно, ассоциируются у потребителя с неким антибактериальным эффектом.

В последнее время у наших партнеров, которые работают в сегменте частных клиентов, идет рост покупательской активности. Объяснить это можно тем, что, во-первых, частные клиенты знали о скором повышении цен в связи с ростом курса валют, а следовательно, решили приобрести некий запас по старым ценам. Во-вторых, структура потребления изменилась в связи с тем, что люди перестали ходить в рестораны и пить вино там, а в результате выпивают теперь бокал вина за ужином дома, а не в любимом ресторане.

4. Как виноделы Европы, поставляющие вина для компании, проводят время на карантине?

В Новом Свете сейчас активно собирают урожай, и винодельни вынуждены были инвестировать в средства индивидуальной защиты для защиты от вируса. Винодельни ЮАР приостановили все экспортно-импортные операции в связи с указом президента, однако осуществлять сбор урожая и винификацию разрешено. В Новой Зеландии сотрудники, собирающие урожай на производстве, не

могут покидать винодельню, поэтому поставщики в оперативном порядке переоборудовали часть складов в мини-отели.

В Европе ситуация немного иная, весь персонал работает на удаленном доступе. Семейные винодельни стараются своими силами обрабатывать лозы, которые только начинают свой вегетативный период. Во Франции многие поставщики закрылись на карантин и отменили отгрузки вина. В Италии и Испании винодельни ввели режим ограниченного посещения производства, работают только в определенные часы и не более 1 человека в помещении.

В целом винопроизводители продолжают проводить все необходимые работы на виноградниках, так как природа не стоит на месте и лозе необходимо внимание.



Александр Кретов, управляющий акционер винной группы «Ариант»

Компании, входящие в состав винной группы «Ариант», продолжают работу в штатном порядке. В соответствии с указом президента сотрудники винодельни «Кубань-Вино», не задействованные в технологических процессах, переведены на удаленный режим.

Выпуск продукции продолжается. По плану идут и весенние полевые работы у агрофирмы «Южная». На виноградниках подходят к завершению сухая обрезка, подвязка, раскорчевка, культивация почвы, ремонт шпалер.

В сложившихся обстоятельствах наша команда ответственно подошла к соблюдению всех требований в условиях карантина. Все меры, предусмотренные Роспотребнадзором, мы ввели: проводим дезинфекцию помещений, транспорта, действует «масочный режим». Основной объем посадок выполнен нами в осенне-зимний период. Закладка молодых насаждений осуществляется собственным посадочным материалом из нашего питомника. Мы никак не пострадали от закрытия границ. Рисков нет, летом ожидаем хороший урожай.

В питомнике агрофирмы «Южная» сейчас активно идет процесс производства прививок. Программа выполнена уже более чем на 50%. Напомним, что питомник, расположенный в Темрюкском районе, является крупнейшим в России, сегодня он успешно реализует программу импортозамещения в отрасли виноградарства. Ежегодно питомник выдает в рынок порядка 2,5 млн первоклассных саженцев, а это около 1 500 га виноградников.

На винодельне «Кубань-Вино» обемы выпуска продукции в целом соответствуют аналогичному периоду прошлого года. Реализация продол-

жается достаточно стабильно, видимых изменений нет.

«Мы ведем регулярные поставки в торговые сети и розничные магазины страны. Сейчас наблюдается повышенный спрос на так называемые «вина на каждый день». И мы готовы полностью удовлетворить этот спрос. Винодельня «Кубань-Вино» не планирует повышения цен на продукцию. Мы не спекулируем ситуацией и ценим своих потребителей, доход которых с обстановкой в мире только снижается. Но совокупность негативных макроэкономических факторов не позволяет нам сейчас строить долгосрочные прогнозы относительно того, что в перспективе произойдет с рынком и потребительской активностью.

Винная группа «Ариант» продолжает модернизировать производство, увеличивать мощности всех существующих площадок, обеспечивая их современным оборудованием. В течение нескольких лет компания планирует расширить площадь насаждений до 12 тыс. га.



Сергей Смолин, заместитель генерального директора Приазовского винного дома

1. Ограничения почти не сказались на работе винодельни. Все линейки уже были подготовлены к розливу на момент начала карантина. Другое дело – текущие работы на виноградниках. По состоянию на 7 апреля Приазовский винный дом получил 50 специальных пропусков для сезонных рабочих, выполняющих работы на виноградниках. Это примерно вдвое меньше, чем хотелось бы в идеале, но пока позволяет не отставать от графика. Офис закрыт, все штатные сотрудники работают удаленно.

2. Ценовая политика никак не изменилась. Динамику продаж оценивать сложно, поскольку для нас продажи на федеральном уровне только начинаются. Мы успели заключить ряд важных договоров, но в связи со сложившейся ситуацией некоторые дистрибьюторы не спешат размещать заказы.

3. По аналогии со вторым пунктом – нам пока не с чем сравнивать. В прошлом сезоне объем производства был в разы меньше, и охват территории тоже. Появились новые линейки, новые вина в старых линейках.

Конечно, некоторые планы пришлось скорректировать, но это связано скорее с падением курса рубля, чем с коронавирусом. В частности, пришлось отложить закупку оборудования за рубежом.



Стефан Маринов, владелец винодельни Vugozone (Болгария)

1. Как изменилась работа винодельни в связи с введением антиэпидемических ограничений?

Мы продолжаем выполнять заказы и в условиях введенного в стране чрезвычайного положения, поэтому наши клиенты могут быть спокойны. Вся продукция будет произведена и доставлена им с соблюдением всех санитарных требований.

Команда винодельни будет продолжать свою работу в соответствии с инструкциями национальных и глобальных органов здравоохранения. Производственный процесс продолжается с соблюдением усиленных мер безопасности. В рабочих помещениях проводится системная дезинфекция и уборка. Доступ на винодельню для посторонних лиц ограничен. Отправка продукции проводится в соответствии с уже утвержденными графиками. Кроме того, важно знать, что вино – это продукт, в котором не развиваются патогенные микроорганизмы.

2. Как изменилась ценовая политика и динамика продаж виноделен из-за карантина?

Серьезным последствием введенного в европейских странах чрезвычайного положения являются проблемы, связанные со сроками транспортировки товаров за рубежом и повсеместное требование о том, чтобы оплачивать заранее поставку необходимых нам производственных материалов. Это усложняет наш нормальный рабочий процесс. В целом ситуация для нас как производителя чрезвычайно сложная, потому что у нас много постоянных затрат. Но работа на винодельне и на виноградниках не может быть прервана или прекращена!

Пандемия COVID-19 неизбежно повлияла на динамику продаж, причем наиболее серьезно пострадал HoReCa канал. Этот сектор составляет значительную долю наших продаж, и они сократились с момента объявления чрезвычайного положения как у нас в стране, так и во многих странах, куда мы экспортируем наши вина. В отличие от канала HoReCa, заказы и наши поставки в супермаркеты не уменьшились.

3. Как изменилась структура спроса на вино? Появились ли какие-то товарные позиции – лидеры продаж?

Спрос на вина в основном приходится на супермаркеты, в которых преобладают продажи вин в нижнем и среднем ценовом сегменте.



Станимир Стоянов, председатель Союза энологов Болгарии

К сожалению, это чрезвычайное положение влияет на винодельческую промышленность в Болгарии. Ситуация в настоящее время выглядит следующим образом: все рестораны и выставки с физическим присутствием были отменены. Отели могут работать, но отсутствие посещаемости также практически закрыло их. Это полностью ограничивает способность винодельческих компаний представлять свою продукцию ценителям вина и не позволяет им достичь как своей, так и новой аудитории. С транспортом все очень сложно – поставки вина сведены к минимуму, и в то же время возникают трудности и задержки в поставках сырья для производства. И все это, к сожалению, происходит перед началом активного летнего сезона.

Зато для виртуального маркетинга нет никаких барьеров. Продажи вина с доставкой на дом в интернете растут. Большое количество производителей усилило свою политику в этом отношении. Большинство специализированных винных магазинов остаются открытыми, и некоторые из них также начали предоставлять услуги, которых у них не было прежде. В настоящее время магазины и крупные торговые сети регулярно подают заявки, что свидетельствует о том, что люди продолжают пить вино. В первую неделю наблюдалось даже увеличение потребления.

Некоторые эксперты утверждают, что потребление вина не будет уменьшено, но приведет к небольшому сдвигу на рынке в сторону более дешевых вин, особенно в сегменте высокого и низкого спроса на вино в бутылке. Весьма вероятно, что мы увидим новые массовые серии вин среднего и низкого качества из погребов, которые в настоящее время не работают с сетями и супермаркетами.

Экспортные сделки, которые были заключены в последние месяцы, сейчас пересматриваются и пока слишком неопределенны. К сожалению, все больше людей остаются без работы, т.е. без дохода, и если это будет продолжаться, скоро станет понятно, что вино не является высшим приоритетом в планировании затрат. Предполагается, что люди сосредоточатся в основном на винах среднего и нижнего уровня. Некоторые винодельни, которые представляют собой туристические

комплексы, закрыты из-за пандемических мероприятий, т.е. их основной винный канал не работает. В то же время виноградники должны быть возделаны, и на данный момент винодельни должны заботиться о своей продукции, в том числе разливать в бутылки столько, сколько они купили материалов. Конечно, винный туризм заблокирован.

Существует потребность в дополнительном финансировании сектора, чтобы компенсировать задержку продаж. Винодельни в последние дни объединяются под призывом «Сиди дома и пей болгарское вино». Мы все надеемся, что ситуация быстро пройдет и мы сможем снова встретиться с нашими клиентами лицом к лицу.



Тимур Мамедов, генеральный директор ASPI AGRO, производитель вин Savalan (Азербайджан)

1. На винодельне у нас, собственно, ничего не изменилось. Мы выпускаем лицензированную продукцию для Европы, поэтому мы как работали в условиях строгой дезинфекции, так и продолжаем работать по этой же схеме. Поэтому ничего особо не изменилось.

2. Ценовая политика у нас тоже никак не изменилась – действуют те же цены, что и до карантина. По динамике продаж пока нет данных, потому что у нас не так давно ввели карантин. У нас много компаний, связанных с торговлей, продолжают работать: продуктовые магазины, аптеки, разрешена пока продажа стройматериалов. А вот парки, крупные торговые центры, салоны и рестораны у нас все закрыли. Поэтому, естественно, потери есть и будут, поскольку продажи, естественно, не увеличились, но пока определить объем их снижения мы не можем.

3. Есть некоторые сложности с продажами. Это связано с тем, что сейчас не все супермаркеты отправляют заказы на пополнение своего ассортимента, поэтому приходится делать это, что называется, вручную. У нас есть группа, которая сейчас ездит по магазинам и собирает заказы, на основании которых мы потом делаем отправки. Каких-то особых фаворитов в ассортименте нет. Ребята вчера собирали заказы: практически все стандартное: все, что покупали, то покупают.



Франческо Монкьеро, президент Consorzio Tutela Roero (Италия)

1. Динамика продаж в консорциуме полностью изменилась с введением ограничительных мер. Дело в том, что уже несколько недель винодельни закрыты для публики и никаких посещений не допускается, но мы продолжаем нормально работать на винодельнях и особенно на виноградниках, поскольку природа не останавливается на карантин.

Мы столкнулись с серьезными трудностями, потому что продажи во всем секторе HoReCa полностью прекратились из-за его блокировки, в то время как винодельни все еще должны нести производственные и управленческие расходы, ведь работа на виноградниках не может быть остановлена или отложена весной. Поэтому приходится платить сотрудникам, не имея при этом никакого экономического дохода от рыночных продаж.

Мы столкнулись с серьезными трудностями, потому что продажи во всем секторе HoReCa полностью прекратились из-за его блокировки, в то время как винодельни все еще должны нести производственные и управленческие расходы, ведь работа на виноградниках не может быть остановлена или отложена весной. Поэтому приходится платить сотрудникам, не имея при этом никакого экономического дохода от рыночных продаж. Отгрузки и транспортировка товаров по-прежнему разрешены, но, к сожалению, не поступает никаких заказов из Италии, а теперь и из других европейских стран. Мы делаем все возможное для того, чтобы найти решение, для увеличения онлайн-продаж. 2. Поскольку канал HoReCa полностью остановлен и люди не могут выйти на улицу, единственными действующими каналами продаж остаются розничная торговля и электронная коммерция. Поэтому многие наши винодельни стараются укреплять и развивать это направление. Также вырос сектор прямых продаж частным лицам с доставкой на дом. Объемы торговли на интернет-сайтах винных магазинов взлетают до невиданных ранее в Италии уровней. Есть примеры, когда некоторые онлайн-площадки, торгующие вином, фиксировали рост продаж +150% в этот период. Некоторые винодельни также активировали службу доставки на дом рядом со своей штаб-квартирой для соседей, которые не могут выйти из дома.



Elvira Bortolomiol, вице-президент и главный исполнительный директор LA CANTINA BORTOLOMIOL (Италия)

1. Поскольку наша винодельня – это небольшой семейный бизнес, мы сразу же организовали удаленную работу для наших сотрудников, чтобы гарантировать безопасность для них

и их семей. Мы находимся в контакте друг с другом каждый день, чтобы проводить мониторинг каждого этапа выполненных работ и проектов. Собственно, это немного странно, ведь мы привыкли работать «лицом к лицу» и проводить рабочие встречи за одним столом.

2. В настоящее время мы работаем на внутреннем рынке для того, чтобы активнее привлекать частных клиентов для покупки вина. Большую роль стали играть сайты электронной коммерции. В этот период не работают бары, рестораны, закрыты винные магазины, но люди не отказываются от покупки бутылки вина.

Для нас продавать во время карантина не так просто, потому что, как вы знаете, Prosecco Superiore – это вино для праздника. Мы же говорим людям, что это обычное вино, которое в то же время можно пить во время приема пищи, с семьей, каждый день. Также мы проводим рекламную кампанию в социальных сетях для наших подписчиков, где предлагаем им поделиться своим опытом дегустаций нашего Prosecco Superiore в условиях карантина.



Roberto Paladin, владелец Casa Paladin group (Италия)

1. Из-за противоэпидемических ограничений многие наши клиенты были вынуждены прекратить свою деятельность, особенно винные бары и рестораны. Однако винные магазины все еще работают. При этом мы наблюдаем хороший рост электронной коммерции.

Мы по-прежнему работаем как на винодельне, так и на виноградниках. Мы должны помнить, что природа в отличие от нас не остановится на карантин. Это дает нам много надежд на будущее.

Нашу коммерческую работу мы перевели на удаленный режим, чтобы хорошо подготовиться к тому периоду, когда режим ограничений закончится, и помочь нашим клиентам и потребителям.

2. Я думаю, что мы увидим последствия этих изменений, когда начнем работать в обычном режиме. Наша ценовая политика не изменилась, но вокруг меняется очень многое. Очевидно, что в этот период некоторые каналы могут работать лучше, чем другие, например ритейл и электронная коммерция.

3. Спрос на качественные вина сейчас не изменился, люди весь день проводят у себя дома, у них появляется больше времени для приготовления пищи, для наслаждения едой в сочетании с бутылкой хорошего вина.



Нико Конта, президент Azienda Vitivinicola Enrico Serafino S.r.l. (Италия)

1. Мы начали замедлять деятельность компании в начале марта, еще до того, как власти ввели противоэпидемические ограничения. Мы всегда заботились о создании безопасного места для работы наших сотрудников. Это наша первая цель! Поэтому вместе с командой мы решили действовать немедленно. Изначально мы внедрили удаленную работу для всех сотрудников офиса. Поскольку логистические услуги были переданы нами на аутсорсинг, даже в этот сложный период мы можем гарантировать доставку наших вин любому заказчику.

Мы все, конечно же, скучаем по личным контактам, но благодаря современным технологиям находимся в постоянном контакте с нашими клиентами и коллегами. Это трудно, но доступно.

2. Продажи упали довольно существенно. На внутреннем рынке мы продаем 90% нашей продукции через локальные каналы продаж, поэтому блокировка ресторанов и баров очень повлияла на наши поставки. Экспортные рынки тоже замедлились, так как эпидемия распространяется по всему миру и государства накладывают те же ограничения, что и в Италии.

Что касается нашей ценовой политики, то с учетом интересов наших клиентов и потребителей мы ничего не изменили. Этот кризис вызван пандемической ситуацией. То, что нужно нашим клиентам, – это быстро вернуться к нормальной докризисной ситуации. Скидки или специальные акции, к сожалению, не помогут добиться этого.



Лука Коста, Azienda Agricola Mario Costa (Италия)

В период эпидемии коронавируса мы, винодельни, продолжаем работу, как правило, на виноградниках. Конечно же, со всеми предосторожностями для нас и наших сотрудников. Завершаем обрезку и высаживаем новые виноградники! Природу нельзя останавливать! Поэтому нужно продолжать работать, чтобы иметь возможность собрать будущий урожай. Что касается винодельни, к сожалению, продажи остановились в винных барах, ресторанах и во всем секторе HoReCa. Но мы по-прежнему хорошо работаем с частными лицами, которые даже на карантине не лишают себя бокала хорошего вина. Вино всегда объединяло семью. Мы с оптимизмом смотрим на развитие ситуации и надеемся, что мы скоро преодолеем эту эпидемию и наша страна станет еще сильнее, чем раньше. Вся Италия и винодельни едины!

(Окончание на стр. 12)



Педро Траперо, владелец Bodegas Vivanco (DOCa Rioja, Испания)

1. Работа нашей винодельни практически не изменилась. С самого первого дня мы реализовали все необходимые меры, чтобы эффективность шла рука об руку с безопасностью. Наше производство, как и доставка, остаются активными, и мы в состоянии обеспечить наших постоянных клиентов в обязательном порядке.

2. На ценовую политику кризис никак не повлиял. Однако мы заметили более высокий спрос на нашу продукцию с экспортных рынков, в отличие от внутренних продаж, где заблокированный сегмент HoReCa играл для нас очень важную роль.

3. Как уже было сказано выше, экспорт в настоящее время более активен, чем внутренние продажи. Это связано с тем, что бизнес HoReCa был вынужден остановиться по всему миру. Мы, производители вина в Испании, очень страдаем из-за этого.

Мир уже изменился из-за этой пандемии. Такая ситуация будет сохраняться, по крайней мере, в течение нескольких месяцев, пока не будет найдена вакцина, доступная всему населению мира. Это означает, что необходимо внедрять новые способы ведения винного бизнеса. Наши предыдущие деловые отношения будут иметь решающее значение, поскольку установить новые отношения будет гораздо труднее. Встречи, звонки и мероприятия по винному просвещению будут осуществляться с помощью новых виртуальных инструментов и социальных сетей.



Кармен Сан Мартин Гутьеррес, CEO BODEGAS DE ALBERTO (DO Rueda, Испания)

1. Вся наша деятельность сильно пострадала от пандемии. Нашим приоритетом является безопасность и здоровье наших сотрудников, поэтому мы оперативно реорганизовали нашу работу. Наиболее пострадавшей частью стала коммерческая де-

ЕСТЬ ЛИ ЖИЗНЬ НА КАРАНТИНЕ?

ятельность, потому что все поездки, выставки, дегустации и т.д. были отложены или отменены. В связи с этим весь управленческий и коммерческий персонал был переведен на удаленную работу, чтобы продолжать обслуживать наших клиентов. Что же касается производственного персонала, то он продолжает трудиться с учетом соблюдения всех необходимых защитных мер. Мы сократили рабочую нагрузку из-за закрытия канала HoReCa, но мы продолжаем отгрузки для ритейла, онлайн-продаж и на экспорт.

2. Мы продолжаем проводить ту же ценовую политику, которой придерживались до пандемии, потому что мы всегда стараемся предлагать рынку вина с хорошим соотношением цены и качества. Ведь наши клиенты – это наш главный актив! Поэтому мы должны заботиться о них и быть внимательными к их потребностям.

Как я уже говорила, часть продаж канала HoReCa переместилась в каналы ритейла и онлайн-торговли. Исходя из этого, мы проводим специальные кампании. Например, создаем обучающие видео для команд продаж, проводим виртуальные дегустации, стремимся также привлечь в социальных сетях тех, кто интересуется нашими винами, и, конечно же, стараемся облегчить им онлайн-покупки, чтобы наши вина были доступны в их домах.

3. Анализируя продажи последних недель, лидером остается Monasterio de Palazuelos, которое традиционно является нашим самым продаваемым вином. В категории наших премиальных вин выделяется De Alberto 100% Verdejo, выдержанное на осадке.



Антонио Альварес, Export Area Manager Marqués de Cáceres (DOCa Rioja, Испания)

1. Мы ввели в действие все протоколы защиты, предписанные испанским правительством с тех пор, как 14 марта было объявлено чрезвычайное положение. Большинство сотрудников сегодня работают на дому. Мы также изменили нашу организацию смен, чтобы одновременно сократить группы рабочих, которые трудятся на винодельне. Таким образом, мы предотвращаем ненужные контакты. А в остальном мы не прекращали производить и разливать по бутылкам наши вина.

2. Хотя ситуация сложная, мы решили пока не менять цены. Однако мы всегда тесно сотрудничаем с нашими импортерами, следим за рынком и готовы реагировать в случае необходимости.

3. Мы работаем как обычно, правда, сейчас больше внимания уделяем

розничному рынку, так как большинство ресторанов закрыты. Наши лидеры продаж среди товарных позиций – это Crianza, White Rioja, Rosado и Reserva.



Victor Zaragoza, директор по продажам CVNE (Испания)

1. Большая часть нашей команды работает из дома, а сотрудники, работающие на виноградниках и на производстве, следуют очень строгим мерам безопасности. Мы продолжаем розлив вина по бутылкам, но с меньшим количеством персонала. Наша задача в Compañía Vinícola del Norte de España заключается в том, чтобы заботиться обо всех сотрудниках и следить за тем, чтобы этот вирусный кризис не слишком сильно повлиял на нашу деятельность.

2. С точки зрения ценовой политики у нас ничего не изменилось. А вот динамика продаж претерпела серьезные изменения, так как многие рынки по всему миру перестали импортировать вина. Что же касается Испании, то наша продукция по-прежнему очень хорошо реализуется в винных магазинах и супермаркетах страны.

3. Когда я вижу, что все эти рестораны и отели закрыты, я чувствую себя опустошенным. Все представители отрасли должны собраться вместе, чтобы продемонстрировать беспрецедентную солидарность. Я убежден, что после этого кризиса появятся новые возможности, которые также помогут изменить нашу промышленность. На данный момент, во время кризиса COVID-19, потребители склонны отдавать предпочтение винам начального уровня, поэтому CUNE, естественно, является нашим лидером по продажам.



Игнасио Прието Парьенте, CEO BODEGAS JOSÉ PARIENTE (DO Rueda, Испания)

1. Из-за чрезвычайного положения, объявленного испанским правительством 14 марта, на нашей винодель-

не был внедрен протокол по продовольственной безопасности. Как следствие, большинство наших сотрудников стали работать на дому. И только немногие остаются трудиться на винодельне – например, наш генеральный директор, два менеджера административного отдела, занимающиеся продажами, наш винодел и еще три сотрудника, работающие на производстве и на винограднике. Все они строго соблюдают необходимые противозидемические меры, а на винодельне два раза в день проводится тщательная уборка.

Винодельня остается временно закрытой для проведения визитов, мероприятий винного туризма и прямых продаж. В течение этого месяца мы сделали цифровую модель для перевода наших продаж через интернет, электронную почту и социальные сети. Мы обеспечиваем доставку непосредственно до порога клиента, следуя всем требованиям гигиены и безопасности.

2. Мы по-прежнему сохраняем те же цены, что и раньше, вознаграждая дополнительными скидками тех, кто оформляет большие заказы. Ситуация с коронавирусом оказала огромное влияние на сектор HoReCa в Испании: рестораны, бары, кафе и отели были полностью закрыты. А ведь это наш главный канал продаж! Поэтому мы обязаны искать новые возможности и новые каналы сбыта.

3. Вино, которое мы продаем больше всего, – это наше молодое белое вино José Pariente Verdejo. Это свежее, элегантное и сложное вино, изготовленное из сорта винограда Вердехо, демонстрирующее минеральные ароматы в сочетании с оттенками фенхеля, аниса и белых фруктов. Это наше флагманское вино.



Эндрю Милн, CEO Spier Wines (ЮАР)

С 26 марта до 17 апреля Южная Африка официально находилась в 21-дневной изоляции. После этого карантин продлили до 30 апреля. Президент страны призвал бизнес оставаться открытым, работая удаленно там, где это возможно. Поэтому компания Spier Wines продолжает действовать. Все сотрудники офиса сумели справиться с трудностями работы в удаленном режиме и всегда готовы поддержать наших партнеров по всему миру.

Команда виноделов продолжает следить за производственным оборудованием, бродильными резервуарами и бочками с вином, чтобы они находились в наилучшем состоянии.

А вот логистические, складские и разливочные мощности, к сожалению, закрыты с 26 марта до 8 апреля и с 16 до 30 апреля. Сразу после окончания карантина Spier Wines возобновит свою работу, а это значит, что все заказы, которые должны были быть отгружены, будут направлены получателям.



Луиш Сердейра, винодел Quinta de Soalheiro (Португалия)

1. Неожиданные изменения, последовавшие за пандемией, заставляют нас быстро адаптироваться к новой реальности. Мы очень быстро начинаем применять новые правила игры и пользуемся этим преимуществом. Сегодня наше направление винного туризма закрыто, но производственная команда продолжает работать с соблюдением всей необходимой защиты. Мы активно поддерживаем рынок онлайн-торговли, объем продаж на котором у многих наших партнеров вырос на 50%.

2. Ценовая политика у нас осталась прежней. Закрытие ресторанов и отелей – это большая проблема. Ведь потребление вина – это возможность для обмена эмоциями, для встреч с друзьями. Однако режим самоизоляции, к сожалению, уменьшает число таких моментов, снижая тем самым и потребление. И хотя продажи в онлайн и в ресторанах, работающих навынос, растут – этого недостаточно для того, чтобы обеспечить замещение традиционных рынков.

Soalheiro – это производитель, который ориентирован на инновации, поэтому наша способность адаптироваться к новым условиям очень высока. Наши партнеры продают наши вина в 40 странах. Мы очень рассчитываем на них и верим, что после этой «войны» наступит новый «мир», в котором вместе с ними у нас хватит энергии показать все достоинства нашего Альвариньо.

3. У нас наибольший спрос сохраняется на Soalheiro Classic, Soalheiro Granit и Soalheiro ALLO. Эти вина очень известны в Португалии. В экспорте мы являемся лидером по поставкам белого вина Альвариньо из Португалии. А вот по органическим винам Soalheiro, которые в основном шли через рестораны, мы наблюдаем сокращение продаж.