

WINE

Неделя

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

18+

ИНФОРМАЦИОННОЕ ВИННОЕ ОБОЗРЕНИЕ

№ 7 (63)
Октябрь 2022

СОБЫТИЯ



Конкурс дегустаторов дополнит салон вин нового формата

15 октября 2022 года на площадке Московского государственного университета пищевых производств российская исследовательская компания RATINGTELLING проведет Всероссийский конкурс дегустаторов DROPREADERS, в рамках которого состоится салон вин нового формата «INCOGNITO. Осознанная дегустация».

В ходе конкурса участники пройдут различные испытания: тестирование знаний, тарирование, слепую дегустацию, обратную слепую дегустацию, проверку владения профессиональной терминологией и дополнительные задания на определение квалификации участника.

По итогам ежегодного конкурса будет выбран лучший дегустатор, который получит суперприз в размере 100 тыс. рублей, а также возможность:

- Стать лицом будущей программы обучения дегустаторов;
- Войти в состав экспертной комиссии WINEINCOGNITO;

(Продолжение на стр. 3)

АЛЕКСАНДР СТАВЦЕВ: «ДОЛЯ РОССИЙСКОГО ВИНА В РОЗНИЧНЫХ ПРОДАЖАХ БУДЕТ УВЕЛИЧИВАТЬСЯ»

Катастрофы на рынке виноторговли с введением санкций не случилось, хотя ассортимент на полках стал менее разнообразным. О ситуации в этом секторе экономики и перспективах его развития в ближайшие годы газете Wine Weekly рассказал руководитель проекта и главный редактор портала Wine Retail, вице-президент Российской ассоциации экспертов рынка ритейла Александр Ставцев.

– Александр, ритейл сейчас является главным каналом продаж вина. Каковы сегодня объемы реализации в данном секторе рынка? Как менялась структура и динамика продаж в течение последних 7-10 лет?

– Недавно я смотрел статистику: на долю HoReCa в разных регионах приходится от 2% до 5-7% всего объема продаж, больше всего этот сегмент представлен в Москве. А свыше 90-95% – это ритейл, сетевая торговля. Розничных лицензий в нашей стране выдано 150-180 тыс., и, думаю, сети здесь занимают около 80%. В натуральном выражении это огромный объем, хотя понятно, что в денежном выражении доля в HoReCa выше: там, бывает, одна бутылка стоит, как фура вина.

– Так называемые вина премиум-сегмента?

(Продолжение на стр. 2)



СОБЫТИЯ



В конце октября назовут имя лучшего сомелье Москвы

22-23 октября 2022 года в Москве, в отеле «Балчуг Kempinski», состоится 6-й конкурс «Московский кубок сомелье» (МКС), организованный Российской ассоциацией сомелье (РАС).

По итогам этого состязания будут названы лучшие участники, 10 из которых получат право побороться за звание «Лучшего сомелье России-2023». Конкурс будет проходить в марте 2023 года.

Победителем 5-го, юбилейного конкурса «V Московский кубок сомелье», который проходил 23-24 октября 2021 года в Москве, в отеле «Балчуг Kempinski», стал бренд-амбассадор Codorniu Денис Юрченко. Второе место завоевала Евгения Назимова (Pavilion), а третье – Олеся Александрова из компании MBG-Wine.

(Продолжение на стр. 2)

«УРАЛЬСКИЙ КУБОК СОМЕЛЬЕ» ПЕРЕЕХАЛ В ТЮМЕНЬ



24-25 сентября 2022 года в Екатеринбурге, в отеле «Онегин», проходил 2-й конкурс «Уральский кубок сомелье», организованный Российской ассоциацией сомелье (РАС).

По итогам двухдневных соревнований победителем конкурса стал Тлеген Омаров из Тюмени. Второе место завоевал Максим Гребеник из Екатеринбурга, а третье досталось Ярославу Гурьеву из Иркутска.

Кроме того, по результатам этого конкурса были названы участники, которые получили право побороться за звание «Лучшего сомелье России-2023». Вместе с победителем и призерами в этот почетный список вошли следующие участники:

Александр Запелалов (Екатеринбург)
Григорий Шевченко (Челябинск)
Екатерина Якимова (Екатеринбург)
Сергей Победаш (Екатеринбург)
Егор Головин (Екатеринбург)
Иван Ушков (Тюмень)

Александр Соболев (Екатеринбург)
Николай Якимов (Екатеринбург)
Егор Исаков (Екатеринбург).

В прошлом году победителем «Уральского кубка сомелье» стала Юлия Пантина из Уфы, которая также примет участие в финале Российского конкурса сомелье в 2023 году.

По регламенту, в конкурсе «Уральский кубок сомелье» в 2022 году могли принять участие сомелье из следующих регионов России: Алтайский край, Амурская область, Еврейская автономная область, Забайкальский край, Иркутская область, Камчатский край, Кемеровская область, Красноярский край, Курганская область, Магаданская область, Новосибирская область, Омская область, Пермский край, Приморский

край, Республика Алтай, Республика Башкортостан, Республика Бурятия, Республика Саха (Якутия), Республика Тыва, Республика Хакасия, Сахалинская область, Свердловская область, Томская область, Тюменская область, Хабаровский край, Ханты-Мансийский автономный округ, Челябинская область, Чукотский автономный округ, Ямало-Ненецкий автономный округ.

Напомним, что в 2021 году Российская ассоциация сомелье (РАС) объявила о старте новой схемы отборочной кампании для участия в Российском конкурсе сомелье. Начиная с прошлого года, была введена расширенная система регионального отбора участников конкурса. Для этого были созданы 4 дивизиона: Восточный (со штаб-квартирой в Екатеринбурге),

Южный (со штаб-квартирой в Сочи), а также Центральный (Москва) и Северо-Западный (Санкт-Петербург).

Первый отборочный тур в 2021 году состоялся 23-24 октября в Москве, в отеле «Балчуг Kempinski», в рамках проведения «Московского кубка сомелье». За ним 6-7 ноября последовал розыгрыш «Уральского кубка сомелье» в Екатеринбурге, где назвали 10 лучших участников из Восточного дивизиона. 27-28 ноября в Сочи прошел конкурс «Южный кубок сомелье», а 5-6 февраля в Санкт-Петербурге, в отеле «Астория», стали известны имена победителей «Петербургского кубка сомелье». Таким образом, были определены 40 конкурсантов, которые в марте 2022 года боролись за звание «Лучший сомелье России» в Москве.

СОБЫТИЯ

(Окончание. Начало на стр. 1)

Конкурс дегустаторов
дополнит салон вин
нового формата

– Применить свой опыт в помощи создания новых продуктов на российских винодельнях.

Финал конкурса и награждение участников пройдет 15 октября в 18:00 по адресу: г. Москва, ул. Врубеля, д. 12, МГУПП, корпус В.

Также в рамках конкурса будет проведен салон вин нового формата «INCOGNITO. Осознанная дегустация».

Участников салона ждет дегустация и оценка вин, которые будут осуществляться вслепую, с помощью сокращенной версии анкеты WINEINCOGNITO, доступной для каждого мобильного устройства. На первом этапе все образцы и стенды будут обезличены и зашифрованы. Для этого на стендах будет задействован подготовленный персонал, не относящийся к компаниям-партнерам, чтобы соблюсти анонимность и объективность оценки.

Все образцы и компании-партнеры будут раскрыты перед финалом конкурса DROPREADERS, в рамках подведения итогов дегустации и салона. При этом каждый посетитель салона сможет моментально получить информацию об образцах в своем мобильном устройстве и повторно продегустировать образцы на стенде в открытую.

По итогам дегустации все компании-партнеры получат подробный отчет с анализом и обратной связью по их ассортименту от участников конкурса и посетителей салона. Все гости салона смогут получить свой дневник дегустатора, в котором сохранятся оценки каждого продегустированного образца, ведь наша система помнит все.

Салон вин пройдет 15 октября с 14:00 до 18:00 по адресу: г. Москва, ул. Врубеля, д. 12, МГУПП, корпус В, 1-й этаж.

Зарегистрироваться для участия в салоне Вы сможете на сайте:

ratingtelling.com

АЛЕКСАНДР СТАВЦЕВ: «ДОЛЯ РОССИЙСКОГО ВИНА В РОЗНИЧНЫХ ПРОДАЖАХ БУДЕТ УВЕЛИЧИВАТЬСЯ»



(Продолжение. Начало на стр. 1)

– Да. Я не специалист в области ресторанного рынка (который, кстати, после 2006-2008 годов значительно изменился), но сейчас, мне кажется, такие вина продаются все реже. А ритейл благодаря своим объемам в последние годы вносит серьезный вклад в культуру продвижения вина и сегодня играет здесь определяющую роль. Что я имею в виду? Появился определенный уровень информирования покупателей, позволяющий им делать осознанный выбор вина. Ритейлеры начали продавать вино среднего, а также «среднего плюс» качества по весьма доступной цене. Это дает возможность покупателям больше экспериментировать, выбирать, сравнивать вина из разных регионов и из разных стран, пробовать какие-то новинки. Понятно, что стоимость вина существенно влияет на подобные эксперименты.

За последние несколько лет в розничной торговле наблюдался своего рода бум спроса на вино – оно стало так называемой целевой категорией, на которую ритейлеры начали обращать внимание. Сейчас в винном

ритейле тоже происходят очевидные изменения. С 2014 года на российском рынке началось падение розничного товарооборота, что коснулось многих товаров – и автомобилей, и электроники, и т. д. Продуктовую розницу этот процесс затронул меньше, но проблема эффективности – она всегда стояла перед ритейлерами – обострилась. При этом в сегменте вина существовал определенный запас маржинальности (показатель рентабельности), который сетям не доставался. Ведь вино – категория сложная, с широким ассортиментом, большим количеством наименований (по нашим оценкам, это более 30 тыс. этикеток в России). Формируя винную полку, во всем этом надо разбираться.

– Ритейлеры сначала не решались на это?

– Да, вопрос компетенции стоял достаточно остро. В ритейле были компании, которые неплохо умели это делать: Metro Cash&Carry, «Азбука вкуса» – но это, в общем-то, и все. Однако жизнь заставила. Когда начал снижаться покупательский спрос, стали развиваться новые форматы торговли – так называемые алкосторы (alcostore), в первую очередь «Красное & Белое» (КИБ).

Стремясь повысить эффективность этой категории товаров, ритейлеры неизбежно пришли к выводу, что нужно работать с поставщиками напрямую и заниматься прямым импортом. Примерно с 2017 года в России начал снижаться и стабилизироваться курс валют. Плюс к этому в стране накопилась долго формирующаяся «критическая масса» винных покупателей, которая активизировалась стараниями в том числе того же «Красного & Белого». В России появилось много вина, которое стало возможным купить за 500 рублей, причем это было то же самое вино, что не так давно стоило до полутора тысяч рублей.

– И началось формирование целевой аудитории в розничной торговле в категории «Вино»?

– Да, и стал активно развиваться прямой импорт. Информационный центр Wine Retail, созданный в феврале 2018 года, первым измерил этот достаточно сложный процесс – долю импорта вина ритейлерами по всем каналам продаж, как через собственные платформы, так и через технический импорт. У нас есть своя методология для такой аналитики. Оказалось, что в 2018 году 24-26% вина импортировали уже ритейлеры,

и эта цифра показала всем очень большой. На тот момент ввозил вино через собственную платформу, практически полностью обеспечивая себя, «Бристоль», небольшая платформа была у Metro Cash&Carry. Пионером в этом направлении стал «Магнит». Эти компании можно было отследить по таможенной статистике. В сумме получалось около четверти рынка. Сегодня эта доля выросла очень значительно. Когда у нас будут данные по итогам года, можно будет описать ситуацию точнее.

– А для чего вообще сетям нужно вино?

– Как выяснилось, в первую очередь для так называемого винного покупателя. С момента основания центра Wine Retail мы вдохновлялись потребительской классификацией Роберта Джозефа, британского винного эксперта, консультанта и продюсера. Его классификация позволяет довольно точно сегментировать покупателей – по возрасту, полу, размеру доходов и т. д. Говоря проще, есть потребитель, покупающий вино как разновидность алкоголя определенной концентрации и с определенным вкусом (как правило, сладким), и есть покупатель некоего



ГАЗЕТУ WINE WEEKLY ПРЕДСТАВИЛИ НА ВЭФ



Свежий выпуск газеты Wine Weekly, который вышел в печатной версии, был представлен и бесплатно распространялся на эксклюзивной тематической площадке «Виноград», которая 5–8 сентября 2022 года работала в рамках VII Восточного экономическо-

го форума во Владивостоке на территории кампуса Дальневосточного федерального университета (ДВФУ).

Свежий выпуск газеты Wine Weekly посвящен винодельческому образованию и науке. В нем представлены интервью с исполняющим обязанности ректора Кубанского государствен-

ного технологического университета (КубГТУ), кандидатом физико-математических наук, доктором биологических наук, профессором РАН Михаилом Барышевым. Этот вуз подготовил за время своей работы более 4 тысячи специалистов для российского виноделия. Кроме того, в свежем выпуске опубликовано интервью с директором Северо-Кавказского федерального научного центра садоводства, виноградарства, виноделия (ФГБНУ СКФН-ЦСВВ), академиком РАН Евгением Егоровым. О том, насколько востребованы в нашей стране специалисты в сфере виноградарства и виноделия и какие перспективы на рынке труда их ожидают, газете Wine Weekly рассказала руководитель Центра развития цифровых технологий Россельхозбанка Елена Батурова. В этом же выпуске издания представлен опрос главных виноделов ведущих хозяйств страны, которые поделились своим мнени-

ем о том, насколько успешно отечественные вузы сегодня занимаются подготовкой квалифицированных специалистов для винодельческой отрасли России.

Тематическая площадка «Виноград» была организована Росконгрессом и Россельхозбанком и посвящена виноделию и виноградарству России. Площадка стала логическим продолжением успеха винной повестки на ПМЭФ-2022 и объединила главных экспертов и лидеров винодельческой отрасли в дискуссии об актуальных темах винодельческого рынка и выведении их на новый уровень.

В рамках программы состоялся диалог между производителями и регуляторами винодельческого рынка, профессионалами отрасли и винными ценителями. Вместе с тем для участников «Винограда» были проведены тематические мастер-классы и дегустационные сессии от ведущих дис-

трибьюторов и винодельческих хозяйств. Кроме того, гостям площадки «Виноград» на ВЭФ-2022 был предложен формат Шампанерии, в меню которой включили местные дальневосточные морепродукты.

Газета Wine Weekly выходит с февраля 2016 года и бесплатно распространяется по адресной e-mail-рассылке среди участников рынка России и СНГ. Среди получателей нашего электронного издания: виноделы, импортеры вин, представители ритейла, HoReCa, сомелье, винные критики и эксперты, преподаватели и учащиеся винных школ, а также большое количество поклонников вина из России и СНГ. Общее количество подписчиков превышает 30 тыс. человек.

Ознакомиться с архивом номеров Вы можете здесь:

<http://pressa.ru/ru/magazines/wine-weekly/archive/>



– Насколько сильно повлияло ужесточение санкций и изменение логистических цепочек на динамику продаж и структуру спроса в винном ритейле? Не привело ли это к изменению ассортиментной политики виноторговцев?

– Продажи вина у нас в целом не упали. По тихим винам за шесть месяцев отмечен рост примерно на 1,5%, на уровне арифметической погрешности. Игристые вина даже выросли, причем прилично, процентов на 30. Правда, это скорее эффект восстановления: под давлением принятого в 2019 году 468-го закона РФ «О виноградарстве и виноделии в Российской Федерации» в отрасли происходил переход на отечественное сырье, показатели падали, и сегодня они выравниваются. При этом продажи водки растут гораздо более динамично. В последние годы они практически не увеличивались, колеблясь в диапазоне плюс-минус 2%, а сейчас рост продаж превышает 7%, а в литрах – существенно больше.

Что касается санкций, то повлияли они в первую очередь на импортеров. Наш ритейл в первой половине года показал европейским поставщикам «кузькину мать», чего те вообще не ждали. Все думали, что Россия, как это бывает в период кризисов, затормозится, остановит платежи по поставкам, прервет контракты и проч. Получилось не совсем так. Ритейлеры везли в страну вино и при курсе доллара в 120 рублей, и, видимо, поэтому мы видим такое усиление в импорте именно доли ритейлеров. Конечно, санкции существенно повлияли на поставки шампанского. Да, какие-то остатки игристых вин еще есть, но импорта-то нет, он запрещен. Четвертый пакет санкций на предметы роскоши поставил под запрет ввоз вин дороже 300 евро. Также «выпали» такие страны, как США и Австралия. Да, какие-то остатки их вин еще есть, но импорта-то нет, он запрещен этими государствами. Но в целом каких-то катастроф на рынке виноторговли не случилось, хотя ассортимент, пожалуй, стал менее разнообразным.

– Можно сказать, что произошло смещение в сторону недорогих и менее «раскрученных» вин?

– Если посмотреть на полку, то там какие-то изменения происходят: незаметно ушла винодельня Frescobaldi, затем Antinori. В категории просекко большую долю занимал бренд Martini – ну нет его,

и Бог с ним, есть много другого просекко, которое никуда не делось. К тому же на винном рынке какие-то процессы происходят и вне зависимости от санкций. Вот, скажем, из-за неурожая в Новой Зеландии у нас практически полностью «выпал» их недорогой Совиньон Блан, который бутылковался в Европе под конкретных ритейлеров. Но это обычная история, мы об этой проблеме писали еще в прошлом году. Сейчас новозеландский Совиньон Блан заменяет аналогичное вино из ЮАР.

– Выходит, влияние санкций оказалось не столь существенным, как изначально предполагали?



– Повторю, что никакой катастрофы не произошло, хотя по шампанскому из-за ухода крупных брендов падение было достаточно серьезное. В этом секторе две трети рынка занимала одна группа компаний – LVMH со всеми своими «дочками». Но ничего, у любителей шампанского будет повод попробовать и другие вина из этого региона.

– Как обстоят дела в ритейле с поставками российских вин?

– Российский рынок вина в последние годы тоже активно развивается. Ритейлеры и, в первую очередь, российские компании – производители вина очень активно взаимодействуют между собой. Уже подписано большое число контрактов, заключенных с розничными сетями напрямую, – это и так называемые эксклюзивные торговые марки, и СТМ (собственные торговые марки).

(Продолжение на стр. 4)

СОБЫТИЯ

(Окончание. Начало на стр. 1)



В конце октября назовут имя лучшего сомелье Москвы

Месяцем ранее, 24-25 сентября 2022 года, в Екатеринбурге, в отеле «Онегин», состоялся 2-й конкурс «Уральский кубок сомелье», организованный Российской ассоциацией сомелье (РАС). По итогам двухдневных соревнований победителем конкурса стал Тлеген Омаров из Тюмени. Второе место завоевал Максим Гребеник из Екатеринбурга, а третье досталось Ярославу Гурьеву из Иркутска.

Программа 6-го конкурса «Московский кубок сомелье»:

22 октября

«Отборочный тур» (закрытое мероприятие для конкурсантов).

Мастер-классы от виноторговых компаний для конкурсантов

23 октября

10:00-13:00 – полуфинал «Московского кубка сомелье».

14:00-21:00 – дегустационный «Салон Сомелье»

16:30-21:00 – финал «Московского кубка сомелье».

В винном салоне примут участие более 20 виноторговых компаний и российских производителей вина.

Для членов Российской ассоциации сомелье и Московской ассоциации сомелье (МАС) вход бесплатный.

Регистрация обязательна для всех, количество мест ограничено.

Регистрация участников и приобретение билетов на салон на сайте:

www.sommelier.ru

культурного феномена, гастрономической истории, своего рода квеста для взрослых. Вот он-то и называется винным покупателем. Почему мы говорим о культуре потребления? Потому что именно она способствует переходу потребителя алкоголя, радостно и бездумно пьющего полусладкое вино, в разряд покупателя-исследователя, который экспериментирует с разными наименованиями. Возможно, он пока не очень продвинутый человек в этой области и выбирает в магазине вино с помощью кависта. Но он интересуется этой темой, любит пробовать новые вина из разных сортов винограда, разных регионов и стран, он платежеспособен. По потребительской классификации его можно отнести к категории покупателей-экспериментаторов, которые обеспечивают ритейлу серьезное количество покупок. Этот человек в магазине нужен всем. Да, таких людей не очень много, но денег они тратят прилично, так как винный покупатель не просто приобретает

бутылку вина, но берет к нему сыр, какую-то гастрономию.

– Как мы иногда говорим, вино без сыра – деньги на ветер?

– Именно. Существуют аналитические данные о конверсии между винами и сырами, когда они встречаются в одной корзине. В 2017 году «Лента» провела исследование, которое показало: неверно сформированная категория вина для конкретной покупательской группы часто является поводом сменить магазин. Есть термин «репертуар торговых точек», и после кризиса 2014 года он существенно расширился. Если раньше человек раз в неделю закупался всем необходимым в супермаркете или в Metro Cash&Carry, то сейчас он ходит за хлебом в булочную, за молоком – в молочную и т.д. Если некоторое время назад горожанин посещал в среднем 7-8 магазинов, включая аптеки и прочие торговые точки, то теперь эта цифра кое-где выросла до 14. Поэтому целевой винный покупатель привлекает всех.



ТОЛЬКО В
ОКТАБРЕ!

АКЦИЯ
54 000 р.



Тонированное
стекло



Виброгасящий
компрессор



Влажность
более 50%



LED-подсветка



www.pozis.ru



POZIS

Профессиональное
хранение вина

ВИННЫЙ ШКАФ

**С УВЕЛИЧЕННОЙ ВМЕСТИМОСТЬЮ
ДЛЯ ВЕРТИКАЛЬНОГО
ХРАНЕНИЯ БУТЫЛОК**

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

НОВОСТИ

**Компания POZIS
представит свои
новинки на PIR EXPO**

17-20 октября 2022 года компания POZIS примет участие в 25-й юбилейной выставке индустрии гостеприимства PIR EXPO, которая будет проходить в Москве, в торгово-выставочном комплексе «Крокус Экспо».

В ходе выставки компания POZIS продемонстрирует посетителям свои уникальные возможности по изготовлению винных шкафов, обшитых массивом дуба, технику премиального сегмента под брендом BENOIT и бытовые культиваторы (гроубокс), которые предназначены для выращивания микрозелени.

Стенд компании будет располагаться в павильоне 3, зал 14, стенд 2E75. Во время работы выставки сотрудники POZIS будут готовы обсудить вопросы по сотрудничеству, познакомиться с новинками 2022 года и определить планы по совместной работе.

По организации индивидуальной встречи на стенде компании Вы можете подать предварительный запрос. Уверены, что встреча на предстоящей выставке будет способствовать развитию взаимовыгодного сотрудничества. Контактное лицо и координатор от компании POZIS – Гордеев Иван

(e-mail: I.Gordeev@pozis.ru, телефон 8-917-703-86-67).

PIR EXPO – крупнейшее в России профессиональное мероприятие для специалистов индустрии HoReCa. Ежегодно выставка собирает на одной площадке ведущих производителей и поставщиков продукции, решений и услуг для предприятий индустрии гостеприимства, а также рестораторов и отельеров России и стран СНГ.

Получить входной билет со скидкой на выставку Вы можете на сайте:

<https://pirexpo.com/get-ticket-no-promo-kodu-SHSB7FK>.

Выставка будет проходить с 17 по 20 октября в «Крокус Экспо»:

г. Москва, 65-66-й км МКАД.

АЛЕКСАНДР СТАВЦЕВ: «ДОЛЯ РОССИЙСКОГО ВИНА В РОЗНИЧНЫХ ПРОДАЖАХ БУДЕТ УВЕЛИЧИВАТЬСЯ»



(Продолжение. Начало на стр. 1 – 3)

Так, «Перекресток» в категории российских вин работает практически исключительно с эксклюзивными торговыми марками.

Более того, эта сеть отлично умеет формировать технические задания для производителей. А, к примеру, «Кубань-Вино» в большинстве случаев имеет прямые контракты с федеральными розничными сетями. Продукцию «Мысхако», а это огромный объем, в основном продают две-три розничные сети. Словом, все эти процессы и обеспечивают российскую винную полку, которую мы сейчас видим.

– По имеющимся данным, в ассортименте отечественного ритейла зафиксировано равновесие между российскими и импортными винами. Какой объем сегодня занимают те и другие? Как, на ваш взгляд, будет развиваться ситуация в дальнейшем? Российских вин на полках наших магазинов станет больше или существующий баланс сохранится?

– На отечественном рынке было около 60% российского вина и 40%

импорта. После принятия 468-го Закона с рынка ушел скрытый импорт – то, что завозилось наливом, фактически импортное вино, но которое поставлялось как российское. В результате пошел импорт в бутылках, а внутреннее производство за счет такого сырьевого замещения снизилось. По итогам прошлого года у нас установился баланс примерно 48% на 52% в пользу импорта. Сейчас ситуация разворачивается в обратную сторону – в первую очередь благодаря тому, что российские производители перестроились. Поэтому производство российского вина будет расти, а импорт сокращаться. По итогам года мы ожидаем возвращения к прежней пропорции: 60% отечественного вина и 40% импортного. В игристых винах в прошлом году такой баланс и был. Но это в объемах, а в денежном выражении, думаем, в этом году будет где-то 70 на 30 процентов. То есть импорт во всех каналах продаж сократится, а доля российского вина за счет роста производства в нашем ритейле увеличится.

– Не приведет ли это к тотальному доминированию российских вин,

снижению конкуренции и, как следствие, снижению качества?

– Я считаю, что сегодня основные проблемы сфокусированы в низком ценовом сегменте. Средняя цена бутылки вина в регионах составляет 250-275 рублей. Выпустить бутылку вина из российского винограда с ценником до 300 рублей – серьезная экономическая задача. С ней может справиться узкий круг компаний, имеющих главное преимущество: площадь собственного виноградника более 1 тыс. га. Если кто-то, не имея таких насаждений, делает вино дешевле 300 рублей, у меня закрадываются соответствующие вопросы.

Качество – категория сложная, но, в принципе, измеряемая. Этим успешно занимается Роскачество. Недавно мы попробовали около 500 образцов вина, купленного в рознице в разных ценовых сегментах. Не хотел бы у коллег хлеб отбирать, они сами об этом расскажут. Но, по общему ощущению, стало меньше больных, дефектных вин – производителям это слишком дорого обходится. Все-таки требования ритейла ужесточились. В той же «Пятерочке», в «Магните» и в «Красном & Белом» работают вполне профессиональные люди, и там, независимо от

цены, все идет через дегустацию, и некачественное вино никто не пропустит.

Конечно, не стоит ждать от вина за три сотни рублей прекрасного вкуса, но оно должно обладать неким базовым качеством. Как всегда, все упирается в сырьевую базу, потому что себестоимость винограда выросла.

– Роскачество сообщило, что в России снижается производство полусладких вин. Не говорит ли это о том, что продвинутых потребителей становится больше? И как, на ваш взгляд, это соотношение будет меняться в дальнейшем?

– В импорте мы уже в течение пяти лет наблюдаем снижение доли полусладких вин, сейчас на них приходится максимум 25% от общего количества ввоза. Причем фактически 80% этого объема представлены двумя странами, а если точнее, то одной страной (5/6 продукции идет из Абхазии) и тем, что называют «кинзухой» и «калазанкой», и который ориентирован на определенную аудиторию.

Роскачество отметило эту тенденцию, подтвердив наши наблюдения о падении доли полусладкого вина именно в производстве. Считаем этот процесс плюсом. Российское вино в основном было существенно дешевле импорта,



НА ПОЛКАХ МАГАЗИНОВ СТАЛО ВДВОЕ БОЛЬШЕ РОССИЙСКИХ ВИН

Второй год подряд эксперты Роскачества фиксируют расширение ассортимента российских вин на полках магазинов. Сейчас ассортимент федеральных сетей включает как вина крупнейших российских виноделов Кубани и Крыма, так и новые позиции из Дагестана, Нижней Волги и Долины Дона.

Стартовало ежегодное исследование «Винного гида России». В исследовании качества вин задействовано 25 лучших дегустаторов. Результаты исследования и лидеры рейтинга лучших российских вин по самым многочисленным категориям – белым и красным тихим винам – станут известны в ноябре этого года.

Для исследования эксперты Роскачества провели закупку российских вин в 5 регионах страны, включая вино-

дельческие регионы с активным туристическим потоком. Они посетили все крупнейшие торговые сети, входящие в топ-10 лидеров розничной торговли, приобретали вина в магазинах различных форматов: гипермаркет, супермаркет, магазин «у дома», алкомаркет. Было закуплено более 500 образцов винодельческой продукции, включая игристые вина, российское шампанское, а также крепленые вина в ценовой категории до 1000 рублей за бутылку 0,75 л.

По итогам проведенного анализа полки специалисты отметили расширение ассортимента вин отечественного производства в крупных торговых сетях.

«Уже второй год подряд наши эксперты отмечают расширение ассортимента российских вин на полках магазинов. Если раньше ассортимент федеральных сетей исчерпывался тихими и игристыми винами только круп-

нейших российских виноделов Кубани и Крыма, сейчас мы видим новые ассортиментные позиции из Дагестана, Нижней Волги, Долины Дона. В целом количество наименований российских вин на полках супермаркетов за два последних года удвоилось», – отмечает директор департамента исследования и продвижения отечественной винодельческой продукции Роскачества, руководитель проекта «Винный гид России» Олеся Буняева.

Эксперты связывают эти изменения с вступлением в силу 468-ФЗ, ограничившего производство вин из импортных виноделических материалов, а также процессами импортозамещения, активизировавшимися на фоне санкций.

«Форматы магазинов отличаются по широте винного ассортимента, но мы можем сказать, что в федеральных сетях, где ассортимент вина в одном магазине составляет 120-150 наиме-

нований, российских вин уже больше 60%. В крупных гипермаркетах, где количество наименований тихих и игристых вин достигает 1000 артикулов, российская часть ассортимента – это 35-40%. Наши закупщики также отметили более удобную навигацию для покупателя. Помимо обязательных в рамках 468-ФЗ требований к выделению «Вино России» на полках, в ряде сетей выделяют места расположения определенных российских регионов – в первую очередь, Крыма и Кубани», – говорит Олеся Буняева.

Активнее всего идет пополнение винных полок российскими винами в сегменте игристого вина, производство которого, по данным Росстата, продолжило рост в третьем квартале 2022 года.

Закупщики Роскачества отметили, что наиболее широкую представленность всех регионов России на винных пол-

ках можно найти в московских магазинах. Наибольшим числом российских виноделов в ассортименте отличаются сети «Ашан» и «Перекресток». При этом ассортимент в крупных федеральных сетях может существенно отличаться. Так, в магазинах «Пятерочка» и «Перекресток» российская часть ассортимента в южных регионах гораздо представительнее, чем в Москве. Среди региональных розничных сетей отмечены супермаркеты «Табрис» и винные магазины «Алкотек». »

В качестве одной из проблем при закупке в летние месяцы закупщики Роскачества отметили несоблюдение температурных режимов в некоторых специализированных магазинах небольшой площади. По ГОСТ температура хранения и продаж вина не должна превышать 20°C, а в жарком помещении потребительские свойства вина могут ухудшаться.



его средняя цена за литр была почти на 100 рублей ниже. Поэтому можно сказать, что указанная тенденция просто дошла до потребителей недорогого сегмента вин, а та категория граждан, которую мы называем винными покупателями, уже давно перешла на сухое вино. И к этой категории постепенно присоединяются потребители, ранее предпочитавшие пить вино «как алкоголь». Отмечу также тему полусухих вин, на которую и Роскачество обратило внимание: именно полусухие вина в немалом количестве фигурируют в топах продаж того же «Перекрестка», других супермаркетов и крупных торговых сетей.

– То есть людей, постепенно переходящих к потреблению полусухих и сухих вин, становится больше?

– Я считаю, что полусухое вино – это наш союзник, потому что резко перейти от полусладкого игристого к вину категории «зеро» непросто. Эту тенденцию нужно поддерживать. Кстати, доля брюттов в отечественных игристых винах тоже заметно растет. Правда, нужно учитывать, что наш брют довольно сладкий, доля остаточного сахара в нем достаточно высокая.

– Правительство России выступило с инициативой разрешить параллельный импорт алкоголя. Эксперты Роскачества уверены, что на отечественном винном ритейле это не отразится. А как считаете вы? Каких результатов ожидаете от этого нововведения?

– Я согласен с Роскачеством, потому что при параллельном импорте речь идет о конкретных торговых марках, а у нас таких брендов раз-два и обчелся. К тому же их список составлен довольно специфично. В постановлении Минпромторга упомянуты всего четыре наименования винных торговых марок, это очень небольшой объем.

– В нашей стране долго и много говорили об эксперименте по дистанционной торговле вином через «Почту России». Когда этот вид торговли может начать работать и какое влияние на деятельность винных ритейлеров это может оказать?

– Полгода назад я еще верил в эту историю, но в последнее время немного разочаровался в ней и уже не верю. Почта объявляла о старте проекта в апреле, и до этого несколько раз переносила срок запуска. На «Неделе ритейла» мы провели сессию с Почтой и с крупными маркет-плейсами. Но пока они между собой не договорятся о том, нужно это отрасли или нет, ничего не сдвинется с места. Есть компании, которым такая доставка вообще ни к чему. К примеру, сеть, имеющая свыше 1 тыс. магазинов, совсем не заинтересована в подобном формате. По их мнению, покупатель, приобретающий ящик вина, скорее всего, имеет автомобиль и без проблем заедет и сам заберет покупку.

Пока что я не вижу сложившихся условий для того, чтобы этот эксперимент заработал. Тем более что по поводу дистанционной торговли вином Минздрав высказывал свою принципиальную позицию, негативный отзыв на законопроект давало и МВД России. Если у чиновников с этой темой связаны какие-то фобии, вряд ли у них сейчас возникнет желание их преодолеть. Тем более и в ритейле нет четкой отраслевой позиции и уверенности в том, что такой вид торговли необходим.

– Мог бы эксперимент с «Почтой России» помочь нашим виноделам, особенно небольшим?

– Безусловно, это было бы неплохо. Но сегодня у наших небольших виноделен существует только одна проблема с продажами – они производят вина меньше, чем нужно рынку. Если бы этот законопроект приняли года три назад, это стало бы подарком небес.

А сейчас он уже не особенно актуален – почтой и так все отправляют, а если не «Почтой России», то какими-то иными компаниями-доставщиками. Да, есть вопрос, насколько это законно. Ну так ничего же не мешает мне, физическому лицу, купить для вас в Москве несколько бутылок вина и отправить вам по-дружески. Примерно так это сегодня и происходит.

– Какие новые форматы винной торговли, на ваш взгляд, могут появиться в ближайшее время?

– Есть три способа продать бутылку вина: открытую, закрытую и закрытую с доставкой. В европейских странах активно развивалась тема винных баров, больших супермаркетов, где можно что-то попробовать и тут же купить. Но у нас, как водится, с лицензированием масса проблем... Да и сам стандарт супермаркета и гипермаркета сейчас претерпевает серьезные трансформации, связанные в том числе с эффективностью и другими моментами. Поэтому в ближайшей перспективе не вижу каких-то революционных прорывов, для них просто нет условий.

– Каковы, на ваш взгляд, тенденции дальнейшего развития винного ритейла в России? Какие проблемы и перспективы ожидают этот сектор в ближайшие годы?

– По этому поводу что-то говорить сейчас довольно сложно, а давать прогнозы – преждевременно. Понятно, что конкуренция будет нарастать, а количество денег в отрасли станет уменьшаться. Есть смысл поговорить о перспективах в конце года, по итогам 12 месяцев.



«Петерфуд» представит 7000 новых продуктов и деликатесов

С 15 по 17 ноября в 2022 году в Санкт-Петербурге, в КВЦ «Экспофорум», пройдет 31-я Международная продовольственная выставка «Петерфуд», на которой более 250 российских и иностранных производителей презентуют свыше 7000 новых продуктов и деликатесов.

«Петерфуд» – крупнейшая и главная выставка Северо-Запада в сфере продовольственной торговли. Более 110 розничных сетей, среди которых METRO, «Ашан», «Пятерочка», «Перекресток», «ВкусВилл» и другие, ежегодно посещают выставку с целью обновить свой ассортимент. Предоставить свой товар приезжают производители регионов России и зарубежья. В этом году принять участие планирует свыше 250 поставщиков.

Основную экспозицию представят российские иностранные компании, которые презентуют новинки в более чем 70 категориях: от хлебобулочных изделий, алкоголя, бакалейных и фермерских продуктов до услуг и оборудования для ритейла.

Кроме того, в рамках выставки пройдет «АлкоХолл» – первое на Северо-Западе отраслевое бизнес-событие, объединяющее поставщиков алкогольной продукции и закупщиков специализированных розничных сетей, баров и ресторанов на одной площадке с целью заключения контрактов на поставки алкоголя в магазины СЗФО. На этой же площадке состоится конференция «Все о поставках алкоголя в сети 2022-2023», где представители сетей ответят на вопросы о поставках алкоголя в сети: о принципах отбора поставщиков, ошибках в КП и переговорах, промоакциях и СТМ.

Подробная информация на сайте: www.peterfood.ru



BENOIT-W400

В Е N O Î T

ПРЕМИАЛЬНАЯ БЫТОВАЯ ТЕХНИКА

◀ Винный холодильник BENOIT – это экосистема винного погреба у Вас дома. Постоянная температура, стабильный уровень влажности и отсутствие неблагоприятных воздействий создают идеальный микроклимат для бережного взросления различных категорий вин.

Идеальный климат для хранения сигар



CIG-140



Ваш персональный менеджер
8-800-555-80-37
8-917-703-86-67
sales@benoit.shop

СОБЫТИЯ



В Новосибирске пройдет «Сибирская продовольственная неделя – 2022»

С 26 по 28 октября 2022 года в МВК «Новосибирск Экспо-центр» состоится ведущая в восточной части России выставка продуктов питания, напитков, оборудования, упаковки и ингредиентов для пищевой промышленности – «Сибирская продовольственная неделя – 2022». Впервые на площадке выставки пройдет Межрегиональный форум «Дни ритейла в Сибири».

Сибирская продовольственная неделя объединит более 70 отечественных и зарубежных производителей и поставщиков продуктов питания, напитков, оборудования, упаковки и ингредиентов для пищевой промышленности и свыше 4 000 руководителей и специалистов из сферы ритейла и предприятий общественного питания Сибири и Дальнего Востока. Главное событие деловой программы выставки – Межрегиональный форум «Дни ритейла в Сибири» – удобный формат встречи и общения ведущих отраслевых экспертов и топ-менеджеров международных и российских компаний, а также представителей отраслевых федеральных и региональных министерств и ведомств, профессиональных объединений.

В дни работы выставки будут подведены итоги профессионального дегустационного конкурса «Золотая медаль выставки «Сибирская продовольственная неделя». Цель конкурса – продвижение на российский рынок высококачественных продуктов питания, напитков и упаковки, развитие и укрепление деловых связей между производителями и торговыми организациями. Заявка на участие принимается до 21 октября 2022 года включительно. Для получения бесплатного билета на посещение выставки – пройдите регистрацию на сайте:

<http://prod-week.ru>

АЛЕКСЕЙ СОЛОВЬЕВ: «ТАМ, ГДЕ РАБОТАЕТ КАВИСТ, ВИНА ПРОДАЕТСЯ ГОРАЗДО БОЛЬШЕ»

Винный ритейл сегодня является главным каналом продаж вина в России. В наше время этот сектор розничной торговли практически невозможно себе представить без работы кавистов, число которых за последние годы значительно выросло. О том, когда в нашей стране официально появилась эта профессия, сколько кавистов работает в России сегодня и каковы перспективы развития этой специальности, газете Wine Weekly рассказал президент Ассоциации кавистов России Алексей Соловьев.

– Алексей, ритейл сегодня является главным каналом продаж вина. Есть ли у вас данные о том, как менялась структура данного сектора и его динамика в течение последних лет?

– Сегодня практически каждая пятая бутылка проданного вина реализуется благодаря сети магазинов «Красное & Белое». Это замечательный результат, большой успех работы коллектива сотрудников «КиБ». Отличная команда сейчас подобралась и в «Пятерочке» – если не ошибаюсь, по импорту они уже вышли на 1-е место. И там, и там «рулят» женщины. В области закупок у них сложилась хорошая женская школа. Женщины понимают, что и как нужно делать, они следят за деятельностью и достижениями друг друга, и это классно. Понятно, что их труд в дальнейшем отразится на объемах продаж. А мы будем следить за результатами этой работы и изменениями на рынке.

– Когда в нашей стране вообще появились первые кависты?

– Первые кависты официально появились в России в 2004–2005 годах благодаря Metro Cash&Carry – именно эта компания «прописала» профессию кависта в магазинах. В других странах такой сервис был уже развит и широко распространен, поэтому руководство



российского Metro поддержало начинание еще в 2003 году. Об этом писали журналы, информацию вполне можно найти. Однако существует и неофициальная версия этих событий, в которой начало датируется 2001 годом. Недавно я слышал рассказ от Александра Фомичева – независимого эксперта,

соучредителя школы и винного центра Wine People, управляющего винотекой Wine More, что, когда он работал как сомелье, уже тогда мог выходить в винотеку и продавать вино как кавист. Время появления в России этой профессии «технически» стоит отнести к периоду 2002–2005 годов.

– Сколько сейчас кавистов в России, как менялось их число на протяжении последних 5–7 лет? Все ли специалисты данного уровня входят в вашу ассоциацию или кто-то работает отдельно, не вступая в ее ряды?

– Что касается количества кавистов в нашей стране, то считать можно по-разному. Думаю, активно работающих специалистов у нас около 1 тыс. человек. Впрочем, если бы «Красное & Белое» и «ВинЛаб» называли своих продавцов кавистами, статистика была бы совершенно другой.

– Внесена ли данная профессия в государственный реестр профессий?

– Да, с 7 мая 2015 года кависты значатся в государственном реестре. К тому моменту это уже просто стало необходимостью. Событие произошло в том числе благодаря деятельности известного российского ресторатора, президента Федерации рестораторов и отельеров России Игоря Бухарова, а также президента Российской ассоциации сомелье Алексея Сидорова и вице-президента компании «Симпл» Анатолия Корнеева.

– И в этот день кависты отмечают свой профессиональный праздник?

– Да, 7 мая. А потом, 20 февраля 2017 года, была создана Ассоциация кавистов России, которую я возглавил. Если говорить о специальных навыках и особенностях профессии, то, я убежден, кависту сложнее работать, чем сомелье. Ведь он всегда продает отложенную эмоцию! Сомелье может открыть бутылку, продемонстрировать продукт клиенту, обсудить с ним особенности и вкусовые качества вина. У кависта, к сожалению, такой возможности нет, и это отложенное ожидание для него – серьезная проблема. Есть, правда, небольшое количество торговых точек, где кавистам разрешают открывать бутылки. А сегодня появилось немало ребят, которые ведут в соцсетях свои блоги, – они научились

18+

СИБИРСКАЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ НЕДЕЛЯ

26-28 ОКТЯБРЯ 2022

ОДНОВРЕМЕННО СОСТОИТСЯ ФОРУМ «ДНИ РИТЕЙЛА В СИБИРИ»

БОЛЕЕ **5000** ПОСЕТИТЕЛЕЙ ВЫСТАВКИ

3 ДНЯ

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ: МИНПРОМТОРГ РОССИИ

ОРГАНИЗАТОРЫ: Минпромторг Новосибирской области, СИБИРСКАЯ ВЫСТАВОЧНАЯ КОМПАНИЯ, РОССИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ ЭКСПЕРТОВ РЫНКА РИТЕЙЛА

МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ: **НОВОСИБИРСК ЭКСПО ЦЕНТР**

Peterfood

31-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ ВЫСТАВКА

15-17 НОЯБРЯ | САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

Самая масштабная выставка продуктов в Санкт-Петербурге!

250 производителей продовольствия представят свои новинки и бестселлеры в более 15 категориях

спикеров и экспертов поделится аналитикой, кейсами и расскажут о тенденциях в рознице **40+**

80+ розничных сетей проведут переговоры о закупках нового ассортимента

специалистов оптово-розничной торговли приедут, чтобы найти новых партнеров и клиентов **1500**

А так же

- Мастер-классы шеф-поваров
- Дегустации продуктов и напитков
- Фестиваль крафтового пива
- Конкурсы для производителей и розыгрыши призов
- Сотни эмоций и свежих идей!

Скачайте билет: Peterfood.ru/bilet

Вход свободный

WINE Weekly

Электронное издание: газета «Wine Weekly».

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

Учредитель и издатель: ООО «Центр Медиа Инноваций»

Главный редактор: Смирнов А. В.

Адрес редакции: 199397, Санкт-Петербург, ул. Кораблестроителей, д. 31, кор. 2, оф. 3.

Телефон: (812) 967-16-54, e-mail: editor@provina.ru

Распространяется бесплатно посредством e-mail рассылки участникам винного рынка.

с помощью мессенджеров доносить до клиента нужную информацию. И стали, по сути, «электронными кавистами», что является новым поворотом в развитии этой профессии, этапом ее эволюции.

– Допустим, человек работает в сетевом или ином магазине на должности продавца или консультанта, но фактически выполняет функции кависта. Что ему нужно сделать, чтобы получить это звание: поговорить об этом с руководством или просто вступить в Ассоциацию кавистов?

– Если сама торговая сеть у себя такую профессию не обозначает, то она имеет на это полное право. Хотя, на мой взгляд, должность «кавист» звучит гораздо солиднее чем «продавец-консультант». Получить базовое профильное образование можно в высших учебных заведениях по специальности «Технолог-винодел», а дополнительное – в любой винной школе. Однако работа кависта требует постоянного самосовершенствования и самообразования, поскольку мир вина – это множество информационных составляющих, которые то и дело претерпевают изменения. Ассоциация кавистов предоставляет своим участникам возможности взаимодействия с профессионалами отрасли, что, безусловно, очень важно для поддержания уровня их осведомленности в части ассортимента виноторговых компаний, проходящих мероприятий, конкурсов, в предоставлении теоретических материалов, актуальных вакансий и в решении других вопросов.

– Есть ли у кавистов профессиональная градация, какие-то квалификационные категории, как у сомелье: например, кавист первого разряда, второго и т. д.?

– Когда я работал в Metro, то внутри должности «кавист» сделал четыре категории. Эту классификацию мы потом транслировали и в Ассоциацию кавистов. У сомелье их, по-моему, тоже четыре. И так же, как у них, высшую градацию – заслуженный кавист России, далее кавист высшей категории – у нас получают после 15 лет работы. Большинство заслуженных кавистов, которых я знаю, – это около десяти ребят, которые как раз находятся в профессии больше 15 лет.

Стартовой позицией является младший кавист (до одного года работы, знания начального базового курса), потом идет просто кавист. Правда, большинство наших коллег куда-то мигрировали и пошли дальше – кто-то возглавил винотеки, кто-то осваивает те или иные новые направления, а кто-то развивает свои собственные проекты.

– Что входит в основные стандарты этой профессии? Уточните, какими именно навыками должен обладать кавист?

– Я всегда говорю о трех составляющих, которые необходимы для освоения этой специальности. Во-первых, здесь требуется отменное здоровье – не забывайте, что кавист переносит немало тяжестей, и вообще физических нагрузок у него предостаточно. Второе – это IQ, то есть широта и глубина его знаний о вине, что очень важно. Ведь иногда бутылку вина кависту продавать сложнее, чем сомелье, так как он ее продает именно благодаря своим знаниям без какой-либо дегустации. И третий фактор – то, что мы называем эмоциональным интеллектом EQ. Превосходная осведомленность, компетентность и эрудиция – прекрасные козыри, но их не всегда достаточно, так как своими знаниями нужно уметь управлять. Здесь принципиальную роль играют эмоции – то, с каким

настроением кавист общается с клиентом, насколько точно настраивается на его волну, как преподносит ему информацию и презентует товар. Степень погружения сотрудника в этот процесс также определяет его квалификационную категорию.

– А кто оценивает его профессиональные знания и навыки – руководство сети или магазина? Или это происходит при вступлении в ассоциацию?

– На самом деле мы с этим немного не успеваем, хотя уже начинали готовить соответствующие стандарты. Но для этого нужны и деньги, и время, и люди, которые все это сделают. Можно сказать, что сейчас мы этот вопрос дорабатываем. Что касается компаний, то, к примеру, у нас в Metro был свой стандарт: мы оценивали претендентов «на входе» и объясняли, как и в каком направлении им нужно эволюционировать. Думаю, что в каких-то сетях сегодня это тоже есть – где-то больше развито, где-то меньше. У «Азбуки вкуса», по-моему, было что-то похожее.



– Если взять действительно один из лучших примеров – Metro Cash&Carry: как это было устроено, когда вы там работали?

– В Metro оценивались не только знания соискателя, но и его репутационный опыт. Став членом компании, он не только должен был выполнять задачи по продажам, но также пополнять багаж своих знаний и заниматься саморазвитием. Примерно раз в три месяца мы «экзаменовали» сотрудников, проверяя выполнение этих обязанностей, а также постоянно подтягивали их, стимулировали в них интерес и желание развиваться. Не знаю, сохранился ли там сегодня этот подход.

– Что нужно в первую очередь сделать специалисту, чтобы вступить в Ассоциацию кавистов России?

– Нужно просто оставить заявку на нашем сайте, в нашем аккаунте в WhatsApp или в Telegram. Мы очень активны в этом плане и быстро отвечаем.

– Если человек не обладает достаточными навыками, но твердо решил стать кавистом – что ему делать?

– В нашем комьюнити мы часто показываем, куда такому человеку стоит обратиться и в каком направлении развиваться. Благодаря нашим знакомствам мы предоставляем много информации о различных обучающих программах, даем много бесплатной литературы, предоставляем исследовательские данные, сообщаем, куда можно сходить на дегустации, чтобы максимально развить свой сенсорный аппарат. К тому же у ассоциации всегда есть скидки на те или иные мероприятия. Словом, своих мы не бросаем.

– Есть ли у вас вступительный взнос, а также регулярные взносы, и каковы их размеры?

– У нас взносов нет. Мы со своими ребятами часто устраиваем разные опросы, и несколько таких «интервью» провели по поводу взносов. Выяснилось, что пока коллеги к этому не готовы. В Российской ассоциации сомелье взнос, кажется, составляет 5000 рублей, но мы решили кавистов пока в это не погружать.

– Вы рассчитывали, что создание ассоциации будет, с одной стороны, способствовать продвижению профессии, а с другой – оказывать помощь кавистам. Понятно, что в Москве, Петербурге и других городах-миллионниках эта профессия популярна, о ней знают многие. А как сегодня складывается продвижение в регионах?

– Еще до того, как была создана ассоциация сомелье, мы организовали в Перми региональный конкурс, потом были мероприятия в других городах. Мы всячески поддерживаем активность кавистов. На днях я должен был открывать петербургский филиал ассоциации, но из-за сегодняшних

непростых событий у нас пока не получилось собрать там 50 человек, как мы хотели. Но открытие этого филиала остается в планах на этот год, мы лишь перенесли дату открытия. Открываются филиалы ассоциации и в других крупных региональных центрах страны. Что неудивительно: у нас половина чемпионов российского конкурса кавистов из регионов. Процесс будет продолжаться, просто всему свое время.

– В одном из своих интервью вы говорили о данных соцпросов, которые показывали: большинство посетителей магазинов даже не знают, как называется человек, продающий им вина. Изменилась ли сейчас эта ситуация?

– Сегодня люди больше знают о том, кто такие кависты, но не настолько хорошо, насколько бы нам в ассоциации того хотелось. Но всегда и у всех есть к чему стремиться, поэтому мы намерены и дальше продвигать эту тему и всячески способствовать ее развитию.

– Есть ли у вас данные, где продается больше вина – в магазинах с кавистами или без них?

– Мои данные не будут релевантными, но со всей ответственностью могу заявить: там, где имелся кавист, вина продается гораздо больше. Во сколько раз, на сколько процентов и так далее – этого не скажу. Дело здесь не только в количестве. Кавист может продавать более дорогое вино, и доходность тогда получается значительно выше. Благодаря своим навыкам и продаже дорогих вин такие специалисты зарабатывают для сетей более высокую маржу. Новой статистики у меня нет, но в мою бытность в Metro продажи с участием кависта увеличивали доходность приблизи-

тельно на 10%, а объем продаж – на 12%.

– Где сегодня можно получить профессию кависта? Как проходит образовательный процесс?

– Необходимые знания можно получить в обычной школе, где обучают сомелье. Этим знаниям будет достаточно при трудоустройстве и работе кавистом.

– Как, по вашему мнению, должно выстраиваться взаимодействие между отделом закупок и кавистами, работающими «в поле» и имеющими ежедневную обратную связь с потребителями?

– Из того, что я видел, самая идеальная организация этого взаимодействия была у нас в Metro. Раз в месяц мы созванивались с кавистом и узнавали, что происходит в этой сфере. Мы знали позиции и московских коллег, и региональных, которые тогда приезжали и регулярно участвовали с нами в дегустациях. Они постоянно мониторили рынок, и все, что находилось интересного, мы потом большой группой совместно анализировали. В общем, у нас был полный симбиоз. Тогда каждый мог что-то свое предложить и вынести на обсуждение, равно как и каждый кавист мог отказаться от каких-то вариантов, и мы без проблем закрывали это направление. Мы были максимально открыты. Но такой подход в каких-то компаниях приветствуется, а где-то нет.

– Каким, на ваш взгляд, должен быть количественный состав кавистов в небольших и крупных магазинах, торгующих вином и алкоголем? Сколько таких специалистов там должно быть?

– Если речь идет о гипермаркетах «Глобус», если это Metro, «О'Кей» или «Ашан», то одного человека достаточно. При этом у него должно быть минимум два-три помощника, которые ему всячески помогают, – подкованных, прошедших обучение и владеющих не только знанием тех или иных товарных позиций, но и информацией о винах.

– Многие поклонники вина, делая покупки, сегодня активно пользуются различными мобильными приложениями. Не приведет ли это к постепенному снижению заинтересованности в услугах кависта?

– Все смотрят на эту проблему по-разному. Я всегда говорил и повторю снова, что кавист – это человек, который делает продажи, он стремится привязать к себе клиента на всю жизнь. А все приложения – это разовая встреча, она устраивает покупателей, которым нужен ответ «здесь и сейчас» и которые не хотят развиваться. Я хорошо отношусь ко всем приложениям, но считаю, что какое из них ни возьми, они все делают одинаково криво. В результате покупатель получает не очень объективную информацию, которая по существу мало что значит. Но если клиенту это помогает, то и ладно – ему же надо на что-то ориентироваться.

– Каким вы видите будущее профессии кависта в среднесрочной перспективе – с учетом всех сложившихся на сегодня обстоятельств?

– Если сомелье работают по специальности в среднем шесть лет, то по кавистам я вижу, что они дольше остаются в профессии и работают по этой специальности приблизительно лет десять. Какая перспектива у ребят дальше? У всех жизнь складывается по-разному, но мне больше нравятся те, кто потом становятся директорами магазинов, винотек, ресторанов или развивают свои собственные проекты.

СОБЫТИЯ



В Ставрополе пройдет конкурс «Вино, сыр и хлеб»

4-5 ноября 2022 года в Ставрополе, на территории «ТК Базар» (ул. Шаумяна, 1), будет проходить 2-й Международный конкурс сочетаемости пищевых продуктов «Вино, сыр и хлеб», а также одноименная специализированная ярмарка, на которой будет представлена продукция местных производителей.

Предыдущий конкурс прошел в селе Прикумское Ставропольского края, на винодельне Виталия Батрака. Он был посвящен сочетаемости вин и сыров и имел название «КМВ на КМВ-2021» (Конкурс микровиноделия и сыроварения на Кавказских Минеральных Водах). В нем приняли участие виноделы и сыроделы из Крыма, Ставропольского и Краснодарского краев, Дагестана, Северной Осетии, а также Грузии. Жюри выбрало лучших, предложив оптимальные сочетания вин и сыров для ресторанов России. В этом году очередной конкурс пройдет в городе Ставрополе. Грандиозный, судьбоносный, загадочный, волнительный, привлекательный и неумолимо прекрасный Ставрополь – это врата Кавказа. Он расположился в центральной части Предкавказья на холмах и распадках Ставропольской возвышенности в верховье реки Ташла. Ставрополь – это многонациональный и колоритный город, обладающий особым, ни с чем не сравнимым шармом. Именно поэтому для проведения конкурса организаторами и был выбран этот уникальный город. Винный конкурс «Вино, сыр и хлеб» проводится вслепую и оценивается по международной 100-балльной системе. Сырный и хлебный – также проводятся вслепую, но по 35-балльной шкале.

Вторым этапом состязаний станет составление пар из вин-победителей и лучших сыров, а также сыров и различных видов хлеба, представленных на конкурсе. Наименования лучших пар «вино-сыр» и «сыр-хлеб» будут предложены ресторанам Ставрополья и другим регионов России. Председатель жюри конкурса «Вино, сыр и хлеб» – президент Независимого винного клуба, член жюри международных конкурсов в Европе и Америке Владимир Цапелик. Комиссия будет работать в течение двух дней. Ее работа завершится оглашением победителей и вручением дипломов на гала-ужине. Конкурс проводится при поддержке администрации города Ставрополя и лично главы администрации Ивана Ульянченко, Комитета экономического развития и торговли города Ставрополя, а также Ставропольской и Невинномысской Епархии Русской Православной Церкви. Регистрация участников производится по заявке, присланной на электронную почту до 27 октября 2022 года.

Телефон: +7-962-434-48-48, Александра Полянцева
e-mail: manager@mir-na-vkus.ru,
a.polyanceva@mir-na-vkus.ru
Telegram – <https://t.me/+GuPIzYog-684YTA>

