

WINE

Неделя

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

18+

ИНФОРМАЦИОННОЕ ВИННОЕ ОБОЗРЕНИЕ

№ 4 (95)
Апрель 2026

СОБЫТИЯ



Открыта регистрация на конкурс сомелье «Балтийский кубок – 2026»

Стартовала регистрация участников XXIV профессионального конкурса сомелье «Балтийский кубок – 2026», который будет проходить 27–28 мая 2026 года в Санкт-Петербурге, в «Гранд-отеле Эмеральд».

Проект реализуется ООО «Балтийский кубок» при поддержке Петербургской ассоциации сомелье. В конкурсе могут принять участие все, чьи личные и профессиональные интересы связаны с миром вина и напитков. Официальный язык конкурса – русский.

В прошлом году в открытом конкурсе сомелье «Балтийский кубок – 2025» приняли участие 64 конкурсанта из Санкт-Петербурга и Москвы, Уфы и Тюмени, Иркутска и Севастополя. Победу одержал бренд-амбассадор компании Fort Wine Денис Юрченко из Москвы. Его результат – 72,9%. Это уже вторая победа Дениса на конкурсе. Ранее он завоевывал «Балтийский кубок» в 2021 году.

(Продолжение на стр. 3)

АЛЕКСЕЙ СИДОРОВ:

«РОССИЙСКОЕ ВИНОДЕЛИЕ РАЗВИВАЕТСЯ, И МЫ, СОМЕЛЬЕ, ДОЛЖНЫ УЧАСТВОВАТЬ В ЭТОМ РАЗВИТИИ»

С момента нашего последнего интервью с президентом Российской ассоциации сомелье (РАС) Алексеем Сидоровым, которое вышло в марте 2021 года, прошло пять лет. О том, каковы главные итоги работы РАС за прошедшее время, какие проекты удалось реализовать полностью, а какие находятся в стадии активной разработки, главный российский сомелье рассказал газете Wine Weekly.

– Пять лет пролетели очень быстро. С одной стороны, жаль, что время так быстро прошло, а с другой – за это время было сделано очень много. В непростые времена, которые переживает весь мир, наша профессия в России продолжает развиваться – и при этом очень большими шагами.

Что мы сделали? В первую очередь провели 20 отборочных туров: 5 Уральских кубков в Екатеринбурге, 5 Южных кубков (в Краснодаре, Сочи и Ростове), 5 Московских и 5 Санкт-Петербургских. Если учесть, что в каждом из этих конкурсов участвовало в среднем по 30 человек, а в некоторых – до 70, то за 5 лет это почти 750 человек. Это большие цифры. Люди участвуют, появляется много новичков, что не может не радовать. Это конкурс не только для тех, кто хочет побеждать из года в год, но и для тех, кто хочет попробовать себя и понять, что такое профессионализм, теория и практика.

(Продолжение на стр. 2)



СОБЫТИЯ



Объявлен состав участников «Ярмарки премиальных российских вин»

Оргкомитет представил список виноделен, принимающих участие в «Ярмарке премиальных российских вин», которая с 23 по 26 апреля будет проходить в московском пространстве «Депо» (ст. метро «Белорусская»).

Организатором проекта выступил президент Российской ассоциации сомелье Алексей Сидоров при участии Федерации рестораторов и отельеров России (ФРИО), а также Ассоциации виноградарей и виноделов России (АВВР).

Мероприятие задумано как главная городская площадка для знакомства с ведущими отечественными винодельнями и их лучшими винами, что отражает тренд на движение российского виноделия в сторону качественного премиального сегмента.

(Продолжение на стр. 2)

НА КОНКУРСЕ «ВИННАЯ КАРТА РОССИИ – 2026» ВЫБЕРУТ ЛУЧШИЕ ВИНА ДЛЯ РЕСТОРАНОВ

С 11 по 14 мая 2026 года на территории эногастрономического курорта «Абрау-Дюрсо» будет проходить третий ежегодный дегустационный конкурс «Винная карта России» – знаковое событие для индустрии гостеприимства и отечественного виноделия.

Уникальность проекта заключается в экспертном совете: судьями конкурса выступают действующие шеф-сомелье ведущих ресторанов, отелей и крупнейших ресторанных групп страны. Именно они ежедневно формируют винные тренды и работают с гостями в сегменте HoReCa. Организатор события – портал о российском вине VINO.RU. Генеральный инфор-

мационный партнер – путеводитель 50 Best Tastes of Russia.

Каждый член жюри формировал список из 30 лучших вин России по своему выбору. Ключевой критерий отбора – «вино, с которым я работаю и которое готов рекомендовать». Помимо органолептических свойств, жюри оценивают профессиональный уровень маркетинга винодельни, стабильность качества и успешный опыт партнерства с ресторанами. Это делает конкурс максимально ориентированным на реальный рынок и бизнес-задачи индустрии. Далее все списки были объединены в лонг-лист, в который вошли около 250 вин из более 70 виноделен таких винных регионов России, как Кубань, Долина

Дона, Крым, Северная Осетия – Алания, Дагестан, Кавминводы, а также Нижняя Волга.

Оценка в финале будет проводиться по международной 100-балльной системе. Не менее 100 вин, набравших наивысшие баллы по итогу финальной дегустации в четырех категориях (белые, розовые, красные тихие вина и игристые вина по классическому методу), составят итоговую «Винную карту России – 2026». Результаты официально объявят 14 мая 2026 года.

По сравнению с предыдущим годом, состав жюри увеличился почти вдвое. В экспертный состав вошли 13 действующих шеф-сомелье.

(Продолжение на стр. 2)



СОБЫТИЯ

(Продолжение. Начало на стр. 1)



Объявлен состав участников «Ярмарки премиальных российских вин»

На ярмарке будет проведена дегустация премиальных российских вин, а также будут организованы прямые продажи от производителей. Организаторы подготовили более 30 мастер-классов, интерактивные форматы, включая винное казино и розыгрыши. Гости смогут напрямую общаться с виноделами и экспертами, заводить новые знакомства и полезные контакты. Первым 50 посетителям в первый день работы ярмарки будут вручены сувениры.

Винодельни, принимающие участие в «Ярмарке премиальных российских вин»:

Olymp Winery, «Бельбек», «Олег Репин», «Шумринка», «Имение „Сикоры“», «Шато де Талю», «Скалистый Берег», Mantra Estate, «Золотая Балка», Loco Cimbali, «Усадьба Мезыбь», «Николаев и сыновья», «Усадьба Маркотх», «Галицкий & Галицкий», «Шато Ай-Даниль», «Усадьба Дивноморское», «Криница», «Дом крымских вин», «Валерий Захарьин», «Агролайн», «Сенетх», Cloudy Winery, «Зимовец», «Андрюс Юцис», «Виктор Шашко», Vipo & Nebo, «Михаил Колесников», «Цимлянские вина», «Валерий Логинов», Leto. Проект объединит виноделов, экспертов и любителей вина на одной площадке. По замыслу организаторов премиальное вино – это не только высокая цена, но прежде всего качество, внимание к деталям, уникальный терруар, мастерство винодела и потенциал к выдержке. Мероприятие будет проходить четыре дня, чтобы каждый мог выбрать удобное время для посещения. Часы работы: в четверг – с 15:00 до 20:00, в пятницу, субботу и воскресенье – с 12:00 до 20:00.

Подробнее об условиях участия:
<http://sommelier.ru/yarmarka2026>

АЛЕКСЕЙ СИДОРОВ: «РОССИЙСКОЕ ВИНОДЕЛИЕ РАЗВИВАЕТСЯ, И МЫ, СОМЕЛЬЕ, ДОЛЖНЫ УЧАСТВОВАТЬ В ЭТОМ РАЗВИТИИ»

(Продолжение. Начало на стр. 1)

Нас поддерживают крупнейшие российские винные дома, которые стали нашими многолетними партнерами. Конечно, стратегические партнеры на протяжении всех этих лет поддерживают и спонсируют наши конкурсы. При этом необходимо отметить, что 60–70% партнеров сегодня представляют российское виноделие.

– За эти годы конкурсная система РАС серьезно трансформировалась: появилась сеть региональных отборочных туров, а финал Российского конкурса сомелье в 2026 году собрал 40 участников из 10 городов. Можно ли говорить, что выстроенная система отбора себя оправдала? Какие корректировки в нее планируется внести в ближайшие годы?

– Система полностью себя оправдала. У нас есть свои победители, и каждый год уровень участников растет. Что

касается корректировок, мы планируем расширять географию и привлекать больше участников из регионов. Также хотим усовершенствовать систему оценки, сделать ее еще более прозрачной и объективной.

– В интервью 2021 года вы говорили о планах открыть филиал в каждом российском регионе. За прошедшие пять лет РАС удалось создать сеть региональных ассоциаций. Как сегодня охват регионов? В каких субъектах Федерации филиалы уже действуют, а где их открытие остается приоритетом?

– Я считаю, что этого недостаточно. Региональные ассоциации развиваются очень медленно. Юридически мы с ними никак не пересекаемся – это не наши официальные филиалы. Поэтому мы никак не можем повлиять на скорость создания новых региональных ассоциаций.

– Как сегодня строится работа



с региональными ассоциациями? Насколько они самостоятельны? Есть ли у РАС централизованная программа поддержки региональных лидеров?

– Каждый регион выбирает своего лидера, создает свой союз, свою ассоциацию и сам вырабатывает программу развития. Я, по сути, как старший брат, рекомендую, подсказываю, даю направление. А дальше они действуют в рамках своей программы и структуры. К сожалению, эту структуру никто не видит, кроме них самих. Развитие региональных ассоциаций пока недостаточное, хотя есть определенные сдвиги в лучшую сторону. К примеру, Уральская ассоциация сомелье часто собирается, проводит свои мероприятия. Петербургская тоже развивается – за последние 12 лет там сменилось три президента. Но хотелось бы больше видеть их работу. Для этого нужно активнее рассказывать о себе в соцсетях, анонсировать мероприятия и т.д. О Дальневосточной ассоциации вообще не слышно – находится далеко, и что там происходит, непонятно.

К Краснодарской ассоциации тоже есть вопросы. В винодельческом

регионе, где вокруг виноградники и винодельни, ассоциация должна активнее продвигать российское вино и работать с сомелье. Правда, сейчас есть сдвиг в лучшую сторону: в Геленджике готовится к открытию винный город «Белый Мыс», и есть идея создать новую Краснодарскую ассоциацию. Хотят создать Сибирскую организацию ребята из этого региона. В последние два года молодые сомелье стали работать гораздо активнее, и я стараюсь помогать им своим опытом.

– Как сегодня выстраиваются отношения РАС с Международной ассоциацией сомелье (ASI)? Сохраняется ли членство России в этой организации, участвуют ли российские сомелье в международных конкурсах и аттестациях?

– Нас не исключили из Международной ассоциации, но отстранили на неопределенное время. Мы являемся пассивными участниками последние два года. Перед этим ASI устраивала проверки – были какие-то иноагенты, которые уехали из страны и пытались опорочить работу ассоциации, в том числе мою личную и наших партнеров. В течение двух лет они разбирались.

НА КОНКУРСЕ «ВИННАЯ КАРТА РОССИИ – 2026» ВЫБЕРУТ ЛУЧШИЕ ВИНА ДЛЯ РЕСТОРАНОВ

(Продолжение. Начало на стр. 1)

Состав жюри 2026 года: Светлана Ломсадзе, бренд-шеф-сомелье «Абрау-Дюрсо», эксперт vipo.ru (Москва); Дмитрий Кипелкин, шеф-сомелье Lucky Group (Москва); Артем Королев, шеф-сомелье отеля Stella Di Mosca (Москва); Дмитрий Савин, шеф-сомелье группы компаний Аркадия Новикова (Москва); Мария Сюркина, шеф-сомелье ресторана Oltremare (Москва); Павел Хохлов, шеф-сомелье сети ресторанов Asado Group (Екатеринбург); Зоя Баранова, шеф-сомелье ресторанных франшиз Максима Здрадовского (Калининград); Марина Ромащенко, шеф-сомелье ресторана Yiaia (Краснодар); Олег Коцуба, шеф-сомелье ресторана «Вишня Зо-

лотая» (Казань); Мария Мишенина, шеф-сомелье игровой зоны «Красная Поляна» и ресторана «Брунелло» (Сочи); Наталья Смирнова, шеф-сомелье группы компаний Red Wall Family (Нижний Новгород); Кристина Кочурова, шеф-сомелье ресторана «Белый ярычок» (Санкт-Петербург); Владислав Ежак, шеф-сомелье ресторана Bistrot De Luxe Home (Красноярск).

«В этом году конкурс выходит на новый уровень: мы расширяем состав жюри и его географию – впервые к работе комиссии присоединяются эксперты из Калининграда, Екатеринбурга, Казани и Нижнего Новгорода. Это особенно важно, поскольку каждый регион формирует собственную ресторанный культуру и вкусы

гостей. Принципиально, что в жюри работают только действующие сомелье – люди, которые ежедневно формируют винные карты и напрямую взаимодействуют с потребителем. Чем шире география, тем разнообразнее список вин и тем более объективной становится итоговая «Винная карта России». По сути, в нее входят вина, с которыми сомелье уже готовы работать в ресторанах. При этом мы сохраняем фокус на понятной «сотне» вин – это делает проект не только экспертным, но и прикладным инструментом для рынка», – отметила Светлана Ломсадзе, глава судейской коллегии конкурса «Винная карта России», бренд-шеф-сомелье «Абрау-Дюрсо».

«Конкурс выходит в новую эру своего развития: он становится заметно более значимым в профессиональном сообществе и завоевывает доверие отрасли. На объявлении результатов «Винная карта» не заканчивается: она продолжается в ресторанных фестивалях, в наших круглогодичных дегустациях с победителями и в приуроченных спецпроектах. Попадание в список лучших – большая гордость для виноделов и эффективный инструмент для продвижения их вин, ведь они появляются в картах ведущих ресторанов страны, сомелье которых не только приняли участие в конкурсе в качестве жюри, но и присмотрели для себя интересные позиции в свои же карты. Пожалуй,

это один из самых нативных форматов популяризации нашего виноделия в сегменте HoReCa A. От этого года ждем, конечно же, интриг – каждый раз в списке появляются «неожиданные фавориты», которые становятся настоящими звездами после конкурса», – прокомментировала Дарья Орлова, руководитель проекта VINO.RU. Сегодня проект является уникальным навигатором по отечественному виноделию: это и практическое пособие для сомелье, и качественный дорожный гид для энтузиастов. Итоговый список победителей служит подтверждением не только высокого качества напитка, но и его коммерческой перспективности в лучших заведениях страны.

Мы выслали им всю отчетность, и в конце концов они написали, что претензий больше не имеют. Думаю, это был политический ход: 25 лет мы в ASI, а проверять решили в тот момент, когда началась СВО.

Сейчас намечилось легкое потепление. Несколько недель назад мы написали им письмо с просьбой восстановить нас в правах. Нам не нужны их конгрессы и решения, но участвовать в международных конкурсах – даже не под флагом России, а просто как российские сомелье – очень хочется. Наши победители Российского конкурса сомелье (РКС) достойны двигаться дальше и показать, что они не хуже, а может и сильнее, иностранных специалистов. Ждем ответа: в мае на конгрессе ASI будет голосование о нашем возвращении.

– Насколько активно сегодня развивается сотрудничество с коллегами

из стран СНГ, БРИКС? Планируются ли совместные проекты?

– Есть контакты с Казахстаном, Беларусью, Арменией. Но я один как организатор – а один в поле не воин. Не все готовы поддерживать мероприятия, а их становится очень много. Все делается на партнерские, рекламные, спонсорские деньги. Партнеров на всех не хватает.

Я считаю настоящим партнерством долгосрочные отношения, а не партнерство ради одного мероприятия. Например, в Российской ассоциации 10 лет назад определились два стратегических партнера – Simple и Ludwig, и эта стратегия продолжается из года в год, мы не меняем их статус.

Что касается международных конкурсов, например конкурса с БРИКС, здесь нужен определенный подход. Спонсоры должны быть не только с российской стороны, но и с их



стороны. Место проведения должно меняться. Хотелось бы выйти на этот международный уровень. Но ASI ревностно относится к тому, когда страны сами проводят международные конкурсы. Мы должны согласовывать свои международные действия. Если они проголосуют против нас, тогда мы поставим их в известность, что будем делать свои международные конкурсы. Хотя в этом случае они могут запретить странам-участницам (тому же Казахстану или Армении) сотрудничать с нами. Будем разбираться после их голосования в мае.

– В 2015 году РАС разработала профессиональные стандарты для сомелье. Удалось ли за прошедшие пять лет закрепить статус профессии на законодательном уровне и сделать сертификацию массовой практикой? Сколько сомелье сегодня имеют официальное подтверждение

квалификации?

– За эти 5 лет мы провели свою аттестацию среди сомелье и кавистов. Люди, которые подают заявку на сертификат, проходят конкурсное задание и по результатам полученных баллов получают статус кависта, сомелье или эксперта. Таких людей прошло через аттестацию более 150 человек. 7 стали экспертами – это немного, потому что сдать на эксперта очень тяжело. Даже лучшие сомелье России, которые выигрывали конкурсы, несколько раз пытались это сделать и не набирали максимальное количество баллов. Но семерым это удалось. Больше половины получили сертификацию сомелье, остальные – аттестацию кависта.

Раньше наши сомелье платили деньги Международной ассоциации, переводили евро, получали задания и сдавали

(Продолжение на стр. 4)

СОБЫТИЯ

(Продолжение. Начало на стр. 1)



Открыта регистрация на конкурс сомелье «Балтийский кубок – 2026»

Второе место с результатом 66,3% занял петербуржец, сомелье ресторана La Vie Леонид Кирсанов. Третье место жюри отдало менеджеру по развитию компании «МАВТ ПРО» Тлегену Омарову из Тюмени, показавшему результат 65,6%.

Регистрационный сбор для участников конкурса составляет 1500 руб. (для членов Петербургской ассоциации сомелье (ПАС) – 750 руб.).

Подать заявку для участия в конкурсе можно до 21 мая (включительно), заполнив анкету по ссылке:

<https://somm-lc17.timepad.ru/event/3898676/>



Электронное издание: газета «Wine Weekly».

Свидетельство о регистрации Эл № ФС77-82457 от 10 декабря 2021 года выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций РФ.

Учредитель и издатель: ООО «Центр Медиа Инноваций»

Главный редактор: Смирнов А. В.

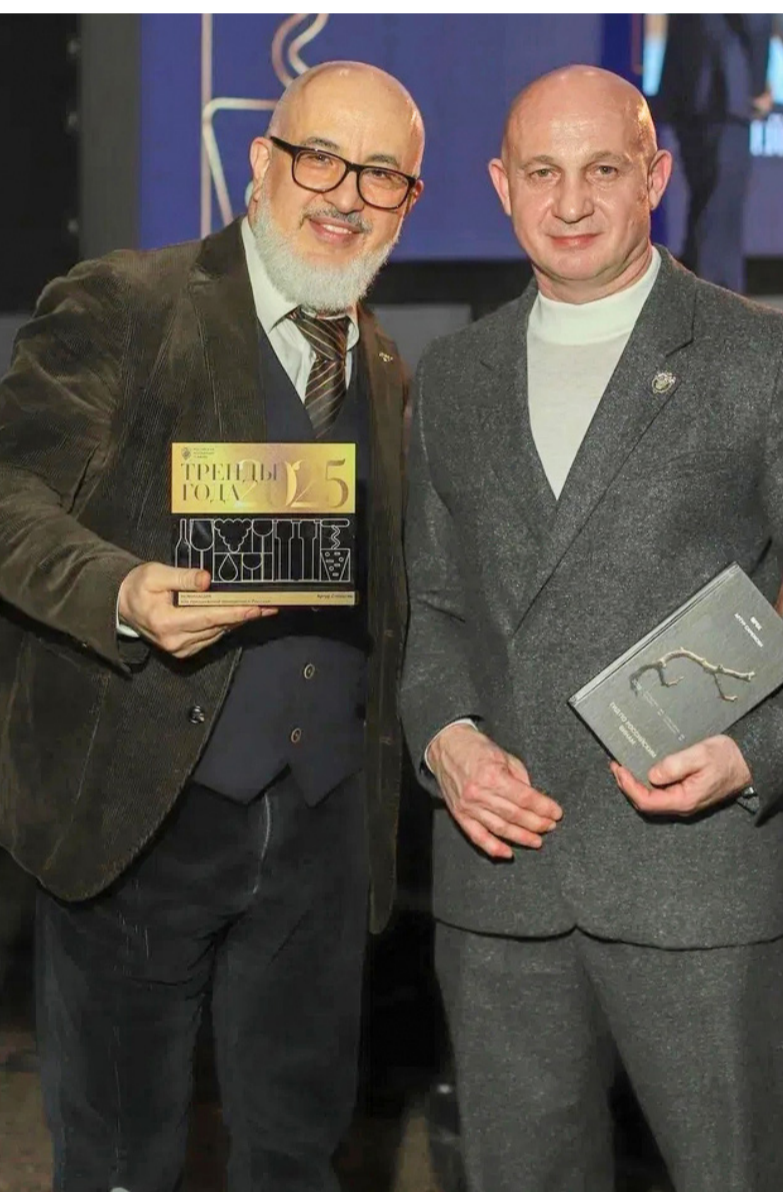
Адрес редакции: 199397, Санкт-Петербург, ул. Кораблестроителей,

д. 31, кор. 2, оф. 3.

Телефон: (812) 967-16-54,

e-mail: editor@provina.ru

Распространяется бесплатно посредством e-mail рассылки участникам винного рынка.



В МОСКВЕ ОБЪЯВИЛИ ПОБЕДИТЕЛЕЙ 10-ГО, ЮБИЛЕЙНОГО КОНКУРСА КАВИСТОВ



4 апреля 2026 года в московском отеле «Золотое Кольцо» прошел 10-й, юбилейный Всероссийский конкурс кавистов – единственное в России соревнование, направленное на объективную

оценку знаний, сенсорных навыков и профессиональной квалификации специалистов, работающих в сфере розничной торговли вином и крепкими алкогольными напитками.

Конкурс, разработанный ведущими экспертами индустрии, призван привлечь внимание к значимости профессии кависта, установить единые стандарты мастерства и стать точкой роста как для участников, так и для всей отрасли.

В 1/8 финала соревновались 20 специалистов. Им предстояло пройти слепую дегустацию, идентифицировать ароматы, продемонстрировать скорость сервировки и практические навыки. Задания охватывали знание ассортимента, работу с клиентом и отраслевые стандарты. Конкурсная программа была построена как многоуровневая система профессиональной оценки, охватывающая все ключевые аспекты работы: проверку дегустационных навыков и сенсорики, глубокого знания ассортимента и категорий алкогольной продукции, умения работать с клиентом и аргументированно презентовать выбор, а также понимания отраслевых стан-

дартов и профессиональной этики. По замыслу организаторов это позволяет не только выявить сильнейших, но и объективно определить общий уровень подготовки и профессиональной зрелости участников.

По итогам соревнований места распределились следующим образом. Победителем конкурса стал Сергей Саночкин из Екатеринбурга (винотека «Магнум»). Второе место занял Денис Банных из Москвы (торговый дом «Абрау»). Третье место досталось Павлу Шикову из Екатеринбурга (SimpleWine).

Соревнование проходило в несколько этапов. Регистрация участников была открыта до 23 февраля 2026 года и не имела ограничений по количеству. Отборочный онлайн-этап в формате дистанционного тестирования состоялся 28 февраля и 1 марта. Его успешное прохождение позволило 20 лучшим специалистам выйти в очный тур, который прошел 4 апреля в Москве. В течение

одного дня в отеле «Золотое Кольцо» состоялись напряженные состязания: 1/8 финала (20 участников), 1/4 финала (10 участников), полуфинал (5 участников) и финал, в котором определились трое призеров. Помимо самих соревнований, мероприятие стало площадкой для профессионального диалога и обмена опытом. Для гостей были организованы тематические мастер-классы и винный салон для дегустации.

Вечером того же дня, 4 апреля, в клубе LASKI в формате afterparty состоялась стендап-дегустация. Формат совмещал трехчасовую безлимитную дегустацию российских вин с юмористическими выступлениями представителей винной индустрии, которые делились абсурдными и реальными историями из профессиональной практики. После выступлений комиков дегустация продолжилась еще один час под музыку, после чего началась танцевальная часть.

СОБЫТИЯ

В Санкт-Петербурге в 6-й раз пройдет «Неделя Закупок Сетей на Неве»

С 17 по 18 июня 2026 года в Санкт-Петербурге, на территории выставочного комплекса DAA Expo, состоится VI «Неделя Закупок Сетей на Неве» – Buyers Week. Мероприятие соберет ключевых игроков FMCG-рынка: производителей, поставщиков, дистрибьюторов, закупщиков крупнейших розничных сетей и ведущих отраслевых экспертов.

В рамках выставки «Белые ночи» участники представят свои новейшие продукты и решения представителям федеральных и региональных торговых сетей. Центральным элементом деловой программы станет Центр закупок сетей™ – уникальная платформа для проведения индивидуальных встреч с байерами, где за два дня поставщики смогут провести до 40 переговоров, получить обратную связь по продукту и согласовать условия поставок.

Деловая программа включает более 80 выступлений экспертов, которые представят актуальные кейсы, аналитику и практические инструменты в сфере маркетинга, продаж, управления и брендинга. Одним из ярких событий форума станет формат «Сети говорят» – открытые интервью с топ-менеджерами федеральных торговых сетей, где будут озвучены стратегические планы развития крупнейших компаний отрасли. Для производителей предусмотрены специализированные конкурсы: «Выбор сетей», «Наша марка», «Инновационный продукт» и «Продукт ЗОЖ».

В рамках мероприятия в четвертый раз пройдет Buyers Week Fest – бизнес-фестиваль, объединяющий профессиональное развитие и неформальное общение. Участники смогут расширить круг полезных контактов в атмосфере петербургского гостеприимства, а вечерняя программа, включающая закрытый банкет на теплоходе и экскурсии по городу, позволит укрепить установленные в ходе дня деловые связи. Подробнее о программе мероприятия:

<https://buyersweek.ru/>

АЛЕКСЕЙ СИДОРОВ: «РОССИЙСКОЕ ВИНОДЕЛИЕ РАЗВИВАЕТСЯ, И МЫ, СОМЕЛЬЕ, ДОЛЖНЫ УЧАСТВОВАТЬ В ЭТОМ РАЗВИТИИ»

(Продолжение. Начало на стр. 1 – 3)

их. В 2022 году нас отстранили от международной деятельности, и мы приняли решение делать свою, российскую аттестацию.

– В 2026 году РАС выступила организатором сразу нескольких масштабных проектов: премии «Тренды года», «Ярмарки премиальных российских вин», традиционных конкурсов и Wine Picnic. Как вы оцениваете роль ассоциации в формировании событийной повестки российского винного рынка? Что из запланированного на ближайшие два года вы считаете самым амбициозным?

– Wine Picnic продолжает развиваться. В этом году 12 июня он пройдет в 12-й раз, в День России, как всегда традиционно. 11 лет он проходил за городом, последние 5 лет – в яхт-клубе. А в этом году пикник переезжает в Москву, в Крылатское, которое находится в 15 минутах от центра. Это прекрасная площадка, с крылатских холмов видно всю Москву.

Кроме того, появилось новое мероприятие – «Тренды года». Третий год подряд мы его проводим. Это мой личный проект при участии Российской ассоциации сомелье. Прошу не путать: есть мероприятия, где ассоциация выступает организатором, и я как президент помогаю их организовывать, а есть мои личные проекты, где я выступаю как частный организатор.

«Тренды года» – это премия с 12 номинациями. За три месяца до мероприятия мы проводим голосование в соцсетях. В этом году проголосовало более 3000 человек. Это большой успех для меня. Мне интересно не просто выбрать лучшего и наградить, но и проанализировать весь рынок: за кого голосуют, за какую винодельню, за какое вино, за какое открытие. Это бесценная информация, когда голосуют 3000 профессионалов. Ведь все рейтинги и премии часто субъективны – как правило, это рейтинг одного специалиста, его оценки. Я давно отказался от участия в рейтингах, не ставлю оценки вину, потому что считаю это субъективным мнением. А здесь,



на «Трендах года», – объективное, честное, прозрачное народное голосование. Это знаковое мероприятие для отрасли, которое подводит итоги винного года. Винный рынок объемный: на нем работают сомелье, кависты, виноделы, журналисты.

Мне обидно, когда на каких-то фестивалях выбирают лучшего сомелье, причем выбирают не профессионалы, а организаторы, которые будто бы в этом разбираются, и дают премии «Лучший сомелье города» или «Луч-

ший сомелье района» и т.д. Я не понимаю, почему они имеют право кого-то так называть. Нельзя в рамках одного фестиваля называть кого-то лучшим. Человек должен пройти все этапы наших конкурсов, выйти в финал, показать себя перед большой аудиторией, тогда и только тогда он может называться лучшим.

– Как сегодня изменилось отношение профессионального сообщества сомелье к российским винам? Можно ли говорить о смене тренда?

– Когда начиналось возрождение российского виноделия, все было не очень хорошо. Сразу все не могло «выстрелить». Сейчас наше виноделие находится в подростковом возрасте – только начинает развиваться, еще крепко на ноги не встало. Сомелье первой волны в двухтысячные годы воспитывались на иностранных винах высокого качества. Переучить их на российское вино и сказать: «Пейте только наше», было бы глупо. И переходный период шел долго.

Но я лично верил в наше виноделие давно. Еще в двухтысячные годы, когда только появлялись первые виноградники, я возил иностранцам в подарок не водку, а российские вина и просил их предоставить обратную связь. Крупные мировые эксперты говорили мне: «У вас очень большой потенциал, лет через десять ваши вина будут на высоте». Прошло десять лет – многие наши вина стали не хуже европейских, а некоторые и лучше.

– «Ярмарка премиальных российских вин», которая пройдет в конце апреля 2026 года, – это ответ на растущий интерес или попытка его сформировать?

– Это новый проект, который будет проходить с 23 по 26 апреля. «Ярмарка премиальных российских вин» откроется в центре Москвы, на «Белорусской», в «Депо» – известном гастропространстве, где много российских фермерских деликатесов, сыров, еды. 25 виноделов уже подтвердили в ней свое участие – все самые известные: «Галицкий», «Криница», «Ведерников», «Сикора», «Николаев», Колесников и другие. Они будут участвовать и в Краснодаре на «Винорусе», и у нас. На ярмарке будут представлены не только дегустации премиальных российских вин, но также будут организованы прямые продажи от производителей, потому что перед майскими праздниками многие люди хотят купить хорошее вино.

Кроме того, на ярмарке будет проведено более 25 мастер-классов – каждый час от одного бренда. Люди могут прийти днем или вечером, попробовать вина и купить их напрямую от произво-

В ВЕСЕННЕМ ЭТАПЕ «ДНЕЙ РОССИЙСКИХ ВИН» ПРИМУТ УЧАСТИЕ ОКОЛО 50 ТЫС. ТОРГОВЫХ ТОЧЕК

2 апреля в Abrau Club состоялось официальное открытие весеннего этапа всероссийской акции «Дни российских вин». Акция организована Роскачеством по инициативе Минпромторга России, Минсельхоза России совместно с Россельхозбанком, Ассоциацией виноградарей и виноделов России и Российской ассоциацией экспертов рынка ритейла.

Мероприятие призвано поддержать отечественных производителей качественного вина, выделив их на полке ритейла, а также познакомить потребителей с российскими винами, которые заслуживают внимания.

Акция проходит уже девятый год. На старте в ней принимало участие около пяти торговых сетей, а весной 2026 года число участников приближается к 25.

Задействованы магазины разных форматов: дискаунтеры, супермаркеты, гипермаркеты, специализированные магазины-винотеки, крупнейшие розничные сети, среди которых «Перекресток», «Пятерочка», «Лента», «Магнит», «Глобус», «О'КЕЙ», «Азбука вкуса» и другие. В общей сложности – около 50 тыс. торговых точек. Активно принимают участие и региональные розничные сети: торговая сеть «Добрнянка», магазины розничной сети «Бахетле» в Новосибирске и Барнауле, «Спар. Калининград» и другие.



Форматы участия в акции продолжают расширяться: цифровая площадка VINO.RU – маркетплейс авторских российских вин, предлагающий возможность онлайн-предзаказа вина с последующим получением в одной из точек продаж по всей стране, – принимает участие в акции, продвигая продукцию малых винодельческих хозяйств.

Директор Департамента развития внутренней торговли Минпромторга РФ Никита Кузнецов отметил, что в 2026 году акция «Дни российских вин» проходит уже девятый раз подряд. За годы существования проект превратился в площадку, благотворно влияющую на развитие отечественного виноделия. По итогам

дителя, без наценок. На билет дается 5 дегустационных бокалов, можно попробовать 5 вин и, если понравится, приобрести с собой.

Я очень волнуюсь – это первое мероприятие такого формата. Но когда-то Wine Picnic тоже начинался с 60 человек, а сейчас туда приходит более 2000 человек. На ярмарку пригласили только топовые российские винодельни – тех, у кого есть премиальное вино. Это можно назвать моим рейтингом, только без баллов.

– РАС сегодня выступает организатором не только профессиональных конкурсов, но и масштабных публичных событий. Какова роль ассоциации в развитии винной культуры широкой аудитории?

– Роль ассоциации – быть проводником. Мы делаем мероприятия не только для профессионалов, но и для широкой публики. Wine Picnic, ярмарка, дегустационные салоны – мы помогаем людям открывать мир российского вина.

– Какую функцию выполняют эти мероприятия для рынка? Удастся ли совмещать разные задачи в рамках одного события?

– Это и нетворкинг, и продвижение российских производителей, и об-



разование потребителей. Совмещать удается, но это всегда вызов. Например, на ярмарке будут и продажи, и мастер-классы, и дегустации, и розыгрыши, и даже музыкальная программа. Главное – чтобы все это работало на

качество и на пользу отрасли.

– Какие новые форматы могут появиться в ближайшее время?

– Главная новинка – «Ярмарка премиальных российских вин». Дальше посмотрим. Планируем расширять географию выездных мероприятий, делать коллаборации с рестораторами и шеф-поварами.

– Ваш прогноз пятилетней давности: «Сектор винной индустрии в России продолжит свое развитие». Сбылись ли ожидания?

– Развитие только началось. У нас есть свои сорта, свой климат, свои винодельни. Есть поддержка от государства – какая бы ни была, но она есть. Появляются новые винодельческие регионы – даже в Подмосковье пытаются делать вино. Это не может не радовать. Развитие будет продолжаться еще лет десять.

Каждые пять лет происходят изменения. Если пять лет назад мы вообще не думали о том, чтобы заполнять винные карты российским вином, достаточно было 3–5 позиций, то сейчас можно спокойно включить в них продукцию 20–30 виноделен со своим стилем, почерком, сортами, выдержкой. Российское виноделие развивается, и мы, сомелье, должны участвовать в этом развитии, продвигать его. Я лично делаю для этого все: в каждом посте или интервью обязательно говорю про Россию. Мы живем в своей стране и должны пить больше своего вина. При этом я не забываю, что есть мировые бренды, которые мы должны изучать, брать с них пример и продолжать их дегустировать, хотя с импортом

становится все тяжелее.

– Каким вы видите российского сомелье через пять лет?

– Человеческий фактор никто не отменял. Искусственный интеллект не сможет заменить сомелье. Прodeкантировать вино, подать дегустационную порцию, покрутить бокал, чтобы вино раскрылось, – этого алгоритмы не сделают. Уважающий себя ресторани никогда не уберет должность сомелье, иначе он просто лишится увеличения продаж вина. Многие люди, приходя в ресторан, даже не знают, что они хотят пить. Кто-то хочет пиво, кто-то – бокал вина, кто-то – более крепкий напиток. Здесь как раз и нужен сомелье, чтобы подойти индивидуально: «Что вы будете есть? Давайте я предложу вам вот то-то, попробуйте, а если не понравится – вернетесь к пиву».

Кроме того, искусственный интеллект также не сможет организовывать мероприятия и создавать атмосферу человеческого общения, вести диалог с каждым посетителем, гостем, виноделом, обмениваться опытом, своими личными эмоциями и т.д. Все это создается человеком для человека. Искусственный интеллект будет нам помогать, и мы вместе станем дополнять друг друга и развиваться.

Пока же на ближайшие пять лет я точно знаю: будут конкурсы, будут новые победители, будут появляться новые винные карты, будут открываться новые рестораны и будут создаваться новые российские вина. Пока мы находимся в стадии развития, но я уверен, что мы идем в правильном направлении.

СОБЫТИЯ

Конференция индустрии напитков «Дринконф» возвращается в Сочи

18–19 мая 2026 года в Сочи, в City Park Hotel 4*, пройдет вторая отраслевая конференция «Дринконф» – профессиональная площадка от «Пищевки3D» для индустрии напитков, которая соберет производителей различных напитков и вина, представителей федеральных и региональных сетей, HoReCa и поставщиков технологических решений.

Индустрия напитков в России – один из самых динамичных и конкурентных сегментов FMCG. Войти в федеральную сеть сложно, удержаться на полке – еще сложнее. Маржа сжимается, потребитель требует инноваций, а ритейл диктует свои условия. При этом в отрасли катастрофически не хватает профессиональных событий для обмена опытом.

Программа включает два тематических дня. Первый день посвящен аналитике рынка и потребителю: объемы, сегменты, кто растет и падает, новые привычки потребления, стратегии лидеров на 2026 год. Второй день сфокусирован на революциях в категории, ритейле, готовой еде и экспорте: как крафтовые лимонады вырастают в федеральные бренды, как попасть на полку сетей, что пьют с доставкой, куда везут российские напитки.

Традиционно конференции «Пищевки3D» становятся площадкой для живого общения, обмена опытом и создания проектов, определяющих будущее отрасли. Особое внимание будет уделено нетворкингу: запланированы дискуссии и паблик-токи, сессии Speed Networking, вечерние программы и дегустации напитков, куда участники могут привезти свои продукты и получить обратную связь от коллег и представителей ритейла.

Подробнее о программе и условиях регистрации:

https://pischevka3d.ru/drinconf?utm_source=partner&utm_medium=anons&utm_campaign=provina



2025 года доля отечественных вин в розничных продажах в штуках достигла 63%, показав рост на 5% относительно предыдущего года. Особенно заметна динамика в сегменте игристых вин: их доля превысила 74%, что на 3% больше предыдущего года. Тихие вина также укрепили позиции, заняв более 57% рынка, что на 5% больше предыдущего года. Одновременно с ростом доли российских вин торговые сети активно наращивают их присутствие на полках. Согласно аудиту торговых сетей за IV квартал 2025 года, доля российских вин в ассортименте по наименованиям в среднем составила: в магазинах у дома – 43%, в специализированных алкогольных магазинах – 31,7%, в гипермаркетах – 31,6%, в супермаркетах – 25,4%, в винотеках – 23%.

Заместитель директора Департамента пищевой и перерабатывающей промышленности Министерства сельского хозяйства РФ Ирина

Федина отметила, что за последние годы виноградарство и виноделие стало одним из наиболее активно развивающихся сегментов сельского хозяйства и в прошлом году отрасль показала рост по всем ключевым показателям. В частности, валовой сбор винограда урожая 2025 года, по данным Росстата, составил 955 тыс. тонн, что является самым высоким показателем в современной России (в 2024 году – 908 тыс. тонн). Общая площадь виноградных насаждений достигла 113,3 тыс. га, в том числе 89,5 тыс. га виноградников находятся в настоящее время в плодоносящем возрасте. В этом году планируется закладка еще 5 тыс. га новых виноградников. Сельскохозяйственным товаропроизводителям, в том числе виноградарям и виноделам, в настоящее время доступен широкий комплекс мер поддержки – от льготного кредитования и лизинга до грантов, агрострахования и помощи в развитии производ-

ства и агротуризма. Это помогает отрасли уверенно расти, расширять возможности для бизнеса и открывать новые перспективы развития. Российские винодельни создают отличные вина, отражающие нюансы сортов винограда, характер региона и воплощающие лучшие традиции отечественного виноделия, а потребители получают большое разнообразие вкусов и органолептики, поэтому планомерно растет спрос на отечественную продукцию.

Руководитель Роскачества Максим Протасов отметил, что качество российского вина стало системным результатом многолетней реализации проекта «Винный гид России» и связанных с ним мероприятий. С 2019 года рост среднего рейтинга Роскачества у различных категорий вин составил от 59 до 64%. Одновременно доля российского вина на полке по итогам первого квартала 2026 года достигла в среднем 34% во всех форматах торговли, а его доля

в продажах, например, игристых вин в первом квартале 2026 года превысила 75%. Десятки тысяч российских ресторанов ввели в свои винные карты отечественную продукцию, а более 200 ресторанов в 19 городах активно будут участвовать в открывающейся сегодня акции «Дни российских вин». Мы переходим от только улучшения качества к системному развитию рынка: разрабатываем стандарт выкладки российских вин, чтобы повысить их видимость, упростить выбор покупателю и создать дополнительные возможности для производителей. Российское вино – это уже сформировавшийся рынок, и наша задача – обеспечить его дальнейшее устойчивое развитие.

Заместитель председателя правления АО «Россельхозбанк» Денис Константинов подчеркнул, что «Дни российских вин» – это площадка для встречи производителей, потребителей, ритейла, HoReCa, государства

и институтов развития. Для Россельхозбанка участие в этой акции – естественное продолжение системной работы по поддержке отечественного виноградарства и виноделия. В 2025 году банк выдал более 6 млрд рублей предприятиям виноградарства и виноделия, кроме того, 78% малых форм хозяйствования в отрасли – его заемщики. Банк рассматривает развитие отрасли шире классического кредитования. Он поддерживает спрос на российское вино через федеральные мероприятия, цифровые платформы, туристические продукты и просветительские проекты, такие как тематические площадки «Виноград», просветительский проект для пользователей мобильного приложения банка «Просто о вине», всероссийский образовательный проект «Школа фермера» и платформа «Свое Вино» – цифровой гид по российскому виноделию и винной культуре.

НОВОСТИ

На «РестоОтельМаркете» разыграли «Кулинарный кубок Крыма»

С 19 по 21 марта в Ялте успешно прошла XV юбилейная выставка для индустрии гостеприимства «РестоОтельМаркет» при поддержке Государственного совета Республики Крым и Министрства курортов и туризма Республики Крым.

Мероприятие стало важной площадкой для развития отельно-ресторанного бизнеса в регионе. Оно объединило более 150 российских и зарубежных производителей, поставщиков и представителей отрасли, а также свыше 5000 профессионалов индустрии гостеприимства: владельцев ресторанов, шеф-поваров, управляющих гостинично-курортных и санаторных объектов размещения.

В рамках деловой программы ведущие эксперты индустрии провели обучающие мероприятия для владельцев гостевых домов, отелей и гостиниц: «Крымское гостеприимство как философия человекоцентричности и культура партнерского диалога», «Профилактика и разрешение конфликтных ситуаций как возможность повысить уровень сервиса», «Интенсив перед высоким сезоном: сервис, который запоминается», а также масштабный нетворкинг с участниками.

Впервые на «РестоОтельМаркете» стартовал новый проект – «Форум гостинично-инвестиционных решений. Проектирование, строительство, оснащение круглогодичных курортов». Ярким событием выставки стал чемпионат национальной кухни «Кулинарный кубок Крыма». Организаторы мероприятия – ООО «ЭКСПОКРЫМ» и АНО «Международный альянс кулинаров» (Москва). Восемь команд из Сочи, Ростова-на-Дону, Москвы, Севастополя, Ялты, Луганска, Владимира, Смоленска вышли на одну площадку и показали свое мастерство в программе «Кухня народного единства». Дополнили атмосферу мероприятия фотовыставка «Крым в моем сердце», мастер-классы, дегустации, презентации и другое.

СВЕТЛАНА ФИТАСОВА: «ГРЮНЕР ВЕЛЬТЛИНЕР СТАЛ ДЛЯ АВСТРИИ ТЕМ ЖЕ, ЧЕМ СОВИНЫОН БЛАН ДЛЯ НОВОЙ ЗЕЛАНДИИ»

Весна 2026 года обещает множество новых винных сюрпризов: легкие охлажденные красные, Креманы вместо дорогой Шампани, взлет австрийского Грюнера Вельтлинера и чилийских Рислингов, которые становятся хитами. О том, какие тренды уже преобладают на рынке, а каким только предстоит его покорить, газете Wine Weekly рассказали эксперты проекта «ОТДОХНИ» (сеть магазинов «КуулКлевер»): руководитель направления развития ассортимента Светлана Фитасова и бренд-амбассадор Сергей Жульев.

Руководитель направления развития ассортимента Светлана Фитасова:

– Какие категории и стили вин вы считаете главными трендами весны 2026 года?

– Пожалуй, самый громкий тренд – легкие красные вина с низким содержанием танинов и яркой кислотностью, которые принято пить охлажденными до 12–15°C: немецкий Пино Нуар,

австрийский Цвайгелт, испанская Менсия. Они идеально подходят для весны, когда для белых вин еще прохладно, а плотные красные уже кажутся слишком тяжелыми.

– Какие игристые вина, помимо Просекко, сейчас в фокусе внимания потребителей?

– Просекко остается лидером категории, но внимание потребителей все активнее смещается в сторону игристых, произведенных классическим методом, как в Шампани, но с более интересным соотношением цены и уникальности – французские Креманы, испанская Кава с выдержкой (Reserva). Отдельный тренд – стабильный рост интереса к российским игристым и конкретно к локальным терруарам (Крым, Дагестан, Кубань, Долина Дона).

– Можно ли говорить о росте популярности Креманов (Франция) и игристого Нового Света?

– Да, безусловно. Французские Креманы на фоне роста цен из-за таможенных пошлин и акцизов – это альтернатива базовой Шампани: тот же классический метод, но в 2–3 раза дешевле, плюс разнообразие регионов и сортов, что привлекает тех, кто ищет



новых вкусовых ощущений.

То же самое относится и к южноафриканским Кап Классик. Если говорить о более демократичном сегменте, то тут чилийские игристые вина могут составить конкуренцию Просекко: произведенные методом Шарма, они подкупают не только своей свежестью, фруктовым профилем с яркой ароматикой и доброжелательным стилем, но и вполне доступной ценой. Пример – наши чилийские игристые «Альборада».

– Мы видим рост интереса к австрийским винам, в частности к Грюнеру Вельтлинеру. Согласны ли вы с этим трендом?

– Однозначно – да. Если еще пару лет назад интерес к Австрии был скорее «нишевым», то сейчас он превратился в полноценный, устойчивый тренд, и Грюнер Вельтлинер стал для Австрии тем же, чем в свое время стал Совиньон

«СЕВЕРСТАЛЬ» И ПТК «ДЕЛЬТА» ПРЕДСТАВЯТ ИННОВАЦИОННЫЕ ШПАЛЕРНЫЕ СИСТЕМЫ



«Северсталь» и ПТК «Дельта» примут участие в специализированной выставке «ВИНОРУС. ВИНТЕХ», которая пройдет в Краснодаре, где представят инновационные шпалерные системы для виноградников на основе высокопрочного оцинкованного проката и импортозамещающей атмосферостойкой стали Forcega.

«Северсталь» и ПТК «Дельта» более 20 лет развивают стратегическое партнерство в области производства стальных профилей и оцинкованного металлопроката для строительной и промышленной отраслей. В 2025 году компании расширили сотрудничество и вышли на рынок шпалерных систем для виноградарства, предложив отечественное решение с полным циклом прослеживаемости – от

выплавки стали до доставки готового изделия.

На выставке «Винорус.Винотех» партнеры представят стальные шпалерные столбы и специализированную шпалерную проволоку. Решение представлено в двух типах столбов: оцинкованных столбах наиболее популярных для виноградников сечений 50×40 и 60×40 мм из стали толщиной 1,5 – 2 мм с повышенным цинковым покрытием не менее 275 г/м², а также столбы из атмосферостойкой стали Forcega – первое отечественное импортозамещающее решение премиум-класса.

Сталь Forcega не требует окрашивания и дополнительной антикоррозионной защиты. В процессе эксплуатации на ее поверхности формируется патина – плотный оксидный слой, который не только замедляет развитие коррозии, но и обладает способностью самовосстанавливаться при механических

повреждениях или воздействии влаги. В отличие от цинкового покрытия, которое со временем разрушается и требует обновления, патина сохраняет защитные свойства на протяжении всего срока службы конструкции. Благодаря этому изделия из стали Forcega отличаются долговечностью, устойчивостью к атмосферным воздействиям и сохраняют выразительный внешний вид без необходимости обслуживания. Такое решение также можно считать экологичным – за счет отсутствия цинкового слоя и лакокрасочных материалов. Материал особенно востребован в виноградарстве и винодельнях, где важна надежность инфраструктуры и эстетика окружающей среды. Технология актуальна для Краснодарского края, Крыма, Дона, Ставропольского края, Дагестана и других винодельческих регионов России, характеризующихся высокой влажностью, перепадами

температур, сильными ветрами и морским климатом.

Также на стенде будет представлена шпалерная проволока «Северсталь-метиз» с покрытием ZnAl, которое вдвое устойчивее к коррозии, чем обычное цинковое. Проволока обладает высокой прочностью и низким удлинением (5–7% против 12–26% у стандартной), поэтому дольше сохраняет натяжение и не требует частого обслуживания.

В дни работы выставки «Винорус.Винотех» специалисты «Северстали» и ПТК «Дельта» будут консультировать виноградарские и винодельческие хозяйства по подбору шпалерных систем под конкретные проекты с учетом масштаба посадок, рельефа и климатических условий региона. На стенде можно будет обсудить технические характеристики продукции, условия поставок возможные варианты сотрудничества.



Блан для Новой Зеландии, – «входным билетом» в регион. Те, кто раньше пил Пино Гриджио или Совиньон Блан, ищут что-то похожее по структуре (свежее, кислотное, гастрономичное), но с новым вкусовым профилем. Грюнер со своими фирменными нотами белого перца, спаржи и косточковых фруктов идеально попадает в этот запрос.

Бренд-амбассадор Сергей Жульев:

– Что сейчас происходит с интересом к Рислингам из разных стран мира? Какие регионы, помимо Германии, набирают популярность?

– Рислинг – один из основных трендов последних лет. Можно сказать, что в какой-то степени он соперничает с Совиньоном, который когда-то считался бесспорным «королем» продаж. Поэтому логично, что почти все винодельческие страны стараются предложить свои варианты Рислинга. Тем не менее позиции Германии по этому направлению пока еще очень сильны: например, Рейнгессен стабильно предлагает вина с очень хорошим соотношением «цена – качество». Любители более фруктовых и содержательных вин выбирают французский Эльзас. А если говорить про перспективы, то стоит обратить внимание на Рислинг Чили – демократичное вино из Долины Мауле, которое мы привезли в «ОТДОХНИ»

в 2025 году, буквально за месяц стало хитом продаж. Уверены, чилийцы, владеющие таким многообразием терруаров, будут активно развивать это направление.

– Что происходит с категорией розовых вин? Сохраняется ли интерес к ним после летнего сезона?

– Розе – неоднозначная категория. Да, интерес к розовым винам из года в год растет, однако пока еще очень рано говорить о том, что это глобальный тренд, способный сравниться с тем же Рислингом или Совиньоном. Тенденцию можно назвать фрагментарной – связанной с сезонностью, отдельными сверхудачными винами, акционными предложениями на интересные образцы. Все-таки для многих розе остается малопонятным промежуточным звеном между белым и красным. И большей популярностью даже после завершения летнего сезона пользуются розовые вина, тяготеющие к белым стилистическим, – свежие, минеральные.

– Какие страны и сорта в розовом сегменте сейчас наиболее востребованы?

– Популярностью пользуются Пино Нуар из Германии и Цвайгелт из Австрии – это по-настоящему классные розовые вина, которые однозначно стоит попробовать! Почти всегда в топе «чилийцы» до 1000 рублей и недорогое розовое игристое. Также

интерес есть к испанским винам – можно вспомнить весьма необычное розовое Чаколи из Страны Басков или Гарначу из Наварры. Что же касается классики Прованса или розового шампанского, то эти категории требуют постоянной поддержки – «между делом на вечер» люди их, как правило, не выбирают.

– Ваши еженедельные дегустации стали визитной карточкой сети. Как родился этот формат и почему он работает?

– Это общемировая практика, харак-

терная не только для вина, а вообще для всех продуктов питания. Гостям существенно проще решиться на покупку после дегустации. Особенно если вопрос касается нового сорта, непривычного региона или страны. Многие не хотят рисковать деньгами и выбирают что-то привычное, а ассортимент постоянно растет, развивается – его нужно показывать. Дегустация – самый эффективный инструмент. Даже секундное знакомство с ароматом вина позволяет сложить первое впечатление – «мое / не мое». И потом многие даже благодарят за новое открытие, за новое любимое вино. Дегустации в «ОТДОХНИ» появились очень давно, более 20 лет назад, сегодня мы просто возрождаем этот формат, развиваем его.

– Есть ли планы по внедрению цифровых инструментов: например, персонализированных рекомендаций на основе истории покупок?

– Такие инструменты мы уже внедряем. Наше мобильное приложение «КулКлевер» – это не просто каталог продуктов и напитков. Мы придерживаемся концепции, что со временем оно должно стать полноценным электронным сомелье у вас в руках. Уже сейчас пользователи получают персональные акции на основе истории своих покупок, в детальных карточках можно найти обновляемые списки с близкими по стилю винами – чтобы выбрать что-то новое, но узнаваемое. Также доступны рекомендации по фудпэйрингу. Но впереди, конечно, большая работа – мы хотим, чтобы подобные рекомендации были не просто сегментными, а на 100% персонализированными.



НОВОСТИ



AGORA WINERY выпустила вино из возрожденного сорта Сухолиманский

Крымская винодельня AGORA WINERY представила новое вино в коллекции ROSA VIVA, созданное из сорта винограда советской селекции Сухолиманский.

Сухолиманский – это сорт советской селекции: он был выведен в Одессе путем скрещивания сортов Шардоне и Плавай и официально зарегистрирован в 1969 году. Свое название он получил в честь Сухого лимана – залива, расположенного недалеко от Одессы, образовавшегося в устье реки Дальник.

Команде AGORA WINERY удалось возродить сорт и внести его в реестр виноградных насаждений и реестр винограда, используемого для производства вин.

Вино Sukholimansky AGORA пополнило коллекцию ROSA VIVA – серию вин, вдохновленную собственной розой «Агора», выведенной специалистами Никитского ботанического сада. Линейка представлена легкими, гастрономичными винами. Профиль Сухолиманского, свежий и деликатный, удачно подходит для производства вин в подобном стиле.

На винодельне отмечают, что Сухолиманский придает винам выразительную кислотность, деликатный аромат и характерную минеральность, формируя стиль, востребованный среди современных потребителей.

Возвращение Сухолиманского отражает тренд на переосмысление локального винодельческого наследия.

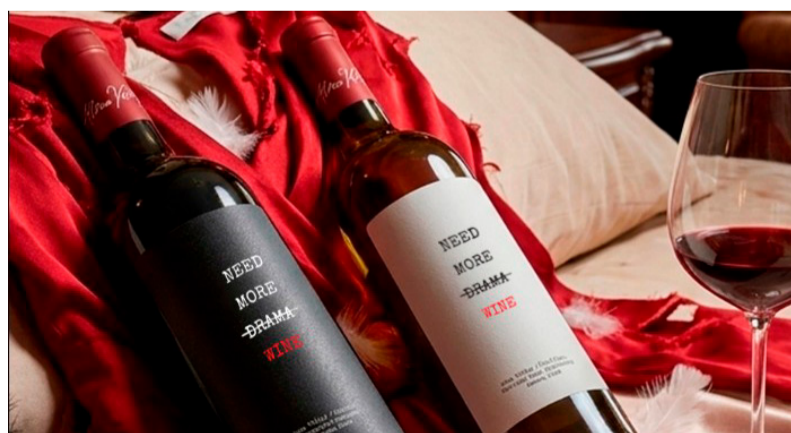
Его адаптивность к черноморскому климату, стабильная урожайность и способность сохранять свежесть и кислотность делают его перспективным для производства современных вин.

В AGORA WINERY подчеркивают, что работа с Сухолиманским – это не только создание нового продукта, но и вклад в сохранение винодельческой истории.

КОМПАНИЯ «АВ ТРЕЙД» ЗАВЕРШИЛА РЕБРЕНДИНГ ВИН ALMA VALLEY

Эксклюзивный дистрибьютор продукции винодельни Alma Valley – компания «АВ Трейд» – сообщила о завершении кампании по реновации айдентики и полному ребрендингу вин известного крымского винодельческого хозяйства. Изменения стали заметны покупателям на полке уже в начале 2026 года.

За обновлением стоит ООО «АВ Трейд» – эксклюзивный дистрибьютор продукции Alma Valley, который отвечает не только за продажи, но и за развитие бренда на рынке. Работая в прямом контакте с аудиторией, представителями HoReCa и розницы, команда оказалась в позиции связующего звена между винодельней и потребителем. Именно этот опыт позволил компании увидеть, как меняется восприятие вина, какие форматы востребованы и где визуальный язык



перестает работать так же эффективно, как раньше.

Винный рынок сегодня активно и стремительно трансформируется: меняются вкусы, каналы продаж и сама культура потребления. Ребрендинг стал логичным продолжением диалога с аудиторией – не в формате резкой трансформации, а через

последовательные проекты, которые постепенно расширяли границы привычного образа Alma Valley.

Первыми шагами стали линейки: «Невинность», Gravity, «Солнце. Воздух. Виноград», а также проект «Избранное». Каждая из них решала отдельную задачу и одновременно тестировала новые подходы к визуалу,

позиционированию и коммуникации. «Избранное», например, создавалось как проект для премиальной HoReCa с более сдержанным, утонченным языком и фокусом на гастрономическую среду. Эти проекты показали, что бренд может звучать по-разному, сохраняя общую идентичность.

Перемены в Alma Valley начались не только с ребрендинга, но и с пересмотра стиля вина. Сохраняя характер бренда, вина стали легче, свежее, с более умеренным уровнем алкоголя. С 2025 года главным виноделом хозяйства работает Фабьен Лорензон – потомственный винодел из Бордо, наследник владельцев Château Tour Guillotin в Сент-Эмильоне. Мастер купажа и тонкий стилист, он привносит в крымские вина академичность французской школы и современное понимание баланса.

Изменения в вине во многом связаны именно с этим подходом. Алко-

голь стал аккуратнее интегрирован в структуру, спиртуозность больше не выходит на первый план. Вкусы стали чище и точнее, а текстура – мягче и гармоничнее. Особенно заметна эволюция в белых винах: работа с дубом стала деликатнее, бочка подчеркивает структуру, не доминируя. Параллельно происходит переход на ферментацию в бетонных емкостях, что позволяет сформировать более округлую текстуру уже на этапе брожения, сохранив свежесть и ароматическую чистоту.

Сегодня Alma Valley – это не просто обновленная линейка, а вина с более легким стилем, пониженным уровнем алкоголя, аккуратной текстурой и ясным сортовым характером. Ребрендинг стал не просто сменой внешности, а возможностью рассказать историю бренда более интересно и современно. Новые вина уже готовятся к выходу на рынок.

ВИНОДЕЛЬЧЕСКИЙ ДОМ «БЮРНЬЕ» ЗАПУСКАЕТ НОВУЮ ЛИНЕЙКУ ВИН «ВИНИСАЖ»



Винодельческий дом «Бюрнье» объявил о масштабном обновлении – запуске новой линейки вин «Винисаж» и расширении линейки «Классика». Новая серия включает в себя три вина: белое, розовое и красное. Они были созданы как доступный и современный продукт для широкой аудитории.

Проект стал логичным продолжением стратегии винодельни – выпускать свежие, сочные и яркие молодые вина с понятным стилем. Отправной точкой послужило розовое вино, созданное из 100% винограда сорта Каберне Фран урожая 2025 года, которое продемонстрировало потенциал новой линейки.

Вина линейки «Винисаж» характеризуются следующим образом: белое и розовое – легкие, сочные, ароматные и освежающие; красное – сбалансированное, бархатистое, с фруктовой ароматикой. Все вина линейки ориентированы на удовольствие «здесь и сейчас». Ключевая идея линейки – качественное вино по доступной цене с ярким визуальным образом. Назва-

ние «Винисаж» отсылает к миру искусства, объединяя вино и арт-культуру.

Вина линейки выпускаются под винтовой пробкой, что соответствует философии продукта: удобно – не требуется штопор; практично – бутылку легко закрыть; безопасно – исключена «болезнь пробки»; технологично – специальный диск Tip минимизирует контакт с кислородом и сохраняет свежесть вина до 5–7 лет. На винодельне считают, что этот формат делает вино более доступным и понятным для современной аудитории.

Кроме того, весной 2026 года выйдут четыре новинки в линейке «Классика». В нее вошли вино из Мальбека и природно-сладкое вино из сорта винограда Пино Гри, созданные впервые в истории хозяйства. Также серию «Классика» пополнил релиз «вторых вин» хозяйства, которые изготовлены из сортов винограда Красностоп и Сира. Эти вина отличаются свежестью и фруктовостью, выдерживаются в стальных емкостях без контакта с дубом. Более того, винодельня выпустит новые винтажи уже полюбившихся позиций.

В то же время «Бюрнье» продолжает активно инвестировать в развитие виноградников. В марте 2025 года был заложен новый участок площадью 9,25 га, на котором высадили Сира, Мускат Белый и Ркацителли. Также было посажено 1500 лоз сорта Мерло. Вместе с тем ведется омоложение зрелых виноградников, и в 2026 году планируется посадка и перезакладка еще 10 га (Красностоп Золотовский, Каберне Совиньон, Рислинг, Пино Гри, Мускат, Ркацителли, Сира). В марте 2026 года уже высажено 6300 лоз (1,6 га) Красностопа Золотовского. Необходимо отметить, что это собственный клон, выращенный из почек взрослых лоз хозяйства.

Кроме того, в 2026 году винодельня расширяет и туристическое направление. В рамках этой программы был открыт второй дегустационный зал, проводятся экскурсии для сборных групп и индивидуальные приемы. Также были запущены регулярные мероприятия: мастер-классы по живописи вином и на винных бутылках, игровые форматы (мафия, лото и другие), а также музыкальные и поэтические вечера.



«ВКУС МОСКВЫ 2026» ПРЕДСТАВИЛ ПРОГРАММУ ФЕСТИВАЛЯ



С 27 по 28 июня 2026 года в центре Москвы, на территории гастрономического комплекса «Три вокзала. Депо», состоится международный гастрономический фестиваль «Вкус Москвы», который объединит на одной площадке сразу несколько знаковых мероприятий: «Винный квар-

тирник», «Фестиваль джина», кулинарные мастер-классы в формате CHEF'S SECRET, гастрономический маркет, кинопаркинг под открытым небом, а также развлекательную программу для юных гостей «Игровая Депо».

Организаторы подчеркивают, что фестиваль с многолетней историей давно вышел за рамки просто еды: здесь не только едят, но и вкушают, учатся, играют и вдохновляются. «Три вокзала. Депо», отмеченный премией Правительства Москвы как лучший фудмолл, станет местом встречи избранных компаний-участников, топовых шеф-поваров, лучших ресторанов и производителей деликатесов со всего мира. Москва – город с особым вкусом, и фестиваль призван познакомить гостей именно с ним.

Традиционным хэдлинером фести-

валя выступает вино. Формат «Винного квартирника», который уже полюбился как профессионалам, так и любителям благородного напитка, соберет на одной площадке лучших российских производителей из Крыма, Подмосковья, Ростова, Краснодар, Ставрополя и Поволжья, а также экспертов, сомелье и авторов винных книг. В программе – дегустации, мастер-классы, квизы, пейринги и новинки.

Организаторы обещают, что все пройдет без очередей, с душой и удовольствием, в атмосфере релакса с панорамными видами летней Москвы. Параллельно состоится «Фестиваль джина», в рамках которого запланированы дегустации, лекторий, нетворкинг и общение для любителей этого благородного напитка.

Кулинарная программа включает формат CHEF'S SECRET – кулинарные мастер-классы, где участники смогут

готовить под руководством шеф-поваров. Организаторы характеризуют этот формат как приготовление без страха и правил, с полным погружением в процесс и только с положительными эмоциями. На гастрономическом маркете гости смогут приобрести фермерские сыры, деликатесы ручной работы, локальные специалитеты, соусы, консервы, а также кухонные аксессуары и дизайнерские сувениры.

Для взрослых гостей предусмотрен кинопаркинг под открытым небом – небанальный формат, при котором звук транслируется через динамики автомобиля, а перед машинами установлен огромный экран. Организаторы обеспечивают единенность и доставку блюд из любимых ресторанов прямо до водительского сиденья. В программе кинопаркинга – фильмы про вино и еду. Для юных гостей работает «Игровая Депо» – территория

детства с аниматорами и мастер-классами. Взрослые могут оставить детей от трех лет под присмотром профессионалов и насладиться атмосферой фестиваля.

Организаторы выделяют несколько ключевых преимуществ фестиваля как для гостей, так и для потенциальных партнеров и участников. Это сбор лучших форматов интерактивного досуга на одной площадке, обучение винной культуре и искусству дегустации, культивирование высокой кухни с лучшими шеф-поварами, формирование трендов в сегменте фестивалей на открытом воздухе, создание уникальных интерактивных форматов развлечений, а также интеграция гастрономических брендов в lifestyle гостей. Подробная информация о фестивале, условиях участия и программе доступна на официальном сайте:

www.tastefestival.ru