

#4
2020

Drinks' clock

www.drinks.ua

Online Newspaper: Eastern news and Western trends

Askaneli

новая
генера-
ция
грузин-
ских
вин



стр. 8

Наследие
F.W.
Langguth

стр. 13

200-й
релиз
Drinks+

стр. 31

ProWein-2021.
Боевая
ГОТОВНОСТЬ

стр. 28

Drink less, read more!



Роберт
Джозеф:

«Маркетинг и
дистрибуция,
особенно
direct-
to-customer,
станут важнее,
чем когда-
либо».

стр. 19

El Capitan Pinot Gris – серебро

46 Parallel Wine Group – единственная украинская компания, которая получила высшие награды в рамках слепых дегустаций ведущего международного Concours Mondial de Bruxelles 2020. Вино бренда 46 Parallel признано одним из лучших среди 8500 вин из 46 стран-производителей и отмечено серебряной медалью конкурса.

Это грандиозный успех не только для молодой компании, которая громко заявила о себе лишь в начале 2020 года, но и для всей винодельческой отрасли Украины. Своей победой на Concours Mondial de Bruxelles 46 Parallel Wine Group подтвердила: марка достойна стать ви-



зитной карточкой страны на международной арене. Все бренды компании объединены слоганом Proudly Ukrainian, что означает: виноделы гордятся качеством и украинским происхождением своих вин.

Вино El Capitan Pinot Gris входит в лимитированную коллекцию изысканных легких премиальных вин El Capitan. Отличается особым ароматом с нотами зеленых яблок и лайма, а также тонким привкусом весеннего меда. Это обусловлено тем, что для создания изысканных вин El Capitan виноделы 46 Parallel Wine Group отбирают только лучший украинский виноград группы сортов Pinot.

2020 – впервые в Украине прошел День виноградаря и винодела

Официальное решение принято: начиная с этого года, День виноградаря и винодела в стране будет отмечаться каждое второе воскресенье ноября. Об этом президент Владимир Зеленский объявил во время визита в Château Chizay, расположенное в урочище Малая Гора вблизи городка Берегово (Закарпатье). Заметим, что данный шаг, как и ситуация в отрасли в целом, значительно отстает от соседних винодельческих стран – Молдовы и Грузии. Поэтому виноделы Украины надеются, что учреждение профессионального праздника станет не одинокой уступкой отрасли, а знаком начала кардинальных изменений, прежде всего зако-



нодательных. В значительной мере успешному прорыву отрасль обязана корпорации «Укрвинпром», усилиями которой готовились запросы, организовывались официаль-

ные письма поддержки от международных партнеров, приводились многочисленные аргументы в пользу данного решения. Владимир Кучеренко, генеральный директор Украинской корпорации по виноградарству и винодельческой промышленности «Укрвинпром» подвел итог многолетних дебатов: «Хотя это было не легко, но мы это сделали!».

D’O’C поздравляет всех виноградарей и виноделов Украины с нашим профессиональным праздником!



100%
НАТУРАЛЬНИЙ
ФРУКТОВИЙ
ДИСТИЛЯТ



**Традиційний закарпатський міцний напій, виготовлений
за класичною технологією зі свіжих зброджених фруктів
шляхом багатоступеневої дистиляції.**

У напої збережені всі натуральні органічні компоненти, які надають продукту
своєрідний смак і неповторний аромат.



ТОВ «АГРОФРУКТСЕРВІС»

📍 Закарпатська обл., Ужгородський р-н, с. Минай, вул. Свободи, 9,
☎ +38(050) 423-80-42. E-mail: palinochka.trade@gmail.com, www.palinochka.com.ua

Реклама

НАДМІРНЕ СПОЖИВАННЯ АЛКОГОЛЮ
ШКІДЛИВЕ ДЛЯ ВАШОГО ЗДОРОВ'Я

Карабах внесет корректировки

В первом квартале 2020 года Азербайджан экспортировал 31 650 декалитров вина и винного сусла на сумму 568 620 долларов США. По сравнению с аналогичным периодом 2019 года, заметно, что экспорт вина сократился на 68,9%, а выручка – на 61,5%.

Основная доля экспорта вин страны (88%) приходится на Россию. За январь-март Азербайджан экспортировал в РФ 27 870 декалитров (снижение



на 71,2%) на сумму 458 890 долларов (снижение на 64%).

В 2019 году Азербайджан экспортировал вина и винного сусла на сумму 7309 млн дол., а производство вина составило 531 720 дал. Спад – 64,5% по сравнению с 2018 годом.

Одна из целей отрасли – к 2026 году увеличить экспорт винодельческой продукции до 1,875 млн дал. Ожидается, что конфликт в Карабахе внесет корректировки в эти планы.

фото: media-cdn.tripadvisor.com

Грузия рулит

Что касается импорта в страну, то он демонстрирует плюсы. К примеру, показатель ввоза грузинского вина в Азербайджан за январь-май 2020 года вырос на 14,1 т или 52,4% и достиг 41 т. В стоимостном выражении импорт вина увеличился на 65,8%, или на 65,6 тысячи долларов, по сравнению с аналогичным периодом 2019 года, и составил 165,2 тысячи долларов США. За январь-май 2019 года Грузия экспортировала в Азербайджан 26,9 тонны вина на сумму 99,6 тысячи долларов.

Чехия

Budvar повысит цены в январе

Несмотря на то, что этот год, ввиду коронавируса и его удара по каналам сбыта, – не лучшее время для повышения цен, Budějovický Budvar объявил, что с 1 января переходит на новые цены. В первую очередь, стоимость возрастет для продукции, идущей на экспорт. Коэффициент повышения будет зависеть от страны, куда отправляется продукция. Заметим, что в прошлом году Budvar экспортировал самый большой объем пива в истории – 1,15 млн гектолитров. Решение принято из-за общей инфляции, а также ввиду того, что из-за локдауна и закрытия

ресторанов Budvar этой весной потерял около 30 миллионов крон. Тем не менее, по объему проданных гектолитров пивоварня выросла на два процента и сохранила продажи на уровне прошлого года.

Ожидается, что Budvar повысит цены на пиво в бутылках и банках (80 % производства пивоварни) в Чехии в среднем на 3,7-4%. В основном подорожание коснется лагеря. Из разливного пива вырастет только цена Budvar 33. Напомним, что первым в этом году о повышении цен среди чешских пивоваров объявил в августе Plzeňský Prazdroj.



Рынок волнуется раз

В 2019 году снижение производства вина в Болгарии привело к сокращению экспорта на 6% (по объему). Однако рост экспортных цен – с 1,41 доллара в 2018 году до 1,55 доллара за литр в 2019 году, продемонстрировали пятипроцентный рост в стоимостном выражении.

При этом средние экспортные цены в ЕС выросли на 10%. Средние экспортные цены в Польшу выросли на 24 %, а в Китай – на 38 %, хотя средние экспортные цены в Швецию снизились на 7%. Польша остается основным экспортным рынком вина Болгарии, хотя экспорт (в натуральном выражении) в 2019 году снизился на 30 % по сравнению с 2018 годом. Тем не менее, Польша оставалась крупнейшим экспортным рынком Болгарии, и на нее приходилось 40 % экспорта по объему и 30% по стоимости. Экспорт в

Швецию в 2019 году вырос на 24 % по объему и на 14% по стоимости. Чехия заняла третье место по экспорту вин из Болгарии в 2019 году. Однако в стоимостном выражении Китай стал третьим по величине рынком – 2,6 миллиона долларов, что на 49 % больше, чем в 2018 году. Экспорт в Россию начал снижаться с 2013 года, а в 2019 году снизился на три процента по объему и на восемь процентов по стоимости.

В январе-феврале 2020 года экспорт вина снизился на 17 % по объему и на 20% в стоимостном выражении за счет 3-процентного снижения средних экспортных цен. В итоге, экспорт в Польшу, Швецию, Великобританию и Россию снизились, а экспорт в Чехию увеличился. Экспорт в Китай упал на 64 % по объему и на 69% по стоимости в течение этого периода.

Падение длиною в год

фото: lh3.googleusercontent.com



Согласно официальным данным, на внутреннем рынке Армении ежегодно продается 7 млн л вина, а еще 3-4 млн уходят на экспорт. В этом году потребление вина и коньяка снизилось как на внутреннем, так и на внешнем рынках. Армянские производители в настоящее время

работают на половину мощностей. Эксперты считают, что до следующего лета ситуация не улучшится.

По информации Армянского фонда виноделия и виноградарства, правительство с помощью фонда отслеживает прогнозируемые объемы урожая и закупок, чтобы понять, какая часть урожая может остаться неиспользованной.

Сегодня 90% закупок винограда идет на производство бренди, а 10% на производство вина. При этом рентабельность бренди, который составляет 80-90% общего экспорта винодельческого сектора, упала примерно на 15%. В целом по всем зарубежным рынкам рентабельность снизилась на 30%. А объем экспорта в Россию, которая по-прежнему является для Армении ключевым рынком, сократился почти вдвое.

Упал и импорт, в том числе в стоимости: цены на французские вина практически достигли уровня армянских вин.

Россия

Чисто для имиджа

По итогам первого полугодия 2020, несмотря на пандемию, РФ экспортировала винодельческой продукции на 28,8% больше, чем за аналогичный период прошлого года. Рост произошел в первую очередь за счет игристых – 34%, в то же время, национальный напиток водка показала прирост лишь на 1%. По данным «Роскачества», основные рынки сбыта



– «страны ближнего зарубежья». Предположительно, это Беларусь и Казахстан. Кроме того, российские вина поступают в Китай и Израиль. Пробные поставки делались также в Германию, Японию и Швейцарию.

При этом внутренний рынок вина эксперты оценивают в 1 млн л. Так что экспорт для российского виноделия – скорее имиджевый момент.

фото: v2.pressablecdn.com

1-3 ДЕКАБРЯ 2020

Из любой точки мира, принимайте участие в развитии вашей отрасли!

Встречи, обмен техническими знаниями, знакомство с инновациями и поиск новых поставщиков обеспечивают развитие и рост Вашего бизнеса. Именно поэтому 22-я Международная выставка Vinitech-Sifel будет виртуальной и представляет Вам свои онлайн-встречи.



ПРОГРАММА ДЛЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ПОСЕТИТЕЛЕЙ



Выставочный павильон

Знакомьтесь с новыми поставщиками и их новинками



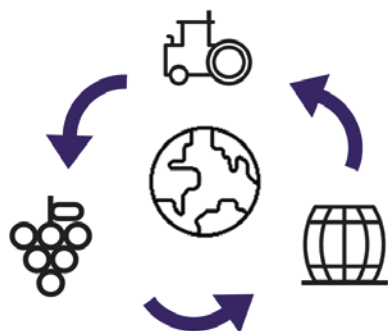
Конференц-зал

Участвуйте в научных конференциях в прямом эфире с переводом на английский для обсуждения актуальных тем отрасли с аудиторией



Нетворкинг

Расширьте Вашу сеть деловых контактов: поиск партнеров и встречи с участниками выставки и специалистами отрасли со всего мира



Посетите **International Corner**: виртуальные технические визиты по Шато региона Бордо и интервью виноделов из разных уголков мира

Скоро
подробная
программа!

УЧАСТИЕ в Vinitech-Sifel Virtual это Возможность:



Наладить

новые контакты



Познакомиться

с последними разработками в отрасли



Совершенствовать

ваши профессиональные знания благодаря программе, включающей инновации и передовые технологии

ССЫЛКА ДЛЯ ОНЛАЙН РЕГИСТРАЦИИ

КОНТАКТ : Ольга Шайденко, Координатор проектов в Украине

Моб.: +38.098.127.22.04

Olga.shaydenko@gmail.com

Askaneli

новая генерация
грузинских вин



Грузия – в своей традиционной роли тихой колыбели вина – ассоциируется, прежде всего, с привычной патриархальностью. Однако, на самом деле, ее виноделие демонстрирует неожиданные для многих парадоксы. К примеру, вопреки мифу о том, что белые вина пьют в основном прекрасная половина человечества, а настоящие мужчины – предпочитают красные, здесь все наоборот. Грузинские белые лидируют по объемам и не имеют особых гендерных предубеждений. А новая генерация грузинских вин практически совершила революционный переворот: покинув милые провинциальные хинкални, салобио и хачапурные, – выходит на мировые подиумы, заслуженно претендуя на премиальные места в картах самых престижных гастрономических ресторанов и показывая высший класс качества в союзе с виртуозной универсальностью пейринга. Именно таковы вина нового поколения от Askaneli Winery & Distillery. Стремление к вершинам у четвертого поколения виноделов из Асканы – в генозисе.



Глава компании, чьи корни идут из самого сердца винодельческой Грузии, – Гоча Чхидзе рассказывает о своем видении грузинских парадоксов: «Родина вина — Грузия, но современному виноделию в нашей стране всего лет двадцать. Когда я начинал

работать с вином в 1998 году, это был ужас: старые советские заводы, всё в грязи. Сейчас перемены во всей индустрии космические. Обновилась вся философия. Меня радует, что в Грузии начали понимать, каким должно быть настоящее элегантное вино».



С 2015 года Askaneli увеличили посадки почти в четыре раза. И если еще четыре года назад продажи вина составляли 1 млн 200 тысяч бутылок, то сегодня реализация преодолела рубеж в 12 миллионов!

Сам Гоча прекрасно понимает, каким должно быть ЕГО вино. И за последний год Askaneli Winery&Distillery прошла полный апгрейд. Начиная с полной модернизации производства – и до стильного и образного лого компании.

Ну, а та присущая грузинскому виноделию виртуозная игра на контрастах, о которой мы упоминали в начале, проявилась в приверженности Askaneli к автохтонным сортам. Несмотря на достигнутые сегодня высоты и размах бизнеса Гочи Чхаидзе, он бережно сохраняет 22 га виноградников в Западной Грузии, недалеко от родного села Аскана, где растут лозы



сорта Чхавери. С него когда-то и началась винодельческая история семьи, ему и обязана этимологией фамилия Чхаидзе.

Помимо этого, относительно небольшого виноградника, сегодня у Askaneli Winery & Distillery еще 400 га посадок в уникальной микроне Киндзмараули. На виноградниках, принадлежащих компании, возделываются такие сорта, как Мускат, Александрови, Муджуретули, Мцване, Сперави, Киси, Хихви, Ркацител и Каберне Совиньон. Возраст виноградников – от года до 20 лет.

С 2015 года Askaneli увеличили посадки почти в четыре раза. И если еще четыре года назад продажи вина составляли 1 млн

200 тысяч бутылок, то сегодня реализация преодолела рубеж в 12 миллионов!

И теперь во многих странах мира о грузинском виноделии судят именно по винам, созданным под руководством Гочи Чхаидзе. Стоит ли объяснять, что лидером среди линеек бренда является авторская Gocha's Collection, в которую входят топовые вина Prima, Muza Qvevri и Saperavi Reserva.

Prima и Muza Qvevri – это тонкие, мастерски созданные ассамбляжи белых вин. Prima – соединяет все достоинства Шардонне и Ркацители, а Muza – сложный blend пяти белых автохтонных сортов: Ркацители, Кахуни Мцване, Киси, Крахуна и Мцвивани. Разумеется, сложить такой пазл в гармоничную картину – по силам лишь гениальному виноделу. Но именно такие и создают эти вина. Сложность иннова-

ционной задачи усилена традиционными технологиями: брожение происходит в квеври на мезге.

Гоча Чхаидзе объясняет цели, ради которых был затеян весь этот сложный комплекс производственных шагов: «Мы сделали белые вина, которые прекрасно подойдут для карт рыбных ресторанов. В Грузии мало вин, которые сочетаются с устрицами, креветками и другими дарами моря, – а у нас они есть! Наши потрясающие вина из Манави, Чхавери и Ркацители могут конкурировать со многими известными в мире белыми. Мы прекрасно понимаем, что популярность рыбных ресторанов растет, и вносим определенные коррективы в стилистику. Мы вытащили кислотность и минеральность у ркацители, и оно теперь может потягаться с лучшими легкими шардонне и пино гриджио».

Мы вытащили кислотность и минеральность у ркацители, и оно теперь может потягаться с лучшими легкими шардонне и пино гриджио».





Дегустационные заметки:

Вино **Prima Rkatsiteli Chardonnay** – насыщенно-лимонного цвета, с роскошными ароматами тропических фруктов и оттенками дуба. Идеально сочетается с рыбой ценных сортов, морскими деликатесами, сырами с белой плесенью, белым мясом и фруктовыми десертами.

Линейка **Author's Collection** – это вина с разной стилистикой, которые демонстрируют максимальный спектр стилей Askaneli: от свежих и легких до плотных и полнотелых. Здесь и белые кислотные вина, идеально сочетающиеся с рыбными блюдами и морепродуктами, здесь и нарядный, праздничный брют и несколько стилей красных вин из сорта Саперави.

Classic Collection – классика грузинских вин: Цинандали, Ахашени, Киндзмараули, Хванчкара и многие другие. В классической коллекции выделим уникальный брют Askaneli, созданный по методу Шарма из автохтонных сортов Мцване, Чхавери и Цоликоури. В аромате – тропические фрукты, цитрусы, легкий оттенок зеленых яблок и аппетитный тон свежей выпечки. Благодаря купажу грузинских сортов аромат и вкус игристого не имеет равных и сложно поддается сравнению. Игристое идеально подходит для аперитива, а также хорошо сочетается с морепродуктами и легкими салатами.

Отдельно хочется отметить исключительно интересный проект винодельни: **Saperavi Rose** из 100% красного винограда Саперави. Полусухое розовое вино без добавления сахара, сладость в вине достигается методом прерванного брожения. Отлично сбалансированное вино с идеальной кислотностью, ароматом красной смородины, вишни и черного перца. Saperavi Rose прекрасно сочетается с сезонными фруктами и зелеными салатами.

Полусухое
розовое
вино без
добавления
сахара, сладость в вине
достигается методом
прерванного
брожения.



Вина Askaneli Winery & Distillery 2019 винтажа ожидаются в Украине совсем скоро. И пока мир ограничен глобальным локдауном, позволим себе виртуальное путешествие в Грузию – благодаря ее уникальным винным амбассадорам.

Наследие F.W. Langguth

Путешествуя по самым романтичным винным дорогам Германии, D'O'C побывала в гостях у крутых рислинг-специалистов F.W. Langguth Erben.

Фото предоставлены компанией F.W. Langguth Erben



Винный тур вдоль русла реки Мозель – восхитительный и невероятно романтичный, – способен покорить самых искушенных туристов. За окном автомобиля проносятся изумрудные ряды виноградников, разбитых на крутых горных склонах, водопады из белой и фиолетовой глицинии, сады и кукольные деревушки. За каждым поворотом виляющей между скала-

ми и рекой дороги – возникают, словно из тумана легенд, средневековые замки, где некогда жили немецкие аристократы. Но главным королем этих мест был и остается Рислинг – прославленный во всем мире сорт, дарящий сказочные вина. А главным пунктом посещения – винодельни, летопись которых уходит в глубь веков, но стиль вин устремлен в будущее.



Несмотря на плавность рек и романтику этих земель, несмотря на мягкость здешнего климата, этот регион является зоной экстремального виноградарства.

В 1789 году, когда Франц Вильгельм Ланггут (Franz Wilhelm Langguth) основал Винный дом в Трабен-Трарбахе (Traben-Trarbach), раскинувшемся на берегу реки Мозель, никто и подумать не мог, что этот очаровательный городок вскоре будет иметь такое же значение для немецкой виноторговли, как Бордо для Франции. Сегодня расположенная в самом сердце Европы винодельня F.W. Langguth Erben, создает вина из винограда с собственных виноградников, расположенных в знаменитых немецких винодельческих регионах Райнхессен (Rheinhessen) и Мозель (Mosel). К слову, Erben переводится как «наследие» – и вот уже седьмое поколение наследников Франца Вильгельма продолжает историю старинного Винного дома.

Несмотря на плавность рек и романтику этих земель, несмотря на мягкость здешнего климата, этот регион является зоной экстремального виноградарства. Половина местных виноградников расположена на крутых террасах с уклоном бо-

лее 30 градусов, а некоторые засажены с поразительным уклоном – в 70 (!) градусов. На этих склонах почти весь виноград приходится собирать вручную, порой при помощи лебедек. Словом, виноделие Мозеля – очень трудоемкое занятие, привлекающее лишь самых преданных своему делу людей, увлеченных производством воистину уникальных вин. Этот регион считается одним из самых теплых в Германии т.к. расположен в защищенной от ненастья долине. Крутые сланцевые склоны над реками накапливают солнечное тепло днем и медленно остывают ночью. Корни лоз проникают глубоко в землю в поисках воды и минералов. Таким образом, виноделы могут производить прекрасные по кислотному балансу фруктовые вина с потрясающей глубиной вкуса и относительно низким содержанием алкоголя.

Основной сорт региона – Рислинг. И здешние виноделы по праву называют себя рислинг-специалистами: этим сортом засажено 5446 гектаров виноградников.



Точно так же, как регион Мозель является одним из старейших винодельческих регионов Германии, компания F.W. Langguth Erben – одно из старейших местных винодельческих хозяйств. И, путешествуя по Мозелю, просто необходимо познакомиться с этим ведущим европейским предприятием.

Выпуская сегодня более 50 миллионов бутылок вина в год и став одной из самых известных мировых компаний, в том числе за пределами Европы, F.W. Langguth Erben на протяжении всей своей истории проявляла предпринимательскую смелость и тщательно отслеживала возможности, предоставляемые техническими и науч-



Все стальные резервуары объединены в единую сеть и контролируются электронной системой мониторинга.

ными инновациями для повышения качества вина. Разумеется, важную роль играла смелость, с которой семья виноделов отваживалась на связанные с этим дорогостоящие инвестиции.

В течение без малого 70 лет компанией управлял один из патриархов немецкого виноделия – Вольфганг Ланггут. Именно при нем, с 60-х годов винодельня из долины Мозеля взяла курс на интернационализацию. Тогда же сложилась и философия компании: инновации в производстве и маркетинге для создания стабильно качественного вина и сильного бренда, быстрые поставки клиентам по всему миру, сохранение традиций в сочетании с современными экологическими подходами к выращиванию винограда и технологиям производства вина.

В свое время винные погреба Langguth были оборудованы для ферментации и выдержки суперсовременными емкостями из высококачественной нержавеющей стали. Все стальные резервуары объединены в единую сеть и контролируются электронной системой мониторинга. Качество вина можно с высокой степенью достоверности проверить, оценить и контролировать в любое время. Наверное, сегодня особо актуально то, что все самые строгие гигиенические требования пищевой промышленности соблюдаются за счет автоматизированных и четко контролируемых процессов.

F.W. Langguth Erben известна на мировом рынке и как авторитетный производитель органических и биологических вин, созданных по самым строгим стандар-



там. Выпускаются также вина для веганов. Ассортимент продукции включает линейки традиционных брендов: Erben®, Blue Nun®, Medinet®, а также инновационные: Villa W. или Sontino® Organic-Vegan.

Вина от F.W. Langguth Erben успешно продаются на всех континентах, в более чем 100 странах. Ведущий бренд Erben®, созданный исключительно из проверенного на качество винограда с собственных виноградников, впервые увидел свет в 1964 году. Буквально за пару лет он стал самым продаваемым на немецком рынке.

А в 1976 году вино ERBEN SPÄTLESE (позднего сбора) было оценено как Prädikat, то есть вино высочайшего качества, согласно классификации, действующей в Германии.

История успеха продолжалась на протяжении последующих десятилетий. Сегодня Erben® включает 12 позиций вин высокого качества, из них 3 – класса Prädikat и еще ряд наименований – для любого случая и вкуса.

Бренд ERBEN не стоит на месте: вина постоянно растут в качестве, а стилистика отвечает последним запросам рынка. Соответствует содержанию и образ бренда. Подтверждение тому – недавнее присуждение одной из самых солидных международных наград в категории Brands & Communication Design 2020.

О популярности бренда свидетельствуют цифры: за последние 50 лет было продано более 330 миллионов бутылок Erben. Согласитесь, круто – как склоны берегов Мозеля!

D`o`C_документ

Винодельческое предприятие, сегодня именуемое F.W. Langguth Erben GmbH & Co.KG (Franz Wilhelm Langguth Erben GmbH & Co. KG), было основано в 1789 году Францем Вильгельмом Ланггuthом. Сегодня управляется седьмым поколением виноделов (в 2015 году руководителем компании стал

Патрик Ланггuth). Группа компаний, базирующаяся в Трап-бен-Трапбахе на Мозеле, является одним из самых известных в мире немецких поставщиков вина. Имеют собственные виноградники в важнейших винодельческих регионах Европы. Ассортимент вин включает марки Erben® Wein, Medinet®,

Toscanello®, Mario Ferrini®, Sontino BioVegan®, Copa del Sol BioVegan®, Edler Vom Mornag®, Langguth Himmlisches Tröpfchen® и южноафриканский бренд Kaya Fairtrade®.

В группу Langguth также входят винодельни H. Sichel Söhne (включая Blue Nun®) и Villa W® Weinmanufaktur.

Дополнительная информация: erben.wine
Julia Vertgeym International Sales Director
julia.vertgeym@langguth.wine, www.langguth.de



Erben®



red^{dot} winner 2020
brand design

**ONE OF THE
THE LEADING
GERMAN
WINE BRANDS.
SINCE 1964.**

erben.wine

Роберт Джозеф

«Маркетинг и дистрибуция, особенно direct-to-customer, станут важнее, чем когда-либо»

Журнал Decanter назвал его одним из 50 человек, повлиявших на потребление вина в XXI-м веке. Влиятельный Роберт Джозеф поделился с D'O'C наблюдениями за этими изменениями.

Роберт Джозеф — консультант по редакционным вопросам и обозреватель Meininger's Wine Business International, винный корреспондент London Sunday Telegraph, автор 27 книг о вине, включая French Wines, Bordeaux and its Wines и The Complete Encyclopedia of Wine.



D'O'C: Господин Джозеф, Вы обладаете уникальным и разнообразным опытом. Что сейчас важно для Вас, чем интереснее всего заниматься в винной сфере?

Роберт Джозеф: Создавать вина (я работаю над проектом в Грузии) и открывать для себя новые.

D'O'C: После окончания работы над Вашей книгой The Future of Wine has Changed прошел почти год, очень непростой для винного мира. Что бы Вы сейчас добавили либо изменили, учитывая сегодняшнюю ситуацию?



Я искренне верю, что в ближайшее время огромные «винные стены» в супермаркетах останутся в прошлом.

Р.Д.: На самом деле, тираж был отложен, и я рад возможности пересмотреть некоторые из моих предположений. Единственное, в чем я по-прежнему уверен, это рост цифровой коммуникации (онлайн-дегустации, виртуальная (virtual) и дополнительная (augmented) реальности), а также дистрибуции. Я искренне верю, что в ближайшее время огромные «винные стены» в супермаркетах останутся в прошлом.

D`O`C: Если говорить о виноделии, как о части мировой экономики, на Ваш взгляд, произошедшие изменения являются положительными и были прогнозированными?

Р.Д.: Что касается виноделия, мы увидели относительно немного изменений по сравнению с другими секторами. В большинстве стран значительная часть вина все еще продается в супермаркетах в стеклянных бутылках по 75 мл. Существует общее сопротивление производству премиальных тихих вин посредством брендинга по регионам, и даже самые дешевые вина, как правило, имеют винтажность.

Но изменения происходят. С одной стороны, феномен натурального вина, который изначально был связан с любительским производством вин с дефектами, превращается в нечто весьма интересное. Так что совершенно очевидно, что как и в свое время Nouvelle Cuisine в 1970-х годах сократила использование муки, сливок и масла в кулинарии, категория natural wine будет стимулировать виноделов минимально вмешиваться в производство.

Множество инновационных премиальных blends, особенно красных в США (не базирующихся на французских традициях) теперь продаются по цене до 100 долларов. В Европе с винами, принадлежащими к той же категории, что и Vin de France, можно проводить больше экспериментов и производить значительные объемы с неизменным качеством и стилем. На рынок выходят так называемые мультивинтажные вина – даже от таких престижных виноделов, как Opus One. Однако к этой новинке в основном по-прежнему относятся с недоверием.

Что касается упаковки. В то время как тяжелые винные бутылки довольно пред-



60% маркетингового бюджета должно быть потрачено на построение бренда, а не на скидки для «ценовой эластичности» в сознании потребителя. Акции дают противоположный эффект: они заставляют ассоциировать бренд с низкими ценами, заниженной оценкой.

сказуемо разочаровывают тех, кто заботится об окружающей среде, наблюдается переход к более экологическим вариантам. Таким как алюминиевые банки и кеги (легкие и почти бесконечно пригодные для повторного использования), которые позволяют подавать вино на разлив в on-trade сегменте.

Все эти изменения являются положительными. Многим традиционалистам не нравится появление инноваций. К примеру, таких вин, как выдержанные в бочках из-под виски и рома или ферментированные с использованием пивных дрожжей. С моей точки зрения, все, что вызывает интерес к вину, следует приветствовать. Особенно в то время, когда глобальное потребление упало (еще до появления коронавируса) и демонстрирует слабые признаки краткосрочного возврата к положительной динамике.

D`O`C: В условиях изменения климата мы уже производим новые вина, изменяем винное законодательство,

которое регламентирует производство, на рынок выходят новые винные страны с более высоким, чем прежде, качеством. Как Вы считаете, мы находимся на этапе принятия изменений и будем подстраиваться, либо на стадии их отрицания – и, соответственно, будем с ними пытаться бороться?

Р.Д.: Все будет зависеть от ситуации. Многие традиционные винные модели сталкиваются с экзистенциальным кризисом. Мерло в Бордо становится все менее жизнеспособным. Редкий случай, если вообще когда-либо удастся, – сделать красное бургундское с уровнем 12% алкоголя, как в 80-х. Будет ли Пино Нуар жив-здоров через 30 лет?

Отношение к изменениям будет варьироваться от региона к региону и от производителя к производителю. Будут развиваться новые субрегионы. Когда я жил в Cote de Beaune, наблюдал, как местные виноделы пытались добиться от своего винограда уровня алкоголя в 10%, а вина редко заслуживали внимания. Однако сейчас бургундский экс-



Сейчас выделение 20% на маркетинговый бюджет является общим для игристых вин и спиртных напитков; с тихим вином этот показатель ближе к 5%.

перт Джаспер Моррис (Jasper Morris) смело рекомендует вино из винограда, выращенного в моей старой деревне.

Бургундия не спешит отказываться от своей нынешней и исторической моносортовой модели. Бордо всегда представляло бленды, и региональный закон уже позволил производителям использовать немного иной сортовой состав. Франчакорта сделала то же самое. Другие регионы также последуют тем же изменениям.

D`O`C: Существует большой разрыв между потребителями и теми, кто обладает глубокими техническими знаниями о вине. Что нужно сделать производителю, чтобы донести вино до потребителя?

P.Д.: Производителям, продавцам следует остановиться и задуматься над тем, как мало потребитель знает о чае, кофе, пиве или спиртных напитках... Как только они признают отсутствие врожденного желания знать больше о вине, они смогут думать о том, как общаться более успешно – вести двусторонние беседы со своими клиентами, а не читать скучные лекции.

D`O`C: Вы говорили, что рынок вина чрезвычайно разнообразен и насыщен, и бренду на нем очень легко потеряться. Что просто хорошего качества сегодня недостаточно для продаж. Расскажите, пожалуйста, подробнее, как в этой ситуации действовать? Какой процент

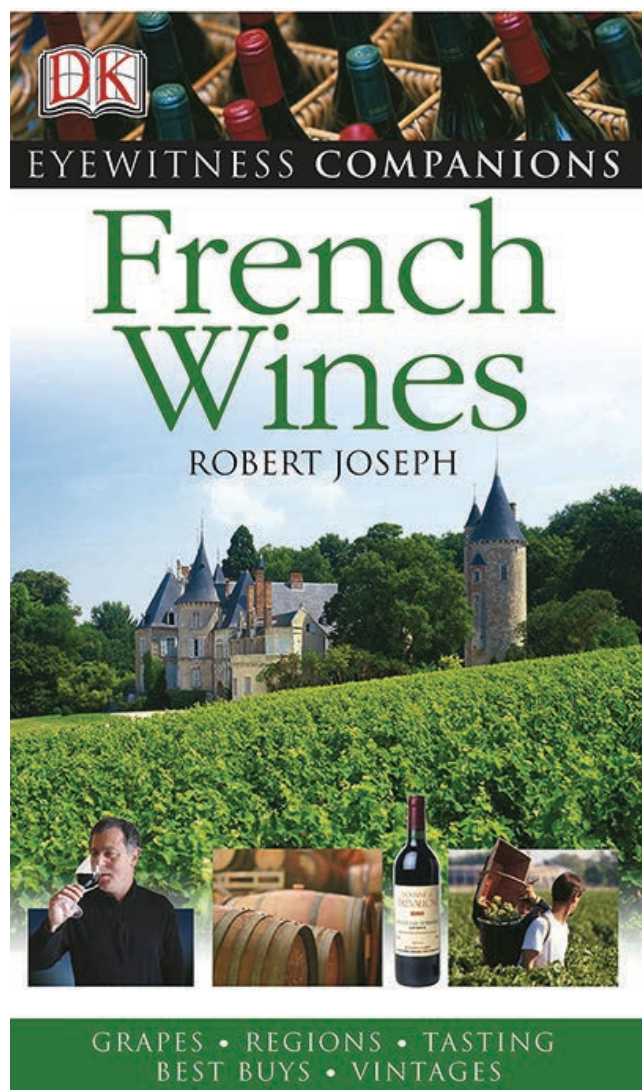
В 1980-х годах было 20 000 бордоских шато. Сегодня их менее 6 000. Думаю, это число сократится вдвое в течение десятилетия.

маркетингового бюджета необходимо тратить на продвижение, какие ресурсы стоит задействовать, на Ваш взгляд?

Р.Д.: Вспомню о нашей недавней веб-трансляции на Real Business of Wine. Так вот, эксперт по рекламе и маркетингу Том Льюис (Tom Lewis) подсчитал, что 60% маркетингового бюджета должно быть потрачено на построение бренда, а не на скидки для «ценовой эластичности» в сознании потребителя. Акции дают противоположный эффект: они заставляют ассоциировать бренд с низкими ценами, заниженной оценкой. Сейчас такой ценовой политики и маржи недостаточно для успешной продажи вина.

В других секторах обычно добавляют 20 центов на маркетинг сверх каждого доллара, который тратится на производство продукта. Сейчас выделение 20% на маркетинговый бюджет является общим для игристых вин и спиртных напитков; с тихим вином этот показатель ближе к 5%.

Основная причина такой ситуации – ценообразование, которое слишком часто основано на том, какие цены поставили соседи, или на том, что «приемлемо» для наименования или сорта. Помимо меньшинства, чье уже признанное качество позволяет им избежать этой участи – или таких, как Bottega в Италии с их мастерством в упаковке и



маркетинге – это неизбежная гонка... на дно.

Такая ситуация усугубляется продажами в супермаркетах, которые требуют низких цен и скидок. Фирменные, но слабо продаваемые вина стоят на полках рядом с хорошо упакованным собственным брендом ритейлера. И часто проигрывают битву.

D`O`C: В последнее время вина начинают производиться в не типичных винных регионах – Англии, Дании и Голландии, Таиланде. Также на мировом рынке выходят бренды из Восточной Европы, появляются новые вина (к примеру, так называемые кроссоверные). Значит ли это, что конкуренция на рынке вина находится в самой активной фазе или конкуренция будет обостряться?



Небольшие гибкие производители (менее 10 000 кейсов) с низкими затратами и локальными продажами и/или продажами с высокой стоимостью вне региона происхождения – выживут и, возможно, будут процветать.

Р.Д.: Конкуренция не замедлится, так как появляются новые регионы и стили. Но я ожидаю, что количество производителей и дистрибьюторов сократится. Поскольку крафтовые пивоварни преуспевают, их покупают более крупные предприятия, и я ожидаю, что такая ситуация ждет и винную отрасль. В 1980-х годах было 20 000 бордоских шато. Сегодня их менее 6000. Думаю, это число сократится вдвое в течение десятилетия. И финансовый кризис, как последствие Covid-19, ускорит этот процесс.

D`O`C: Можете предсказать, как в ближайшее время изменятся вкусы и спрос, что станет особенно модным, популярным?

Р.Д.: Если бы я мог предсказать что-либо с определенной долей точности, я был бы намного богаче 😊. Но могу сказать, я предвижу продолжающуюся поляризацию между эзотерическими «натуральными» и «традиционными» винами и более привлекательными для

публики примерами, созданными для удовлетворения общественных вкусов, а не исторических моделей.

D`O`C: В связи со сменой климата и вкусовых предпочтений, какие из некогда аутсайдерских вин могут занять лидирующие позиции?

Р.Д.: Хороший вопрос. Одним очевидным ответом являются бленды из стран с засухоустойчивыми сортами. Это могут быть такие страны, как Греция и Турция. С другой стороны, очевидно, что с повышением температуры регионы с прохладным климатом, такие как Великобритания и северная Франция, также выиграют.

D`O`C: Как, по Вашему мнению, повлияло развитие социальных медиа на винный бизнес?

Р.Д.: Очень сильно. Это позволило мелким производителям коммуницировать с более крупными, а потребителям учиться друг у друга.



D`O`C: Что Вы думаете о влиянии на потребителя мнения журналистов, Инстаграм-блоггеров? Можно ли ожидать переворотов такого масштаба, как сделали в свое время Паркер для Бордо или Спурье для Калифорнии?

Р.Д.: Я считаю, что Паркер был уникальным, просто феноменом. Я не знаю никого с таким уровнем влияния – в том числе в других секторах экономики. Роль Спурье в содействии развитию Калифорнии была, по сути, разовой. «Черные лебеди» по своей природе непредсказуемы, но средства массовой информации и коммуникации изменились с 70-х и 80-х годов. Скажем, недавние дегустации в стиле Judgment of Paris оказали несравнимо меньшее впечатление и влияние.

D`O`C: Кого из энологов мира Вы считаете самым талантливым, а может, и гениальным?

Р.Д.: Их так много – слишком много, чтобы выбрать одного. Понимаю, что немодно так говорить, но Мишель Роллан оказал очень позитивное влияние на винный мир на международном уровне. Его вклад в такие великие вина, как Château Ausone, Ornellaia и Araujo, и в такие регионы, как Мендоса в Аргентине, невозможно переоценить.

Эти вина необычны тем, что созданы с нуля винным писателем с мыслями потребителя. Мне часто нравится говорить, что Le Grand Noir, который я люблю пить дома, кстати, сделан для людей, которые не стали бы читать книги о вине, которые я писал.

D`O`C: Какой стиль вин Вам особенно близок?

Р.Д.: Мне нравятся многие стили, но особенно близки бургундские, немецкие и австрийские белые, Рона и Италия. Я, наверное, пью бордо меньше, чем многие традиционные винные профессионалы.

D`O`C: Расскажите, пожалуйста, о винных Домах, совладельцем которых Вы являетесь, – Greener Planet и Le Grand Noir.

Р.Д.: Эти вина необычны тем, что созданы с нуля винным писателем с мыслями потребителя. Мне часто нравится говорить, что Le Grand Noir, который я люблю пить дома, кстати, сделан для людей, которые не стали бы читать книги о вине, которые я писал. Они созданы, чтобы быть восхитительными, прежде всего, но также и последовательными по стилю и качеству – то, чего, на самом деле, не хотят многие винные энтузиасты. Их также легко пить – без выдержки в погребе, декантации или сочетания с определенным блюдом. Наконец, они бывают самых разных стилей: их 14, но все из одного и того же места и винограда.

Для того, чтобы этого добиться, мы выбрали подход, как с шампанским: смешиваем вина с разных высот, почв,

Один сценарий предполагает повторение дичайших перегибов 1920-х годов после Первой мировой войны и «испанского гриппа». Другой, – что грядет большой экономический кризис.



сторон и микроклиматов – 7000 га виноградника, с которыми мы работаем в регионе Minervois в Лангедоке на юге Франции. Большинство наших вин относится к классификации IGP/Vin de Pays, что дает нам широкую свободу для экспериментов с купажами и стилями. Я с гордостью могу сказать, что они достаточно хороши, чтобы подаваться в ресторане Гордона Рамзи Savoy Grill в Лондоне. И при этом вина доступны по цене и достаточно просты для того, чтобы взять их на пикник.

Greener Planet – это другой проект, в рамках которого мы в одном и том же регионе намеревались производить привлекательные по цене вина, которые были бы органическими, безвредными для окружающей среды и общества. Когда мы запустили проект в 2007 году, я думаю, это было слишком рано. Но сейчас, возможно, настал его момент. Стилистически вина более ориентированы на терруар, чем Grand Noir, и не выдерживаются, к примеру, в дубе.

D`O`C: Как, на Ваш взгляд, отразится пандемия на виноделии?

Р.Д.: Пока слишком рано говорить о том, как пандемия повлияет на отрасль, но в виноделии она, вероятно, ускорит

процесс автоматизации – для производителей, которые могут позволить себе инвестиции. Что касается отрасли в целом, то все зависит от экономики. Один сценарий предполагает повторение дичайших перегибов 1920-х годов после Первой мировой войны и «испанского гриппа». Другой, – что грядет большой экономический кризис. К сожалению, я ожидаю, что последнее более вероятно, особенно потому, что мы уже «опоздали» со спадом в 10-летнем цикле, который мы наблюдали в новейшей истории.

В этом случае есть вероятность того, что сильные бренды (в том числе собственные бренды дистрибьюторов) станут сильнее. Небольшие, гибкие производители (менее 10 000 кейсов) с низкими затратами и локальными продажами и/или продажами с высокой стоимостью вне региона происхождения – выживут и, возможно, будут процветать. Пострадают производители в диапазоне от 10 000 до 150 000 кейсов, если они не создали необычайно сильные бренды и дистрибуцию. Маркетинг, коммуникация и дистрибуция, особенно direct-to-customer, станут еще важнее, чем когда-либо.



Блиц-опрос

D`O`C: Если бы Вы не пришли в винный бизнес, то стали бы...

Я, вероятно, все еще был бы журналистом. А, может, юристом или исследователем. Я люблю открывать для себя новые вещи и идеи, и ставить под сомнение статус-кво.

D`O`C: Как строится рабочий день: во сколько подъем, первоочередные дела, в котором часу день завершается?

Я встаю довольно рано – около 6.30 утра и часто начинаю работать в 8 утра. Мои дни разнятся, но часто я все еще работаю в 8 вечера.

D`O`C: Любимое вино, которое можете выпить по будням и самое дорогое, – которое пьете по праздникам.

Я люблю бленды с Гренаш – от нашего Grand Noir GSM, Chateauneuf du Pape и испанскую гарначу. Для особых случаев – красная бургундия, возможно, из Volnay или Vosne-Romanée.

D`O`C: Самый интересный для Вас винный регион.

Вероятно, Италия – из-за разнообразия ее вин.

D`O`C: Любимая книга?

Первая книга Хью Джонсона WINE – теперь уже не переиздается. Была той, которая подтолкнула меня к этой теме еще в 1970-х годах.

D`O`C: Фильм о вине?

Не уверен, что люблю какие-либо из них... Лучшие, на мой взгляд, в том числе и «На обочине», нельзя назвать фильмами о вине. Это хорошие истории в винной среде. Недавний «винный фильм» Netflix «Откупоренные» – действительно, приятный фильм о семье. Мне нравилось, как пили вино в фильме «Пир Бабетты». Из документальных я бы выбрал «Кислый виноград».

D`O`C: Хобби?

Чтение, прогулки, фотография, люблю слушать музыку...

D`O`C: Благодарим Вас за интересные ответы и уделенное время!



ProWein-2021.

Боевая готовность

Директор Wine & Spirits Messe Düsseldorf GmbH Бастиан Мингерс рассказывает, как продвигается работа по организации одного из самых масштабных событий винного рынка.

Подготовка к ProWein-2021 идет полным ходом. Последствия Covid-19 и действующие в настоящее время правила безопасности требуют существенных корректировок. Что изменится в 2021 году для знаменитого мероприятия?

Организаторы рассказывают, что билеты, приобретенные в Ticketshop, и билеты, сгенерированные из ваучеров участников, как и раньше персонализированные. Принято решение

продлить ProWein-2021 на два дня и ограничить по количеству посетителей в выставочных залах. Посещаемость ограничили до 10000 посетителей в день, а это значит, что купить 10001 билет будет невозможно. Количество участников на стендах уменьшится.

Планировка зала не будет поддаваться трансформации, а это означает, что экспоненты сохранят свои стенды 2020 года. Им не нужно увеличивать или уменьшать размер стенда! Одна-





Экспоненты и посетители будут считаться бизнес-путешественниками с уважительной причиной, и им разрешат въезд в Германию.

ко конструкция должна быть адаптирована к условиям Covid-19.

Недавнее решение правительства Германии может оказать положительное влияние на выставочный бизнес в целом: экспоненты и посетители будут считаться бизнес-путешественниками с уважительной причиной, и им разрешат въезд в Германию, даже если они из зоны повышенного риска.

Все лица должны предъявить справку об отрицательном результате теста на коронавирус и документ, под-

тверждающий их участие в выставке (входной билет на мероприятие), плюс подтвердить спланированную деловую встречу (хотя бы с одним экспонентом ProWein-2021).

Сотрудники компаний-экспонентов должны предоставить подтверждение своего участия в выставке от организатора мероприятия. Для участников из стран, на которые распространяется визовый режим, также необходимо предоставление вышеуказанных документов плюс деловая





виза. Сотрудники компаний-экспонентов из визовых стран освобождаются от визового сбора.

Одним из ключевых моментов является то, что билеты для посетителей будут продаваться исключительно онлайн. Приобрести билеты на месте невозможно. Ожидается, что Ticketshop заработает в январе 2021 года. Билеты, приобретенные для ProWein-2020, являются действительными. С этой группой профессиональных посетителей свяжутся по электронной почте в конце текущего года и сообщат детали.

Существует ряд вопросов касательно гигиены и безопасности, над которыми мы все еще работаем. Например, чаши для сплевывания... Да и вообще, будут ли организовываться

крупные дегустации/дегустационные площадки. Эти вопросы еще открыты.

Также в списке дел дальнейшее развитие цифровых форматов. И здесь ProWein может дать решающий импульс. Я имею в виду, например, инструмент Matchmaking Tool, который был успешно представлен на рынке во время последнего ProWein и получил одинаково высокое признание как среди экспонентов, так и среди посетителей.

Третий крупный проект – это бизнес-отчет, который мы опять будем готовить в сотрудничестве с Geisenheim University: в центре внимания находится Covid-19 и его влияние на международную винную и алкогольную промышленность.

ПРАЗДНИЧНЫЙ



-й спецвыпуск

Drinks+ станет особенным:

он выйдет в формате альманаха-путеводителя по странам, где побывала редакция за 27 лет работы.

Формат: принт + электронные версии – на русском и английском языках.

Юбилейный номер Drinks+ будет распространяться на протяжении 2021 года на международных выставках и мероприятиях, а, кроме того, по уникальной базе персональных адресов международных импортеров и дистрибьюторов, а также сферы HoReCa и Retail (всего свыше 20000 адресов).

Приглашаем к участию в выпуске:
dimdi@ukr.net, тел.: +380 67 447 4578





Гиорги Иукуридзе, учредитель компании SHABO:

«У нас в офисе висит цитата Роберта Джозефа, взятая в одной из статей Drinks.ua: «Как только производители и продавцы признают отсутствие врожденного желания знать больше о вине, они смогут думать о том, как общаться со своими клиентами более успешно». Спасибо всей редакции Drinks+ за то, что 27 лет вы создаете настолько классные материалы, что их хочется цитировать. Делать это три десятка лет подряд – определенно признак мастерства. Своим примером вы доказываете, что издания, как и вино, с годами становятся все лучше и лучше. От всей команды SHABO искренне желаю вам классных проектов, вдохновляющих идей и еще минимум десять раз по тридцать!».

200



**Фиона Моррисон
и Жак Тьенпон
(Le Pin, Pomerol):**

ПОЗДРАВЛЯЕМ DRINKS+ С 200-ЫМ ВЫПУ-
СКОМ! И пусть у вас будет еще много рели-
зов. С наилучшими пожеланиями из Бордо!».

200



**Фелисити Картер,
главный редактор Meininger's
Wine Business International:**

«Я большой поклонник журнала Drinks+ и считаю, что его материалы авторитетны, превосходно написаны и надежны с точки зрения фактажа. В то время, когда в мире многие журналы закрываются, я покоре- на тем, что Drinks+ набирает силу. С наилучшими пожеланиями в последующих за 200-м выпусках!».



**Роберт Гулиев,
глава корпорации
«Одессавинпром»:**

«Для виноделия нашей страны важен журнал "Drinks+" и мне приятно ощущать себя причастным к его существованию. Вместе с виноделами он прошел через многие испытания постоянно штормящего рынка, и продолжает объединять нас в общую команду приверженцев высоких стандартов качества. Юбилейный 200-й номер включает множество смыслов. Один из них в том, что мы поддерживаем журнал – без государственных средств, сделав его трибуной своего профессионального сообщества».

Реклама В ОНЛАЙН

– тренд 2021 года!



Будь в тренде
с Drinks'O'Clock!

[ПОДРОБНЕЕ](#)