

Retail Week

RETAILWEEK.RU | ИЮНЬ 2019 (10)

СПЕЦИАЛЬНЫЙ ВЫПУСК

DrinkRetail
CONGRESS



ДНИ
РОССИЙСКИХ
ВИН
ИТОГИ

стр. 12



КУБАНЬ-ВИНО

РОССИЙСКОЕ ВИНОДЕЛИЕ: РЕЗУЛЬТАТЫ

стр. 15

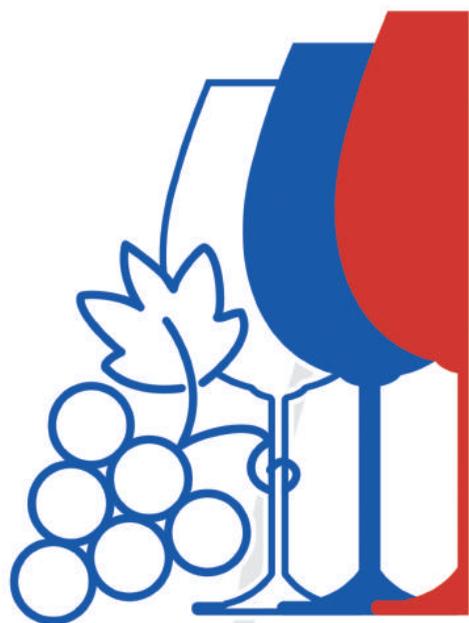
РЫНОК ВИНА: ДЕЙСТВУЮЩИЕ СИЛЫ

стр. 18

КОНЬЯК: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ

стр. 25

**В КРУПНЕЙШИХ ТОРГОВЫХ СЕТЯХ,
РЕСТОРАНАХ И ВИННЫХ БУТИКАХ СТРАНЫ**



ДНИ РОССИЙСКИХ ВИН

ПОДРОБНЕЕ О ДАТАХ ПРОВЕДЕНИЯ И УЧАСТНИКАХ
RUSWINEDAYS.RU

ОРГАНИЗАТОРЫ АКЦИИ:



Министерство сельского хозяйства
Российской Федерации

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:



РОССИЙСКАЯ
АССОЦИАЦИЯ
ЭКСПЕРТОВ
РЫНКА РИТЕЙЛА



СОЮЗ СОМЕЛЬЕ И
ЭКСПЕРТОВ РОССИИ



Профессиональное отраслевое объединение
СОЮЗ ВИНОГРАДАРЕЙ
И ВИНОДЕЛОВ РОССИИ



АССОЦИАЦИЯ
КАВИСТОВ РОССИИ





Уважаемые делегаты Конгресса!

Поздравляю с открытием пятой, юбилейной Недели российского ритейла и профессионального Конгресса алкогольного рынка, важнейшую часть программы которого занимает тематика вина.

Защита интересов отечественных производителей винодельческой продукции, произведенной из российского винограда в границах определенных географических объектов, сегодня становится одним из важных направлений государственной поддержки отрасли.

Задача Минпромторга России – увеличить узнаваемость российских вин защищенных категорий, привлечь к ним внимание покупателей, способствовать изменению структуры потребления от крепкого алкоголя в пользу виноградных вин.

К моменту открытия Недели российского ритейла завершается уже вторая акция «Дни российских вин» в торговых сетях. Ее результаты свидетельствуют о росте интереса розничной торговли и потребителя к российскому вину. К акции активно присоединяются региональные торговые сети. «Дни российских вин» стали в полном смысле этого слова федеральным проектом, охватив в этом году и регионы Дальнего Востока.

Хочу поприветствовать российских виноделов, присоединившихся к программе мероприятий Недели российского ритейла. Уверен, развитие площадки конструктивного диалога винодельческого сообщества и представителей розничной торговли послужит дальнейшему развитию виноградарских регионов юга России и отечественного винного рынка в интересах потребителя. ■

**С уважением,
Статс-секретарь – заместитель Министра
промышленности и торговли
Российской Федерации
Виктор Евтухов**



Дорогие друзья!

Международный форум бизнеса и власти Неделя российского ритейла – важнейшее для потребительского рынка событие года, площадка конструктивного диалога бизнеса, представителей органов государственной власти, экспертного сообщества по широкому кругу вопросов.

Формат мероприятия, отличающийся всесторонним освещением всех ключевых направлений развития рынка ритейла, доказал свою высокую эффективность. Благодаря такому подходу Неделя российского ритейла ежегодно демонстрирует рост числа участников, специализированных мероприятий внутри большой деловой программы.

В этом году в рамках Недели проходит целый ряд специализированных конгрессов по отраслям потребительского рынка. Высокий уровень заинтересованности проявили представители крупнейших розничных сетей к программам Мясного и Хлебного Конгрессов. На новый уровень вышел Конгресс алкогольного рынка на Неделе российского ритейла – Drink Retail Congress. На сегодняшний день органами государственной власти уделяется большое внимание поддержке отечественного виноградарства и виноделия. Российская ассоциация экспертов рынка ритейла принимает непосредственное участие в подготовке федеральной акции «Дни российских вин» в торговых сетях, которой уделено внимание в программе Конгресса.

Трехдневная программа мероприятия освещает все ключевые направления развития современной виноторговли и продажи крепкого алкоголя – от государственного регулирования до кадровых вопросов. Отрасль ритейла сегодня выходит на новый технологический уровень, внедряет новые технологии, именно поэтому в программу Конгресса включены темы цифровой трансформации виноторговли, создана выставочная площадка «Инновационная винотека».

Важное место в программе Конгресса заняла сессия, посвященная потенциалу экспорта российских вин, которая проводится при поддержке генерального партнера Форума – Российского экспортного центра.

От имени организаторов Недели российского ритейла благодарю генерального партнера Drink Retail Congress компанию «Кубань-Вино» и лично управляющего акционера Александра Кретова за стабильное развитие сотрудничества, всех партнеров алкогольного Конгресса, принявших участие в его подготовке.

Желаю всем участникам алкогольного рынка, представителям отрасли розничной торговли, российским винодельческим предприятиям эффективного участия в мероприятиях Конгресса и Форума и новых деловых контактов! ■

**С уважением,
Руководитель Дирекции Форума,
Председатель правления Российской ассоциации экспертов рынка ритейла
Андрей Карпов**



Уважаемые коллеги!

Рад приветствовать всех участников пятого Международного форума бизнеса и власти Недели российского ритейла 2019 и конгресса алкогольного рынка Drink Retail Congress.

Благодарю Министерство промышленности и торговли России, Российскую ассоциацию экспертов рынка ритейла за создание эффективной площадки для диалога между всеми главными действующими силами рынка. Отрадно видеть, что прошлогодняя инициатива объединения на одной площадке профессионалов винного ритейла, экспертов, производителей для обсуждения общих вопросов получила такое серьезное развитие на пятой, юбилейной Неделе российского ритейла.

В 2019 году Форум современной виноторговли – это мероприятие нового уровня, и его развитие отражает ситуацию на винном рынке. Вино стало не просто строчкой в перечне категорий розничной торговли, но и важным фактором конкурентоспособности ритейла, лояльности покупателей.

Каждый из нас имеет собственную стратегию развития бизнеса, участвует в конкурентной борьбе, но всех участников Форума объединило главное: желание полностью соответствовать современным запросам рынка и нашего главного арбитра – покупателя.

Сегодня мы, как крупнейшие производители вина в стране, ставим перед собой сразу несколько глобальных задач, главной из которых является создание имиджа российского виноделия как на внутреннем, так и на внешнем рынках. Формирование сильного и позитивного образа российских вин у конечного потребителя невозможно без поддержки ритейла и власти.

Со своей стороны, команда «Кубань-Вино» и «ЦПИ-Ариант» готова к диалогу и делает все возможное, чтобы в нынешней непростой экономической ситуации, работая в одной команде с ритейлом, дать покупателю не только качественное, но и оптимальное по цене российское вино. Для этого у нас есть все возможности, которые дает эффект масштаба «Кубань-Вино» как владельца одного из наиболее обширных виноградников в мире.

Очень важно, что отрасль виноградарства и виноделия сейчас получает поддержку государства на всех стадиях производства и продвижения вина из российского винограда: от создания питомников саженцев до конечной продажи вина покупателю.

Огромное значение имеет инициатива Минпромторга России по проведению акции «Дни российских вин» в торговых сетях. Вместе мы способны изменить винный рынок к лучшему, способствовать перераспределению спроса от крепких напитков к виноградным винам, росту культуры потребления, дальнейшему развитию отечественного виноградарства – важнейшей отрасли юга России.

Желаю всем участникам Конгресса алкогольного рынка на Неделе российского ритейла и Wine Retail Forum-2019 успешной работы, новых идей и их воплощения. ■

**С уважением,
Управляющий акционер
винной группы компаний «Ариант»
Александр Кретов**

ОРГАНИЗАТОРЫ:



РОССИЙСКАЯ
АССОЦИАЦИЯ
ЭКСПЕРТОВ
РЫНКА РИТЕЙЛА

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР



ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:



Профессиональное отраслевое объединение
СОЮЗ ВИНОГРАДАРЕЙ
И ВИНОДЕЛОВ РОССИИ

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПАРТНЕР



ПАРТНЕРЫ



ПАРТНЕР ДЕГУСТАЦИЙ



ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПАРТНЕР



КОНЦЕПЦИЯ



RETAIL WEEK. DRINK RETAIL CONGRESS
Специальный выпуск официального издания
Международного форума бизнеса и власти
«Неделя российского ритейла»

Издатель: Российская ассоциация экспертов
рынка ритейла (РАЭРР), RETAIL WEEK, WINERETAIL

Не является периодическим печатным изданием. 18+

RETAIL WEEK
Директор Андрей КАРПОВ
Шеф-редактор Владимир ПОЖАРСКИЙ
Редактор Роман ХОХЛОВ
Дизайн и верстка: Виктория СИГИТОВА, Дарья КОНЮКОВА,
Светлана БУРОВА
Контакты: +7-495-252-75-75, +7-495-924-02-80
e-mail: info@raerr.ru, www.retailweek.ru
Адрес редакции: 129090, Москва, ул. Мещанская, д. 9/14, стр. 1, оф. 403

УЧАСТНИКИ:



CANTINA TOLLO

esse



ПОСТАВЩИКИ

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ
ПАРТНЕР



ИЦ WINERETAIL, DRINK RETAIL CONGRESS

Главный редактор Александр СТАВЦЕВ
Ответственный редактор Юлия УРЯДОВА
Верстка: Дарья КОНЮКОВА, Светлана БУРОВА
Контакты: +7 (916) 743 20 33,
e-mail: as@wineretail.info
www.wineretail.info
Адрес редакции: 125047, Москва, Бутырский вал, д. 20, оф. 3

Перепечатка материалов допускается только со ссылкой на издание RETAIL WEEK. DRINK RETAIL CONGRESS

Ответственность за достоверность информации, опубликованной в рекламных объявлениях, несет рекламодатель.

В оформлении издания использованы фотографии Игоря Улько, пресс-служб винодельческих компаний и торговых сетей.

09.00 – 10.00 Регистрация участников

10.00 Официальное открытие Алкогольного конгресса
Недели российского ритейла.
Приветственное слово организаторов и партнеров

10.00 – 12.00 Пленарная сессия
**РЕГУЛИРОВАНИЕ АЛКОГОЛЬНОГО РЫНКА РОССИИ.
ПРОБЛЕМАТИКА РОССИЙСКОГО ВИНОГРАДАРСТВА И ВИНОДЕЛИЯ**

- ТЕМЫ:**
- Инициативы поддержки рынка вин российского производства. Акция «Дни российских вин». Итоги и планы
 - Государственное регулирование алкогольного рынка. Комплексный подход
 - Российское виноградарство – основа развития винодельческой отрасли. Динамика развития, инвестиционный потенциал
 - Динамика алкогольного рынка. Проблематика секторов
 - Меры обеспечения легальности и прослеживаемости товарооборота на алкогольном рынке России
 - Конкурентоспособность российских вин в контексте современного рынка ритейла
 - Минимальные цены. Эффективность инструмента ценового регулирования рынка
 - Российские вина. Качество и доверие потребителей. Результаты и перспективы проекта «Винный гид России»
 - Развитие и потенциал рынка крепкого алкоголя в контексте развития рынка розничной торговли
 - Новации законодательного регулирования российского виноградарства и виноделия.
 - Экспертная оценка вина. Проходы к проблеме, актуальность для отрасли розничной торговли

12.00 – 12.30 Кофе-брейк. Осмотр экспозиции «Инновационная винотека» и дегустационного салона

12.30 – 14.30 Пленарная сессия
**ТОЧКИ РОСТА. ПЕРЕФОРМАТИРОВАНИЕ И ПОВЫШЕНИЕ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОРГОВОЙ СЕТИ.
ВКЛАД ВИННОЙ КАТЕГОРИИ**

- ТЕМЫ:**
- Изменения на потребительском рынке и их влияние на стратегии крупнейших игроков
 - Аналитическая оценка развития розничной торговли и современной виноторговли
 - Специализированный ритейл. Укрупнение сектора и стратегии развития игроков рынка
 - Эволюция форматов розничной торговли и роль винной категории
 - Новая жизнь гипермаркета. Роль вина в развитии лояльности покупателей
 - Магазин «низких цен». Обновление и развитие в контексте целевых категорий
 - Специфика региональной розничной торговли. Тренды потребления вина и их влияние на стратегии независимых сетей

14.30 – 15.00 Кофе-брейк. Осмотр экспозиции «Инновационная винотека» и дегустационного салона

15.00 – 16.30 Тематическая сессия

**ВИННОЕ МЕСТО. КАК СДЕЛАТЬ МАГАЗИН ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫМ
ДЛЯ «ВИННОГО» ПОТРЕБИТЕЛЯ**

ТЕМЫ:

- Новый рынок, новые требования потребителя к современному магазину
- POSM и навигация в винном отделе. Как сделать выбор покупателя удобным?
- «Винотека» или «Винный отдел»?
Решения для крупных форматов современной торговли
- Оформление точек пространства для увеличения продаж (ритейл-брендинг)
- Бюджетное решение. Представление вина в торговом зале дискаунтера и магазина «У дома»
- Технологии и торговое оборудование для современной виноторговли

16.30 – 17.00

Кофе-брейк. Работа экспозиции «Инновационная винотека» и дегустационного салона

17.00 – 18.00

Специальная сессия

**РОССИЙСКИЕ ВИНА. ЭКСПОРТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ.
ПРИ ПОДДЕРЖКЕ РОССИЙСКОГО ЭКСПОРТНОГО ЦЕНТРА**

ТЕМЫ:

- Мировой винный рынок. Правила игры
- Best Practice винного экспорта. Зачем, куда и как поставлять российское вино? Потенциал рынков ЕАЭС и «дальнего зарубежья».
- Рынок Китая. Миф или ключевое направление для российских вин?
- Международные выставки. Стартовая площадка российского винного экспорта

4 июня 2019 г. (вторник)

09.30 – 10.00

Регистрация участников

10.00 – 11.30

Стратегическая сессия

**ЧЕГО ХОТЯТ ПОКУПАТЕЛИ? ТРЕНДЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ,
ВКЛАД ВИННОЙ КАТЕГОРИИ В ФОРМИРОВАНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ
К БРЕНДУ ТОРГОВОЙ СЕТИ. РАЗВИТИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ**

ТЕМЫ:

- Тренды потребления на рынке тихих вин.
Продажи, форматы, потребительские инсайты
- «Что можно пить?». Ассортимент крупнейших торговых сетей глазами продвинутого покупателя
- Язык винного сообщества и покупатель. Трудности перевода
- Винный рынок и «черное зеркало».
Влияние современной информационной среды на винное потребление
- Реализация категории «Вино» в современном гипермаркете
- «Простые вещи» в развитии винной аудитории на примере сети винных баров
- Три вопроса российского вина. Что нужно потребителю
- «Правильное вино» в коммуникациях с потребителем на региональном рынке

11.30 – 12.00

Кофе-брейк, работа экспозиции «Инновационная винотека» и дегустационного салона

ПРОГРАММА

12.00 – 14.00 Тематическая сессия

«ЗОЛОТАЯ ПОЛКА». ВОПРОСЫ УПРАВЛЕНИЯ ВИННОЙ КАТЕГОРИЕЙ

ТЕМЫ:

- Винный формат и управление ассортиментом
- Инструменты категорийного менеджмента в направлении «Вино». Возможности и ограничения
- In-Out ассортимент
Формирование и комплексная поддержка на примере акции «Дни российских вин»
- Ключевые компетенции винного байера. Чего требует рынок?
- «По цвету или по стране?» Структурирование алкогольной полки в современной торговле
- Сеть и поставщик – сотрудничество для развития
- Правила выбора. Опыт формирования специализированной винной сети

14.00 – 14.30 Кофе-брейк, работа экспозиции «Инновационная винотека» и дегустационного салона

14.00 – 15.00



VINVENTIONS

(VIP-зона зала «Ладoga»)

СЕМИНАР КОМПАНИИ VINVENTIONS

(участие по предварительной регистрации)

14.30 – 15.30

Практикум

ВИННЫЙ АССОРТИМЕНТ 2.0

ВЕДУЩИЕ:



Артур Саркисян, руководитель Союза сомелье и экспертов России



КУБАНЬ-ВИНО
осн. 1956 год

Ванда Ботнар, главный винодел компании «Кубань-Вино»

15.30 – 16.00

Кофе-брейк, работа экспозиции «Инновационная винотека» и дегустационного салона

16.00 – 18.00

Тематическая сессия

РЫНОК КРЕПКОГО АЛКОГОЛЯ. ЕСТЬ ЛИ ВЫХОД ИЗ «ПРОМО-ЛОВУШКИ?»

ТЕМЫ:

- Российский рынок крепкого алкоголя. Структурные изменения в 2016-2019 гг.
- Спрос и ценообразование на рынке крепкого алкоголя. Потребительское поведение
- Как пережить промо? Стратегия работы на брендозависимом рынке
- Аналитика продаж на рынке крепкого алкоголя
- Взаимодействие торговых сетей и крупнейших поставщиков алкоголя
- Продвижение брендов крепкого алкоголя
- СТМ на рынке крепкого алкоголя. Возможности в секторе импорта

5 июня 2019 г. (среда)

09.30 – 10.00

Регистрация участников

10.00 – 11.30

Тематическая сессия

WINE DIGITAL. ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ВИНОТОРГОВЛЕ

ТЕМЫ:

- Тенденция e-grocery и потенциал винной категории
- Винное предложение и потребительские предпочтения на винном рынке. Мнение лидера интернет-индустрии

- Юридические аспекты информационной работы по тематикам вина и крепкого алкоголя в Интернет
- WinIncognito. Современные технологии оценки вина на службе винных байеров
- «Электронный кавист» в торговом зале. Влияние на продажи

11.30 – 12.00 Кофе-брейк, работа экспозиции «Инновационная винотека» и дегустационного салона

12.00 – 14.00 Тематическая сессия

САМ СЕБЕ ПОСТАВЩИК. ПРЯМОЙ ИМПОРТ И СТМ В АССОРТИМЕНТЕ РОЗНИЧНОЙ СЕТИ

ТЕМЫ:

- Винный рынок-2019. Что важно знать ритейлеру о конъюнктуре и ценообразовании
- Прямой импорт в ритейле. Риски, возможности, технологии
- Проблемы патентного права при работе с собственными торговыми марками
- Взаимодействие с российским производителем при работе с СТМ
- Опыт работы с СТМ торговых сетей на конкурентном рынке Германии
- Консолидация закупок в сегменте алкоголя. Особенности и пути развития
- Best Practice работы поставщика с крупной международной сетью на примере взаимодействия с торговой сетью Coop (Швейцария)
- Проблема объективной оценки стабильности качества при работе с собственным ассортиментом вина в торговой сети

14.00 – 14.30 Кофе-брейк, работа экспозиции «Инновационная винотека» и дегустационного салона

14.30 – 16.00 Тематическая сессия

ВИННЫЕ КАДРЫ. ОБУЧЕНИЕ И МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА В СОВРЕМЕННОЙ ВИНОТОРГОВЛЕ

ТЕМЫ:

- Проблематика профессиональных стандартов в подготовке кадров для виноторговли
- Классическое винное образование и практика продаж вина
- Цели современного винного образования в контексте развития розничной торговли
- Кавист в оргструктуре торговой сети. Влияние на продажи. Экономика профессии
- Поставщик и сеть – партнеры в развитии винных компетенций персонала
- Мотивация персонала в современной виноторговле
- Учебный центр в торговой сети. Ресурс для развития винной категории

16.00 – 16.30 Кофе-брейк, работа экспозиции «Инновационная винотека» и дегустационного салона

17.00 – 18.30



«РОССИЯ & МИР».

АВТОРСКАЯ ДЕГУСТАЦИЯ АРТУРА САРКИСЯНА,

руководителя Союза сомелье и экспертов России, автора Гида «Российские вина»



При поддержке торговой сети «Карусель»

Организаторы:



Оператор:



Информационные партнеры:





ДНИ РОССИЙСКИХ ВИН

«ДНИ РОССИЙСКИХ ВИН» ОХВАТИЛИ ВСЮ РОССИЮ

МИНПРОМТОРГ РОССИИ: В ПЕРИОД АКЦИИ ПРОДАЖИ РОССИЙСКИХ ВИН В ТОРГОВЫХ СЕТЯХ ВЫРАСТАЮТ НА 20-25%.

Осенью 2019 года в крупнейших торговых сетях страны, а также ресторанах и винных бутиках уже в третий раз пройдут «Дни российских вин». Если в первой акции приняли участие 9 компаний, то во второй – уже около 70 на всей территории страны от Калининграда до Приморья. Третья будет еще более масштабной и охватит не только розничную торговлю, но и сегмент HoReCa.

Впервые в России создан механизм поддержки отечественного виноградарства на национальном уровне. Последовательное, регулярное проведение «Дней российских вин» создает предпосылки для инвестиций в российское виноградарство и рост потребления отечественного вина. Анализируем историю этой инициативы, ее развитие и результаты.

ИНИЦИАТИВА И ВОПЛОЩЕНИЕ

Впервые об инициативе поддержки вин из российского винограда Минпромторг России объявил в начале 2018 года. Был проведен ряд встреч с представителями розничной торговли, экспертами, российскими производителями вина. Одна из рабочих групп прошла на площадке Wine Retail Forum в рамках Недели российского ритейла-2018. Первая пилотная акция, в ходе которой торговля знакомила потребителей с качественным российским вином, была запущена 29 октября 2018 года.

При разработке проведения акции «Дни российских вин» эксперты отобрали порядка тысячи наименований продукции, которая гарантированно сделана из винограда, выращенного в основных

винодельческих регионах России – долине Дона, в Крыму и Севастополе, на Кубани, в Дагестане.

ЦЕЛЬ АКЦИИ – ПРИВЛЕЧЬ ВНИМАНИЕ К ВИНАМ, ПОЛНОСТЬЮ ПРОИЗВЕДЕННЫМ ИЗ РОССИЙСКОГО ВИНОГРАДА. ЭТО ВАЖНО КАК ДЛЯ ОРИЕНТИРОВ ПОКУПАТЕЛЯ, ТАК И ДЛЯ ВИНОДЕЛОВ, ВКЛАДЫВАЮЩИХ ОГРОМНЫЙ ТРУД В РАЗВИТИЕ СОБСТВЕННЫХ ВИНОГРАДНИКОВ И КОНКУРИРУЮЩИХ НА ПОЛКАХ С ПРОДУКЦИЕЙ НИЗКОГО КАЧЕСТВА, ПРОИЗВЕДЕННОЙ ИЗ ИМПОРТНЫХ ВИНОМАТЕРИАЛОВ, С ВИННЫМИ НАПИТКАМИ.

В первой акции приняли участие магазины разных форматов: дискаунтер, супермаркет, гипермаркет, специализированный магазин-винотека, магазины беспрошлинной торговли. Общее число охваченных торговых точек превысило 13 тысяч. Первоначально мероприятие поддержали 9 крупных торговых компаний («Перекресток», «Карусель», «Пятерочка», «АШАН», «Лента», «Дикси», «Магнит», Selgros, «Империял Дьютифри»), а также специализированная сеть «Новое русское вино».

Поддержку в проведении акции оказала Российская ассоциация экспертов рынка ритейла. Специалистами РАЭРП был разработан и запущен сайт ruswinedays.ru.

Как сообщал Минпромторг России, торговые сети по итогам пилотных «Дней российских вин» отмечали, что во время акции продажи российских вин увеличивались на 20-25%.

НОВЫЕ «ДНИ»

Официальный старт второй, весенней акции «Дни российских вин» был дан на площадке торговой сети «Карусель» (X5 Retail Group). В церемонии официального открытия приняли участие статс-секретарь, заместитель Министра промышленности и торговли Российской Федерации Виктор Евтухов, заместитель министра сельского хозяйства Оксана Лут, руководитель Роскачества Максим Протасов, президент Российской ассоциации экспертов рынка ритейла Андрей Карпов, президент Союза виноградарей и виноделов России Леонид Попович. Видение развития российских вин в контексте общего развития винной категории на мероприятии представила директор управления по категории «Продовольственные товары» торговой сети «Карусель» Елена Рудова.

ПО ОЦЕНКЕ МИНПРОМТОРГА РОССИИ, ДОЛЯ ПРОДАЖ ВИН РОССИЙСКОГО ПРОИЗВОДСТВА В НИЗКОЦЕНОВОМ СЕГМЕНТЕ СОСТАВЛЯЕТ 50-60%, НО В БОЛЕЕ МАРЖИНАЛЬНЫХ КАТЕГОРИЯХ РЫНКА РОССИЙСКИХ ВИН ПРОДАЕТСЯ ПОКА ЛИШЬ 10%. ОДНА ИЗ ЗАДАЧ ПРОВОДИМЫХ МЕРОПРИЯТИЙ – ПРИВЛЕЧЬ ВНИМАНИЕ К РОССИЙСКИМ ВИНАМ ВЫСОКОГО КАЧЕСТВА.

«Это устаревший стереотип – якобы российское вино хуже, чем европейские вина. На самом деле качественная отечественная продукция ни в чем не уступает своим западным аналогам. И ее необходимо больше продавать в торговых сетях. Задача Минпромторга России – в том числе и с помощью «Дней российских вин» – увеличить узнаваемость и продажи отечественных вин, познакомить покупателя с российским продуктом и изменить культуру потребления вина, привлечь внимание





к винам, полностью произведенным из российского винограда. Это важно как для покупателей, так и для виноделов, постоянно улучшающих свое производство, вкладывающих в развитие собственных виноградников и производящих качественный продукт», – подчеркнул Виктор Евтухов.

Важно отметить активное подключение к мероприятию в 2019 году региональных торговых сетей и специализированных магазинов алкогольной продукции. Во второй акции приняли участие уже 66 компаний. К вышеупомянутым сетям присоединились «Азбука вкуса», «МЕТРО Cash & Carry», в полном объеме в акции приняла участие федеральная торговая сеть «Магнит».

Активно отреагировали на второе мероприятие по поддержке отечественных виноделов и региональные участники рынка: алкомаркеты «Маэстро вин» (Свердловская область), «Кубанские вина» (Краснодарский край), «Даир» (Астраханская область), «Дионис» (Тульская область), «Виноград» (Иркутская область), «Самбери» (Дальневосточный федеральный округ), «Семья» (Калининград), «Табрис» (Краснодар) и еще около 50 региональных компаний.

РОСТ ИНФОРМИРОВАННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ О ВИНАХ ИЗ РОССИЙСКОГО ВИНОГРАДА И УВЕЛИЧЕНИЕ ПРОДАЖ, ПО ЗАМЫСЛУ ОРГАНИЗАТОРОВ АКЦИИ, ДОЛЖНЫ ПОДДЕРЖАТЬ ТРЕНД ЗАКЛАДКИ НОВЫХ ВИНОГРАДНИКОВ В РОССИИ.

Как сообщила на мероприятии заместитель министра сельского хозяйства Оксана Лут, прогноз закладки новых виноградников в южных регионах на 2019 год составляет 6,5 тысяч гектаров. Минсельхоз ожидает увеличение сбора винограда до 549 тысяч тонн.

К осенней акции широко присоединится и общепит. В «Днях российских вин» уже участвуют сеть кафе «Пирог», «Вино и гусь», Charlie, ресто-

раны «Добрая еда», «Снек бары» во Владимирской области.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

С апреля по июнь мероприятия акции проходили во всех федеральных округах, где представлены компании-участники – это более 60 регионов России. По сравнению с пилотной акцией территория «Дней российских вин» существенно расширилась: в акции участвовали магазины Камчатки, Сахалина, Приморья и Амурской области.

ВСЕГО В АКЦИИ ПРИНЯЛИ УЧАСТИЕ ОКОЛО 1000 НАИМЕНОВАНИЙ ВИН, ПРОИЗВЕДЕННЫХ ИЗ РОССИЙСКОГО ВИНОГРАДА. ЦЕЛЫЙ РЯД ИЗ НИХ БЫЛ РАНЕЕ ИССЛЕДОВАН В РАМКАХ ПРОЕКТА «ВИННЫЙ ГИД РОССИИ», ПРОВЕДЕННОГО АНО «РОСКАЧЕСТВО» СОВМЕСТНО С СОЮЗОМ СОМЕЛЬЕ И ЭКСПЕРТОВ РОССИИ.

«Исследования подтвердили, что в ценовой категории до 500 рублей присутствуют вина высокого качества из российского винограда, и эту информацию необходимо донести как до потребителей, так и до закупщиков торговых сетей. Во время акции мы увидим больше качественного российского вина в рознице», – отметил руководитель Роскачества Максим Протасов.

На «Днях российских вин» для российских покупателей прошли презентации вин российского производства, их ждали скидки, дегустации, конкурсы, подарки за покупки. Каждая сеть сама выбирала, как привлечь покупателя.

Следующая акция «Дни российских вин» запланирована на октябрь 2019 года.

Подробную информацию об акции можно найти на официальном сайте мероприятия: www.ruswinedays.ru ■



BEST PRACTICE РОССИЙСКОГО ВИНОДЕЛИЯ

При подготовке инициированной Минпромторгом России акции «Дни российских вин» активно обсуждался ряд тем, связанных с продвижением вина из российского винограда в торговых сетях. В числе наиболее актуальных вопросов: стабильность качества, ценообразование на российские вина, а также имидж отечественного виноделия, его экспортный потенциал. Рассмотрим, как ведется работа по этим направлениям на примерах лучших практик крупнейшего российского производителя вина – компании «Кубань-Вино».



ЦЕНЫ И КАЧЕСТВО

В феврале 2019 года многомиллионной аудитории потребителей были представлены итоги «Винного гида России», созданного Роскачеством совместно с Союзом сомелье и экспертов России. Один из стереотипов, который был опровергнут в ходе исследования, – дороговизна российских качественных вин. В категории игристых, произведенных методом Шарма, три первых места заняли недорогие вина «Кубань-Вино» с розничной ценой до 400 рублей. Также дешевле многих вин рейтинга было занявшее первое место розовое вино «Высокий Берег. Цвайгельт», получившее от экспертов высший балл.

За пять месяцев 2019 года вина «Кубань-Вино» собрали целую коллекцию наград международных винных конкурсов: три медали International Wine Challenge 2019 (Лондон), еще две медали принесло одно из старейших профессиональных состязаний в мире International Wine & Spirit Competition, а жюри конкурса одного из самых авторитетных мировых изданий о вине Decanter присудило вину российской компании 90 баллов и серебряную медаль.

Безусловно, в ряду этих наград были отмечены коллекционные вина «Кубань-Вино». Пожалуй, самым титулованным российским белым вином за всю историю стало коллекционное Шардоне Chateau Tamagne 2013 года. По итогам первого конкурса WineIncognito, проходившего в 2019 году на выставке МЕТРО Экспо, это вино получило Гран-При, вручал которое лично Министр промышленности и торговли России Денис Мантуров. Другое коллекционное вино Саперави 2013 года получило по-своему не менее знаковую награду –

золото на конкурсе Saperavi International, проходившем в Грузии.

И, ТЕМ НЕ МЕНЕЕ, БОЛЬШАЯ ЧАСТЬ ПРЕСТИЖНЫХ НАГРАД БЫЛА ВРУЧЕНА НЕ МАЛОТИРАЖНЫМ ВИНАМ С ДЛИТЕЛЬНОЙ ВЫДЕРЖКОЙ, А ПОЗИЦИЯМ, ДОСТУПНЫМ НА ПОЛКАХ СЕТЕВОЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ.

Так, 90-балльное вино Decanter – это Саперави из базовой линейки «Шато Тамань», цена которой на полке находится в диапазоне 300-400 рублей. Кстати, бронзовые награды Decanter получили еще два сортовых вина из этой серии – молодые игристые вина с защищенным наименованием места происхождения «Южный берег Тамани» «Шато Тамань. Мускатное» и «Шато Тамань. Красностоп».



Таковыми оценками эксперты отметили не просто конкретные вина, а результат 20-летней инвестиционной работы компании «Кубань-Вино», которая продолжается и по сей день. Сочетание цены и качества строится на эффекте масштаба, работе с издержками на крупнейшем винограднике Европы.

В 2018 ГОДУ КОМПАНИЕЙ БЫЛО ПЕРЕРАБОТАНО 75 ТЫСЯЧ ТОНН ВИНОГРАДА, БЫЛО ЗАЛОЖЕНО БОЛЕЕ ТЫСЯЧИ ГЕКТАРОВ ВИНОГРАДНИКОВ, ПРЕИМУЩЕСТВЕННО САЖЕНЦАМИ ИЗ СОБСТВЕННОГО ПИТОМНИКА, ОБЪЕМ ПРОИЗВОДСТВА ПРИБЛИЗИЛСЯ К ОТМЕТКЕ В 60 МИЛЛИОНОВ БУТЫЛОК, ПЛАН 2019 ГОДА – ВЫПУСК 67,8 МЛН БУТЫЛОК.

Важно отметить, что основной рост объемов производства компании «Кубань-Вино» обеспечивают вина из собственного винограда, имеющие статус защищенного географического указания (наличие этого статуса является обязательным условием для участия брендов в акции «Дни российских вин»).

В 2018 году для развития этого направления и более детального изучения почвенно-климатических особенностей региона на Кубани был зарегистрирован новый географический объект, в пределах которого можно производить вино с защищенным наименованием места происхождения (ЗНМП), – «Южный берег Тамани». Инициатором создания новой географической зоны выступила винодельня «Кубань-Вино», виноград которой выращивается в данной местности. Южный берег Тамани находится в границах Таманского, Старотитаровского и Новотаманского сельских поселений Темрюкского района.

Параллельно с направлением виноградарства продолжают инвестиции в технологическое развитие компании. С начала 2019 года сразу на нескольких производственных площадках «Кубань-Вино» была начата модернизация. Инвестиции в проект составляют 4 млн евро. Пятилетняя программа вложений в развитие винодельческого предприятия позволит параллельно с ростом площадей молодых виноградников обеспечить новые мощности для переработки винограда и производства качественных вин.

ИМИДЖ И СОТРУДНИЧЕСТВО

Большой винный портфель компании «Кубань-Вино» за последний год был существенно изменен: структурирован и обновлен. Изменения коснулись как дизайна, так и ассортимента, и стилей вин. Работа по развитию стилистики вин ведется в сотрудничестве с итальянскими консультантами компании ENOFLY. Благодаря их участию в линейке компании появляются вина,



соответствующие последним мировым потребительским трендам. Один из свежих примеров – премиальное розовое вино «Шато Тамань Элит», сочетающее легкий цветочный характер и минеральность, структурность вкуса. Другие новейшие разработки – вина с низким содержанием алкоголя, а также премиальные позиции с длительной выдержкой в бочках из дуба и акации.

Дизайн винных линеек обновляется созвучно изменениям в ассортименте винодельни. Так, для коллекции вин из автохтонов и сортов советской селекции были использованы фотографии виноградарей середины прошлого века из архива «Кубань-Вино», подчеркивающие историческую преемственность виноградарства Таманского полуострова. Ассоциации с историей страны вызывает и линейка вин «1956», этикетки которой выполнены в винтажном стиле, напоминающем вырезки из газет.

На винодельне «Кубань-Вино» впервые для масштабных объемов линейки вин из российского винограда была внедрена винтовая пробка – тренд большинства быстро растущих винодельческих стран Европы и Нового света.

Вина «Шато Тамань» категории ЗГУ получили новый «морской» дизайн, отражающий специфику региона виноградарства, расположенного между Черным и Азовским морями. Вина «Шато Тамань



резерв» теперь выпускаются в новой категории качества защищенного наименования места происхождения «Южный берег Тамани».

«КУБАНЬ-ВИНО» РАЗВИВАЕТСЯ В ТОЙ ЖЕ ЛОГИКЕ, КОТОРУЮ ДЕМОНСТРИРУЮТ КРУПНЕЙШИЕ МИРОВЫЕ ВИНОДЕЛЬЧЕСКИЕ ХОЛДИНГИ НОВОГО СВЕТА, И ВПОЛНЕ ЛОГИЧНО, ЧТО ПАРТНЕРАМИ КОМПАНИИ ТАКЖЕ СТАНОВЯТСЯ КРУПНЕЙШИЕ ИГРОКИ РЫНКА.

Знаковым для 2019 года событием стал контракт «Кубань-Вино» с ведущей российской авиакомпанией «Аэрофлот», которая перевозит более 55 миллионов человек в год. Сорта вина «Chateau Tamagne. Fleurs du Sud» теперь предлагаются пассажирам ряда рейсов продолжительностью более трех часов в эконом-классе. Символично, что о решении «Аэрофлота» было объявлено в период акции «Дни российских вин».

Другим примером сотрудничества стал контракт «Кубань-Вино» с крупнейшей российской сетью формата супермаркет – «Перекрестком». С мая 2019 года в эти магазины эксклюзивно поставляются игристые вина линейки «Высокий берег»: Блан де Нуар и Розе де Пино. Это игристые вина из классического шампанского сорта

Пино Нуар с выдержкой на осадке более 6 месяцев, выпущенные лимитированными тиражами по 13 000 бутылок.

РАБОТА С ТОРГОВЫМИ СЕТЯМИ ЯВЛЯЕТСЯ ОДНИМ ИЗ ГЛАВНЫХ ПРИОРИТЕТОВ КОМПАНИИ «КУБАНЬ-ВИНО», ЭТУ ПОЗИЦИЮ ОТРАЖАЕТ И ПРОДОЛЖЕНИЕ СОТРУДНИЧЕСТВА С КРУПНЕЙШИМ ФОРУМОМ БИЗНЕСА И ВЛАСТИ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ – НЕДЕЛЕЙ РОССИЙСКОГО РИТЕЙЛА.

Крупнейший российский производитель вина вновь занял титульную позицию Генерального (Платинового) партнера Конгресса алкогольного рынка НРР, в рамках которого теперь проходит Форум современной виноторговли WineRetail. Российские вина от «Кубань-Вино» будут сопровождать все торжественные мероприятия и церемонии вручения премий Недели российского ритейла, будут представлены в экспозиции «Инновационной винотеки» и на дегустационном салоне Конгресса.

ВЫХОД В МИР

Утвердив свои лидирующие позиции на национальном винном рынке, компания «Кубань-Вино» последовательно развивает экспортное направление. В 2019 году состоялось знаковое открытие рынка Белоруссии, который, несмотря на географическую близость, непросто для российских поставщиков. Одним из событий года во всем российском экспорте стало открытие Винного дома «Шато Тамань» в г. Шэньчжэнь. Этот крупный город на юго-востоке Китая с населением 12,5 млн человек сегодня считается одним из наиболее динамично развивающихся современных городов. А для «Кубань-Вино» это историческое событие еще и потому, что Китай был первым экспортным партнером компании, сотрудничество с которым длится уже четвертый год.

В ДАННЫЙ МОМЕНТ СОВМЕСТНО С ОДНИМ ИЗ ПАРТНЕРОВ «КУБАНЬ-ВИНО» РАЗВИВАЕТ ЦЕЛУЮ СЕТЬ ВИННЫХ ДОМОВ «ШАТО ТАМАНЬ» В КИТАЕ, ГДЕ МОЖНО БУДЕТ НЕ ТОЛЬКО ПРИОБРЕСТИ ВИНО, НО И ПРОДЕГУСТИРОВАТЬ РАЗЛИЧНЫЕ ВИНА ВМЕСТЕ С БЛЮДАМИ, А ТАКЖЕ ПОУЧАСТВОВАТЬ В ТЕМАТИЧЕСКИХ МЕРОПРИЯТИЯХ.

Этот проект – важный шаг не только в развитии торговых, межгосударственных и культурных связей, но и в продвижении бренда российского вина за пределами страны. ■

ВИННЫЙ РЫНОК РОССИИ. ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ДЕЙСТВУЮЩИЕ СИЛЫ

На винном рынке России в последние годы происходят важные структурные изменения. На смену классическим импортерам, все менее устойчивым в современных рыночных реалиях, приходит импорт торговых сетей, происходит развитие сегмента вин из отечественного винограда защищенных категорий, все более активно поддерживаемого государством. Как следствие, снижается импорт виноматериалов и розлив в России вин наливом из стран Европы и ближнего зарубежья. При этом главной действующей силой на современном рынке стал покупатель. Именно он решает, какой формат является наиболее привлекательным для покупки вина. Причем в дополнение к ценовому фактору, важнейшую роль играет качество. Подробнее об основных тенденциях в материале Информационного центра WineRetail.

ТРИ СОСТАВНЫЕ ЧАСТИ

Рынок вина РФ представляет собой систему из трех сообщающихся сосудов: российское производство (вино из российского винограда), поставка импортных виноматериалов, поставка бутылиро-

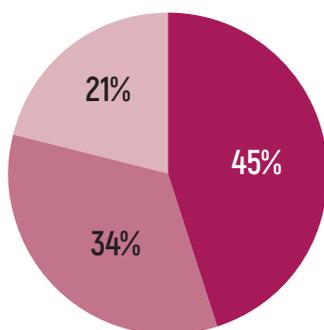


ванного импорта. Переток спроса из одной части в другую происходит постоянно, в первую очередь в зависимости от конъюнктуры валютных курсов и экономического положения населения.

Примером повышенного интереса к российскому вину может быть ситуация, связанная с последствиями девальвации рубля в декабре 2014 года,

ОБЩИЙ ОБЗОР РЫНКА ВИНА

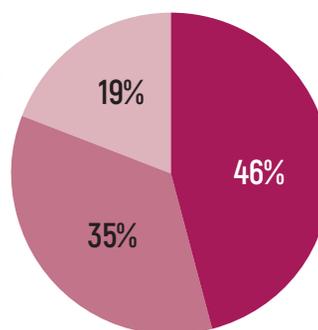
2017
710 млн. л.



- Российский виноматериал
- Импорт готовой продукции
- Импортный виноматериал

2018
649 млн. л.

Рынок тихого вина РФ



- Российский виноматериал
- Импорт готовой продукции
- Импортный виноматериал



менее, такое положение российских винных ТМ нельзя назвать устойчивым. Уже в 2017 году, на фоне стабилизации курсов валют и восстановительного роста в сегменте импорта, доля российских вин в ритейле начала быстро снижаться. Этому способствовали и серьезные проблемы со стабильностью качества российских вин (производители не выдержали уровень своего продукта на фоне резкого роста спроса на него). Уже к концу 2017 года доля российских вин в рассматриваемой сети METRO Cash & Carry снизилась более чем на 12%.

Таким образом, система российского винного рынка троична – снижение объемов в одном из сегментов приводит к перетеканию объемов в другие (за исключением острых фаз экономических кризисов, когда весь винный рынок в целом подвергается давлению).

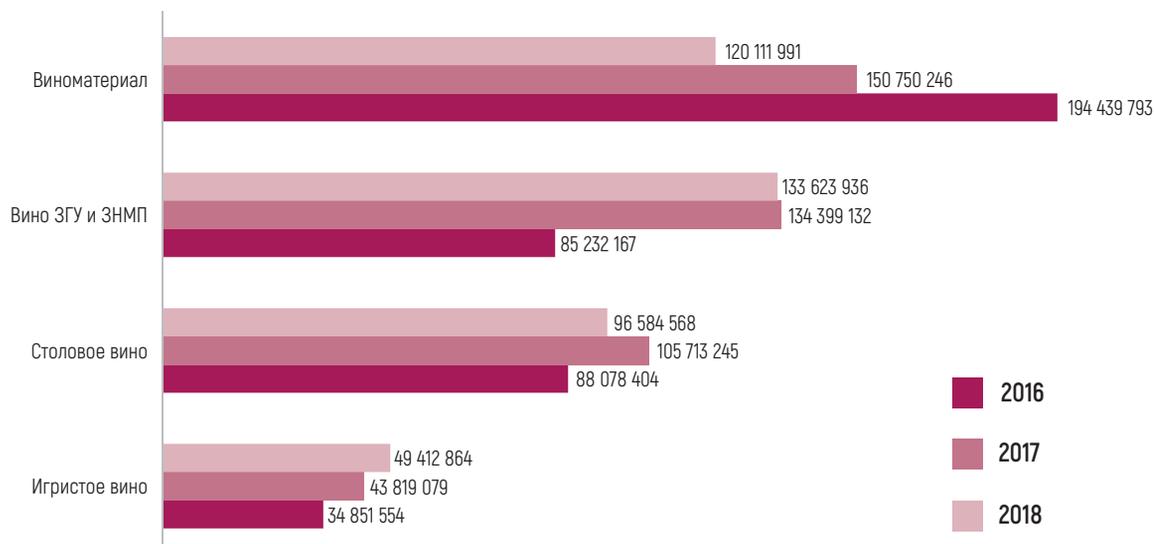
ВНУТРЕННЕЕ ПРОИЗВОДСТВО ВИНА

Российское вино представлено во всех ценовых сегментах, это состоявшийся факт. При этом соотношение импортного и российского вина на рынке выглядит как 2/3 к 1/3 в объеме, в стоимостном выражении соотношение прямо противоположное. Винодельческая продукция в ценовой группе до 200 рублей в подавляющем большинстве производится в России (импортировать такое дешевое вино в бутылках не рентабельно), но это практически полностью импортный виноматериал. Отдельные исключения составляет продукция крупнейших производителей, обладающих площадями виноградников от 1,5 тысяч га и более.

в результате чего производителям вина из российского винограда удалось расширить свое присутствие в ассортименте крупных ритейлеров. Так, по оценкам METRO Cash & Carry, доля российского вина в ассортименте торговых центров компании к 2015 году достигала 40% от общего объема и имела тенденцию к увеличению. Тем не

СЕГМЕНТ ИМПОРТНОГО ВИНА

Импорт виноградного вина, литры.



В последние годы государство предпринимает меры для выведения вин из российского винограда в полностью обособленную (в том числе и с точки зрения налогового регулирования) категорию вин с географическими индикаторами (защищенного географического указания – ЗГУ и защищенного наименования места происхождения – ЗНМП).

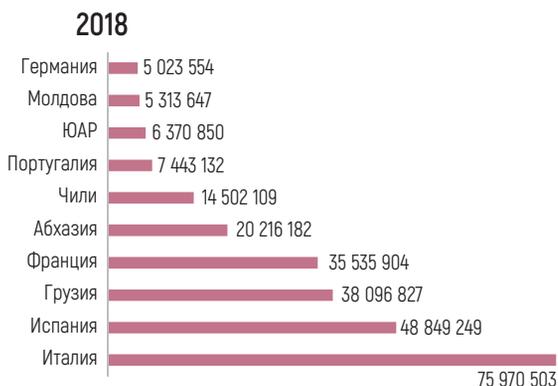
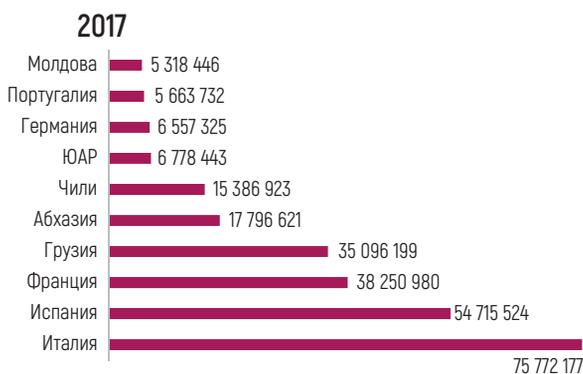
ПО ИТОГАМ 2018 ГОДА 116 РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ-ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ВИНА ИЗГОТОВИЛИ 30,4 МЛН. ДАЛ ВИНА, ИЗ КОТОРЫХ ВИНА ЗГУ – 2,24 МЛН. ДАЛ, ВИНА ЗНМП – 29 ТЫС. ДАЛ.

В целом российский сегмент рынка начиная с 2016 года показывает отрицательную динамику, по итогам 2018 года – минус 5%. Причины: сложный по климатическим показателям урожай и давление со стороны импорта.

При этом основной вклад в снижение объемов производства вносит розлив виноматериалов. Это наглядно видно по статистике ввоза бутилированного вина и винодельческого сырья. Лидеры рынка, обладающие собственными виноград-

СЕГМЕНТ ИМПОРТНОГО ВИНА

Первые 10 стран экспортеров (тихое и игристое вино), литры.



никами, такие как компания «Кубань-Вино», продолжают увеличивать объем производства.

ВИННЫЙ ИМПОРТ. НОВЫЕ ЛИДЕРЫ

В 2019 году Информационный центр WineRetail провел структурный анализ импорта вина в Россию. По его итогам очевидны тренды развития импорта вина торговыми сетями.

В 2016-2017 годах был заложен тренд развития прямого импорта вина в Россию. По итогам 2018 года, топ-6 крупнейших сетей, работающих с зарубежными поставщиками напрямую или через технических импортеров, ввезли в Россию порядка 17% от общего объема импорта вина. Наибольшие объемы вина среди универсальных торговых сетей импортировала «Пятерочка». Другими крупными импортерами (в порядке убывания объемов) стали «Магнит», «Дикси», «Бристоль» и METRO Cash & Carry.

Каждый из крупных ритейлеров обладает собственной стратегией работы с ведущими странами-поставщиками вина. Так, импорт X5 Retail Group был сфокусирован на Франции. «Магнит», «Дикси» и METRO Cash & Carry отдали предпочтение Испании. Закупщики «Красного и Белого» и «Бристоля» наиболее активно работали с винами из Грузии. Именно ритейлеры обеспечили попадание бывшей советской республики в топ-5 стран-поставщиков вина в Россию.

ПО ПРОГНОЗАМ WINERETAIL, ТЕНДЕНЦИЯ БУДЕТ УСИЛИВАТЬСЯ. КРУПНЫЕ РИТЕЙЛЕРЫ ЛИШЬ НАЛАЖИВАЮТ КАНАЛЫ ПРЯМЫХ ПОСТАВОК И ЕЩЕ НЕ НАЧАЛИ РАБОТУ С ВИННЫМ АССОРТИМЕНТОМ В ПОЛНУЮ СИЛУ.

Результатом тренда на ближайшие 2-3 года, основы которому крупный сетевой ритейл заложил в 2016-2017 годах, станет переход доли порядка 50% в импорте вина к крупным сетевым компаниям из первой десятки. Традиционные компании-импортеры, не нашедшие на рынке своей узкой специализации или не имеющие прочных позиций в HoReCa, уйдут с рынка. Региональный ритейл может окончательно проиграть конкуренцию в категории «Алкоголь» федеральным ритейлерам. Причем наиболее важное значение имеет сегмент вина.

ПУТЬ РЕГИОНАЛЬНОГО РИТЕЙЛА

К основным проблемам региональных ритейлеров, начинающих активную работу с винной категорией, стоит отнести отсутствие внутреннего корпоративного контроля качества и низкую цену как основной ориентир в закупках.



Результатом такой стратегии являются огромные стоки столового вина невысокого качества, не предназначенного для хранения, которое продается по акции уже испорченным.

Для покупательской лояльности к бренду ритейлера качество вина, представленного на полке, сейчас приобретает все большее значение. Компетенции винных байеров в федеральных сетях в последние годы выросли очень серьезно. Ритейлеры привлекают к сотрудничеству серьезных экспертов-консультантов, проводят регулярные дегустации каждой партии вин, получаемых от поставщиков. Благодаря этому потребитель получает в «Пятерочке» и «Красном и Белом» не просто низкую цену на вино, а еще и стабильное качество за эту цену. Это очень серьезный вызов для региональных сетей, с которым нужно грамотно работать.

Основные пути развития винных компетенций торговой сети:

- Широкий винный кругозор;
- Понимание текущих тенденций на внешнем и внутреннем рынке;
- Комплексное понимание всей генеральной совокупности предложений;
- «Сквозное» понимание ценообразования на вино от винограда до полки;
- Умение оценить соотношение цена/качество с точки зрения покупателя.

Главный вывод для любого ритейлера в текущих рыночных условиях: Современная винная полка должна продавать потребителю свою экспертизу и репутацию, а не просто бутылки с ценниками.

В ПОИСКАХ «ВИННОГО ПОКУПАТЕЛЯ»

На фоне резкого снижения доходов в 2015 году, продолжающегося уже пятый год общего снижения доходов населения и снижения оборотов розничной торговли, в 2015/16 годах потребление вина снизилось. Это обстоятельство заставило

крупнейшие розничные сети пересмотреть свою закупочную политику, убрав из товаропроводящей цепочки посредников: дистрибуторов, импортеров.

ПО ИТОГАМ 2018 ГОДА ПЕРВЫЕ 10 РОЗНИЧНЫХ КОМПАНИЙ КОНТРОЛИРУЮТ УЖЕ ОКОЛО 23% ВСЕГО ИМПОРТА ВИНА И В БЛИЖАЙШИЕ 2 ГОДА ДОВЕДУТ ЭТУ ДОЛЮ ДО 45-55%. СЛЕДСТВИЕМ ТАКОЙ АГРЕССИВНОЙ ПОЛИТИКИ СТАЛО СНИЖЕНИЕ ПОЛОЧНЫХ ЦЕН НА ИМПОРТНОЕ ВИНО И ПЕРЕКЛЮЧЕНИЕ СПРОСА НА БОЛЕЕ КАЧЕСТВЕННЫЙ ИМПОРТ.

Важно отметить, что по оценкам Института маркетинговых исследований GfK, незначительное снижение потребления вина, которое было отмечено в 2018 году, связано в основном с падением объемов в сегменте винного рынка до 200 рублей на полке. Аудитория этого продукта переключается на водку и другие крепкие напитки. При этом потенциал именно «винного покупателя» в розничной торговле пока реализован не полностью.

Аналитики GfK отмечают, что основной драйвер развития винного рынка сегодня – это канал специализированной розницы, алкомаркеты, а также магазины формата «у дома». На эти каналы покупатель постепенно переключается с традиционного «винного» формата гипермаркетов. Самый не реализованный с точки зрения винного рынка формат на сегодняшний день – это супермаркет. Винная аудитория регулярно посещает такие магазины, но при этом покупать вино предпочитает в других каналах.

Развитие потенциала торговых сетей как места покупки качественного вина – одна из главных задач ритейлеров на ближайшее будущее. ■

*Александр Ставцев, вице-президент РАЗРР
Антон Носов, ведущий аналитик ИЦ WineRetail*

ФОРМИРОВАНИЕ ИМПОРТНОГО АССОРТИМЕНТА В СОВРЕМЕННОЙ ТОРГОВЛЕ. СТРАТЕГИИ ВЭД

Тенденция развития ритейлерами собственного ассортиментного портфеля продолжает нарастать. В 2018 году сети ввезли уже до четверти всего объема импорта вина в Россию. При анализе данной тенденции важно учитывать, что торговые сети могут пользоваться различными стратегиями при формировании собственного ассортимента.

СВОЯ НОША

Чтобы внести ясность, что такое собственный импорт розничной сетью алкогольной продукции, стоит более подробно рассмотреть сложившиеся практики. На сегодняшний день торговые сети используют три подхода к внешнеэкономической деятельности на алкогольном рынке, каждый из которых имеет свои преимущества и ограничения. При этом все подходы объединяет одна главная идея: торговая сеть получает товар от зарубежного производителя с минимальной наценкой, которая формируется только за счет издержек на логистику, таможенное оформление и обработку грузов. Вся основная добавленная стоимость товара формируется именно ритейлером. Ассортиментная стратегия также задается сетью.

Остановимся на каждом из подходов.

ПРЯМОЙ ИМПОРТ

Подход: розничная сеть формирует свой отдел ВЭД, создает юридическое лицо, которое становится импортером, является контрактодержателем, сама занимается получением акцизных марок и декларирует алкогольную продукцию при таможенном оформлении.

Преимущества: полный контроль над процессом закупки, формированием ассортимента.

Ограничения: финансовая нагрузка (предоплаты поставщикам, затраты на персонал и внешнеэкономическую деятельность) и риски, связанные



с колебаниями курсов валюты, полностью ложатся на саму сеть.

Практики: Еще десять лет назад крупные ритейлеры начали создавать собственные платформы для ВЭД в области алкоголя. Этот шаг стал логичным продолжением в стратегии развития компании «Гандер» (розничная сеть «Магнит»). Сеть, работающая в идеологии «магазина низких цен», стремилась снизить издержки и обеспечить высокую доходность во всех ключевых категориях. Хрестоматийный пример: собственный импорт бананов «Магнита» и в целом работа в категории ФрОв. Прямой импорт алкоголя стал логичным продолжением этой идеологии.

Другой пример прямого импорта – торговая сеть «Азбука Вкуса». Компания обладает одной из наиболее высоких на рынке закупочных компетенций и формирует большую часть импортного ассортимента самостоятельно. В высокой ценовой категории (от 5 долларов за бутылку вина 0,75 л от зарубежного поставщика) «Азбука Вкуса» может соперничать с крупнейшими классическими импортерами. Это позволяет сети формировать уникальный и разнообразный ассортимент, высокую наценку на вино и при этом оставаться «в рынке» с точки зрения своего достаточно обеспеченного покупателя.

Прямым импортом с использованием собственного юридического лица также занимаются торговые сети «Бристоль», «Дикси».

Среди специализированных ритейлеров полностью «закрывают» ассортимент винами собственного импорта сети «Отдохни» и «ВинЛаб» (ГК «Белуга»).

ТЕХНИЧЕСКИЙ ИМПОРТ

Подход: Розничная сеть не является контрактодержателем, а отдает на аутсорсинг техническому импортеру вопросы, связанные с акцизными марками и таможенным оформлением. При этом что, где и за сколько покупать, сеть решает сама, оплачивая на условиях предоплаты товар и услуги импортеров. Стоимость такой услуги – 70-80 тысяч рублей за транспортное средство.

Преимущества: сокращение издержек на логистику, оформление акцизных марок и таможенное оформление. Контроль над закупками.

Ограничения: финансовая нагрузка (предоплаты поставщикам и на деятельность ВЭД).

Практики: Один из успешных кейсов работы с техническим импортом: торговая сеть «Да!» – формат дискаунтеров ГК «О’КЕЙ». Сеть использует закупочные компетенции собственных сотрудников, а также приглашенного консультанта Франка Смулдерса, имеющего степень Master of Wine. При этом вся деятельность ВЭД делегирована техническому импортеру. Такой тандем позволяет дискаунтеру получать вина топовых регионов с низкой наценкой и транслировать низкую цену на Amagone и Chablis покупателю. Стратегия повышает лояльность потребительской аудитории. Как сообщил в эксклюзивном интервью WineRetail новый генеральный директор ГК О’КЕЙ Армин Бургер (ранее возглавлявший формат дискаунте-

ра), аналогичный подход будет экстраполирован и на формат гипермаркетов.

Аналогичный подход использует целый ряд региональных розничных сетей, чьи масштабы не позволяют запустить полноценного оператора ВЭД. Тех. импортеры региональных сетей могут также создаваться «вскладчину» на базе закупочного объединения. Одна из таких компаний, работающих сразу с несколькими региональными сетями – РОСТ-актив. Рассматривают консолидацию импорта вина и франчайзи сети SPAR.

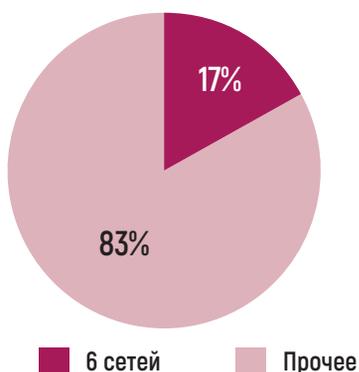
ТРЕТИЙ ПУТЬ СОБСТВЕННОГО ИМПОРТА

Подход: розничная сеть не является контрактодержателем, но является конечным заказчиком товара, а технический импортер помимо вопросов, связанных с акцизными марками и таможенным оформлением, за счет собственных средств осуществляет импорт алкогольной продукции, ее хранение и отгрузку в сеть по мере поступления заявок от сети. Импортер может рекомендовать своих устоявшихся поставщиков, но и сеть может предложить какие-то свои наработки.

Преимущества: использование закупочных компетенций импортера наряду с собственными. Низкие издержки при импорте вина на всех стадиях цепочки поставок. Вся полнота рисков и финансовая нагрузка при этом лежит на компании-импортере.

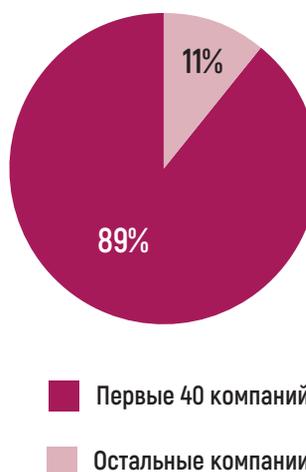
ИТОГИ 2018 ГОДА В ИМПОРТНОМ ВИНЕ

Доля федеральных сетей в импорте тихого и игристого вина. 2018 год



В 2018 году «традиционные» импортеры потеряли **от 4% до 25%** своих объемов относительно 2017 года, при этом крупный сетевой ритейл и компании обслуживающие его как технические импортеры выросли в объемах примерно на такую же величину, перераспределив в свою пользу поставок вина: **ОКОЛО 23 МЛН. ЛИТРОВ ИЛИ ОКОЛО 10% ИМПОРТНОГО СЕКТОРА РЫНКА ВИНА.**

Доля первых 40 компаний, 2018 год



Ограничения: Такая стратегия возможна только для масштабных компаний с мощной закупочной силой и гарантированно большими объемами поставок, которые делают низкомаржинальное сотрудничество экономически целесообразным для импортера.

Практики: Наиболее яркий пример работы в такой парадигме – сеть «Красное и Белое». Компания работает с 4 крупными импортерами, делегирует своим партнерам полный цикл работы с продуктом, при этом наценка поставщика полностью контролируется, а большинство позиций вина в ассортименте поставляется на условиях эксклюзива.

Стоимость такого типа собственного импорта – около 8-12% от стоимости поставки, но по факту прибыль импортера от такой сделки значительно ниже. Как бонус от сети для импортера – возможность поставить на полку продукцию по «управляемой» цене.

Одна из иллюстраций работы «КиБ» в такой парадигме – проект «Роберт Паркер рекомендует». Торговая сеть поставила своим партнерам задачу обеспечить закупку вин с высокими оценками самого авторитетного винного критика мира по максимально низким ценам.

В ходе закупочной кампании были отобраны вина из малоизвестных регионов, позиции из ассортимента крупных винных холдингов, у которых уже были крупные контракты с импортерами на оставку массового вина. В результате на полке «от Паркера» в «КиБ» появились вина с оценками 87-92 RP по цене до 1000 рублей, а чуть позже и до 500 рублей.



Параллельно сеть запустила программу обучения персонала, которому нужно было объяснять покупателю, кто такой Роберт Паркер и что означают 92 балла от этого критика. Были выпущены POSM и полиграфия по теме. Таким образом сеть решала вопрос привлечения в свои магазины более платежеспособной аудитории и развития винной категории в целом.

Такой цельный проект мог быть реализован только в парадигме «собственного импорта» – вне зависимости от того, на какую компанию



заклучался контракт. Центр принятия решений и ценообразования находился в самой розничной сети.

Собственный импорт активно развивает «Пятерочка», работая сразу с пятью импортерами, среди которых такие крупные игроки как «Лудинг» и «Алианта групп», но при этом полностью курируя процесс формирования ассортимента. Результат – очевидная трансформация винной категории сети и повышение внимания к федеральному ритейлеру «винных» покупателей.

ВМЕСТО ЗАКЛЮЧЕНИЯ

«Чистые» примеры работы в одной из парадигм собственного импорта на рынке относительно редки. Большинство крупных компаний розничной торговли сочетают несколько подходов. Так, например, X5 Retail Group имеет собственную компанию – участника ВЭД, активно работает и с техническими, и с классическими импортерами на низкой наценке. МЕТРО Cash & Carry, обладая серьезной закупочной силой и продолжая работать с классическими импортерами, уже третий год развивает собственную платформу ВЭД.

На современном рынке импорта можно вести дискуссии о терминологии: что называть «собственным», «прямым» или «техническим» импортом. Суть дела от этого не меняется. По прогнозам ИЦ WineRetail, все три подхода ритейлеров к импорту уже в ближайшие 2-3 года доведут долю торговых сетей в общем объеме импорта вина до 50%. В розничных продажах зарубежного вина через торговые сети собственный импорт займет более двух третей, а в компактных форматах будет стремиться к 100%. ■

Антон Носов, ведущий аналитик ИЦ WineRetail

РЫНОК КОНЬЯКА В РОССИИ. РАЗВИТИЕ, ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ

Коньяк занимает на рынке крепкого алкоголя особое положение. Это крупнейшая после водки категория на рынке крепких напитков с долей 11,3%. Коньяк обладает особым значением для российского потребителя как эмоциональный товар, продукт для подарка и особого случая. Все последние годы сегмент стабильно растет, но, по оценке Союза производителей коньяка, это благополучие не в полной мере соответствует действительности. О реальной ситуации на рынке коньяка и путях решения наиболее острых проблем отрасли рассказывает председатель Союза производителей коньяка Василий Гончаров.

ЗНАЧЕНИЕ КОНЬЯКА

Коньяк – традиционно важный для России продукт, обособленный на алкогольном рынке по ряду причин. Одна из важнейших – это стимулирование российского виноградарства. По оценке Союза, 12% от общего объема собранного в России винограда в 2018 году переработано на коньячные дистилляты. Несмотря на рост переработки винограда для коньячного сырья, качественных дистиллятов собственного производства в России критически мало. Виноград, переработанный в 2018 году, выйдет на рынок в виде выдержанного виноградного дистиллята не ранее 2021 года. Каждый год выдержки коньяка добавляет к цене литра коньяка не менее 15%. Это длинные инвестиции и значительные потребности в дорогих кредитных деньгах. Существующих на юге России мощностей недостаточно для закрытия потребностей отрасли в качественном сырье.

При этом проблема снижения качества коньячного сырья в процессе транспортировки стоит не так остро, как в производстве вина. Перевозка коньячных дистиллятов наливом для последующего розлива – общемировая практика.

СИТУАЦИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ И ФАЛЬСИФИКАТ

С момента своего основания Союзконьяк поднимает одну главную проблему, объединяющую всех добросовестных участников рынка – и крупнейших переработчиков российского винограда для производства российского коньяка, и крупнейших импортеров качественных коньяч-



ных дистиллятов из стран ЕС. Это проблема фальсификата.

Несмотря на оптимистичные показатели роста производства коньяка, Союз производителей ко-



Союзконьяк
СОЮЗ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ КОНЬЯКА

О СОЮЗЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ КОНЬЯКА

- Создан лидерами коньячного рынка в 2015 году для защиты интересов коньячной отрасли
- Суммарный объем производства коньяка участниками Союза – более 40% от общего объема рынка
- Объединяет как российских производителей-переработчиков винограда, так и компании, работающие с качественными импортными коньячными дистиллятами
- Более 85% винограда в России, предназначенного для производства коньячного сырья, в 2018 году переработано участниками Союза

ньяка оценивает ситуацию с потреблением как крайне сложную.

Снижение доходов потребителей ведет к падению платежеспособного спроса на коньяки. Союз отмечает перераспределение потребления качественного коньяка в пользу категорий с наименьшей выдержкой (3-4 года). Тем не менее, покупатель хочет украсить свой стол бутылкой коньяка (об этом говоря данные продаж и сравнительная динамика с другими секторами «крепкого рынка»). Этой ситуацией и пользуются фальсификаторы, применяющие в производстве этиловый спирт не виноградного происхождения и сырье, не соответствующее заявленным срокам выдержки.

Это положение усугубляется законодательными коллизиями, связанными с самим определением категории коньяка и сырья для его производства:

- Во 2 статье 171 ФЗ с 2011 года коньячный дистиллят объединен с понятием «этиловый спирт». Это создает ряд трудностей для производителей (в частности – двойное лицензирование производства коньяка из российского винограда). Но самое главное: размывает само понятие коньяка как напитка, производимого на 100% из виноградного сырья.
- Внедрение Технического регламента Таможенного союза стран ЕАЭС еще больше усугубит данную ситуацию, поскольку в нынешней редакции документа не существует понятия «коньяк». Эта категория напитка будет именоваться «крепкий напиток из коньячного дистиллята».

КОНЬЯК. СОСТОЯНИЕ ОТРАСЛИ*

Свыше 50 тысяч тонн винограда

(порядка 10% от общего объема производства в России) переработано в 2018 году на коньячные дистилляты

16,69% – рост производства коньяка в 1 квартале

30,48% – рост производства бренди в 1 квартале

5,88% – рост розничных продаж (без учета NoReCa)

Для сравнения:

Динамика рынка водки: – 0,11%

Средний рост по рынку напитков крепостью свыше 9%: + 1,82%

*Данные ЦИФРРА

МИНИМАЛЬНЫЕ РОЗНИЧНЫЕ ЦЕНЫ

Для решения проблем с контрафактом и фальсификатом на алкогольном рынке государством внедрен механизм минимальных розничных цен. На наш взгляд, это единственный эффективный инструмент преодоления проблемы фальсификата и, в частности, развития виноградарства как сырьевой базы качественных коньяков.

Мне бы не хотелось обсуждать в этой статье саму идею такого ценового инструмента регулирования. Это данность на современном рынке. Вопрос сейчас стоит в поддержании этого инструмента в работоспособном состоянии, его калибровке. В данном случае, о регулярной индексации, в соответствии с инфляционными процессами и другими объективными факторами.

БЕЗ ТАКОЙ «КАЛИБРОВКИ» САМО СУЩЕСТВОВАНИЕ ЭТОГО ИНСТРУМЕНТА ТЕРЯЕТ ВСЯКИЙ СМЫСЛ!

По этому поводу Союз производителей коньяка направил детальную аналитическую записку Председателю Рабочей группы по регулированию алкогольного рынка, Заместителю Министра финансов России Илье Трунину. Наш расчет показывает, что при проведении индексации минимальных розничных цен:

- Коньяк дискриминирован по сравнению с другими категориями алкогольной продукции
- Учетные при расчете индексации показатели наценки на разных этапах товаропроводящей сети не отражают реальную ситуацию в отрасли.

УТОЧНЕНИЕ ПОДХОДА

На сегодняшний день минимальные цены составляют 329 – от производителя в опт, 338 – от оптовика в розницу, 388 – цена на полке. Наша «калибровка» основана на детальном анализе всех факторов, влияющих на себестоимость и издержки на всех этапах движения коньяка от производителя к покупателю.

- **Цена производителя.** Необходимо точно учесть уровень инфляции в 2017-2018 гг., официально оцениваемый Центробанком и Росстатом в размере 6,87%. Таким образом, реальная отпускная цена должна составлять не менее 335 рублей за 0,5 литра готового коньяка.
- **Цена дистрибьютора.** При существующем уровне минимальной цены, наценка производителя рассчитана на уровне 2,87%. Это даже приблизительно не может соответствовать минимальным значениям рентабельности производства,

с учетом всех затрат. Фактически речь идет о теневом обороте и уменьшении собираемости налогов. Наша оценка минимального порога наценки в производстве – 18,06%. Соответственно, при расчете МЦ на этом уровне минимальная цена составит 396 рублей за 0,5 литра готовой продукции.

- **Цена полки.** Мониторинг рынка показал, что цены на качественный коньяк в розничной торговле находятся на уровне порядка 550 рублей за 0,5 литра и лишь в периоды акций опускаются до 499 рублей.

ПРОВЕДЕННОЕ В 2018 ГОДУ ИССЛЕДОВАНИЕ КОНЬЯКОВ РОССИЙСКОЙ СИСТЕМЫ КАЧЕСТВА ПОКАЗАЛО, ЧТО БОЛЕЕ 70% КОНЬЯКОВ, ПРЕДСТАВЛЕННЫХ В ЦЕНОВОЙ КАТЕГОРИИ ДО 450 РУБЛЕЙ, НЕ СООТВЕТСТВУЮТ ТРЕБОВАНИЯМ ГОСТ ТО ЕСТЬ, ФАКТИЧЕСКИ КОНЬЯКАМИ НЕ ЯВЛЯЮТСЯ.

В связи с этим, при индексации минимальных розничных цен, цена на коньяк не увеличится. Это не выгодно ни производителям, ни покупателю, ни розничной торговле. Качественный коньяк уже сейчас стоит дороже, чем предлагаемый нами уровень МРЦ – 493 рубля.

Существующий уровень МРЦ в корне не верно учитывает наценку на коньяк, дискриминируя этот продукт по сравнению с другими категориями.

Например, расчет МРЦ на игристые вина устанавливает суммарную наценку:

- **Игристые вина – 39%**
- **Бренди – 27,4%**
- **Коньяк – 17,5%.**

Такие различия просто не объяснимы, особенно в сравнении с категорией бренди, очень близкой коньяку по всем условиям производства, хранения и продажи, за исключением одного: коньяк – это более статусный и более маржинальный товар, и наценка на него, согласно расчетам Союза, составляет не менее 42,56%.

ТАКИМ ОБРАЗОМ, РАСЧЕТ СОЮЗКОНЬЯКА ПОКАЗЫВАЕТ, ЧТО ОПТИМАЛЬНЫМ УРОВНЕМ МИНИМАЛЬНОЙ РОЗНИЧНОЙ ЦЕНЫ НА КОНЬЯК ЯВЛЯЕТСЯ 493 РУБЛЯ ЗА 0,5 ЛИТРА ГОТОВОГО КОНЬЯКА.

При этом аудитория, не обладающая достаточными доходами для покупки качественного коньяка, может переключиться на бренди – технологически обоснованно более дешевый продукт (благодаря меньшей выдержке и требованиям к сырью), выпускаемый с 2018 года по ГОСТ. ■

POZIS
Since 1898

**ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ХРАНЕНИЕ ВИНА**

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

Полный модельный ряд винных шкафов POZIS представлен на официальном сайте www.pozis.ru



wineincognito

ИНСТРУМЕНТ ВИННОЙ ОЦЕНКИ

В своей работе любой закупщик торговой сети, менеджер виноторговой компании, сомелье сталкивается с задачей регулярной дегустационной оценки большого количества образцов вина. Для того, чтобы эта работа была эффективной и приносила реальный результат торговой или ресторанной сети, результаты оценки необходимо систематизировать, хранить и корректно обрабатывать. Кроме того, перед винными командами больших компаний стоит задача получения объективной оценки путем кворума профессиональных мнений. Все эти задачи позволяет решить новая совместная разработка Ассоциации кавистов России, Союза сомелье и экспертов России и винной школы WineQ. О дегустационном digital-проекте рассказывают руководитель ССЭР Артур Саркисян и Президент Ассоциации кавистов России Алексей Соловьев.

Wine Retail (WR): Что такое WINEINCOGNITO?

Артур Саркисян (Артур): Это универсальный инструмент работы эксперта-дегустатора, применимый в любой ситуации, когда речь идет о необходимости много пробовать, тщательно собирать и хранить свои оценки и описания, получать среднюю оценку, сравнивать свое мнение с рецензиями других экспертов. На сегодняшний день это дегустационная программа, с которой удобно работать на мобильном устройстве (например, на планшете), но это только вершина айсберга.

Алексей Соловьев (Алексей): Это профессиональная винная экосистема для профессионалов с очень большими возможностями. Она рассчитана таким образом, чтобы стимулировать развитие винного рынка, как минимум в нашей стране и в сопредельных государствах.

WR: Серьезная заявка на будущее. Как возникла идея этого проекта?

Артур: Разрабатывать дегустационную программу я начал еще в 2014 году. Впервые она была апробирована на дегустационном конкурсе «Кубок виноделов СВБР» осенью 2015. Целью проекта было упростить и автоматизировать работу дегустационного жюри.

ТРАДИЦИОННО ЧЛЕНЫ ЖЮРИ ЗАПОЛНЯЮТ ДЕГУСТАЦИОННЫЕ БЛАНКИ НА КАЖДЫЙ ОБРАЗЕЦ. ЭТО ОЧЕНЬ НЕУДОБНО В СЛУЧАЯХ ОБШИРНОГО СОСТАВА ЖЮРИ И БОЛЬШОГО КОЛИЧЕСТВА ОБРАЗЦОВ.

Нужно быстро переносить данные с бланков в xls, некоторые эксперты забывают поставить подпись или номер образца и прочее.



Программа позволяла моментально получать среднюю оценку, отслеживать работу экспертов без опции как-то менять их результаты, и дала жюри возможность сосредоточиться на вине, а не на письменной работе.

**ЗА ЭТИ ГОДЫ С ПРОГРАММОЙ
ПОРАБОТАЛИ НАСТОЯЩИЕ ЗВЕЗДЫ
МИРОВОЙ ВИННОЙ КРИТИКИ:
ТИМ АТКИН И ОЗ КЛАРК, РОБЕРТ
ДЖОЗЕФ И ХОСЕ ПЕНИН.**

Мы получили много хороших отзывов и полезных рекомендаций, в том числе от организаторов винного Давоса на озере Комо, и совершенствовали программу от конкурса к конкурсу. В 2018 году усилия по разработке были объединены на новой, более современной платформе, которую предложила команда Алексея Соловьева, и осенью прошлого года конкурс в Абрау-Дюрсо стал первым местом апробации уже нового продукта WINEINCOGNITO.

Алексей: Винная команда крупной федеральной торговой сети в год может пробовать более 9000 вин. Еще несколько лет назад появилась идея систематизировать эту работу, правильно собирать и хранить дегустационные данные. Вначале это была просто таблица в xls. Все поступающие образцы снимались в нашей «фотобудке», затем изображение привязывалось к определенной строке в таблице, в которую вносилась основная информация и дегустационная оценка по 100-балльной шкале. Это было не очень удобно, поскольку такая система не давала никакой информации об аромате вина, балансе и других важных характеристиках, из которых складывается оценка.

**БЫЛИ КАКИЕ-ТО БЛОКНОТЫ
ДЛЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ ЗАПИСЕЙ,
ЗАМЕТКИ В ТЕЛЕФОНЕ И Т.Д.
ПОЯВИЛАСЬ ИДЕЯ СОВРЕМЕННОГО
И УДОБНОГО ИНСТРУМЕНТА ДЛЯ
СБОРА ВСЕХ ЭТИХ ДАННЫХ.**

И в апреле 2018 года, когда мы совместно с партнерами активно занимались запуском школы вина WineQ, идея создания профессионального инструмента для оценки вина вышла на совершенно другой уровень.

Артур: С похожими проблемами систематизации и хранения больших массивов дегустационных оценок сталкиваются и в сегменте HoReCa, но в ресторанах есть своя специфика. Во-первых, многие сомелье ленятся или не имеют времени вести подробные дегустационные записи (в любом виде – хоть в бумажном, хоть в электронном) и помнят, в лучшем случае, этикетку вина, но не свое впечатление. Во-вторых, виноторговые компании тратят огромные деньги на образцы, не получая никакой обратной связи от сомелье по своим винам.

Программа WINEINCOGNITO в ее современном виде позволит решать все эти проблемы.

**ЗДЕСЬ НЕ НУЖНО НИЧЕГО ЗАПОЛНЯТЬ –
ДОСТАТОЧНО СДЕЛАТЬ ВЫБОР
ИЗ ПРЕДЛОЖЕННЫХ ВАРИАНТОВ
В МАКСИМАЛЬНО УДОБНОМ ВИДЕ.**

Она предоставит поставщику ресторана в удобной форме краткую справку о проведенной дегустации и впечатлениях сомелье от вин.





Общая оценка вкуса

Интенсивность:

Приглушенный

Ниже среднего

Средний

Выше среднего

Яркий

Длина вкуса:

Короткий

Короче среднего

Средний

Выше среднего

Долгий

Сложность:

Одномерный

Нельзя назвать простым

Rus / Eng

Вино Белое Сухое
Франсуа Кроше Sancerre,
2017

Добавить в избранное

Добавить описание

Содержание алкоголя	13%
Год	2017
Оценка	87,5
Категория	Вино
Производитель	Франсуа Кроше
Место-расположение	Франция, Долина Луары, Центр долины Луары, Sancerre
Содержание сахара	Сухое
Сорт винограда	Совиньон Блан (100%)
Цвет	Белое

WR: Как это выглядит на практике?

Артур: Эксперт оценивает вино по двум основным группам характеристик: качеству и дегустационному профилю. С первой частью более-менее все было понятно еще на моменте работы с дегустационным жюри. По этому же пути шел и Алексей. Оценив несколько параметров внешнего вида, аромата, вкуса и общего впечатления от вина дегустатор выставляет общий балл. Это стандартная процедура оценки, закрепленная в регламентах Всемирной организации винограда и вина (OIV).

ЭТОТ ЖЕ ПРИНЦИП БЫЛ ЗАЛОЖЕН ПРИ ПОДГОТОВКЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ ВИН ИЗ РИТЕЙЛА ДЛЯ ПРОЕКТА РОСКАЧЕСТВА.

Второй большой блок оценки вин мы полностью разрабатывали совместно. Одной из его фишек является набор оттенков цвета. Дегустатору достаточно приложить бокал с вином к экрану мобильного устройства для выбора подходящего оттенка и его интенсивности.

Система очень пластична. Сейчас она основана на 100-балльной системе оценки, но пользователь или группа пользователей сможет выбрать и любую другую: 20-балльную, 5-балльную.

WR: Непростая технически задача. Кто занимался разработкой программного продукта?

Алексей: Мы основывались на российском и международном опыте, изучали весь спектр мирового опыта дегустационной оценки.

НАМ БЫЛО ПРИНЦИПИАЛЬНО, ЧТОБЫ РАЗРАБОТЧИКИ ПО БЫЛИ РОССИЙСКИЕ.

Техническую часть делали наши партнеры, которые разрабатывали всю IT-инфраструктуру и системы дистанционного обучения школы WineQ – российская компания Auvix. Это крупнейший российский дистрибьютор и интегратор мультимедийных решений. Они работают на рынке больше 25 лет, специализируются на передаче аудио-визуальных данных, конференц-проектах. У компании собственные программисты и разработчики. Под нашу программу было выделено два человека в команде компании, которые занимались непосредственно WINEINCOGNITO.

WR: Какова основная цель проекта?

Алексей: Основная цель – объединить все лучшие практики в этой области и создать сообщество для профессиональной оценки вина.

ИЗНАЧАЛЬНО МЫ ОРИЕНТИРУЕМСЯ НА РУССКОЯЗЫЧНОЕ СООБЩЕСТВО, НО В ПРОГРАММЕ ЕЩЕ С МОМЕНТА РАЗРАБОТКИ ПРЕДУСМОТРЕН ВТОРОЙ ЯЗЫК – АНГЛИЙСКИЙ.

Для закупщика это не просто записная книжка, это доступный в любой момент банк данных. Если мне нужно принять срочное решение о введении в ассортимент какого-нибудь петна-

та (условно), а я физически не могу его сейчас попробовать, при большом объеме данных и задействованных экспертов всегда можно найти человека с близкой к моему стилю оценкой. Ввиду оперативности ситуации я смогу положиться на его мнение.

WR: Это может быть отличным инструментом и для небольших сетей, не имеющих собственных высоких компетенций работы с вином.

Алексей: В будущем безусловно. На старте эта программа рассчитана только на дегустаторов с высокой компетенцией. Каждый эксперт в той или иной степени обладает объективностью и профессионализмом, и только вместе мы сможем выйти на совершенно новый уровень. Главная ценность проекта – в совокупной оценке. Для того чтобы оценка была максимально точной, мы поставили внегласное условие: она формируется при наличии заключения минимум трех экспертов, одобренных командой WINEINCOGNITO.

В ПРОГРАММЕ ЗАЩИТО МНОГО СКРЫТОЙ АНАЛИТИКИ, КОТОРАЯ ПОЗВОЛЯЕТ ОЦЕНИВАТЬ СТИЛЬ ДЕГУСТАТОРА И НЕ УЧИТЫВАТЬ ОЦЕНКУ В СЛУЧАЕ КАКИХ-ТО СЕРЬЕЗНЫХ ОТКЛОНЕНИЙ.

С развитием экспорта вин из России, Грузии, Армении в Европу, зарубежные закупщики также смогут ориентироваться на авторитетное мнение своих коллег – членов ССЭР и других участников проекта. Работает и обратная зависимость – возможность узнать о мнении российских потребителей о том или ином вине.

WR: Будет ли система со временем доступна конечному потребителю?

Алексей: Мы планируем запустить потребительскую часть WINEINCOGNITO уже в октябре этого года. Это будет адаптированная по сравнению с профессиональной системой версия. Если говорить о потребностях конечного потребителя, то ему не нужен сложный набор терминов и дегустационных описаний.

ОБЪЕМ ИНФОРМАЦИИ О ВИНЕ, КОТОРЫЙ НЕОБХОДИМ ПОКУПАТЕЛЮ, ПРИМЕРНО РАВЕН ТЕКСТУ НА КОНТРЭТИКЕТКЕ. ТОЛЬКО ЭТО ДОЛЖЕН БЫТЬ ТЕКСТ, РЕАЛЬНО ГОВОРЯЩИЙ О ВИНЕ, А НЕ ЭПИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ МАРКЕТОЛОГА, СОЧИНЯВШЕГО ЭТИКЕТКУ.

Одно из направлений развития проекта, как я его вижу в будущем – это как раз некий сервис стандартизованных описаний для внешнего оформле-

ния вина, электронных каталогов, которые не будут вводить потребителя в заблуждение.

Аргур: Потребительская часть действительно важна, она дает покупателю большой выбор хорошо подобранной профессиональной информации. Но главным эффектом системы я все-таки считаю создание профессионального сообщества дегустаторов.

В ПРОШЛОМ ГОДУ МЫ ПРОВЕЛИ БОЛЬШУЮ РАБОТУ ПО СОЗДАНИЮ НАЦИОНАЛЬНОЙ ДЕГУСТАЦИОННОЙ КОМИССИИ, ПОДТВЕРЖДЕНИЮ СЕНСОРНЫХ СПОСОБНОСТЕЙ ДЕГУСТАТОРОВ ПО ЗАКАЗУ РОСКАЧЕСТВА.

И этот опыт, и практика всех дегустационных конкурсов, которые я курировал, показывают: работа с системной оценкой дисциплинирует дегустаторов, дает возможности для саморазвития, показывает те моменты, в которых еще можно поработать над своими сенсорными способностями. Это и незаменимый инструмент для обучения, для школ сомелье. Я считаю, что у этого проекта очень большое будущее. И это будущее за профессионалами, которые изменят подход к оценке вина и сам винный рынок. ■





«КАРУСЕЛЬ»: ВИННЫЙ ПРОЕКТ

РОЛЬ ВИННОЙ КАТЕГОРИИ В АССОРТИМЕНТЕ ГИПЕРМАРКЕТОВ

Федеральная торговая сеть «Карусель» в последние полтора года стала одним из самых активных игроков в ритейле с точки зрения развития винной категории. Обновление ассортимента, команда кавистов, винные фестивали, digital-инновации – далеко не полный перечень изменений и нововведений. В «Карусели» состоялся и запуск весенней акции «Дни российских вин» при участии профильных министерств и ведомств. Как итог – номинация на премию Retail Awards в категории «Лучшие практики виноторговли», которую присуждают универсальным продовольственным ритейлерам.

Все шаги «Карусели» в развитии винного направления – это часть большой программы обновления торговой сети. В том, как один из форматов X5 Retail Group использует винную категорию в своих изменениях, разобрался Вице-президент Российской ассоциации экспертов рынка ритейла Александр Ставцев.

О необходимости переосмысления формата гипермаркет эксперты начали говорить еще пару лет назад на фоне падения показателей лидеров рынка. Торговые объекты огромной площади постепенно перестали быть для ритейлеров «машинами по сбору денег с покупателя», изменилось и само потребительское поведение.

Об изменении идеологии больших форматов в X5 Retail Group задумывались в 2016 году, и сейчас уже видны первые результаты. Особую роль играет винная категория.

В сети Карусель 94 гипермаркета средней торговой площадью 4000 м². Сеть существует с 2004 года, и такое положение дел отражает эволюцию формата за последние полтора десятилетия. Покупатель больше не готов проводить часы за покупками и блуждать по огромной территории в поисках нужного товара. Кроме того, сегмент non-food, занимавший до половины площадей гипермаркетов, сейчас в значительной степени перемещается в online. Что в такой ситуации делать с большими объектами, построенными на волне развития

ПРОФАЙЛ WINERETAIL

Компания:	X5 Retail Group
Сеть:	«Карусель»
Формат:	Гипермаркет (5 000 – 11 000 м ²)
Регионы присутствия:	Федеральная розничная сеть (за исключением Дальнего Востока)
Винный ассортимент:	900 – 1300 SKU
Стратегия:	внедрение позиции кависта, расширение ассортимента, гибкая матрица в зависимости от площади и региона расположения (4 типа)
Маркетинговые механизмы:	Акции «страна недели», digital-решения, поддержка винных фестивалей, винные каталоги и др.

формата, и какую роль винная категория играет в ассортименте гипермаркетов?

ОТ ТОВАРОВ К НАСТРОЕНИЮ

Гипермаркет «Карусель» на улице Савушкина в Санкт-Петербурге один из старейших в сети. Именно его компания выбрала как стартовый для тестирования обновленного формата, и именно туда мы отправляемся, чтобы оценить результат.

Первое, что видишь, въезжая на парковку «Карусели» на Савушкина – огромная вывеска «Ресторан Карусель». Этому новшеству в сопровождении слогана «готовим из продуктов гипермаркета» посвящена большая часть рекламы внутри торгового объекта.

Открытие ресторана — один из элементов нового формата торговой сети. «Карусель» постепенно сокращает раздел непродовольственных товаров. Отказавшись от электроники, сеть освободила место для арендатора «М-видео», категория «Детские товары» была отдана «Детскому миру», который также разместился на освободившихся площадях.

Все строится по принципу – «каждый должен заниматься своим делом». Дело «Карусели» – предоставить большой выбор свежих продуктов и подарить хорошее настроение покупателю.



«Создать особую атмосферу, чтобы покупателю нравилось проводить время в гипермаркете, совмещая покупки и положительные эмоции. Ресторанный проект и развитие винной категории — это логичные шаги в обновлении формата», — комментирует директор по маркетингу «Карусели» Сергей Павлов.

В 2018 году «Карусель» совместно с агентством BBDO провела ребрендинг, сменив в логотипе лошадку, нагруженную продуктами, на букву «К», в которую вписаны зеленые листья, как символическое отражение акцента на ультра-фреш. Первый магазин, полностью реализованный в новой концепции, открылся в подмосковном Сергиевом Посаде. Были переформатированы еще три уже существовавших объекта.

В КАЖДОМ СЛУЧАЕ ПОДХОД К ОБНОВЛЕНИЮ БЫЛ ИНДИВИДУАЛЬНЫМ.

Один из обновленных гипермаркетов находится в Выборге на берегу Финского залива. В летнее время в торговом зале там много одетых по-пляжному покупателей, девушек в купальниках, выбирающих продукты для пикника. В «Карусели» решили реализовать эту покупательскую потребность и в летний период в части гипермаркета, обращенной к воде, открываются террасы кафе, есть возможность купить все, что необходимо на вынос.

Формат food-to-go (готовой еды на вынос) — это, по итогам 2018 года, самый быстрорастущий сегмент в HoReCa. Именно на него делают ставку в ресторанах «Карусели», но не только. В ресторанах есть алкогольная лицензия и винная карта (площадь позволяет соблюсти требования законодательства). За меню отвечает специалисты с серьезным портфолио в ресторанном бизнесе. Они же формируют технологические карты для производства готовой еды в отделе кулинарии. Вино, как продукт с растущим потребительским интересом и огромными возможностями

индивидуализации ассортимента, является органичной частью этой стратегии.

ОТ СТЕЛЛАЖА К ВИНОТЕКЕ

Сокращение сегмента non-food особенно заметно, когда проходишь по центральной аллее «Карусели» на Савушкина. Правая непродовольственная часть существенно уступает по площади левой, продуктовой. Упирается центральная аллея аккуратно в винный отдел, с которым соседствует сектор ультра-фреш. Еще издали его расположение легко заметить по оригинальному оформлению колонн в гипермаркете. На них размещены рекламные конструкции в виде ящиков с овощами и фруктами.



«В супермаркете обзор покупателя ограничен, и покупки в основном импульсные. Гипермаркет – это формат для людей, которые сами принимают решения. Им нужна навигация для легкого поиска нужного отдела», – комментирует операционный директор «Карусели» Александр Мальчевский.

В винном отделе сразу заметны изменения, направленные на облегчение выбора покупателей. Привлечь внимание к отделу и создать в нем особую атмосферу помогают световые решения, подкатегории обозначены яркими элементами навигации и POSM. Заметно улучшился и винный ассортимент «Карусели».

ПО СУТИ, ЭТО НЕ ПРОСТО ОТДЕЛ МАГАЗИНА С БОЛЬШИМ АССОРТИМЕНТОМ. ЭТО ВИНОТЕКА ВНУТРИ ГИПЕРМАРКЕТА – СО СВОЕЙ ИДЕОЛОГИЕЙ, ЛОГИКОЙ ФОРМИРОВАНИЯ И СВОИМ ПОКУПАТЕЛЕМ.

Позиции из нижнего ценового сегмента тоже есть, но большинство вин подобрано явно в расчете на развитие покупателя и удовлетворение потребностей тех, кто с вином уже близко знаком.

«Вино – это «голубой океан» нашего ассортимента. Выбор огромен, всегда есть возможность предложить новинку, рассказать какую-



то свою интересную историю, создать особую атмосферу покупки, чтобы покупателю вновь захотелось к нам вернуться», – говорит Александр Мальчевский.

Вино интегрировано в большинство разделов ультра-фреш. Непосредственно с зоной винотеки соседствует рыбный рынок с непременно для питерского ассортимента охлажденной корюшкой. Рядом стойка с несколькими белыми винами на выбор.

В отделе мясных деликатесов представлены подходящие для гастрономического сопровождения вина. Особо привлекает цена на топовую Испанию. Ниже, чем на популярных интернет-витринах.

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ – ЭТО ОТДЕЛЬНАЯ ТОЧКА ПРИЛОЖЕНИЯ УСИЛИЙ ВИННОГО ОТДЕЛА СЕТИ. СДЕЛАТЬ АССОРТИМЕНТ КОНКУРЕНТНЫМ ПОМОГАЕТ СОБСТВЕННЫЙ ИМПОРТ.

Один из примеров – совместный проект с австрийским производителем «Шлосс Раггендорф». Качественные вина продаются в сети по цене до 700 рублей за бутылку игристого вина и до 600 за тихие позиции. Другой пример – DO Cava. Один из брендов собственного импорта «Карусели» из этого региона уже запускался на российском рынке через импортера, но дело не пошло. Сейчас минимизация затрат при импорте позволила «Карусели» снизить розничную цену на эту позицию до 400 рублей, и вино стало пользоваться спросом.

ФАКТОР КАВИСТА

Полтора года назад в сети было создано новое подразделение. В гипермаркетах появились первые кависты под руководством Ксении Ковчиной. Ксения несколько лет проработала в METRO Cash & Carry, занимала призовые места на национальных конкурсах кавистов, активно участвует в тренинговых программах Московской Ассоциации сомелье.

Под ее руководством сейчас четверо кавистов, и это лишь начало проекта.



«Мы видим позитивные результаты после начала работы кависта в сравнимых продажах вина. Рост по категории может составлять до 15-20% по сравнению с магазинами, где кависты не работают», — говорит Ксения Ковчина.



КАВИСТ НЕ ТОЛЬКО ВЗАИМОДЕЙСТВУЕТ С ПОКУПАТЕЛЕМ, ВАЖНАЯ ЗАДАЧА – ПРАВИЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ С КАТЕГОРИЕЙ, ВЫКЛАДКИ, КОНТРОЛЬ ТОВАРНЫХ ОСТАТКОВ, ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ ОТ ПОКУПАТЕЛЕЙ.

Вряд ли такая должность появится во всех гипермаркетах «Карусель». География сети охватывает 48 городов, и специфика потребительского рынка Тюмени может существенно отличаться от Москвы, Санкт-Петербурга или Ростова-на-Дону.

Там, где полноценная позиция кависта в штатном расписании не рентабельна, появится «электронный кавист». Терминалы, помогающие покупателю сделать выбор во внушительном ассортименте сети, уже появились в четырех гипермаркетах. Обладателям смартфонов будет помогать приложение «Карусели» с рекомендациями не только по выбору вина, но и подбору гастрономических пар к нему из ассортимента гипермаркета.

Стоит отметить, что в продвижении винной культуры «Карусель», что называется, начала с себя. Было введено обучение сотрудников компании, чья работа непосредственно не связана с винным направлением, основам понимания продукта вино. Команда Ксении Ковчиной провела ряд интерактивных мероприятий, направленных на популяризацию вина, а также повышение винной культуры через геймификацию, организовав винное «Что? Где? Когда?».

В 2018 году «Карусель» начала сотрудничество с экспертным сообществом винного рынка и выступила партнером винного фестиваля в Санкт-Петербурге. На 2019 год запланировано уже три «винных» активности. Сеть начала выпускать собственный винный каталог.

ПЕРСПЕКТИВА

В прошлом году первая переформатированная «Карусель» открылась в Москве. До конца 2019 года сеть планирует обновить еще несколько гипермаркетов. О первых результатах новой ассортиментной и маркетинговой политики говорят финансовые результаты сети за 2018 год.

Согласно опубликованной отчетности компании, сеть лидирует по размеру и темпам роста среднего чека в X5 Retail Group (+ 3,9% IFl к показателям 2017 года), показывает уверенный рост трафика. А также демонстрирует один из лучших показателей по динамике выручки среди сетей-конкурентов по формату гипермаркет. И это практически без новых открытий (в 2018 открылся только гипермаркет в Сергиевом Посаде). ■



ЕЛЕНА РУДОВА: В РАЗВИТИИ ВИННОЙ КАТЕГОРИИ МЫ ПОЛНОСТЬЮ НА СТОРОНЕ КЛИЕНТА

Преобразования, которые проходят в торговой сети «Карусель» и в ее винной категории, прочно связаны с работой профильных байеров, которыми руководит директор управления торговой сети «Карусель» по категории «Продовольственные товары» Елена Рудова. Она прокомментировала для издания Drink Retail Congress главные тренды винного рынка и сформулировала основную миссию изменений.

Александр Ставцев (АС): Как бы Вы сформулировали основную идею, которая движет изменениями в винном ассортименте «Карусели»?

Елена Рудова (ЕР): Наша главная задача в этой категории – быть полностью на стороне клиента. Понять его потребности, создать для него полностью комфортную ситуацию выбора и условия для развития винной культуры. Если человек доверился нашей сети и ее винному ассортименту, он должен понимать, что «Карусель» всегда поможет сделать безошибочный выбор. Вне зависимости от того, есть ли у полки кавист, каким бюджетом я обладаю на покупку вина, каковы мои предпочтения.

АС: Как это реализовать на практике, ведь уровень осведомленности о вине у покупателей очень разный?

ЕР: В первую очередь, мы серьезно поработали с матрицей. Для повышения эффективности отдела проведена дифференциация ассортимента. У нас широкая география, и винный ассортимент гипермаркета в Подмоскowie на Новой Риге или в Санкт-Петербурге естественным образом должен отличаться от ассортимента в Челябинской области или Нижневартковске. Сейчас в «Карусели» в зависимости от потенциала продаж и площади гипермаркета реализовано 4 типа матрицы.

В гипермаркетах с невысоким потенциалом продаж и ограниченной площадью количество SKU в матрице сокращено на 20% с целью обеспечения возможности более качественной и полной выкладки. Основной акцент в матрице этих магазинов сделан на простые понятные вина низкой и средней ценовой категории, основных типов и базовых винных регионов, оптимального соотношения цены и качества. Во всех основных категориях представлены товары «первой цены». При работе с этой матрицей для нас было важно обеспечить предложение вин стабильного базового качества.

В гипермаркетах со стандартной площадью и значительным потенциалом развития категории матрица расширена на 14% за счет увеличения ассортимента вин среднего и выше среднего ценовых сегментов с акцентом на страны и регионы – новинки винного рынка, нишевые категории. Это и нестандартные литражи, и эко/био вина, вина с пониженным содержанием алкоголя и так далее.

В отдельную группу выделены несколько гипермаркетов с высоким потенциалом продаж и расширенной площадью выкладки. Для них сформирована широкая матрица с расширенным ассортиментом вин высокого качества Европы и Нового Света. В этих гипермаркетах работают наши кависты. Здесь ассортимент существенно шире – до 1 300 SKU, выше ценовой потолок, и у нас уже есть клиенты, которые приходят к «своему» кависту и покупают вина ценой 5000-10000 рублей (для сравнения, в стандартной матрице самое дорогое вино стоит до 3000 рублей). Это уже совершенно другой уровень потребителей. Здесь важно и предложить интересную новинку, и обеспечить периодические скидки на любимый ассортимент. Для таких клиентов мы обсуждаем специальные программы лояльности.

АС: Как выглядит сейчас структура винного ассортимента «Карусели»? Какие потребительские тренды Вы могли бы отметить?

ЕР: Среди стран лидером остается Россия с 27% в товарообороте. Основной тренд в этом на-

правлении – рост качества ассортимента во всех ценовых группах. Мы последовательно увеличиваем внутри категории долю вин защищенного географического указания и защищенного наименования места происхождения. Отмечу, что тенденция роста качества вин из российского винограда идет от самих производителей, в том числе крупнейших компаний со значительными площадями собственных виноградников.

Эта работа была отмечена организаторами «Дней российских вин», и «Карусель» стала площадкой для запуска очередной акции весной этого года. Активная работа с российскими винами транслируется и в рост потребительского внимания к российскому направлению. В 2018 году российское вино было в каждой второй корзине покупателя винного отдела.

АС: А как обстоят дела с импортными винами?

ЕР: Среди импортных вин лидирующие позиции сохраняют за собой вина Испании, Италии и Франции, Грузии. Лидер категории вина Нового Света – Чили – несколько уменьшил свою долю за счет высокого роста с небольшой базы таких стран как Австралия, Аргентина, Новая Зеландия. Стабильно пользуются спросом у покупателей вина ЮАР. Среди стран, динамично развивающихся на российском рынке, стоит отметить Португалию – рост продаж вин этой страны в «Карусели» в 2018 году составил 53% по сравнению с 2017 годом, что в целом соответствует тенденции на рынке.



Думаю, тенденцию роста Португалии отметили и другие ритейлеры, эта страна демонстрирует хороший потенциал по соотношению цены и качества. Но лично я считаю, что мы должны не только следовать за трендами, но и формировать их. Только так можно быть конкурентоспособным на том рынке, который сложился сегодня.

Для популяризации нашего ассортимента и его новинок мы активно развиваем тематические винные каталоги, посвященные летним винам, винам России, винам Старого и Нового Света. За последний год рост продаж ассортимента этих каталогов составил 66%. Это удачный и востребованный формат, и это далеко не единственный инструмент, который мы используем для повышения нашей конкурентоспособности.

АС: Кстати, о конкурентах. Как Вы видите нынешнюю ситуацию виноторговле?

ЕР: В винном ритейле значительно усилилась ценовая конкуренция, в том числе благодаря активному росту специализированных сетей. Растет интерес к промо, что вполне объяснимо на фоне режима экономии, в котором сейчас находится покупатель.

Вместе с тем, все большее количество покупателей стремится разбираться в винах, ориентироваться при покупках на оптимальное соотношение цены и качества. Страны-лидеры винного рынка сохраняют свои позиции, но внутри этих стран происходит изменение структуры продаж между категориями вин и винными регионами. Понимая эти тенденции, управляя ими, мы можем сделать свой ассортимент более мобильным и привлекательным.

АС: Как бы Вы оценили результат той работы, которая была проведена в «Карусели» за последнее время? Каковы показатели ее эффективности?

ЕР: Могу лишь сказать, что категория «вино» росла в 2018 году по сравнению с 2017 быстрее, чем «Карусель» в целом. Это говорит о том, что мы на верном пути. Реализован далеко не весь потенциал этого роста, и скоро нам вновь будет, о чем рассказать. ■



«САМБЕРИ». ВИННЫЙ ПРОЕКТ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО ГИГАНТА

Компания «Невада Групп», которой принадлежит крупноформатная сеть «Самбери», играет на рынке Дальнего Востока такую же роль, как федеральные ритейлеры на остальной территории России. Три основных формата розничной торговли, не считая вариаций. Глобальная дистрибуционная сеть продуктов питания во всех регионах ДВФО, западные компетенции топ-менеджмента в ритейле. В титульной для компании сети «Самбери» сделан акцент на эмоциональный сервис, digital и затейливое собственное производство. Можно сказать, что при таких исходных данных серьезная реформа винного направления межрегиональной сети была неизбежна.

ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЕ ИННОВАЦИИ

Первый дальневосточный гипермаркет «Самбери» открылся 11 лет назад в формате дискаунтера, реализовав концепцию «удара по ценам». Тем не менее, за последнее 10-летие концепция

«Самбери» существенно изменилась, и сейчас новые гипермаркеты сети больше похожи на парижские Auchan, чем на гипер-дискаунтеры.

Внутри торговой сети существуют три формата: супермаркеты формата «экспресс», магазины средней площади (крупные супермаркеты), гипермаркеты.

ОБЪЕДИНЯЮТ ВСЕ ТРИ КАТЕГОРИИ МАГАЗИНОВ БОЛЬШАЯ ДОЛЯ СОБСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА, СОБСТВЕННАЯ ПЕКАРНЯ, ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ РАБОТА С КАТЕГОРИЕЙ УЛЬТРА-ФРЕШ.

Гипермаркеты и крупные супермаркеты «Самбери» находятся в шаговой доступности от жилых районов и реализуют модель регионального центра притяжения покупателей, открывая на своей территории детские игровые площадки, кофейни и другие сервисы.

Самый посещаемый магазин Хабаровска в ТЦ «Южный парк» – это впечатляющий торговый зал и масштабное собственное производство, а также стейк-хаус и кофейня в торговом зале, бутик артефактов хлеба.





Последняя инновация сети – digital-гипермаркет, открывшийся во Владивостоке в ТРЦ «Калина Молл» весной 2018 года. Помимо традиционного для «Самбери» акцента на фрэш и собственное производство, в торговом зале размещены электронные табло, интерактивные мониторы. Задача всех этих цифровых носителей – дать покупателю больше информации о товаре и возможностях магазина, в котором для жителей Владивостока открыта собственная сыроварня, мясной двор, пельменная лавка, бутик фермерских колбас, овощная ярмарка, кондитерский цех, собственная пекарня.

В гипермаркете разместились также зона продуктовой ярмарки, созданная по образу Даниловского рынка в Москве. В зоне фрэш – полный набор экзотических фруктов, ягод, зелени.

Следующий шаг в развитии компании – это новый проект в первом хабаровском ТРЦ «Броско Молл», где гипермаркет «Самбери» также станет одним из «якорей». В июле планируется открыть гипермаркет в Южно-Сахалинске, а в среднесрочной перспективе количество крупных магазинов сети может вырасти до 33.

Надо отметить, что в состав «Невада Групп» входят еще две розничные сети: сеть «Близкий», которая позиционируется как «жесткий дискаунтер» со 100 магазинами, и универсамы формата «у дома» – «Раз-Два» (более 50 объектов). В последней сети также недавно открылся обновленный формат «Раз-Два Street» с акцентом на динамично растущий сегмент готовой еды food-to-go.

ПРОФАЙЛ WINERETAIL

Компания:	«Невада Групп»
Сеть:	«Самбери» (28 торговых объектов)
Формат:	Гипермаркет, крупный супермаркет, «у дома»
Регионы присутствия:	Дальневосточный федеральный округ (Владивосток, Хабаровск, Комсомольск-на- Амуре, Биробиджан, Петропавловск- Камчатский и др.)
Винный ассортимент:	более 700 SKU
Стратегия:	высокая доля качественных российских вин, введение позиции кависта
Маркетинговые механизмы:	расширение ассортимента, изменение выкладки

ОДНИМ СЛОВОМ, КОМПАНИЯ ПРИСТАЛЬНО СЛЕДИТ ЗА ВСЕМИ РЫНОЧНЫМИ ТЕНДЕНЦИЯМИ И НЕЗАМЕДЛИТЕЛЬНО ВНЕДРЯЕТ ВСЕ НАИБОЛЕЕ НОВОЕ И ПЕРСПЕКТИВНОЕ. ВИНО ЗДЕСЬ ИСКЛЮЧЕНИЕМ НЕ СТАЛО.

ЗА КОМПЕТЕНЦИЯМИ В ВИНОТЕКУ

Два последних открытия – весеннее во Владивостоке и планируемое на начало сентября в «Броско Молл» – создали в «Самбери» фактически новый формат: с большим ассортиментом и новым уровнем позиционирования. Имея стейк-хаус и сыроварню в торговом зале, без вина точно не обойтись. В «Броско Молл»



(этот ТЦ строит на берегу Амура тот же холдинг, которому принадлежит «Самбери») запланирован целый винный бар в гипермаркете.

Под такие планы был необходим и соответствующий уровень винных компетенций. В ноябре 2018 года новый винный проект стартовал с приходом в «Самбери» Анастасии Орловой на позицию менеджера-кависта. Фактически у этого сотрудника функционал винного байера.

«Я занимаюсь винной категорией сети, принимаю решения в плане развития ассортимента, – рассказывает Анастасия. – В этом направлении мы тесно сотрудничаем с коммерческим подразделением. Обсуждаем, сколько будет стоить то или иное вино на полке, нужно ли оно нам по этой цене. Ведем переговорный процесс в паре с менеджером коммерческого отдела. По крепкому алкоголю мне также оказывает поддержку мой коллега из коммерческого направления».

**В РАБОТЕ С КАТЕГОРИЕЙ
МЫ ВВЕЛИ В ПРАКТИКУ ЭТАЛОННУЮ
ВЫКЛАДКУ. КОГДА ПРИХОДИТ
НОВЫЙ ТОВАР, НУЖНО ПОМОЧЬ
МЕНЕДЖЕРУ В МАГАЗИНАХ, ПОКАЗАТЬ,
КАК ТОВАР ДОЛЖЕН СТОЯТЬ
ПО ГЕОГРАФИИ, ПО РЕГИОНАМ.**

Все больше и больше появляется вин из новых регионов, новых сортов, которых раньше не было. Мы со своей стороны делаем идеальную выкладку, фотографируем, делаем матрицу, общаемся с менеджерами, ищем общие проблемы, решения, идеи».

На сегодняшний день в винном ассортименте «Самбери» представлены все ценовые группы от товаров «первой цены» для вин Amagone, Brunello, Bordeaux хорошего уровня. Ценовой потолок вина в «Самбери» сейчас на уровне 6 500 рублей за бутылку. Это немало для региона, тем более что топовую позицию занимает испанское вино. Первой пятерки Grand Cru Bordeaux нет и не планируется, хотя сеть развивается и в будущем все может случиться, ведь в винных отделах новых проектов отчасти реализуется бутиковый формат.

Анастасия Орлова для такого развития прекрасно подходит. У нее за плечами семилетний опыт работы в «самом винном» месте Хабаровска – бутике «Винотека» с ассортиментом в 4 000 SKU. В 2019 году Анастасия стала лучшим кавистом страны, победив в профессиональном конкурсе Ассоциации кавистов России, проходившем на выставке «МЕТРО Экспо». ■

*Материал подготовлен
на основе открытых источников*

ОТКРЫТИЕ РОССИИ

О различиях в работе с вином в специализированном формате и в крупном ритейле, о дальневосточном потребителе, об открытии винной России и «Днях российских вин» Анастасия Орлова рассказала в интервью информационному центру Wine Retail.

Wine Retail (WR): Как обстоят дела с «винным покупателем» в Хабаровске?

Анастасия Орлова (АО): Я, наверное, смело скажу, что мы сами его сформировали за последние семь лет. С одной стороны, понимаю, когда региональные или московские специалисты говорят, мол, сомелье-кависты учат регионы, апелласьоны, сорта, а большинству людей это не нужно, так как они приходят за понятным вином, не хотят развиваться, выходить за рамки привычных этикеток. Но я не разделяю эту идею. К нам никогда не придет сразу готовый покупатель. Мы должны деликатно, постепенно готовить его, открывать мир вина во всем многообразии. В Хабаровске сейчас такие гости есть. И радуется, что это не только категория 35+. Для этого много усилий было предпринято. Надо отдать должное моему предыдущему работодателю в «Винотеке», это в принципе был большой риск: открыться в таком формате в 2012 году, когда потребителя еще не было. Все говорили, что проект не пойдет, год отработает и закроется. Но все хорошо, «Винотека» работает.

WR: Сложно ли человеку из классической специализированной виноторговли перестраиваться на большие масштабы розничной сети?

АО: Когда поступило предложение «Самбери», моя подруга (тоже сомелье) произнесла такую фразу: «Вот представь, ты сделаешь шикарную винную полку, как, например, в парижском «Ашане». Не нужно думать о негативных примерах магазинов в нашем регионе. И тогда, заходя в обычный магазин возле дома, я смогу выбрать вино на свой вкус и для любого события». Это намного сложнее, потому что масштабы больше, больше работы. В бутике ты заказал 6 бутылок, продал. Не понравилось – заказал другое. В торговой сети процесс формирования ассортимента, ввода и вывода товара из матрицы занимает гораздо больше времени. Приходится дольше и сложнее маневрировать, выше риски, но мне показалось, что это интересно.

WR: Как формировать винную культуру в условиях сетевой матрицы, показывать интересные регионы, маленькие хозяйства в условиях гипермаркета?



АО: Это сложно. Практически никак. Поэтому мы собираемся развивать позицию кависта в торговой сети. У меня, в принципе, основная идея одна: вино продает человек. Вино само себя сможет продавать только если это большой бренд, но это неинтересно. И от полки, на которой одни крупные бренды стоят, клиент тоже уйдет, потому что одно и то же людям пить не интересно – таких брендов на рынке вина не столь много.

WR: Какие маркетинговые активности вы развиваете в винном направлении?

АО: Это направление пока в разработке. В Instagram мы запустили «Винные факты» по пятницам. Еще есть ответы на часто задаваемые вопросы: отдел маркетинга собирает вопросы, которые задают по горячей линии и в Instagram под постом – и мы отвечаем на них.

WR: Как в регионе представлены российские вина? Есть ли на них спрос?

АО: Россия у нас сейчас на подъеме. И мы со своей стороны будем стараться давать тот ассортимент, который поможет ей еще расти. Дальний Восток открыл для себя Россию как винную страну. Самый показательный пример не в рамках сети, а в рамках бутика, где я работала. В 2014 или 2013 году у нас появились первые вина из России, к чему мы отнеслись с изрядной долей скепсиса. Тогда все эти вина – 6 или 7 бутылок – уместились на одной маленькой полке. Затем какое-то время прошло, у нас появились позиции от других виноделен. В 2017 году у нас было уже 100 SKU, перед моим уходом российская часть ассортимента сравнялась с итальянской – под 300 позиций. И это по потребности клиентов.

С учетом этого большого интереса к России, туристического потока, который идет к нам из стран Азии, мы очень успешно приняли участие в «Днях российских вин». Это интересное направление, в которое можно и нужно вовлекать не только торговые сети, но и сегмент HoReCa. ■

ВИНА ВЫДЕРЖАННЫЕ «ШАТО ТАМАНЬ РЕЗЕРВ»

Серия выдержанных вин «Шато Тамань Резерв» отмечена многочисленными высшими наградами как российских, так и зарубежных конкурсов.

Вина линейки: Премьер Блан, Шардоне, Рислинг, Каберне, Мерло, Саперави, Красностоп, Премьер Руж.



Вино географического наименования выдержанное сухое белое «Рислинг. Шато Тамань Резерв». 2015 г.

Сортовой состав: Рислинг 100%. Букет насыщен фруктовыми нотами, гармонично сочетающимися с благородным дубом. Вкус полный, гармонирующий с букетом.

Средний возраст лоз: 10 лет
Алкоголь: 10,5-12,5%
Тираж: 25262

ВИНА «ШАТО ТАМАНЬ»

Вина линейки «Шато Тамань» – это качественные натуральные вина для широкого круга потребителей, их отличает сортовая типичность, чистые ароматы и вкусы.



Вина линейки: Шардоне сух., Саперави сух., Роза Тамани п/сл., Мускат сух., Мускат п/сл., Красностоп сух., Красное Тамани п/сл., Каберне сух.



Вино ЗГУ «Кубань. Таманский полуостров» сухое красное «Шато Тамань. Саперави». 2018 г.

Сортовой состав: Саперави 100%. Аромат соответствующий сорту, с черносмородиновыми и шоколадными тонами. Вкус чистый, полный, свежий, гармоничный.

Средний возраст лоз: 22 года
Алкоголь: 12-13%
Тираж: 768752

Производитель: «Кубань-Вино». Происхождение винограда: Россия, Кубань

ИГРИСТЫЕ ВИНА «ШАТО ТАМАНЬ»

Серия игристых вин «Шато Тамань» была запущена совместно со специалистами Института энологии Шампани в 2006 году. Производятся методом Шарма, что позволяет выпускать большие партии вин со стабильными вкусо-ароматическими показателями.

Вина линейки: розовое п/сух., белое п/сух., белое п/сл., розовое брют, белое брют.



Игристое вино ЗГУ «Кубань. Таманский полуостров» брют белое «Шато Тамань».

Сортовой состав: Пино Блан, Алиготе, Бианка, Рислинг. Аромат развитый, тонкий, с хорошо выраженными цветочными тонами. Вкус полный и гармоничный.

Средний возраст лоз: 12-18 лет
Алкоголь: 10,5-12,5%
Тираж: 3069735

ВИНА «ДУО. ШАТО ТАМАНЬ»

«Шато Тамань Duo» – это дуэты сортов винограда, органично дополняющих друг друга. Купажирование позволяет сделать вино более мягким, гармоничным. Это вина на каждый день с отличным сочетанием цена-качество.

Вина линейки: белое сух., красное сух., белое п/сл., красное п/сл.



Вино ЗГУ «Кубань. Таманский полуостров» сухое белое «Шато Тамань Дуо»

Сортовой состав: Алиготе, Траминер. Вино обладает освежающим ароматом с оттенками чайной розы и белых цветов.

Средний возраст лоз: 8-10 лет
Алкоголь: 12%
Тираж: 90041

ВИНА «ШАТО ТАМАНЬ FLEURS DU SUD»

Серию Fleurs du Sud любят представительницы прекрасного пола за свежий аромат с нотками ягод, фруктов и цветочными тонами. Бутылка укупорена винтовым колпаком – идеальный вариант, когда под рукой нет штопора.

Вина линейки: Траминер, Белое Тамани, Роза Тамани, Красное Тамани.



Вино ЗГУ «Кубань. Таманский полуостров» сухое красное «Красное Тамани. Шато Тамань». 2018 г.

Аромат развитый с преобладанием красных фруктов и ягод на фоне цветочных нот. Вкус мягкий и бархатистый.

Средний возраст лоз: 11-15 лет
Алкоголь: 12%
Тираж: 140887

ВИНА «ШАТО ТАМАНЬ ГРАНД СЕЛЕКТ»

Серию разработали специально для сегмента NoReCa, с учетом особенностей этой сферы винного рынка. Уникальный ассамбляж на основе автохтонных сортов, используемых в винах, демонстрирует аутентичность вин.

Вина линейки: Гранд Селект Блан, Гранд Селект Руж.



Вино ЗГУ «Кубань. Таманский полуостров» сухое белое «Шато Тамань Гранд Селект Блан». 2017 г.

Сортовой состав: Совиньон, Грюнер Вельтлингер, Мюллер-Тургау. Аромат чистый, сбалансированный, с тонами белых фруктов и цветочными нотами. Вкус свежий, минеральный, гармоничный.

Средний возраст лоз: 10-11 лет
Алкоголь: 11-12%
Тираж: 56247

Производитель: «Кубань-Вино». Происхождение винограда: Россия, Кубань

ВИНА «ШАТО ТАМАНЬ СЕЛЕКТ»

Серию «Селект» разработали специально для сегмента NoReCa, с учетом особенностей этой сферы винного рынка. Уникальный ассамбляж на основе автохтонных сортов демонстрирует аутентичность вина.

Вина линейки: Селект Блан, Селект Руж, Селект Розе.



Вино ЗГУ «Кубань. Таманский полуостров» сухое красное «Шато Тамань Селект Руж». 2017 г.

Сортовой состав: Красностоп Анапский, Мерло, Саперави. Аромат насыщен тонами черных и красных фруктов с кремовыми оттенками. Вкус чистый, полный, свежий, гармоничный.

Средний возраст лоз: 14-22 года
Алкоголь: 12-13%
Тираж: 85976

ИГРИСТЫЕ ВИНА «ШАТО ТАМАНЬ СЕЛЕКТ»

Игристые вина «Шато Тамань Селект» созданы в партнерстве с итальянской компанией Enofly по современной методике использования свежего виноградного сусла, приготовленного из отборного винограда с целью добиться идеальных органолептических характеристик.

Вина линейки: Селект Блан, Селект Розе.



Игристое вино ЗГУ «Кубань. Таманский полуостров» брют розовое «Шато Тамань Селект Розе».

Сортовой состав: Бианка, Пино Блан, Мускат Гамбургский. Аромат развитый, с преобладанием фруктовых нот. Вкус полный, свежий, гармоничный.

Средний возраст лоз: 10-14 лет
Алкоголь: 10,5-12,5%
Тираж: 30053

ВИНА «ВЫСОКИЙ БЕРЕГ»

Вина коллекции изготовлены из известных европейских сортов винограда. Использование уникальных технологий производства делает линейку интересной для экспертов и потребителей. Коллекция сертифицирована по критериям экологичности в ООО «Тест-С.-Петербург».

Вина линейки: Каберне Совиньон, Грюнер Вельтлинер, Сира, Мерло, Мюллер-Тургау, Цвайгельт.



Вино ЗГУ «Кубань» сухое красное «Высокий Берег. Сира». 2017 г.

Сортовой состав: Сира 100%. Аромат сложный, терпкий, с нотами специй и табака на фоне древесных нот. Вкус полный, терпкий, бархатистый.

Средний возраст лоз: 15 лет
Алкоголь: 12-13%
Тираж: 45344

ИГРИСТЫЕ ВИНА «ВЫСОКИЙ БЕРЕГ»

Задачей было создать «изящную классику». Игристые вина произведены по технологии вторичного брожения в резервуаре с выдержкой на дрожжевом осадке не менее 6 месяцев. Коллекция сертифицирована по критериям экологичности в ООО «Тест-С.-Петербург».

Вина линейки: розовое э/брют, белое э/брют.



Игристое вино ЗГУ «Кубань» выдержанное экстра брют белое «Высокий Берег»

Сортовой состав: Шардоне, Пино Блан, Алиготе, Рислинг. Гармоничное сочетание белых фруктов, цветочных оттенков и свежей минеральности. Вкус легкий, свежий, с долгим минеральным послевкусием.

Средний возраст лоз: 8-10 лет
Алкоголь: 11-13%
Тираж: 124254

Производитель: «Кубань-Вино». Происхождение винограда: Россия, Кубань

ИГРИСТЫЕ ВИНА «ARISTOV»

Игристые вина «Аристов» – результат совместной работы «Кубань-Вино» и итальянской компании Epofly. Энолог Лука Заваризе совместно с командой «Кубань-Вино» провели тщательную селекцию и оценку и предложили использование ряда сортов, которые позволят добиться идеальных органолептических характеристик.

Вина линейки: розовое брют, белое брют.



Игристое вино ЗГУ «Кубань. Таманский полуостров» брют белое «Аристов»

Сортовой состав: Пино Блан, Бианка, Мюллер-Тургау, Мускат. Свежий аромат с легкими цветочно-фруктовыми оттенками.

Средний возраст лоз: 10-14 лет
Алкоголь: 10,5-12,5%
Тираж: 1314935

ИГРИСТЫЕ ВИНА «ARISTOV. CUVÉE ALEXANDER»

Результат совместной работы «Кубань-Вино» и итальянской компании Epofly. Вино изготовлено из благородного винограда сорта Пино Нуар в традиционном французском стиле, который вопреки любым веяниям моды остается очень популярным.

Вина линейки: Блан де Нуар, Розе де Пино.



Игристое вино ЗНМП «Южный берег Тамани» выдержанное экстра брют розовое «Аристов. Кюве Александр. Розе Де Пино». 2016 г.

Сортовой состав: Пино Нуар 100%. Аромат яркий, с фруктово-ягодными и минеральными тонами. Вкус тонкий, фруктовый, со хорошей кислотностью и долгим послевкусием.

Средний возраст лоз: 14 лет
Алкоголь: 11-13%
Тираж: 22769

ВИНА «ТАМАНСКОЕ 1956»

Все вина серии «Таманское 1956» отличает яркий сортовой аромат и свежий вкус. Это очень гастрономичные и доступные по цене образцы, которые прекрасно вписываются в концепцию «вино на каждый день».

Вина линейки: Шардоне Таманское белое сух., Шардоне Таманское белое п/сл., Каберне Таманское сух., Каберне Таманское п/сл.



Вино ЗГУ «Кубань. Таманский полуостров» сухое красное «Каберне Таманское 1956». 2018 г.

Сортовой состав: Каберне Совиньон 100%. Аромат чистый, сортовой, с легкими черносмородиновыми и пасленовыми тонами. Вкус полный, гармоничный.

Средний возраст лоз: 18 лет
Алкоголь: 12-13%
Тираж: 466120

ИГРИСТЫЕ ВИНА «ТАМАНСКОЕ 1956»

Серия «Таманское 1956» – образец качественных игристых вин Тамани. Они производятся методом Шарма, что позволяет выпускать большие партии вин со стабильными вкусо-ароматическими показателями.

Вина линейки: белое брют, белое п/сл., розовое п/сл.



Игристое вино ЗГУ «Кубань. Таманский полуостров» брют белое «Таманское».

Сортовой состав: Бианка, Рислинг, Пино Блан. Аромат развитый, свежий, соответствующий типу. Вкус полный, гармоничный.

Средний возраст лоз: 10-14 лет
Алкоголь: 10,5-12,5%
Тираж: 60148

Производитель: «Кубань-Вино». Происхождение винограда: Россия, Кубань

ВИНА «ВИНА ТАМАНИ»

В этой серии собраны вина из типичных для таманских виноградников сортов винограда: Шардоне, Совиньон, Саперави, Мерло и других.

Вина линейки: Шардоне сух., Совиньон п/сл., Шардоне п/сл., Мускат п/сл., Мускат-Красностоп п/сл., Каберне сух., Мерло сух., Саперави п/сл., Каберне п/сл., Мерло п/сл., Изабелла п/сл., Кагор 32.



Вино столовое сухое белое «Шардоне». 2018 г.

Сортовой состав: Шардоне 100%. Аромат чистый, слаженный, с цветочными оттенками. Вкус легкий, свежий, без посторонних тонов.

Средний возраст лоз: 8-10 лет
Алкоголь: 10-12%
Тираж: 860620

ВИНА ИЗ ГИБРИДНЫХ И АВТОХТОННЫХ СОРТОВ

В серии вин из гибридных и автохтонных сортов представлены вина из малоизвестных для широкой публики сортов винограда, которые идеальны для выращивания на таманских терруарах.

Вина линейки: Франковка, Амур, Цимлянский Черный, Красностоп Анапский, Ркацители.



Вино ЗГУ «Кубань. Таманский полуостров» сухое красное «Амур». 2017 г.

Сортовой состав: Амур 100%. Аромат яркий, цветочно-фруктовый, с ягодными оттенками и кремовыми нотами. Вкус сочный, свежий, мягкий, легкий.

Средний возраст лоз: 18 лет
Алкоголь: 11,5%
Тираж: 125027

КОКУР

Вино игристое брют белое.

Серия «Автохтонное вино Крыма от Валерия Захарьина».

Сортовой состав: Кокур 100%. Метод Шарма.



Живой перляж, элегантный аромат с тонами белых фруктов, полевых цветов и минералов. Во вкусе ноты груши, яблока, лимона, хороший баланс кислотности.

Возраст лоз: 7-8 лет
Алкоголь: 10-12%
Тираж: 15 000

БАСТАРДО – КЕФЕСИЯ

Вино столовое сухое красное. 2017 г.

Серия «Автохтонное вино Крыма от Валерия Захарьина».

Сортовой состав: Бастардо Магарачский 75%, Кефесия 25%. Яблочно-молочное брожение. Выдержка в стали 8 месяцев.



В аромате раскрывается гамма черных ягод: ежевики, шелковицы, чернослива. По структуре вино умеренно-танинное, с продолжением тонов черных ягод, с долгим послевкусием.

Возраст лоз: 14 лет
Алкоголь: 12%
Тираж: 26 000

Производитель: «Валерий Захарьин». Происхождение винограда: Россия, Крым, долина реки Альма.

Произведено на винодельне «Саук-Дере» по заказу ООО «Дельта клуб»

ГАСТРОНОМИЧЕСКОЕ ШАРДОНЕ – СОВИЬОН

Вино ЗГУ «Кубань. Крымск» белое сухое. 2017 г.

Сортовой состав: Шардоне 70%, Совиьон Блан 30%.



Свежий сочный ассамбляж с тонами зрелых фруктов, оттенками липового цвета, крыжовника, личи, с выразительной легкой горчинкой в послевкусии.

Возраст лоз: 10 лет
Алкоголь: 13%
Тираж: 26 000 бут.

ГАСТРОНОМИЧЕСКОЕ КАБЕРНЕ – МЕРЛО

Вино ЗГУ «Кубань. Крымск» красное сухое. 2017 г.

Сортовой состав: Каберне Совиьон 60%, Мерло 40%.



Яркое округлое вино с мягкими сочными танинами, оттенками вишни, черной смородины, инжира и осенней листвы. Вкус мягкий, фруктовый, с ягодным послевкусием.

Средний возраст лоз: 10-12 лет
Алкоголь: 13%
Тираж: 39 000



WINE RETAIL

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:



РОССИЙСКАЯ
АССОЦИАЦИЯ
ЭКСПЕРТОВ
РЫНКА РИТЕЙЛА



СОЮЗ СОМЕЛЬЕ И
ЭКСПЕРТОВ РОССИИ

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ЦЕНТР СОВРЕМЕННОЙ ВИНОТОРГОВЛИ

- ЭТО КОМПЛЕКСНЫЙ ПРОЕКТ, НАПРАВЛЕННЫЙ
НА ИНФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ
УЧАСТНИКОВ ВИННОГО РЫНКА

WINE RETAIL.INFO

ПОРТАЛ О СОВРЕМЕННОЙ ВИНОТОРГОВЛЕ

Лучшие практики федеральных и региональных
розничных сетей в работе с винной категорией,
интервью и авторские материалы, аналитика

WINE RETAIL FORUM

ЕЖЕГОДНОЕ МЕСТО ВСТРЕЧИ СОВРЕМЕННОЙ ВИНОТОРГОВЛИ

В ПРОГРАММЕ КОНГРЕССА АЛКОГОЛЬНОГО
РЫНКА НЕДЕЛИ РОССИЙСКОГО РИТЕЙЛА

- Ведущие розничные сети и поставщики
- Представители федеральных органов исполнительной власти
- Аналитика
- Обмен мнениями по актуальным вопросам
- Винный салон, эксклюзивный формат дегустаций от Союза сомелье и экспертов России

WINE RETAIL CONSULTING

ПРОЕКТ ИССЛЕДОВАНИЙ РЫНКА И ИНФОРМАЦИОННО-КОНСУЛЬТАЦИОННОЙ ПОДДЕРЖКИ РОЗНИЧНЫХ СЕТЕЙ, РОССИЙСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ПОСТАВЩИКОВ.

Собственный аналитический проект,
конкурентный анализ винного рынка, высокие
компетенции в области рынка импорта вина.

УЗНАТЬ БОЛЬШЕ: WWW.WINERETAIL.INFO

ЗАКАЗАТЬ ИССЛЕДОВАНИЕ:
analytc@wineretail.info

ПРЕДЛОЖИТЬ НОВОСТЬ:
news@wineretail.info

СТАТЬ ПАРТНЕРОМ:
partner@wineretail.info

ПРЕДЛОЖИТЬ ТЕМУ:
forum@wineretail.info

ИЦ WINERETAIL: 125047 МОСКВА, БУТЫРСКИЙ ВАЛ, Д. 20, ОФ. 3

УСАДЬБА МЫСХАКО ПИНО НУАР

Вино ЗГУ «Краснодарский край. Новороссийск» розовое сухое. 2017 г.

Производитель: ООО «Усадьба Мысхако». Винодельня основана в 2015 г., 56 га виноградников расположены в долине Мысхако. Здесь же находится ресторанный комплекс «Шато Пино», и в 2019 году будет открыта 5-уровневая винодельня полного цикла.



Сортовой состав: Пино Нуар 100%. Вино отличает яркий насыщенный аромат малины, клубники, смородины, освежающий вкус и приятное ягодное послевкусие. Очень гастрономичное вино с хорошим уровнем кислотности.

Возраст лоз: 13 лет
Алкоголь: 13%
Тираж: 8 000

ШАТО САРКЕЛ

Красное сухое вино. 2015г.

Производитель: ОАО «Цимлянские вина». Регион: долина Дона, Ростовская область.



Сортовой состав: Красностоп Золотовский, Саперави Северный, Мерло. Выдержка в дубе не менее 8 месяцев. Вино с ярким характером, элегантно, гармоничное, с плотной структурой, глубоким цветом и сложным букетом с тонами черной смородины, вишни, копченых и животных оттенков.

Средний возраст лоз: 12 лет
Алкоголь: 14%
Тираж: 36 000

Дистрибьютор: ООО «Дельта Клуб»

РОССИЙСКОЕ ШАМПАНСКОЕ «ЦИМЛЯНСКОЕ»

Игристое белое полусладкое вино.

Сортовой состав: Совиньон Блан, Рислинг, Алиготе, Шардоне. **Производитель:** ОАО «Цимлянские вина». Регион: долина Дона, Ростовская область.



История возникновения завода в современном Цимлянске ведет свое начало с 1786 года, когда была документально зарегистрирована первая бутылка цимлянского игристого вина. Вино изготовлено из винограда, произрастающего в уникальных природно-климатических условиях долины Дона. Отличается нежным ароматом и игрой в бокале, гармоничным вкусом с тонами спелых сладких фруктов и насыщенным послевкусием.

Средний возраст лоз: 12 лет
Алкоголь: 10,5-13,0%
Тираж: более 5 млн

ELBUZD ГЕВЮРЦТРАМИНЕР

Белое сухое вино. 2015 г.

Производитель: Донское винодельческое хозяйство «Эльбузд». Регион: долина Дона, Ростовская область.

Сортовой состав: Гевюрцтраминер 100%. Ручной сбор, охлаждение винограда, сортировка ягод до и после гребнеотделения, осветление и винификация суслу при контролируемой температуре. Выдержка в стали.



Сложный комплексный аромат с тонами айвы, грейпфрута, личи, акации, розы, пряными оттенками. Округлое, плотное во вкусе вино с хорошим потенциалом к выдержке.

Возраст лоз: 7 лет
Алкоголь: 13,5%
Тираж: 7 500

ВИОРИКА

Сухое белое вино с защищенным географическим указанием. 2017 г.

Линейка «Автохтонное вино России».

Сортовой состав: Виорика Мускатная 100%. Созревание вина проведено в емкостях из нержавеющей стали при контролируемой температуре 16-18 °С.



Чистый аромат с тонами муската, розы, свежестью грейпфрута и оттенками восточных сладостей. Вкус сухой, оттенен нотой свежей цедры. Пряная горчинка придает вину сложность и своеобразие.

Возраст лоз: 17 лет
Алкоголь: 11-13%
Тираж: 100 000

ЦИТРОН

Сухое белое вино с защищенным географическим указанием. 2017 г.

Линейка «Автохтонное вино России».

Сортовой состав: 100% Цитронный Магарача. Созревание вина проведено в емкостях из нержавеющей стали при контролируемой температуре 16-18 °С.



Освежающее и сочное, лёгкое вино. Аромат взрывается оттенками лимонного крема, желе из цитрусовых, яблочной шарлотки, рахат-лукума и жасмина. Во вкусе свежие ноты цитрусовых сочетаются с оттенками лимона и апельсина.

Возраст лоз: 17 лет
Алкоголь: 11-13%
Тираж: 100 000

Производитель: «Южная Винная Компания». Происхождение винограда: Россия, Кубань, Таманский полуостров

ЦОКУР

Сухое красное вино с защищенным географическим указанием. 2017 г.

Линейка «Автохтонное вино России».

Сортовой состав: 100% Цимлянский Чёрный. Поздний сбор винограда. Кратковременная выдержка в дубовой бочке – до 3 месяцев.



Вино обладает нарядным тёмно-рубиновым цветом. Сложный аромат сочетает вишнёво-терновые тона и ноты чёрной смородины, табака, пряностей, копченостей. Мягкий полный вкус с оттенками черной смородины, вишни, чернослива, нотами специй и трав. Приятное долгое послевкусие.

Возраст лоз: 17 лет
Алкоголь: 11-13%
Тираж: 100 000

КАБЕРНЕ СОВИньОН ТАМАНИ

Красное сухое выдержанное вино с защищённым географическим указанием. 2014 г.

Линейка «Вина Тамани».

Сортовой состав: Каберне Совиньон 100%. Выдержка в дубовых бочках в течение 12 месяцев. Дополнительная выдержка в бутылке не менее 3-х месяцев.



Рубиново-гранатовое, яркое, блестящее вино. Аромат раскрывается спелыми красными и черными ягодами, нотами конфитюра. Во вкусе ощутимы резковатые танины, свежие тона красной и черной смородины, цветы и перец.

Возраст лоз: 7 лет
Алкоголь: 10-12,5%
Тираж: 100 000

ЛИНЕЙКА ТМ «SUN VALLEY». НОВИНКА-2019

Линейка создана на основе собственной оригинальной технологии виноделами Солнечной Долины. Нежные, свежие вина с приятным вкусом, гармоничные и легкие, идеально сбалансированные по вкусовым и ароматическим показателям, подходящие к широкой гамме блюд. Отличный выбор на каждый день.



«Рислинг» сухое,
«Каберне» сухое,
«Мерло» сухое,
Полусладкое красное,
Полусладкое белое,
Сухое белое,
Сухое красное

Возраст лоз: 15-18 лет
Алкоголь: 11-13%
Тираж: 100 000

«ЧЕРНЫЙ ПОЛКОВНИК»

Ликерное вино выдержанное красное с защищенным географическим указанием «Крым».

Легендарное ликерное вино – визитная карточка Солнечной Долины, имеющее собственный, ни с чем не сравнимый стиль. Выдерживается в дубовых бочках более 5 лет.



Уникальный ассамбляж на основе автохтонных сортов Джеват Кара, Эким Кара, Кефесия, Одесский Черный, Бастардо Магарачский, Каберне.

Возраст лоз: свыше 35 лет
Алкоголь: 17,5%
Тираж: 75 000

Производитель: «Солнечная Долина». Происхождение винограда: Россия, Республика Крым, Судак, с. Солнечная Долина

«КОКУР СОЛНЕЧНОЙ ДОЛИНЫ»

Сухое белое вино с защищенным географическим указанием «Крым».

Популярное вино, произведенное по классической технологии из автохтонного сорта винограда Кокур.



Вкус вина яркий и выразительный, с легкой горчинкой, с ароматами меда, полевых цветов и лимонной полыни.

Возраст лоз: свыше 35 лет
Алкоголь: 13%
Тираж: 79 000

«МЕГАНОМ»

Сухое красное вино с защищенным географическим указанием «Крым».

Популярное вино, произведенное по классической технологии из сорта винограда Бастардо Магарачский и автохтонного сорта Кефесия.



Вино насыщенного рубинового цвета с ярким свежим ароматом и оттенками спелых ягод вишни, черноплодной рябины, смородины, фруктового йогурта и сафьяна обладает особенным стилем и уникальными характеристиками.

Возраст лоз: 30-35 лет
Алкоголь: 13,5%
Тираж: 75 000



Усадьба
Перовских



АССОРТИМЕНТ

РОЗОВОЕ

Розовое сухое вино. 2017 г.

Сортовой состав: Каберне Совиньон 100%.

Краткосрочная мацерация, выдержка в ёмкостях из нержавеющей стали.



Блестящий бледно-розовый цвет. Вино демонстрирует выразительный аромат с доминирующими тонами красных ягод, малины, клубники. Во вкусе сухое, элегантное, фруктовое, с тонкой кислинкой и освежающим послевкусием.

Возраст лоз: 15 лет
Алкоголь: 12,9%
Тираж: 20 000

КАБЕРНЕ СОВИньОН РЕЗЕРВ

Красное сухое вино. 2016 г.

Сортовой состав: Каберне Совиньон 100%.

Брожение и выдержка в течение 18 месяцев в бочках из американского дуба объемом 225 л.



Вино насыщенного темно-пурпурного цвета. В аромате тона джема из черной смородины, ежевики, ноты черного перца и ванили. Полнотелое, мощное, с хорошей структурой и зрелыми танинами. Послевкусие яркое, длительное, подчеркивающее пряно-джемовую атаку.

Возраст лоз: 15 лет
Алкоголь: 13%
Тираж: 30 000

Производитель: «Усадьба Перовских». Происхождение винограда: Россия, Республика Крым, Севастополь, пос. Любимовка

МЕРЛО & КАБЕРНЕ СОВИньОН

Красное сухое вино. 2016 г.

Сортовой состав: Мерло 50%, Каберне Совиньон 50%.

Часть суслу (10% Каберне Совиньон) выдерживается в бочках из американского дуба объемом 225 л.



Вино рубиново-красного цвета. В аромате тона вишни, черносмородинового мармелада и сушеного чернослива. Во вкусе нежные обволакивающие танины. Тона гвоздики ярко ощущаются в длительном и запоминающемся послевкусии.

Возраст лоз: 7-15 лет
Алкоголь: 13,5%
Тираж: 50 000

ШАРДОНЕ

Белое сухое вино. 2016 г.

Сортовой состав: Шардоне 100%.

Брожение в стали при 12-14 °С.



Нежный соломенный цвет с зеленоватыми отблесками. Букет характеризуется ароматами зеленых фруктов, приправленных легкими нотами сладкого персика и акации. Вкус с освежающей кислотностью и нотами белых фруктов в финише.

Возраст лоз: 6 лет
Алкоголь: 12,6%
Тираж: 40 000

ESSE CUVÉE PRESTIGE BRUT

Игристое выдержанное вино географического наименования брют белое. 2013 г.

Сортовой состав: Шардоне 100% (саженцы: бургундский питомник «Гийом»). Вторичное брожение в бутылке – классический метод. Бутылочная выдержка на осадке не менее 24 месяцев.



Вино светло-соломенного цвета с тонкой и продолжительной игрой пузырьков. В аромате корочка хлеба, сдоба, оттенки белых цветов, легкий медовый тон, акация. Во вкусе полнотелое, с продолжением фруктовых тонов: белая черешня, созревающий абрикос.

Возраст лоз: 8 лет
Алкоголь: 12,5%
Тираж: 50 000

ESSE ГЕВЮРЦТРАМИНЕР

Вино географического наименования сухое белое. 2018 г.

Сортовой состав: Гевюрцтраминер 100%. Ферментация на мезге в емкостях из нержавеющей стали с контролем температур.



Вино светло-желтого цвета. Аромат грейпфрута, цитрусовых. Во вкусе лайм, спелый грейпфрут. Приятное длительное послевкусие с пряным окончанием.

Возраст лоз: 10 лет
Алкоголь: 13%
Тираж: 7 500

Производитель: ВК «Сатера». Происхождение винограда: Россия, Крым, долина реки Кача

KACHA VALLEY DOLINNOE CS+CF+MLB

Вино географического наименования сухое красное. 2015 г.

Сортовой состав: Каберне Совиньон 65%, Каберне Фран 25%, Мальбек 10%.

Раздельная ферментация и выдержка сортов 12-14 месяцев в новой французской бочке (225 л) не менее 12 месяцев.



Вино рубиново-красного цвета с вишневым оттенком. Аромат интенсивный, комплексный: черная смородина, спелая вишня. Послевкусие длительное, пряное. Потенциал к выдержке 4-5 лет.

Возраст лоз: 9 лет
Алкоголь: 13%
Тираж: 4 000

ESSE UNPLUGGED RKATSITELI ORANGE

Вино географического наименования сухое белое. 2017 г.

Сортовой состав: Ркацители 100%.

Ферментация и выдержка на гребнях и мезге не менее 7 месяцев, последующая выдержка в нейтральном дубе 6 месяцев.



Цвет золотисто-медовый. Аромат поджаренных хлебных корочек, запеченного яблока. Вкус карамельно-финиковый, ореховый бисквит с пряным ликером.

Возраст лоз: 15 лет
Алкоголь: 11,5-13,5%
Тираж: 7 000

MODÉ EXTRA BRUT

Игристые вина с защищенным географическим указанием «Кубань. Новороссийск»

Произведены в тонком и аккуратном стиле резервуарным методом Шарма из классических сортов винограда Шардоне, Алиготе, Пино Гри, Пино Нуар с выходом суслу Кюве (Cuvée) до 10%.

Остановка первичного брожения холодом.



Экстра брют розовое. 2018 г.

Сортовой состав: Пино Нуар 40%, Пино Гри 60%. Легкое, сбалансированное игристое вино с ароматом красных ягод барбариса, красной смородины. Гармоничный, легкий фруктовый вкус.

Возраст лоз: 9 лет
 Алкоголь: 13,4%
 Тираж: 24 000



Экстра брют белое. 2018 г.

Сортовой состав: Шардоне 70%, Алиготе 30%. Тонкое, чистое, сбалансированное игристое вино с ароматом цветов и спелого яблока. Гармоничный, свежий вкус с минеральными нотами.

Возраст лоз: 9 лет
 Алкоголь: 13,2%
 Тираж: 26 000

Производитель: ООО «Мысхако». Происхождение винограда: Россия, Новороссийск, с. Мысхако

КЛАССИЧЕСКИЕ МОНОСОРТОВЫЕ ВИНА

Сухие вина с защищенным географическим указанием «Кубань. Новороссийск»

Все вина классической сортовой линейки сделаны в чистом, аккуратном стиле и выражают авторский подход энолога Сергея Дубовика к особенностям терруара Мысхако.



Совиньон Блан. 2018 г.

Сухое белое вино. Сортовой состав: Совиньон Блан 100%. Вино обладает многогранным ароматом тропических ягод и фруктов, ярким вкусом с нотками цитрусов и манго.

Возраст лоз: 9 лет
 Алкоголь: 12,8%
 Тираж: 13 000



Марселан. 2017 г.

Сухое красное вино. Сортовой состав: Марселан 100%. Марселан – один из редких сортов, культивируемых в России. Структурное вино ярко-рубинового цвета. Аромат спелых ягод и специй. Во вкусе полное, бархатистое, с хорошим балансом.

Возраст лоз: 8 лет
 Алкоголь: 14,4%
 Тираж: 16 300

ДЕРБЕНТ 5 ★★★★★

Российский коньяк пятилетний «Дербент ★★★★★» с защищенным географическим указанием «Дагестан» 0,5 л.

Янтарно-золотистый цвет и цветочный аромат. В купаже используются дистилляты, выдержанные не менее 5 лет в дубовых бочках.



**Коньяк
Российский
ординарный**

Выдержка:
не менее 5 лет

Алкоголь: 40%

ДЕРБЕНТ КВ

Российский коньяк выдержанный «КВ» «Дербент» с защищенным географическим указанием «Дагестан» 0,5 л.

Имеет янтарно-золотистый цвет и цветочный аромат с легкими ванильными тонами. В купаже используются дистилляты, выдержанные от 6 до 8 лет в дубовых бочках.



**Коньяк Российский
категории
«Коньяк выдержанный»**

Выдержка:
не менее 6 лет

Алкоголь: 40%

Производитель: Дербентский коньячный комбинат. Происхождение винограда: Дагестан, Дербентский район

МОСКВА

Российский коньяк очень старый «ОС» «Москва» с защищенным географическим указанием «Дагестан» 0,75 л.

Аромат сложный, тонкий, ванильно-шоколадный. Вкус гармоничный, полный, мягкий. В купаже используются дистилляты, выдержанные не менее 20 лет в дубовых бочках.



**Коньяк Российский
категории ОС**

Выдержка:
не менее 20 лет

Алкоголь: 40%

ПРЕЗИДЕНТ

Российский коньяк очень старый «ОС» «Президент» с защищенным географическим указанием «Дагестан» 0,75 л.

Аромат, насыщенный тонами очень старых коньяков. Вкус полный, характерный для группы очень старых коньяков. В купаже используются дистилляты, выдержанные не менее 30 лет в дубовых бочках.



**Коньяк
Российский
категории ОС**

Выдержка: 30 лет

Алкоголь: 40%

КОНЬЯК «КИНОВСКИЙ»

Именной коньяк «Киноковский» – флагман в ассортиментном портфеле ГК «Кин», самая известная и узнаваемая торговая марка АО «МВКЗ Кин» среди потребителей (в линейке коньяки 3-х, 5-ти и 7-летней выдержки).



Коньяк «Киноковский» 3 года выдержки

Создан из коньячных дистиллятов французского происхождения (Cognac) возраста от 3 до 4 лет. Коньяк золотисто-янтарного цвета с ярким цветочно-фруктовым ароматом. Вкус экспрессивный, с ванильными нотами. Послевкусие длительное, мягкое, запоминающееся.

Крепость: 40%

КОНЬЯК «СТАРЫЙ ГОРОД»

Линейка «Старый Город» (включает коньяки 5-ти, 8-ми и 10-летней выдержки) является самой интересной в ассортименте ГК «Кин».



Коньяк «Старый Город» 5 лет выдержки

Создан из коньячных дистиллятов французского происхождения (Cognac, Grande Champagne) в возрасте от 5 до 8 лет. В аромате тона цветов и засахаренных фруктов. Вкус приятный, с нотами пряностей, шоколада, дерева. Послевкусие насыщенное.

Крепость: 40%

Производитель: Группа компаний «Кин»

ВОДКА МАТРИОШКА

Идеальное сочетание двух символов России: матрешки и русской водки. Уникальная рецептура, оригинальный дизайн и высокое качество напитка создают продукт премиум-класса, способный привлечь внимание в любом месте и окружении.



Водка МАТРИОШКА Люкс

Классический водочный аромат и традиционный мягкий вкус.

Крепость: 40%

ВИСКИ КУПАЖИРОВАННЫЙ JOHN CORR

JOHN CORR blue kilt и JOHN CORR red kilt изготовлены по классической технологии путем купажирования зерновых и солодовых висковых дистиллятов, произведенных и выдержанных в дубовых бочках в Шотландии, в регионах Highland и Speyside.



JOHN CORR blue kilt

Сбалансированный аромат с классическими солодовыми, зерновыми тонами, с легкими оттенками дыма, торфа и фруктов. Вкус гармоничный, мягкий, с выразительной ноткой классических шотландских солодов в сочетании с зерновыми, пряными и ореховыми оттенками.

Крепость: 40%



ООО «КУБАНЬ-ВИНО»

kuban-vino.ru

«Кубань-Вино» в Старотитаровской: 353531, Россия, Краснодарский край, Темрюкский район, ст. Старотитаровская, ул. Заводская д. 2, тел. +7 (861) 489-16-66
e-mail: office@kuban-vino.ru
«Кубань-Вино» в Темрюке: 353500, Россия, Краснодарский край, Темрюкский район, г. Темрюк, ул. Западная, 35
тел. +7 (861) 489-03-63
e-mail: office@kuban-vino.ru

«Кубань-Вино» – одно из крупнейших предприятий России по производству тихих и игристых вин. Было создано еще в 1956 году, а в 2003 году вошло в состав винной группы компаний «Ариант». Винодельня работает по принципу производства полного цикла: собранные на собственных виноградниках ягоды прямо с лозы попадают в переработку. Сегодня «Кубань-Вино» – это три собственные производственные площадки, 59,9 млн бутылок тихих и игристых вин в год и более 12 тысяч гектаров земли, раскинувшихся на Таманском полуострове и в Анапском районе. Однако секрет успеха винодельни не только в масштабах, но и в подходе к производству: это современный, технологичный и даже наукоемкий процесс. Новейшее европейское оборудование, лучшие специалисты, прошедшие обучение и стажировку в Европе, отточенные до совершенства технологии каждого звена производственной цепочки – все это позволяет создавать достойные, высококачественные вина. Сегодня в портфеле предприятия четыре основные торговые марки: «Шато Тамань» (Chateau Tamagne), «ARISTOV», «Кубань-Вино» и «Высокий берег». Продукция «Кубань-Вино» заслужила доверие потребителей и высокие оценки экспертов. С 2009 по 2018 год винодельня удостоена более чем 500 медалями и наградами на российских и международных конкурсах.



ООО «ВК САТЕРА»

essewine.com

Производство: 298450, Республика Крым, Бахчисарайский район, село Долинное, ул. Ленина, 25-Б
Тел. +7 (36554) 7-56-33
E-mail: office@satera ltd

«ВК Сатера» – винодельческое предприятие полного производственного цикла, расположенное в Крыму, производит как тихие, так и игристые вина классическим методом. Предприятие основано в 2001 году. Площадь собственных виноградников – 88 га. В саже представлено более 20 сортов винограда. Из красных сортов присутствуют Каберне Совиньон, Каберне Фран, Мерло, Пти Вердо, Санджовезе, Сира, Мальбек, Саперави и др. Из белых – Шардоне, Совиньон Блан, Рислинг, Гевюрцтраминер, Вионье, Шенен Блан, Ркацители и др. Компания активно использует современное европейское оборудование для переработки и винификации, бочковой парк насчитывает 550 барриков. Новый цех производства игристой классики оснащен автоматическим ремоажем gyropalette. Сейчас в хранилище на винодельне находится больше 150 тысяч бутылок классики.



ООО «Интерфин»

interfin-wine.com
valeryzaharin.com

Юридический адрес: 295017, Россия, Республика Крым, г. Симферополь, ул. Шмидта, 9
Телефон: +7 (3652) 253057
E-mail: sales@interfin-wine.com

Валерий Захарьин – крымский винодел и negociant, собственник компании «Дом Захарьиных», имеет 88 га современных виноградников в Крыму, расположенных в предгорной зоне, в долине реки Альма. Виноделием занимается с 1994 года. Первый в Крыму завез французские саженцы элитных сортов винограда из питомника Jean-Guy & Bruno Arrive. Закончил Wine & Spirit Education Trust 3 Level. Валерий Захарьин стремится возродить сорта винограда, которые столетиями возделывались на крымской земле. На его винограднике заложена единственная частная коллекция крымских автохтонов, насчитывающая 75 сортов. Визитная карточка предприятия – линейка «Автохтонные вина Крыма от Валерия Захарьина». На сегодняшний день она включает в себя сухие вина «Кефесия» и «Сары Пандас», а так же игристое вино «Кокур». В 2018 году получен первый урожай с коллекции автохтонных сортов винограда (63 сорта), была проведена переработка данного винограда в условиях микровиноделия, получены виноматериалы, проведена научная работа по изучению потенциала и перспективы развития сортов. Ведется работа по написанию книги, которая включает в себя описание проведенной работы. Один из авторитетнейших винных критиков мира, автор гйда «I Migliori Vini Italian» Luca Maroni оценил вина Валерия Захарьина высокими баллами. Господин Марони включил их в свой гид, отметив, что Валерий Захарьин выпускает вина мирового уровня.



ООО «Мысхако»

myskhako.ru

Адрес: г. Новороссийск, с. Мысхако, ул. Центральная, 1
Телефон: +7 (8617) 72-98-00
E-mail: post@myskhako.ru

«Мысхако» – одно из старейших винодельческих предприятий России. История винзавода в окрестностях Новороссийска началась в 1869 году – тогда здесь была заложена первая виноградная лоза. Местоположение Мысхако – пример уникальной исторически сложившейся микрозоны качественного виноделия, то, что во всем мире называют терруар. Винодельня «Мысхако» быстро получила репутацию одной из лучших на Черноморском побережье. В советские годы Мысхако был любимым местом отдыха партийной элиты, а в начале 2000-х завод считался официальным поставщиком Кремля. После длительного простоя в 2017 году завод начал работу по восстановлению производственных мощностей и виноградников. В 2018 и 2019 годах проведена работа по реконструкции. В закупку оборудования, емкостей, модернизацию цеха виноделия и цеха по производству игристых вин инвестировано 800 тыс. евро. Весной 2020 года будут заложены первые 12 га виноградной лозы, в том числе белые сорта: Семильон, Мускат, Вионье. Портфель «Мысхако» имеет очень лаконичный ассортимент с четким пониманием качества и потребителя. Винодельня постоянно работает над совершенством технологии, живет с терруаром и воплощает в жизнь идеи потребителя. «Мысхако» делает много экспериментов и доводит их до потребителя, интересуясь его мнением. Сегодня в собственности агрофирмы «Мысхако» 254 га европейских сортов: Шардоне, Алиготе, Рислинг, Совиньон Блан, Пино Нуар, Пино Гри, Сира, Марселан, Каберне Совиньон, Мерло. «Мысхако» работает над созданием нейминга каждого участка и анализирует полные возможности виноградной лозы на местности. «Мысхако» – это настоящее и будущее, которое создается командой!

**АО «Солнечная Долина»**

sunvalley1888.ru

Производство: 298025, Россия, Республика Крым, г. Судак, с. Солнечная Долина, ул. Черноморская, 23
Телефон: +7 (36566) 3-53-30, **факс:** +7 (36566) 3-53-31, sun-dolina@mail.ru
Отдел продаж: 125009, Россия, г. Москва, Дегтярный переулок, 9
Телефон: +7 (495) 411-53-33, saledolina1888@yandex.ru

«Солнечная Долина» – винодельческое предприятие полного производственного цикла, расположенное в Крыму. Предприятие, основанное в 1888 году князем Л.С. Голицыным, и сегодня является центром классического виноделия России.

Площадь собственных виноградников – более 400 га, на которых выращиваются как редкие абoriginalные, так и лучшие европейские сорта винограда.

Территория вдоль Черного моря, где виноградники были заложены еще греками, сочетают в себе многообразие природно-климатических факторов и делают маленький регион Солнечной Долины центром локализации автохтонных сортов крымского винограда. Десертные сорта: Эким Кара, Джават Кара, Кефесия, Сары Пандас, Кок Пандас прошли тысячелетнюю селекцию и сегодня в промышленных масштабах возделываются только на землях Солнечной Долины.

Каждая марка вина – наша гордость. В изготовлении вин мы придерживаемся одновременно традиционного и инновационного подходов. Основой для этого являются: посадка новых виноградников, современное европейское оборудование и высокая квалификация виноделов.

Известность «Солнечной Долины» принесли легендарные ликерные вина: «Черный Доктор», «Солнечная Долина», «Черный Полковник», «Портвейн Крымский» – это эксклюзивные «вкусовые легенды» из старинных подвалов «Архадерессе», которые являются визитной карточкой компании.

Современная линейка сухих вин «Солнечной долины» – Кокур, Меганом, Пти-Вердо и др. – также получила высокие оценки покупателей и винных экспертов.

Качество вин «Солнечной Долины» отмечено более чем 100 медалями, дипломами и кубками Гран-При престижных конкурсов, как российских, так международных.

**ООО ДВХ «ЭЛЬБУЗД»**

elbuzdwine.ru

Адрес: Ростовская обл., Азовский район, хутор Эльбузд
Тел.: 8 (863) 236 33 60, 8 (960) 462 66 55
E-mail: tour@elbuzd.ru

Отдел продаж: г. Ростов-на-Дону, ул.Профсоюзная,51, гостиница «Эльбузд»

Донское винодельческое хозяйство «Эльбузд» находится в одноименном поселке Ростовской области. Общая площадь хозяйства составляет около 70 гектар.

Винодельческий проект начался под управлением легендарного французского энолога Мишеля Роллана. Склоны реки Эльбузд в Азовском районе были тщательно изучены и выбраны в качестве идеального терруара для высадки виноградной лозы. Сажены подбирались в европейском питомнике Sibus (Германия), где, кстати, закупает саженцы и французское хозяйство Chateau Petrus. На территории виноградника площадью 25 га высажены европейские сорта винограда: Каберне Фран, Мерло, Пино Нуар, Совиньон Блан, Шардоне, Рислинг, Гевюрцтраминер. Винодельня, оснащенная немецкой технологической линией полного цикла Schwarzenberger, находится посередине терруара. Она располагает емкостным парком из нержавеющей стали и барриками из французского и американского дуба. Перед переработкой виноград проходит процедуру охлаждения, сохраняя свои натуральные качества.

На сегодняшний день на российском рынке доступно 7 моносортовых сухих вин «Эльбузд»: Рислинг, Шардоне, Гевюрцтраминер, Совиньон Блан, Мерло, Пино Нуар и Каберне Фран Гранд Резерв. В 2019 году в продажу поступают первые blends хозяйства – белые и красные вина, посвященные казачьей тематике.

Винодельня «Эльбузд» участвует в вино-гастрономических ярмарках, дегустациях и выставках. Любой желающий может посетить винодельню в рамках винных туров и ознакомительных экскурсий, организованных туристическими агентствами региона. Вина «Эльбузд» уже получили высокую оценку от профессионалов в мире вина и не раз удостоивались престижных наград на международных и региональных конкурсах и дегустациях.

**ООО «УСАДЬБА МЫСХАКО»**

usadba-myskhako.ru

Адрес: 353900, г. Новороссийск, с. Федотовка, тер. автодорога Новороссийск-Широкая Балка, ул. 5-й км, дом 1, корпус 1
Тел.: +7 (918) 665-90-98
E-mail: info@usadba-myskhako.ru

«Усадьба Мысхако» – это молодой агротуристический комплекс, расположенный в южной части Новороссийска, у подножья горы Мысхако в селе Федотовка.

«Усадьба Мысхако» дала второе рождение историческому месту. Еще в XIX веке здесь были заложены первые виноградники. А в 1899 году на выставке в Тифлисе Ипполит Кулешевич, первый председатель правления Товарищества виноградарей и виноделов Черноморского побережья Кавказа, был премирован за вино с этих склонов. Площадь собственных виноградников комплекса составляет 90 га, на них представлены европейские сорта винограда: Пино Нуар, Мерло, Каберне Совиньон, Шираз, Пино Гри, Шардоне, Каберне Фран, Пти Вердо, Рислинг, Пино Блан. В ассортименте представлено три линейки вин: премиальная линейка Cru, Классика и Blend.

Виноградники хозяйства расположены на склонах всей розы ветров и находятся на высотах от 180 до 270 метров над уровнем моря. В этом уникальном месте рождается неповторимое терруарное вино «Усадьба Мысхако», ежегодный тираж которого составляет 350 тыс. бутылок.

В 2019 году запускается новая винодельня гравитационного типа. Географическое расположение позволило построить пять уровней гравитации, встроив их в холм. Уникальный проект с перепадом высот 17 метров позволяет двигать виноград, а затем получаемое вино под действием силы тяжести. Винодельческий комплекс оснащен ультрасовременным оборудованием для работы с вином на всех этапах производства.

Индивидуальный подход к каждому сорту, контроль урожайности, ручной сбор, бережная транспортировка и высокая квалификация винодела позволяет гордиться каждой бутылкой вина «Усадьба Мысхако».

**ОАО «ЦИМЛЯНСКИЕ ВИНА»**

Производство: 347320, Ростовская обл., г. Цимлянск, ул. Ладо, д. 1
Тел.: 8(86391) 56 0 00
E-mail: 8086323@gmail.com

История возникновения завода в современном Цимлянске ведет свое начало с 1786 года, когда была документально зарегистрирована первая бутылка цимлянского игристого. Корни же донского виноделия уходят к тем временам, когда оседлые жители Хазарского каганата в IX н.э. привезли черенки лозы с территорий нынешнего Дагестана и Хорезма. На сегодняшний день завод ОАО «Цимлянские вина», является современным предприятием полного цикла, который включает в себя виносовхоз, предприятие по переработке винограда и розлива готовой продукции. В портфеле завода на данный момент насчитывается около 60 видов тихих и игристых вин, которые на протяжении долгого времени завоевывали любовь и лояльность потребителя.

Автохтонные сорта винограда, возделываемые на цимлянской земле, имеют уникальную структуру и химический состав: природные условия ныне Цимлянского района таковы, что под наносным грунтом расположена зеленая глина, которая задерживает влагу. Таким образом, лозы орошаются грунтовыми водами в теплое время года, а зимой подземная влага аккумулирует тепло. Именно поэтому цимлянские абoriginalные сорта – Цимлянский Черный и Плечистик – в других природных условиях не сохраняют своих уникальных качеств, свойственных им при произрастании на территории Цимлянска.

Всего за время работы завода на всероссийских и международных конкурсах продукция ОАО «Цимлянские вина» удостоена 231 наград, среди которых 19 Гран-при и 88 золотых медалей.



Усадьба Перовских

ООО «ВЕЙН УНД ВАССЕР»

Юридический адрес: 299026, Россия, г. Севастополь, Нахимовский район, пос. Любимовка, ул. Перовской Софы, 59-А
Телефон/факс: +7(8692) 73-55-41
E-mail: elena.sayapina@raziogroup.com

perovskyywinery.ru

Винодельческое хозяйство «Усадьба Перовских» расположено в долине реки Бельбек в живописном районе Севастополя в поселке Любимовка. Было основано в 1834 году Николаем Перовским, внебрачным сыном графа Разумовского.

В 1834 году на землях Бельбекской долины Николаем Перовским были произведены обширные посадки винограда, и уже в 1846 году вина Перовского «вроде венгерских» обратили на себя внимание на Всероссийской выставке.

В 1889 году имение было продано торговцу Фёдору Шталю, который заложил новые виноградники, построил дом с обширными винными погребами и переименовал хозяйство в «Алькадар».

В 1920 году в долине был создан совхоз «Алькадар», а в 1927 году, в честь 10-й годовщины Октября, он получил новое имя – «Софы Перовской».

Сегодня площадь виноградников составляет 240 га (из них 15 га посажено в 2016 году, а 20 га – в 2017 году). Средняя урожайность не превышает 3 тонны с 1 га. Возраст старых виноградников 17-25 лет, молодые начали засаживать с 2012 года. Каждый год создается около 10-30 га посадки, также посадки будут в 2018 и в 2019 годах.

Выращиваемые красные сорта: Каберне Совиньон, Мерло, Пино Нуар, Сира, Каберне Фран.

Белые: Шардоне, Совиньон Блан, Рислинг.

Главная идея хозяйства – максимальное использование возможностей терруара без перехода на капельное орошение.

Почвы на виноградниках частично известняковые с включениями аллювиального слоя, частично глиняные. Совокупность почв, климата и рельефа создает уникальный терруар.

Ассортимент виноделия представлен:

– игристыми винами: Brut Blanc De Blancs, Brut Rose;

– базовой линейкой: Розовое, Каберне Совиньон, Шардоне, Мерло&Каберне Совиньон;

– резервными винами: Каберне Совиньон Резерв, Шардоне Резерв, Пино Нуар Резерв;

– лимитированной серией: Авторский купаж, Рислинг, Розовое, Мерло;

– вином суперпремиального сегмента – «1890» Каберне Совиньон&Мерло.

CANTINA TOLLO

CANTINA TOLLO SCA

Производство: Viale Garibaldi, 68 66010 Tollo (CH) Italy
Тел. +393938828623
E-mail: info@cantinatollo.it

cantinatollo.it

По вопросам сотрудничества в России и странах СНГ: a.glotova@cantinatollo.it

Cantina Tollo, регион Абруццо, – один из крупнейших прямых производителей вина в Италии. Площадь виноградников 3000 га. Экспорт в более 50 стран мира в различные каналы продаж: HoReCa, ритейл, E-commerce. Ежегодные объемы – более 14 млн бутылок.

Компания делает акцент на качестве вин. Производство и розлив вина осуществляется непосредственно в Толло, где у компании находится современная инфраструктура полного цикла и сосредоточена большая часть виноградников.

Cantina Tollo – обладатель престижных премий, в том числе «Три Бокала» Gambero Rosso, Лучший производитель Европы (Mundus Vini), Лучший кооператив Италии (Berliner Wein Trophy). Вина Cantina Tollo в 2019 году получили премию за лучшее Монтепульчано д'Абруццо на Mundus Vini и Лучшее розовое вино года Италии на 5 Stars Wine Vinitaly.

Всего в копилке компании более 300 золотых и серебряных наград по всему миру. Cantina Tollo также специализируется на производстве органических вин.

Сертификаты UNI EN ISO 9001:2008, UNI EN ISO 22000:2005, UNI EN ISO 14001:2004. Стабильные поставки и полный пакет разработки частных марок.



ГРУППА КОМПАНИЙ «КИН»

Адрес: 125445, Россия, Москва, Ленинградское шоссе, д. 67
Email: kin@mvkz.ru

kingroup.ru

Группа компаний «Кин» – один из лидеров алкогольной отрасли России, работающий по международным стандартам Системы менеджмента качества и пищевой безопасности. С 2016 года является учредителем Союза ведущих производителей коньяка «Союзконьяк», одним из направлений которого стало развитие российского виноградарства, импортозамещение, обеспечение доступности коньяков гарантированного качества для российских покупателей.

Каждый продукт компании имеет собственное лицо и приготовлен с учетом вкусовых предпочтений российских потребителей.

Контроль параметров качества продукции осуществляется Научно-исследовательским Центром контроля качества «Кин», который существует на заводе более 12 лет. Сенсорная лаборатория «Кин» единственная в России получила государственную аккредитацию, что подтверждает объективность и неоспоримость получаемых сенсорными аналитиками данных. Испытательная лаборатория техно-химического и микробиологического контроля «Кин» аккредитована на техническую компетентность Федеральной службой по аккредитации.

В 2018 году по результатам оценки коньяков трехлетней выдержки, проведенной Роскачеством, самый продаваемый коньяк «Киноковский» вошел в число лучших российских коньяков своей возрастной категории наряду с французскими марками именитых коньяков. В 2020 году «Кин» отметил свое 80-летие.



ДЕРБЕНТСКИЙ
КОНЬЯЧНЫЙ КОМБИНАТ

АО «Дербентский коньячный комбинат»

Адрес: 368608, Республика Дагестан, г. Дербент, пер. Красноармейский, 56
Тел. + 7 (87240) 4-28-24, e-mail: derkonyak@mail.ru
Обособленное подразделение: 115419, Россия, г. Москва, ул. Орджоникидзе, 11
Тел. + 7 (499) 650-52-54, e-mail: msk@derbentkonyak.ru

www.derkonyak.ru

В 1960 году на основе винзавода и нескольких виноградарских хозяйств был образован Дербентский коньячный комбинат.

На сегодняшний день АО «Дербентский коньячный комбинат» – это одно из немногих предприятий на территории Российской Федерации, ведущих полный цикл производства коньячной продукции, от посадки лозы до процесса бутылирования коньяков с выдержкой, измеряемой десятилетиями.

Дербентский коньячный комбинат – настоящая творческая мастерская, где опытные профессионалы создают поистине шедевры алкогольной продукции.

Продукция Дербентского коньячного комбината за свою многолетнюю историю неоднократно получает награды на различных российских и международных дегустационных конкурсах.

Исключительной особенностью коньяков Дербентского коньячного комбината является категория защищенного географического указания (ЗГУ), что дополнительно подтверждает исключительность производства коньяка из винограда, выращенного на территории Республики Дагестан с использованием регламентированных агротехнических приемов и отличающегося характерными органолептическими свойствами, связанными с почвенно-климатическими особенностями.

Продукция предприятия широко представлена во многих регионах России. Знак мастерства специалистов присутствует в каждой капле благородного янтарного напитка, традиции производства которого бережно пронесены через все испытания более чем 150-летней истории.

Всероссийская премия в области
международной кооперации и экспорта
«Экспортер года»

ВЫ УСПЕШНЫЙ ЭКСПОРТЕР?

РАССКАЖИТЕ ОБ ЭТОМ!
ЗАРЕГИСТРИРУЙТЕСЬ
ДЛЯ УЧАСТИЯ В ПРЕМИИ



Подайте заявку на участие в конкурсе на сайте:
exportcenter.ru/awards/

5 ЛЕТ НЕДЕЛЯ
РОССИЙСКОГО
РИТЕЙЛА 2020

retailweek.ru



В 2020 ГОДУ ВСТРЕЧАЕМСЯ 8-12 ИЮНЯ!

- Более 100 актуальных мероприятий
- Более 700 спикеров и 7000 участников
- Представительное участие ритейла
- Обширная GR-повестка с участием государства
- Прямые индивидуальные переговоры с участием байеров и поставщиков
- Новый опыт, инновационные технологии, лучшие практики, успешные стартапы, бизнес-туры
- Мастер-классы от ведущих российских и международных экспертов

РЕГИСТРАЦИЯ И БРОНИРОВАНИЕ: WWW.RETAILWEEK.RU

СВЯЗАТЬСЯ С НАМИ: +7 495 252 75 75/ 924 02 80, INFO@RETAILEVENT.RU