

WINE

Weekly

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

18+

ИНФОРМАЦИОННОЕ ВИННОЕ ОБОЗРЕНИЕ

№ 6 (97)
Июль 2026

СОБЫТИЯ



На 5-м фестивале Light Weekend в Абрау-Дюрсо выступят MOT и Лолита

1 августа на курорте Абрау-Дюрсо в пятый раз пройдет Light Weekend – музыкальный фестиваль, который уже стал самой яркой традицией сезона. На один вечер площадь Александра II в историческом центре Абрау-Дюрсо превратится в масштабную сцену, танцпол, гастробар и место силы для всех, кто скучал по настоящему лету.

Light Weekend возвращается – с новыми именами, еще более мощным звуком и незабываемой атмосферой игристого настроения. Light Weekend – это больше чем музыкальный фестиваль.

В юбилейный, пятый год Light Weekend собрал новый мощный лайн-ап. Главным хедлайнером вечера станет MOT – артист, чьи треки неизменно звучат на главных площадках страны и собирают миллионы прослушиваний. Его выступления – это сочетание живого звука, эмоциональной подачи и хитов, которые публика поет хором.

(Продолжение на стр. 2)

ЛОРАН ЛЕРО:

«МОЯ МЕЧТА – СОХРАНИТЬ НАШ ДОМ ДЛЯ СЛЕДУЮЩИХ ПОКОЛЕНИЙ»

В наши дни, когда большинство известных коньячных домов Франции являются лишь частью крупных транснациональных корпораций, семейный коньячный дом Lheraud стоит особняком. Слово «семейный» здесь – не просто рекламно-маркетинговый штамп и не часть красивой бренд-легенды, а часть жизни семьи Леро, десятое поколение которой продолжает многовековые традиции своих предков, создавая уникальные коньяки. О том, как удается сохранять независимость в эпоху конгломератов, почему коньяк не терпит суеты и что общего у выдержки и семейных ценностей, газете Wine Weekly рассказал генеральный директор и совладелец коньячного дома Lheraud Лоран Леро.

История и наследие семьи

– История дома Lheraud уходит корнями в 1680 год. Что для вас значит осознание того, что вы продолжаете дело, начатое Александром Леро почти 350 лет назад? Какая история или предмет в вашем фамильном доме в Ладу является для вас самым сильным связующим звеном с прошлым?

– Для меня большая честь осознавать, что наш дом остается семейным предприятием по сей день.

(Продолжение на стр. 2)



СОБЫТИЯ



Фестиваль «Виноград» в Великом Новгороде стал самым посещаемым за всю историю проекта

Более 270 тыс. посетителей за девять дней, рекордные продажи и самый высокий интерес гостей за всю историю проекта – такими итогами завершился фестиваль «Виноград» в Великом Новгороде.

За время работы фестиваля площадку в Аркаде Гостиного двора посетили более 270 тыс. человек – это самый высокий показатель за всю историю проекта. За девять дней гости приобрели более 24 тыс. бутылок российского вина, а в рамках фестиваля продано 7,5 тыс. бокалов – еще одно достижение «Винограда». Несколько виноделен смогли распродать свои запасы полностью за два дня до финала фестиваля, что говорит о растущем интересе и спросе со стороны потребителей.

В фестивале в Великом Новгороде приняли участие 39 виноделен и 41 гастрономический проект, а программа включала в себя более 350 событий – от образовательных лекций и дегустаций до концертов, кинопоказов, гастрономических мастер-классов, занятий йогой и многого другого.

(Продолжение на стр. 3)



10 июня были опубликованы результаты основной сессии Concours Mondial de Bruxelles 2026 – одного из самых авторитетных международных винных конкурсов мира, который проходил с 21 по 23 мая в Ереване, где международное жюри оценило около 7 тыс. вин из 50 стран.

РОССИЙСКИЕ ВИНА ЗАВОЕВАЛИ 42 МЕДАЛИ НА КОНКУРСЕ CONCOURS MONDIAL DE BRUXELLES

Российские вина показали высокие результаты, завоевав 42 медали, семь из которых – высшая награда Grand Gold. В конкурсе приняли участие более 7 тыс. образцов вин, от России было направлено 125.

По итогам оценки международного жюри наградами отмечены 87 российских вин из 110, участвовавших в прошедшем конкурсе. Оставшиеся 15 образцов – крепленые и сладкие вина – будут оценены на специальной сессии в сентябре. Стоит отметить, что нынешний конкурс стал для крымских вин первым участием в международном европейском состязании с 2022 года.

По данным Concours Mondial de Bruxelles 2026, российские вина по-

лучили 7 медалей Grand Gold, 18 медалей Gold и 17 медалей Silver. Еще 45 вин получили статус CMB Merit – специальную отметку конкурса для образцов, набравших 86 баллов и совсем немного не дотянувших до серебряной медали.

Основная сессия Concours Mondial de Bruxelles в этом году прошла с 21 по 23 мая в Ереване. Именно здесь оценивались игристые, белые и красные вина – категории, традиционно входящие в программу майского конкурса. Российские производители представили свои лучшие образцы в каждой из этих категорий, а результаты подтвердили высокий уровень отечественного виноделия сразу в нескольких стилях и направ-

лениях.

Вина оцениваются вслепую международным жюри, в состав которого входят более 400 винных экспертов, сомелье, журналистов и представителей торговых компаний из более чем 50 стран мира. В таких условиях награды становятся не только знаком качества для потребителя, но и свидетельством конкурентоспособности вин на мировом уровне.

Полученные результаты показывают, что российские вина уверенно чувствуют себя в международном профессиональном контексте. Семь медалей Grand Gold – результат, который трудно назвать случайностью. За каждой из них стоят годы работы, технологии и накопленный опыт.

О конкурсе Concours Mondial de Bruxelles (CMB)

Concours Mondial de Bruxelles – это престижный международный винный конкурс, который ежегодно получает более 15 тыс. заявок в рамках своих сессий и соревнований. Его профессиональные дегустаторы оценивают вина вслепую с единственной целью – отобрать образцы высочайшего качества, без каких-либо предубеждений, основанных на репутации этикетки или апелласьона.

Полный список награжденных вин и информацию о CMB MERIT можно найти на сайте

<https://results.concoursmondial.com/en/results>

СОБЫТИЯ



Riesling Road возвращается в Санкт-Петербург

12 июля в петербургском Loft Hall, расположенном по адресу: Арсенальная набережная, дом 1, организаторы фестиваля Riesling Road проведут для жителей и гостей культурной столицы дегустацию рислингов со всего мира, а также вин из других сортов.

В новой программе мероприятия представлены разнообразные немецкие и австрийские вина, а также образцы из других стран и регионов, созданные из германских и австрийских сортов. Традиционно на фестивале будет представлена и российская винодельческая продукция. Мероприятие задумано как площадка для знакомства с сортами, стилями и винодельческими школами, которые формируют мировые тренды и влияют на развитие отечественного виноделия. Гости смогут попробовать новинки из портфелей виноторговых компаний и принять участие в насыщенной образовательной программе от ведущих экспертов.

В рамках фестиваля запланированы три лекции. С 11:00 до 13:00 выступит владелец и винодел проекта Weingut Tom Benz, признанный открытием года по версии Vinventure, с темой о свободном и мятежном духе виноделия. С 14:30 до 16:30 винный эксперт, победитель «Балтийского кубка сомелье» 2022 и конкурса Wine People Trophy Russia 2021, автор телеграм-канала NikaSommelier Вероника Смирнова расскажет о том, как геология формирует структуру рислинга, в лекции «50 оттенков рислинга». Завершит программу с 18:00 до 20:00 руководитель образовательного направления Школы Вина AST-Петербург и президент Петербургской ассоциации сомелье Наталья Большакова с темой «Российский рислинг. Новое поколение. О судьбах и людях». Подробнее о программе фестиваля: <https://reka-group.timepad.ru/event/4029881/>

ЛОРАН ЛЕРО: «МОЯ МЕЧТА – СОХРАНИТЬ НАШ ДОМ ДЛЯ СЛЕДУЮЩИХ ПОКОЛЕНИЙ»

(Продолжение. Начало на стр. 1)

Сегодня это достаточно редкое явление среди производителей. Все держится на семье. Моя жизнь очень тесно связана с коньяком – я в этом деле уже около 45 лет. И семья оказала огромное влияние на мой профессиональный опыт. Одно из самых сильных связующих звеньев с прошлым – это, пожалуй, наш первый перегонный куб, построенный в 1800 году. Он уже не в рабочем состоянии, но стоит в качестве декорации, напоминая нам о наших корнях.

– **Сегодня к управлению коньячным домом Lheraud пришло уже десятое поколение семьи. Как вы передаете философию дома своим детям и внукам? Какие ценности являются ключевыми для сохранения этого непрерывного наследия?**

– Философия передается через личный пример. Когда создается коньяк, мы собираемся всей семьей, пробуем каждую бочку, а потом смешиваем и получаем результат. Я считаю, что очень важно, чтобы это происходило в группе, потому что, даже если у тебя

есть какая-то уверенность, сомнений – всегда больше. А когда идет обмен мнениями, можно прийти к правильному решению. Ключевые ценности – это терпение, труд и верность нашему терруару.

– **В одном из своих интервью вы упоминаете о связи с тамплиерами. Это красивая легенда или исторически подтвержденный факт? Как атмосфера этих мест влияет на характер коньяка?**

– Это исторически подтвержденный факт. Наши самые старые коньяки хранятся в подвале Paradis (Рай), построенном еще во времена рыцарей-тамплиеров как место приюта для паломников. Кстати, именно в этих гrotтах была найдена древняя монета, которая позже стала основой для логотипа нашего дома. Это не просто красивая история, а реальная находка, связывающая нас с прошлым. Подвал Paradis – место хранения самых старых коньяков, старение которых уже остановлено, так как там постоянная температура и влажность и подвал хорошо защищен от проникновения солнечного света.



Философия и производство

– **Ваша философия гласит, что «время не меняет вещи, а раскрывает их». Как уникальные почвы Птит и Гранд Шампань раскрываются во вкусе ваших коньяков? Почему именно этот терруар стал домом для Lheraud?**

– Нам очень повезло, потому что на территории нашей страны очень много терруаров с богатой почвой. Самая известная почва – в Гранд Шампань. Больше всего извести находится именно там, поэтому я считаю, что она самая лучшая для коньяка. Но это же и самая маленькая зона. Говорят, что самый лучший ребенок – это самый маленький ребенок. Почвы Птит и Гранд Шампань (мел, глина, известняк) придают коньякам минеральность, элегантность и потенциал к долгой выдержке.

– **Ваш стиль называется «чистый коньяк из бочки». В чем его особенность, с какими трудностями вы сталкиваетесь, придерживаясь такой строгой натуральности, и почему для вас это важнее коммерческой выгоды?**

– Наш стиль действительно называется «чистый коньяк из бочки». Мы принципиально отказываемся от карамели, сахара и экстрактов дуба. Основная трудность в том, что мы не можем «исправить» вкус, если что-то пошло не так. Но я считаю, что это важнее коммерческой выгоды, потому что только так можно получить настоящий, живой коньяк, который передает характер терруара и урожая. Прелесть коньяка в том, что для настоящего производителя это таинство: он не знает, что произойдет через несколько лет старения. Мы всегда даем шанс коньяку на улучшение.



НА 5-М ФЕСТИВАЛЕ LIGHT WEEKEND В АБРАУ-ДЮРСО ВЫСТУПАТ МОТ И ЛОЛИТА

(Продолжение. Начало на стр. 1)

Особую атмосферу фестивалю подарит Лолита – артистка с уникальной харизмой и сценической свободой, которая превращает каждое выступление в эмоциональное и искреннее шоу. За танцевальное настроение вечера будет отвечать DJ MUWIN, а также специальные гости фестиваля.

No Light Weekend – это не только музыка, но и самые яркие впечатления сезона. На фестивале гостей ждут гастрономические корнеры с локальными специалитетами и, конечно, игристое «Абрау-Дюрсо». Фестиваль Light Weekend неразрывно связан с философией Абрау-Дюрсо – умением превращать моменты жизни в настоящие праздники. По легенде, именно в августе 1668 года Пьер Периньон открыл классический метод создания игристого вина. В Абрау-Дюрсо этот месяц уже много лет отмечают масштабным музыкальным событием,

которое стало символом лета.

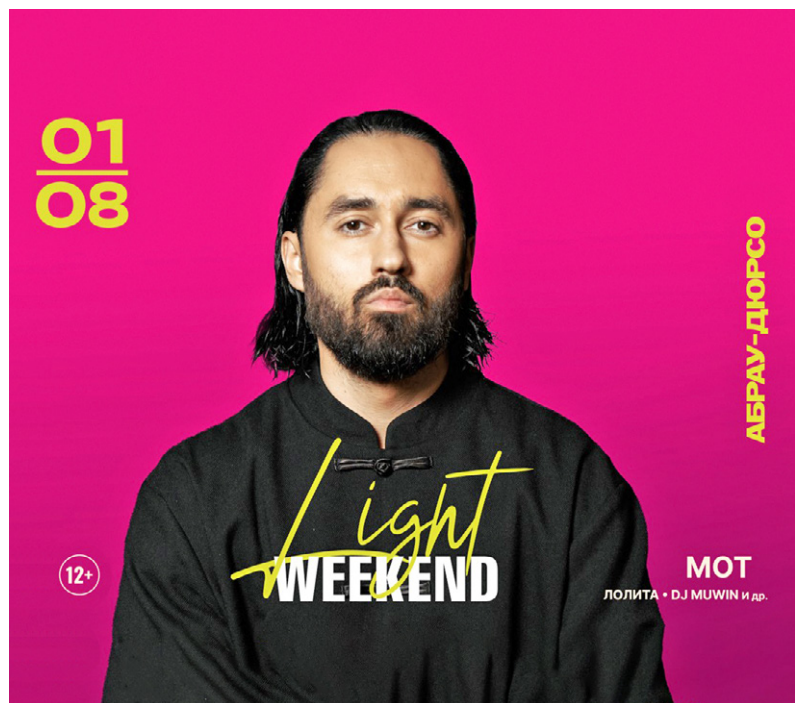
Вице-президент ГК «Абрау-Дюрсо» по туризму и специальным проектам Ирина Гончарова отметила, что Light Weekend – это главное летнее событие сезона на курорте Абрау-Дюрсо, и в этом году организаторы продолжат удивлять. Она подчеркнула, что хедлайнерами лета станут МОТ и Лолита – суперзвезды, чья энергия способна зарядить каждого. По ее словам, гостям представят все лучшее, за что так любят фестиваль: живой звук, яркое шоу и атмосферу большого праздника. Она добавила, что такие впечатления бывают только здесь – на берегу озера Абрау.

Генеральный партнер фестиваля – Альфа-банк. На протяжении многих лет Альфа-банк выступает надежным партнером для бизнеса, а также спонсором крупных фестивалей, спортивных событий и арт-проектов, делая их доступными, яркими и запоминающимися.

Партнер Light Weekend – Planto, бренд 100% растительных напитков, которые делают еду вкуснее, а моменты – ярче.

Курорт Абрау-Дюрсо является одним из важных объектов, отвечающих за туристский поток Краснодарского края, и предлагает своим гостям разнообразные направления туризма: экскурсионный, эногастрономический, MICE (деловой), спортивно-развлекательный, оздоровительный, винный, пляжный и многие другие. На территории Абрау-Дюрсо проводятся эногастрономические фестивали и деловые мероприятия, парусные регаты и театральные представления. В 2025 году курорт Абрау-Дюрсо получил главную награду за «Лучший опыт ответственного энотуризма» на масштабном международном саммите Global Wine Tourism Organisation (GWTO) в Китае.

Подробнее о программе фестиваля: <https://www.abraufest.ru/>



– Вы используете два аламбика: один старинный (15 гектолитров) для лучших спиртов и второй (25 гектолитров) для остальных. В чем магия этого старого куба? Почему вы не заменяете его на современное оборудование?

– Магия старого куба – в качестве меди. Качество меди 1900 года не имеет ничего общего с качеством меди 2000 года. Для перегонки под закладку миллезимного коньяка мы используем маленький куб. Его объем и качество меди играют существенную роль: он дает более ароматный, более богатый спирт, с потенциалом к длительной выдержке. В тот момент, когда происходит трансформация газообразного состояния в жидкое, в результате химической реакции образуется медная соль, благодаря которой уже в момент создания спирта зарождаются первые коньячные ароматы.

– Вы практикуете дистилляцию вин только на осадке (sur lie). Чем этот метод отличается от стандартного и как он влияет на вкус и аромат конечного коньяка?

– Да. Все верно! Это очень важный вопрос. Дистилляция на осадке означает, что мы не фильтруем вино перед перегонкой. Мы стремимся к тому, чтобы наш дистиллят с самого начала был очень ароматным и маслянистым. Это чувствуется, когда пьешь коньяк: всегда есть насыщенность, но взрывной вкус появляется не сразу, а происходит его постепенное раскрытие. Осадок дает дополнительную плотность, окру-

глость и богатство аромата – те самые ноты выпечки и крем-брюле, которые ценят наши коллекционеры.

– В отличие от большинства крупных коньячных домов, которые закупают готовые спирты, у Lheraud есть собственные виноградники. Какова их площадь и сортовой состав? Есть ли планы по расширению? И какие преимущества дает наличие собственных виноградников?

– Действительно, наличие собственных виноградников – наше ключевое преимущество. Сегодня семье Леро принадлежит около 150 гектаров виноградников. Они расположены в лучших терруарах Коньяка: Птит Шампань, Гранд Шампань, Фен Буа и Бон Буа. Основной сорт, который мы выращиваем, – Уни Блан, но есть и небольшие участки с традиционными для региона сортами Коломбар и Фоль Бланш, которые мы используем для производства Пино де Шарант и для лучших ассамблей. Планы по расширению у нас есть, но мы действуем осторожно: качество для нас важнее количества. Собственные виноградники дают нам полный контроль над сырьем – от лозы до бутылки. Мы точно знаем, какие удобрения использовались, как проводилась обрезка, когда был собран урожай. Это позволяет создавать «чистый коньяк из бочки» без компромиссов.

– В отличие от большинства производителей, вы используете не только Уни Блан, но и Коломбар с Фоль Бланш. Для каких коньяков



вы применяете эти сорта и что они придают букету?

– Вы абсолютно правы. Уни Блан – основа наших коньяков, это 98% производства. Но небольшая доля Коломбара и Фоль Бланш все же используется для купажей. Фоль Бланш – очень хрупкий сорт, он сильно реагирует на климатические изменения, но он придает коньякам дополнительную округлость, полноту и цветочные ноты. Коломбар добавляет свежести и цитрусовых оттенков. Эти сорта мы используем в основном для создания Пино де Шарант.

– Что вы можете сказать о текущем сезоне? Каким ожидается урожай 2026 года и есть ли предпосылки для создания нового миллезима?

– Урожай винограда в Коньяке в этом году ожидается хорошим. На начало июня мы наблюдаем обилие цветения, и, если все пойдет по плану, сбор начнется чуть раньше обычного – в первой половине сентября. Я надеюсь, что удастся заложить несколько бочек миллезима, но винтажные коньяки, как вы знаете, производятся далеко не каждый год.

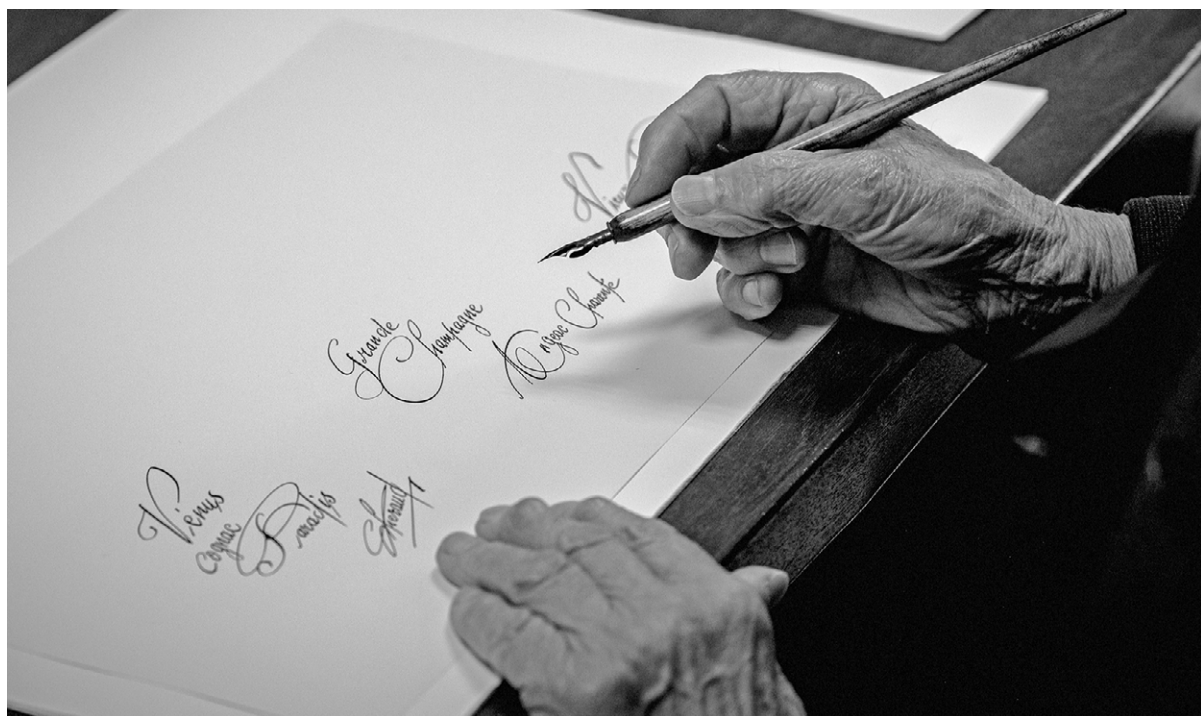
– Вы используете бочки из лимузенского дуба и дуба Тронсе. В чем разница между этими видами дуба и для каких коньяков вы выбираете тот или иной тип?

– Лимузенский дуб – более пористый, он дает более мощное взаимодействие со спиртом, быстрее передает танины и ароматы ванили. Тронсе – более тонкий, с плотной древесиной, он раскрывается медленнее, давая более элегантные и прятные ноты. Для молодых коньяков (VS, VSOP) мы чаще используем лимузенский дуб. Для миллезимов, которые будут выдерживаться десятилетиями, – дуб Тронсе.

– Какую роль в производстве играет лично мадам Леро? Мы знаем о ее каллиграфии и дизайн-разработках, но как она участвует в контроле качества самого напитка?

– Мадам Леро играет огромную роль. Она занимается маркетингом и дизайном бутылок и упаковочных коробок из дерева. Этикетки для винтажных коньяков изготавливаются вручную чернилами из желудей, которые она собирает сама. Принц Монако Альбер подарил ей старинный набор для каллиграфии. Но при этом она участвует и в контроле качества – ее вкус и чутье всегда с нами.

(Продолжение на стр. 4)



СОБЫТИЯ

В Новосибирске рассказали о программе фестиваля «В Сибири – Есть!»

18 июня 2026 года в Большом зале Правительства Новосибирской области состоялась презентация международного гастрономического фестиваля-форума «В Сибири – Есть!». Событие пройдет с 10 по 12 июля 2026 года на Михайловской набережной Новосибирска в пятый раз и соберет сотни тысяч гостей и участников из Сибири, других регионов России и зарубежных стран.

Фестиваль заслуженно стал одной из главных гастрономических площадок страны, объединяя профессионалов индустрии гостеприимства, предпринимателей, рестораторов и отельеров, производителей, фермеров, ремесленников, представителей туристической отрасли и средств массовой информации. Презентацию посетили исполняющий обязанности министра промышленности, торговли и развития предпринимательства Новосибирской области Денис Евгеньевич Рягузов и заместитель мэра города Новосибирска Максим Константинович Останин, модератором выступил заместитель министра Дмитрий Игоревич Гришунин.

Организаторы рассказали о ключевых направлениях фестиваля: деловой программе, в рамках которой появились новые тематические секции, кулинарных состязаниях среди профессионалов и любителей, ресторанной кухне с блюдами сибирской и русской кухни, школе гастро-журналистики, а также о работе над формированием «Книги сибирских рецептов». Среди новых решений были отмечены выставка франшиз, фестиваль фестивалей и аллея образований, где будут представлены учебные заведения, готовящие специалистов для сферы гостеприимства. Особое внимание в 2026 году будет уделено возможностям для развития локальных брендов, поиску партнеров, заключению контрактов, выходу на новые рынки.

ФЕСТИВАЛЬ «ВИНОГРАД» В ВЕЛИКОМ НОВГОРОДЕ СТАЛ САМЫМ ПОСЕЩАЕМЫМ ЗА ВСЮ ИСТОРИЮ ПРОЕКТА

(Продолжение. Начало на стр. 1)

Главной идеей фестиваля остается знакомство с российским виноделием через путешествие по регионам страны. За один день гости могли совершить прогулку по главным винодельческим регионам страны: познакомиться с винами Кубани, Крыма, Кавказа и Дона, а также Самары, сравнить почерк разных производителей и открыть для себя новые имена российского виноделия. Благодаря такому формату российское виноделие раскрывается не только через вкус, но и через историю территорий, культурные особенности регионов и традиции, которые формировались десятилетиями.

Символично, что новый сезон фестиваля открылся именно в Великом Новгороде: на протяжении столетий

город был важным торговым центром, через который в Россию поступали из Европы вина. Эта тема стала одной из открывающих в образовательной программе лектория «Винология». Перед гостями выступили историк виноторговли Александр Ставцев, начальник лаборатории генетических технологий виноградарства и виноделия НИЦ «Курчатовский институт» Дмитрий Федосов, винодел Дмитрий Литавшук, директор департамента развития туризма АО «Цимлянские вина» Альбина Хапаева, кандидат медицинских наук, врач-невролог, ассистент кафедры факультетской терапии СПбГУ Наталья Юрьевна Гаврилова и многие другие ученые и эксперты. Всего мероприятия образовательной программы посетили более 1,7 тыс. человек. На фестивале вина южных регионов России встречались с гастрономией



Северо-Запада. Гости пробовали сыры новгородских производителей, блюда из рыбы и мяса на живом огне, горячие чебуреки с рыбой, французский луковый суп от улиточной фермы из Псковской области и другие авторские блюда. Всего за время фестиваля гости познакомились более чем с 300 гастрономическими позициями.

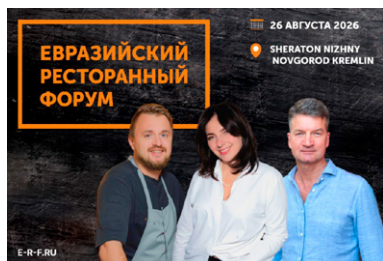
Одним из главных гастрономических хитов фестиваля стали улитки: гости съели более 10 тыс. штук. Не меньшей

популярностью пользовались и другие блюда: продано 4 тыс. чебуреков, 2,65 тыс. пышек, 560 устриц, приготовлено 500 литров серых щей, 105 кг пасты и продано 50 кг мороженого. В этом году фестиваль усилило партнерство с винным городом «Белый мыс», благодаря которому расширение гастрономической составляющей, а пользовательский опыт гостей стал еще более насыщенным и разнообразным. Для семей работала отдельная научная зона под кураторством НИЦ «Курчатовский институт» и Политехнического музея. Помимо дегустаций и гастрономических маршрутов, гостей ждали концерты, кинопоказы, творческие встречи, спортивные активности и мастер-классы.

Генеральный продюсер фестиваля «Виноград» Оксана Альбина рассказала, что самое ценное для органи-

заторов – это реакция людей. Она отметила, что интерес был виден и по посещаемости, и по тому, сколько теплых слов сказали на фестивале и написали в социальных сетях. По ее словам, организаторы видели красивые улыбки, счастливых людей, семьи, компании друзей – а того беспорядка, которым иногда пугают перед такими большими событиями, не увидели. Она подчеркнула, что фестиваль получился таким, каким его задумывали: местом, где можно хорошо провести время и заодно открыть для себя российские винодельческие регионы, кухню и культуру регионов России. Великий Новгород стал первой точкой маршрута сезона 2026. Впереди у фестиваля еще несколько остановок: в августе он пройдет в Самаре, в сентябре – в Ярославле, а закроется сезон в октябре в Геленджике.

СОБЫТИЯ



Евразийский ресторанный форум в Нижнем Новгороде объявил состав спикеров

26 августа 2026 года в отеле Sheraton в Нижнем Новгороде пройдет Евразийский ресторанный форум, организаторы которого – Z&G.Branding и Z&G.Event – обнародовали список ключевых выступающих.

В числе хедлайнеров заявлены директор по маркетингу и коммуникациям Novikov Group & Family Garden Александр Кроитор, ресторатор и президент ГК «ПИР» (бренды «Пяткин», «Навигация», «Баренц») Александр Котюсов, операционный директор компании «Скажите:Горячо» (бренды «Краса», TTBistro, «Горячо») Марина Степанова, ведущий маркетолог Red Wall Family Дарья Голикова, а также операционный директор сервиса безналичных чаевых и аналитики «Плавно» (внедрен в более чем 10 тыс. заведений по России) Леон Айрапетов. Организаторы подчеркивают, что состав не ограничивается перечисленными именами, а форум традиционно собирает практикующих экспертов со всей страны для обсуждения актуальных вопросов индустрии.

Директор Z&G.Branding и Z&G.Event Владимир Жолобов отметил, что форум ежегодно привлекает сильных спикеров-практиков, готовых делиться опытом и реальными кейсами, а мероприятие в Нижнем Новгороде, по его словам, будет полезно для всех представителей ресторанного бизнеса – каждый участник сможет найти новые инструменты, идеи и приемы, применимые для модернизации и масштабирования собственных проектов.

Подробнее о программе форума:

<https://e-r-f.ru/?ch=prowine>

ЛОРАН ЛЕРО: «МОЯ МЕЧТА – СОХРАНИТЬ НАШ ДОМ ДЛЯ СЛЕДУЮЩИХ ПОКОЛЕНИЙ»

(Продолжение. Начало на стр. 1 – 3)

Миллезимы и коллекция

– У вас самая большая линейка миллезимных коньяков с 1802 по 1996 год и уникальный Paradis для хранения самых старых спиртов. Какое чувство вы испытываете, держа в руках бутылку с коньяком, дистиллированным в XIX веке? Есть ли у вас личный фаворит среди этих исторических спиртов?

– Это неопишное чувство. Держа в руках бутылку с коньяком, дистиллированным в XIX веке, я ощущаю связь с прошлым, с теми, кто жил и работал до меня. Мой личный фаворит – это, пожалуй, коньяк 1942 года. Он дистиллирован в 1942 году, обладает богатым, стойким и элегантным вкусом с нотами цукатов. Это настоящий раритет.

– У вас хранится коньяк 1802 года. Расскажите историю этого напитка. Как вам удалось сохранить его почти 225 лет? Планируете ли вы когда-нибудь его разлить или это вечный «экспонат»?

– Коньяк 1802 года – это наша гордость и наша тайна. Он передается

в семье из поколения в поколение. Его никогда не разливали по бутылкам – это наш «вечный экспонат», символ того, что коньяк может жить веками, если его правильно хранить. Мы не планируем его разливать. Это часть нашего наследия, которую мы обязаны сохранить для следующих поколений. Он находится в самом сердце нашего подвала Paradis.

– Коньяк, пожалуй, единственный напиток в мире, на который наложена квота: не более 7 гектолитров чистого спирта с гектара. Как это ограничение влияет на вашу стратегию и почему оно вообще было введено?

– Это очень важный вопрос. Квота была введена потому, что 20 лет назад в нашем регионе его слишком много производили, и коньяк оказался никому не нужен. 20 лет назад квота составляла 14 гектолитров, затем ее снизили до 8, а теперь до 7. При этом продажи остались на том же уровне, а у нас возник дефицит старых коньяков. Квота ограничивает объемы, но зато поддерживает качество и редкость. Для нас, производителей миллезимов, это означает, что каждый год мы вы-



нуждены особо тщательно отбирать лучшие спирты.

– Расскажите о процедуре опечатывания бочек пломбами в присутствии комиссии. Это добавляет бюрократии или действительно помогает сохранить бесценное наследие?

– Это не бюрократия, а гарантия. Каждая бочка пломбируется в присутствии представителей специальной коньячной таможни. Если решено, что нужно эту бочку переместить или открыть, представитель приезжает снова, снимает пломбу, и только тогда мы можем работать. Это действительно помогает сохранить бесценное наследие и гарантирует подлинность каждого коньяка.

Искусство и бизнес

– Упаковка ваших коньяков – это отдельное произведение искусства, часто с использованием натуральных материалов, таких как табачный лист, деревянные футляры и так далее. Как рождается дизайн каждой новой бутылки? Это всегда коллективное творчество с мадам Леро?

– Да, это коллективное творчество.

У каждой бутылки, каждого графина есть история создания, потому что это все придумала мадам Леро. Она дизайнер и художник. Все, что касается подарочной упаковки – бутылки 5 литров, 10 литров, этикетки, деревянные футляры, производится на месте. Мадам Леро также купила гравировальную машину, и теперь можно заказать бутылку с гравировкой для ресторана.

– Ваш дом является поставщиком княжеского дома Монако, Палаты лордов и Императорского двора Японии. Каково это – быть частью истории этих знаменитых династий? Меняет ли это подход к производству?

– Это огромная честь и ответственность. Быть поставщиком княжеского дома Монако, Палаты лордов Великобритании и Императорского двора Японии – значит, что наши коньяки признаны на самом высоком уровне. Но это не меняет наш подход к производству. Мы всегда работаем одинаково: честно, терпеливо, с уважением к традициям. Качество коньяка должно быть безупречным для всех наших клиентов, независимо от их титулов.

«СОЮЗ ВИНО» ВЫВОДИТ НА РЫНОК ДВЕ НОВЫЕ ЛИНЕЙКИ БЕЗАЛКОГОЛЬНОГО ВИНА



Винодельня «Союз Вино» представила на Конгрессе современной виноторговли Wine Retail Week, который проходил с 22 по 25 июня в Москве, в Центре международной торговли, две новые линейки безалкогольных вин.

Одной из новинок стало LA PETITE PERLE 0% alc. – безалкогольное игристое вино, которое стало первым в России продуктом такого рода в алюминиевых банках. Продажи стартовали в декабре 2025 года. В коллекции представлены три вкуса: розовое полусладкое с нотами красных ягод и айвы, красное полусладкое с тонами вяленой вишни и белое полусладкое с оттенками медовой дыни.

Напиток выпускается в двух форматах – банка 0,25 л и бутылка 0,75 л. При его производстве используется метод вакуумной деалкоголизации, который сохраняет органолептические свойства вина. В компании отмечают, что линейка создавалась для поклонников бренда, которые по разным причинам отказываются от алкоголя, а также в ответ на растущий мировой тренд на безалкогольные вина.

Второй новинкой стало ISOLA DEL SOLE 0% alc. – безалкогольное тихое вино в бутылке 0,75 л. Для его производства используется виноград раннего сбора, что придает вину легкость, свежесть и яркую кислотность. Технология вакуумной деалкоголизации при низких температурах

позволяет сохранить чистоту вкуса. В линейку вошли два вина: полусухое белое с гармоничной кислотностью и полусухое красное с мягкими танинами.

Как сообщили представители винодельни «Союз Вино», в ближайшее время ожидается выпуск еще нескольких новинок в категории безалкогольных напитков, популярность которых в последние годы стремительно растет.

Винодельня «Союз Вино» первой в России запустила производство вин в алюминиевых банках и сегодня продолжает задавать тренды в этом быстрорастущем сегменте, оставаясь безусловным лидером по выпуску тихих и игристых вин в этом формате.

– Ваш дом получил множество престижных наград: Гран-при в Тайбэе, золотые медали на Cognac Expo в Бергене, награды в Польше. Какая из наград для вас наиболее ценна и почему?

– Для меня наиболее ценна награда Wine Enthusiast – 95 баллов за наш Lheraud X.O. Fine Petite Champagne. Это высокая оценка от независимого международного авторитета. Но особенно дорог главный приз за дизайн бутылки на конкурсе Wines and Spirits International в 1996 году. Это признание не только вкуса, но и нашего подхода к искусству упаковки.

– Некоторые ваши миллезимы разлиты в репродукции стеклянных выдувных бутылок XVIII века. Это дань истории или практическое решение? Как рождается дизайн таких бутылок?

– Это и дань истории, и практическое решение. В стародавние времена, когда люди путешествовали на кораблях, бутылка должна была быть устойчивой, чтобы ее не катало. Форма была продиктована функцией. Сегодня мы воспроизводим эти формы как дань уважения нашим предкам. Дизайн таких бутылок рождается в сотрудничестве с мадам Леро и местными стеклодувами. Это ручная работа.

Рынки сбыта

– В каких странах сегодня представлен ваш коньяк? Какие рынки для вас наиболее важны с точки зрения объема продаж, а какие – с точки зрения престижа?

– Наша продукция представлена во многих странах мира. Основные рынки сбыта – Северная и Восточная Европа, Япония, Гонконг, Италия, Вьетнам.

С точки зрения престижа для нас особенно важны Япония и Европа, где ценят старые винтажи. 80% нашей продукции идет на экспорт. Ежегодно мы производим около 800 тыс. бутылок, и большая часть уходит за пределы Франции.

– Какие рынки для вас самые молодые и быстрорастущие? Есть ли страны, куда вы только планируете выйти?

– Самые быстрорастущие рынки сегодня – это Азия: Вьетнам, Южная Корея, Таиланд. Мы также видим большой интерес в Восточной Европе. Мы планируем укреплять присутствие в Латинской Америке – Бразилии и Мексике. Но всегда осторожно, шаг за шагом. Наш коньяк не для масс-маркета, и мы не хотим потерять качество в погоне за объемами.

– Отличаются ли предпочтения покупателей в разных странах? Например, покупают ли в Азии более старые винтажи, а в Европе – молодые коньяки? Как вы подстраиваетесь под эти особенности?

– Да, предпочтения отличаются. В Азии действительно больше ценят старые винтажи и эксклюзивные миллезимы. В Европе также любят качественный коньяк, но там популярны и более молодые категории, такие как VSOP. Мы не подстраиваемся специально – мы просто предлагаем полную линейку: от VS до эксклюзивных винтажей 1940–1970 годов, и каждый покупатель находит то, что ищет.

– Как вы выбираете партнеров для продаж в новой стране? Что для вас важнее – масштаб сети или понимание философии вашего дома?

– Для нас важнее понимание философии. Мы не стремимся к массовым продажам. Наш коньяк – это продукт для ценителей. Поэтому мы выбираем партнеров, которые разделяют наши ценности: уважение к традициям, терпение и любовь к качественному продукту. Мой отец Ги Леро до сих пор путешествует около 200 дней в году, лично продвигая коньяки и арманьяки на международных рынках.

– Какую роль в вашей экспортной стратегии играет Россия? Изменилось ли что-то за последние годы в потреблении коньяка в нашей стране?

– Россия – один из наших ключевых рынков. XO – это самый продаваемый и самый узнаваемый коньяк на российском рынке. Что изменилось? Российские потребители становятся все более искушенными. Они все чаще покупают миллезимы на праздники или памятные даты. И зачастую, когда клиент обращается по поводу какого-то миллезима, у нас его уже нет.

Новые тренды потребления

– Меняется ли портрет потребителя коньяка? Становится ли он моложе? Что ищет новое поколение в коньяке – статус, вкус, историю?

– Потребитель меняется, и это заметно. Молодое поколение ищет не просто статус, а историю, аутентичность и уникальный вкус. Их интересуют миллезимы, редкие винтажи, история создания. Именно поэтому мы так много внимания уделяем нашим легендам и семейным традициям.

– Виски сегодня стремительно набирает популярность во всем мире. Чувствуете ли вы конкуренцию? В чем, на ваш взгляд, преимущество коньяка перед виски?

– Конкуренция есть, но мы ее не боимся. У коньяка есть уникальное преимущество: это терруарный напиток, который имеет очень долгую традицию и мастерство в производстве. Коньяк не может производиться нигде в другой части света. Кроме того, у нас есть квота на производство: с одного гектара можно произвести только 7 гектолитров чистого спирта. Это делает коньяк редким и ценным.

– Есть ли у вас ощущение, что молодые потребители все чаще выбирают более «модные» напитки: текилу, джин, японский виски? Как вы привлекаете внимание к коньяку среди тех, кто вырос на других категориях?

– Да, это вызов. Мы видим, что молодые люди пробуют разные категории. Но я уверен: коньяк – это напиток,



к которому приходят с опытом. Мы привлекаем внимание через образование: проводим дегустации, мастер-классы, рассказываем историю. Когда человек пробует настоящий старый миллезим Lheraud, он понимает разницу. Коньяк не заменяет джин – он находится на другом уровне.

– Как удается сохранять баланс между вековыми традициями и требованиями рынка в современном мире? Планируете ли вы расширять линейку или будете концентрироваться на сохранении статуса-кво?

– Мы уже расширили линейку. Примерно с 2021 года мы начали производить виски под собственным брендом Lasdoux. Для его создания мы используем собственный перегонный куб, а ячмень закупаем в Лотарингии. Мы выпустили уже несколько лимитированных серий. Баланс между традициями и рынком – это наша философия. Мы не спешим разливать коньяк по бутылкам. Каждый миллезим разливается маленькими партиями, и процесс старения продолжается.

– Меняется ли то, как люди пьют коньяк? Это все еще джигив после ужина или появились новые сценарии: коктейли, аперитив, дегустации?

– Традиционно коньяк – это джигив. Но сейчас появляются и новые сценарии. Молодые коньяки, такие как VS, отлично подходят для коктейлей. А дегустации становятся все более популярными: люди хотят не просто выпить, а понять, что они пьют, оценить аромат и вкус.

Бокалы и сервировка

– Какой бокал вы считаете идеальным для дегустации коньяка? Сегодня многие переходят на тюльпановидные бокалы, отказываясь

от традиционных шарообразных «снифтеров». Вы согласны с этим трендом?

– Я полностью согласен с этим трендом. Бокалы, в которых мы сегодня пробовали коньяк, – наша разработка. Эта форма считается лучшей для дегустации. Исторически потребители использовали шарообразные огромные бокалы, чтобы греть коньяк. Но нагревание устраняет не только крепкий спирт, но и большую часть ароматов. А как прочувствовать аромат, если он уже испарился? Поэтому наш тюльпановидный бокал очень хорошо подходит: он позволяет прочувствовать богатство ароматов и вкуса, увидеть маслянистость и при этом не «обжечь» рецепторы.

– Вы сказали, что разработали собственные бокалы. Чем они отличаются от классических тюльпановидных бокалов других производителей? Можно ли их купить?

– Они отличаются пропорциями: у них более широкое основание и более длинная ножка, что позволяет крутить коньяк и быстрее раскрывать его.

– Существует миф, что коньяк нужно пить нагретым до комнатной температуры, слегка подогревая в руке. Так ли это на самом деле? Какая температура позволяет раскрыть аромат, а не «оглушить» его спиртом?

– Это миф. Не надо греть коньяк в руке. Оптимальная температура для дегустации коньяка – около 15–18 градусов. При такой температуре аромат раскрывается постепенно, а спирт не «оглушает». В нашем разливочном цехе мы поддерживаем температуру 15 градусов именно для того, чтобы сохранить все ароматы.

(Продолжение на стр. 6)



5-Й РОССИЙСКИЙ ВИНОДЕЛЬЧЕСКИЙ ФОРУМ ПРОЙДЕТ В «БЕЛОМ МЫСЕ»



Юбилейный V Российский винодельческий форум пройдет в Геленджике на площадке Винного города «Белый мыс». Форум традиционно объединит представителей органов власти, виноградарей и виноделов, экс-

пертов, инвесторов, представителей торговли, ресторанного бизнеса и профессионального сообщества для обсуждения ключевых вопросов развития отечественной винодельческой отрасли.

Выбор площадки отражает новый этап развития российского виноделия и винного туризма. Винный город «Белый мыс» является уникальным пространством, объединяющим винную культуру, гастрономию, образование, науку и современные форматы взаимодействия с потребителями российского вина.

Советник Президента Российской Федерации, ответственный секретарь Организационного комитета форума Антон Кобыяков отметил, что за пять лет Российский винодельческий форум стал главной площадкой для обсуждения вопросов развития отечественного виноградарства и виноделия. Он подчеркнул, что символично, что юбилейный форум пройдет в Винном городе «Белый мыс» – уникальном пространстве, которое открылось буквально на днях и объединяет лучшие достижения российской винной отрасли, современные туристические

и культурные форматы, образовательные инициативы и возможности для профессионального общения. По его словам, сегодня развитие виноделия невозможно рассматривать отдельно от развития территорий, внутреннего туризма и продвижения национальных брендов. Кобыяков выразил уверенность, что проведение форума в таком месте придаст дополнительный импульс развитию отрасли и позволит участникам увидеть новые перспективы ее роста.

Традиционно на площадке Российского винодельческого форума пройдет церемония награждения победителей Кубка Ассоциации виноградарей и виноделов России. Также в рамках форума состоится вручение Премии имени Л.С. Голицына за выдающиеся заслуги перед винодельческой отраслью. Премия учреждена Ассоциацией виноградарей и виноделов России, Фондом Росконгресс

и экспертным сообществом при поддержке Министерства сельского хозяйства Российской Федерации и направлена на развитие потенциала отечественного виноградарства и виноделия, стимулирование роста отрасли и поощрение руководителей и специалистов, внесших значительный вклад в ее развитие. Премия продолжает традиции исторической премии по виноградарству и виноделию имени императора Александра III, учрежденной в 1899 году по инициативе князя Льва Сергеевича Голицына.

Организаторами форума выступают Фонд Росконгресс и Ассоциация «Федеральная саморегулируемая организация виноградарей и виноделов России» (ФСРО АBBP). Соорганизатором форума – Россельхозбанк. Стратегический научный партнер – Национальный исследовательский центр «Курчатовский институт».

ЛОРАН ЛЕРО: «МОЯ МЕЧТА – СОХРАНИТЬ НАШ ДОМ ДЛЯ СЛЕДУЮЩИХ ПОКОЛЕНИЙ»

(Продолжение. Начало на стр. 1 – 5)

– Коньяк традиционно считался деликатесом. Но сегодня его все чаще подают к еде. С какими блюдами ваши коньяки раскрываются лучше всего?

– Это правда, коньяк все чаще подают к еде. Наши коньяки отлично сочетаются с выдержанными сырами, голубыми сырами, десертами на основе шоколада и карамели. В нашем регионе также существует традиционный местный аперитив на основе коньяка – Пино де Шарант, который невероятно гастрономичен и прекрасно подходит к сырам, фуа-гра, так что покорит тех, кто любит сочетание «сладкое–соленое», а также является гармоничным сопровождением к десертам, особенно шоколадным.

Новые технологии продаж

– Как изменились ваши продажи с развитием интернет-торговли? Вы работаете напрямую с потребителем через сайт или только через традиционные каналы?

– Мы работаем через традиционные каналы – национальные сети во Франции и специализированные

зарубежные каналы. Но развитие интернет-торговли, безусловно, помогает. Наши партнеры продают коньяк Lheraud через свои онлайн-магазины. Сами мы прямыми продажами потребителю через сайт не занимаемся.

– Появились ли в вашей практике онлайн-дегустации (Zoom с рассылкой миниатюр)? Это временная мера или новый формат, который останется?

– Да, такой опыт у нас есть. Мы проводили онлайн-дегустации с рассылкой миниатюр. Я считаю, что это не временная мера, а новый формат, который останется. Он позволяет охватить аудиторию по всему миру, не отправляясь в поездки. Но, конечно, ничто не заменит живой дегустации, живого общения.

– Как сегодня строится продвижение коньяка в HoReCa? Рестораны все еще покупают дорогие бутылки поштучно или требуют других форматов работы?

– Рестораны – важный канал для нас. Они покупают и дорогие бутылки поштучно, особенно для винных карт. Но сейчас все больше ресторанов просят обучение для персонала, дегустации для сомелье. Мы активно поддержи-

ваем такое сотрудничество: проводим мастер-классы, рассказываем о наших коньяках.

Коллекционирование и инвестиции

– Кто сегодня покупает ваши редкие миллезимы? Это частные коллекционеры, инвесторы или музейные фонды?

– В основном это частные коллекционеры и инвесторы. Они покупают миллезимы 1940–1970 годов, хранят их годами. Музейные фонды тоже приобретают наши коньяки, но реже. Наши клиенты покупают миллезимы обычно на праздники или на памятные даты. Понимая, что коньячные миллезимы бывают не каждый год, моя семья 25 лет назад вложилась в производство арманьяка. Там, в регионе Арманьяк, традиционно выпускают много миллезимов, и это позволяет нам предлагать коллекционерам винтажные спирты практически ежегодно.

– В отличие от вина, коньяк в бутылке перестает стареть. Но многие коллекционеры считают иначе. Что вы им отвечаете? Имеет ли смысл хранить бутылку коньяка 20 лет после розлива?

– Научно говоря, коньяк в бутылке действительно перестает стареть. Все процессы заканчиваются в бочке. Однако многие коллекционеры считают иначе, и я их понимаю. В бутылке коньяк может немного меняться – становится более округлым, мягким. Имеет ли смысл хранить? Да, если это редкий миллезим. Например, сегодня вы пробуете коньяк 1996 года, разливаемый в 2025 году. Через 10 лет вы будете пробовать тот же миллезим, разлитый, допустим, в 2035 году. Продукт будет абсолютно другим. Даже через две недели он может быть другим.

Личное

– Если бы вам нужно было описать вкус и характер вашего флагманского Lheraud Vieux Millénaire или VSOP



– как бы вы их охарактеризовали одним словом?

– Для VSOP – «элегантность». Для Lheraud Vieux Millénaire – «глубина». Он сочетает в себе живость и темперамент молодых коньяков, но в то же время в нем есть объемность и округлость 25-летней выдержки.

– Какой самый смелый проект или мечта, связанная с развитием дома Lheraud, есть у вас на данный момент?

– Моя мечта – сохранить наш дом для следующих поколений таким же независимым и семейным, каким он был всегда. Мы запустили производство виски, и это смелый шаг. Но главная мечта – чтобы наши дети и внуки продолжили наше дело, как мы продолжили дело наших отцов. Потому что

коньяк – это продукт, который требует терпения и преемственности. Вложить средства, которые не будут приносить дохода минимум 30 лет, может только тот дом, который передается из поколения в поколение.

– Кто был вашим главным учителем в коньячном деле? Что самое важное вы переняли от него?

– Мой отец Ги Леро – мой главный учитель. Он научил меня главному: терпению. В коньячном деле нельзя торопить события. Ты должен ждать, наблюдать, пробовать и снова ждать. Он также научил меня уважать терруар и не бояться принимать смелые решения, такие как отказ от сахара и карамели или выпуск виски. Без его уроков Lheraud не был бы тем, чем он является сегодня.



«RUSSIAN HOSPITALITY AWARDS. РЕСТОРАНЫ» ОТКРЫВАЕТ ВТОРОЙ СЕЗОН

1 июля стартовал прием заявок на второй сезон Всероссийской ресторанной премии Russian Hospitality Awards. Организаторы сохранили подход, зарекомендовавший себя в первом сезоне: 4 этапа оценки, многоуровневая проверка от цифрового следа до визитов тайных гостей и жюри, в котором нет действующих рестораторов.

Участие в премии бесплатное, а главным результатом для номинантов становится не только награда, но и профессиональный взгляд на собственный бизнес со стороны. Первый сезон показал, что индустрии требуется не очередная премия за вкусную еду, а понятная методология и честная обратная связь, и теперь те, кто в прошлом году присматривался к проекту, уже подают заявки и входят в коллегию жюри.

Организаторы сохранили баланс: 80% номинаций остались неизменными, охватывая классические направления кухни, лучшего шеф-повара и винную программу, а 20% обновлены с учетом актуальных рыночных трендов. В оргкомитете подчеркнули, что не номинируют рестораны самостоятельно, поскольку импульс должен исходить от самого заведения, и ищут тех, кто действительно готов работать над собой на протяжении 6 месяцев конкурса и открыт к обратной связи. Организаторы пообещали сделать все, чтобы каждый участник получил как минимум профессиональный разбор своего проекта и новые деловые контакты, а как максимум – победу. Оценка участников строится на многоступенчатой системе, позволяющей рассмотреть ресторан с разных ракурсов. На этапе подачи заявок, который продлится с 1 по 21 июля



на сайте премии, ресторан может выбрать 1 или 2 номинации из 18 возможных. Затем следует анализ гостевого рейтинга через платформу TrustYou: оценка формируется на основе цифрового следа и реальных отзывов без возможности накруток. На следующем этапе профессиональное жюри изучает презентации участников и дает личную аргументированную оценку концепции и упаковки проекта.

Завершающим этапом становится проверка реальностью: специально обученные тайные гости инкогнито посещают рестораны-финалисты, чтобы оценить настоящий сервис, кухню и атмосферу без купюр. Ключевое отличие премии – строгий запрет на конфликт интересов: членом жюри не может стать действующий шеф-повар или ресторатор. Критерии для конкурсных номинаций разрабатывались при участии основате-

ВИННЫЙ МИР ОТКРЫВАЕТ АРМЕНИЮ

Продолжение. Начало в выпуске Wine Weekly №5(96), стр. 5-7

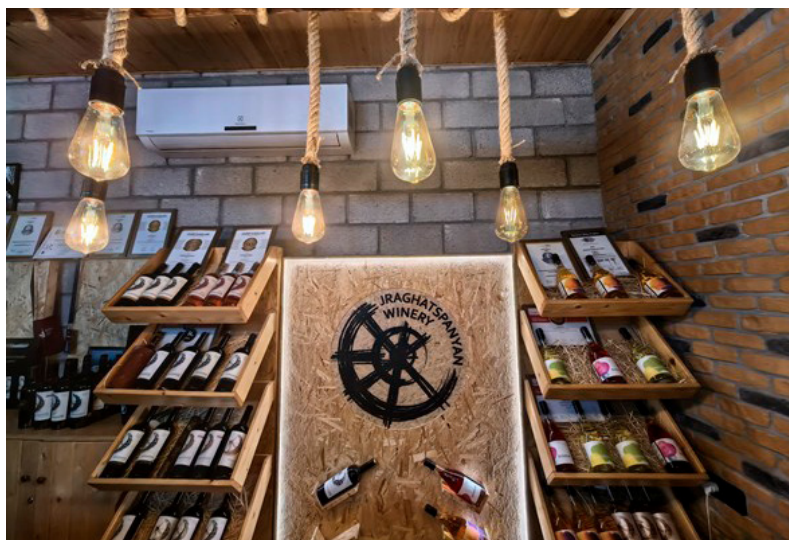
В прошлом выпуске газеты Wine Weekly мы рассказали о том, как в Ереване прошел Concours Mondial de Bruxelles. В этом выпуске мы продолжим рассказ о поездке в Армению и рассказываем о том, чем запомнился пресс-тур по винодельням страны, организованный Фондом винограда и вина Армении (Vine and Wine Foundation of Armenia) для винных журналистов со всего мира.

День шестой (24 мая). Винное путешествие продолжается

После завершения Concours Mondial de Bruxelles знакомство с Арменией для многих не закончилось. В последующие дни программа продолжилась, позволив винным журналистам погрузиться в тему еще глубже. 24 мая, на следующий день после завершения Concours Mondial de Bruxelles в Ереване, стартовал пресс-тур для винных журналистов со всего мира. Организатором выступил Фонд винограда и вина Армении (Vine and Wine Foundation of Armenia). Первым пунктом программы стал визит в Святой Престол Эчмиадзин – духовный центр Армении и один из древнейших христианских соборов в мире. Поскольку Армения стала первой страной, принявшей христианство в качестве государственной религии в 301 году нашей эры, вино и христианская идентичность неразрывно связаны здесь уже более 1700 лет. В армянской христианской традиции вино стало священным символом и неотъемлемой частью религиозного ритуала.

Автохтонная коллекция Армении

Следующим местом остановки участников пресс-тура стал коллекционный виноградник Армении, на котором собрана крупнейшая в стране коллекция автохтонных сортов винограда (более 400 сортов). Это дает уникальную возможность изучить выдающееся ампелографическое разнообразие Армении, открыть для себя редкие и малоизвестные автохтонные сорта, а также узнать о научных исследова-



ниях и усилиях по сохранению, формирующих будущее Wines of Armenia.

Jraghatspanyan Winery

В рамках пресс-тура, организованного Vine and Wine Foundation of Armenia, удалось посетить не только крупнейшие винодельни страны, но и небольшие семейные хозяйства. День продолжился на бутиковой семейной винодельне Jraghatspanyan Winery в Араратской долине, чьи традиции восходят к концу XIX века. Здесь мы попробовали вина из автохтонных и редких сортов, включая Гаран Дмак и уникальный гибрид Тиграни.

Винодельня Jraghatspanyan Winery расположена в Араратской долине Армении, в деревне Бамбакашат в Армавирской области. Регион отличается континентальным климатом с 300 солнечными днями в году. Виноградники расположены на высоте 860 метров над уровнем моря. Глубина залегания подземных артезианских вод составляет от 4 до 24 метров. Почвы с высоким уровнем грунтовых вод способствуют выращиванию высококачественного винограда со сбалансированным содержанием сахаров, кислот, ароматических и фенольных веществ.

Армавир – самая большая винодельческая зона Армении, обладающая множеством уникальных терруаров. Поскольку эта область подвержена зимним морозам, используется редкая веерообразная система формирования лозы, при которой многочисленные ветви обрезают близко к земле, что облегчает укрытие лоз

зимой для предотвращения повреждений от заморозков.

Выращивание ведется традиционным устойчивым способом. Формирование кустов производится по системе Гобле и традиционной многорукавной. Возраст лозы составляет 30–70 лет.

Для производства вин используются армянские автохтонные сорта винограда: Гаран Дмак, Кангун, Тиграни, Кармают, Хндохни, Мускат Вардабуйр. Основатель и главный винодел Jraghatspanyan Winery Артем Джрахатспанян рассказал, что, работая с местными сортами винограда, они объединяют традиции с инновационными методами, создавая высококачественные вина, отражающие уникальный терруар Армавира и соответствующие высочайшим международным стандартам. Вина получили

высокие оценки и медали престижных конкурсов и от известных критиков, включая 94 балла от Джеймса Саклинга, а также награды Berliner Wein Trophy, IWSW, Mondial de Bruxelles и других. Годовой объем производства составляет 40 000 – 50 000 бутылок, а потенциальная производственная мощность – 100 000 бутылок.

Общеармянский фестиваль толмы

Армения известна не только своими винами, но и гастрономическими специалитетами. С одним из них участникам пресс-тура удалось познакомиться поближе, посетив Общеармянский фестиваль толмы. Это праздник одного из самых знаковых блюд Армении, объединяющий поваров и домашних кулинаров со всей страны, Арцаха и представителей диаспоры. Журналисты имели возможность попробовать десятки традиционных и современных вариаций толмы в сочетании с местными винами, а также познакомиться с армянской музыкой, танцами и кулинарными традициями.

День седьмой (25 мая). Северное направление: Тавуш и Иджеван**HOVAZ Wine**

25 мая мы отправились к озеру Севан, а затем в город Дилижан, где в Hovaz Wine Rooms познакомились с работой еще одного перспективного винодельческого проекта под названием HOVAZ Wine.

(Продолжение на стр. 8)



НОВОСТИ

VI Ритейл-форум Buyers Week 2026 собрал 3500 профессионалов ритейла

С 17 по 18 июня 2026 года в выставочном пространстве DAA EXPO в Санкт-Петербурге проходил VI Ритейл-форум Buyers Week, подтвердивший статус ведущей летней площадки для профессионального диалога между поставщиками и закупщиками FMCG и HoReCa сегментов.

Мероприятие объединило более 3500 отраслевых специалистов из России и зарубежных стран, продемонстрировав устойчивый спрос на офлайн-форматы установления коммерческих контактов в условиях продолжающейся трансформации каналов дистрибуции. В экспозиции приняли участие более 130 компаний, от федеральных лидеров до локальных производителей. Российские бренды усилили присутствие в сегментах здорового и функционального питания, тогда как зарубежные делегации из Туниса, Турции, Узбекистана, Казахстана, Беларуси, Кении и ОАЭ сфокусировались на товарах среднего и премиального ценовых диапазонов. Потенциал региональных поставщиков для федеральных сетей наглядно продемонстрировали коллективные стенды Ленинградской области, Карелии и Красноярского края, реализованные в рамках программы поддержки малого и среднего предпринимательства. Отдельное внимание привлекла делегация венгерских виноделов, которые представили вина с богатой историей: элегантные сорта с характером вулканических почв, яркой минеральностью и сложным букетом, ориентированные на премиальный сегмент ритейла и HoReCa.

(Продолжение на стр. 8)



ля международной консалтинговой компании Like4Like и трендхантингового агентства GFT Agency Ирины Орландии-Авруцкой, а оценивать проекты доверено профессионалам рынка из смежных и экспертных сфер. В коллегию жюри 2026 года вошли Наталья Милеенкова из Ско-

лково и Novikov School, президент БАР Сергей Колбеев, представитель Альфа-банка Юлия Гаркуша, Александр Сколота из компании «Август», Михаил Чуев из «Эквилибрума», Анна Хихлунова из HORECAGO!, Екатерина Стародубцева-Калачева из HURMA Recruitment и Stars Solutions,

а также другие ведущие эксперты отрасли.

Организаторы также объявили открытый набор в коллегию жюри: подать заявку на участие в оценке можно на сайте премии, что требует полного погружения в индустрию, но дает уникальный взгляд на рынок изнутри.

Всего в этом году будет разыграно 18 наград. Пивная культура переживает ренессанс, рестораны объединяются с досугом, гости ищут свои места на каждый день, а индустрия возвращается к корням. Отвечая на эти вызовы, премия вводит 4 новые номинации: лучший гибридный ресторанный проект для заведений, где кухня сочетается с дополнительным форматом досуга; лучшая концепция локального продукта за глубокую работу с региональными ингредиентами и поддержку локальных фермеров; лучшее городское кафе за место, ставшее частью ежедневной рутины горожан с предсказуемым сервисом и атмосферой своего места; лучший пивной ресторан за широкую пивную карту, профессиональное оборудование и грамотный фудпейринг.

Вся подробная информация о проекте доступна на сайте премии:

<https://hospitalityawards.ru/restaurants>

НОВОСТИ

(Окончание. Начало на стр. 7)

VI Ритейл-форум Buyers Week 2026 собрал 3500 профессионалов ритейла

Центром деловой активности выступил Центр Закупок Сетей™, где за два дня прошло 2788 переговоров с участием представителей 90 розничных сетей, дистрибьюторов и операторов HoReCa. Совокупный объем потенциальных контрактов превысил 150 млрд рублей, что подтверждает высокую готовность сторон к заключению сделок и эффективности прямых закупочных сессий.

Образовательный трек включил более 30 конференций, семинаров и мастер-классов, посвященных прикладным задачам ритейла и HoReCa. Эксперты по управлению, рыночной аналитике и цифровизации разобрали стратегии адаптации закупок под меняющийся спрос, инструменты роста маржинальности и кейсы внедрения сквозной аналитики.

В рамках сессий об операционной устойчивости Софья Воронцова из компании «Хлебник» совместно с командой ресторана «Цунами» Максимом Брусницыным и Вячеславом Западным поделились проверенными решениями по оптимизации бизнес-процессов, детально проанализировав как успешные практики, так и типовые ошибки отрасли.

Андрей Твердов из барного кампуса «Политех» раскрыл тему применения научного метода и искусственного интеллекта в разработке барных карт, а бренд-шеф Александр Богданов, представляющий отель «Гельвеция» и рестораны Cafe Claret и Marius, обсудил современные вкусовые комбинации и принципы обновления меню с сохранением авторского стиля заведения.

Интеграцию ритейла и индустрии гостеприимства закрепили зал «Шеф-бар» с участием барменов 15 петербургских заведений и презентация традиционного Коктейль-гида. Итоги VI Ритейл-форума Buyers Week 2026 подтвердили, что сочетание выставочной экспозиции, прямых закупочных встреч, экспертной аналитики и образовательных программ формирует рабочую экосистему для развития российской розничной торговли и рынка общественного питания.

(Продолжение. Начало на стр. 7)

Эта винодельня была основана в 2018 году группой молодых энтузиастов, работающих в винодельческой отрасли Армении. Название бренда HOVAZ переводится с армянского как «леопард» и символизирует философию охраны дикой природы, напоминая об исчезающем виде кавказского леопарда, который был вновь обнаружен в заповеднике «Хосровский лес» после многих лет отсутствия.

13 ноября 2022 года был открыт дегустационный зал и магазин в Дилижане, где посетители могут участвовать в завершающих этапах производства игристого вина традиционным методом, смешивать разные вина для создания уникального продукта, посещать дегустации с участием специалистов других виноделен, а также наслаждаться винами в баре с мясными и сырыми закусками, вечерами «Вино и гитара» и покупкой вин в магазине (как HOVAZ, так и других армянских производителей).

Проект «Винные комнаты HOVAZ» в Дилижане представляет собой центр впечатлений от игристых вин – синергетический комплекс из трех элементов, таких как производство игристых вин и качественного вина, инновационные решения в презентации виноделия с акцентом на местные эндемичные сорта винограда и профессиональный дегустационный сервис.

В ассортимент вин HOVAZ входят красные и розовые вина (розовое, красное сухое, красное сухое резерв)

из аборигенного сорта Арени из общины Арени региона Вайоц-Дзор, а также белое вино из сорта Кангун из общины Воскеат региона Армавир. Отдельного внимания заслуживает игристое вино Брют Натюр урожая 2023 года, произведенное на 100% из сорта Кангун из области Арагацотн (Нор Едихах) традиционным методом с выдержкой на осадке 15 месяцев и нулевым дозажированием: это вино светло-соломенного цвета с ароматами зеленого яблока, цитрусовой цедры, белых цветов и обжаренного миндаля и свежим вкусом с минеральной структурой.

Также винодельня представила новую марку Goonəh, название которой переводится с армянского как «Цветной». Это легкие, повседневные вина с фруктовыми нотами и насыщенной свежестью, оформленные в яркие современные иллюстрации женщин на этикетке, где каждая бутылка передает разное настроение. В отличие от терруарных и структурированных вин HOVAZ, Goonəh позиционируется как непринужденный, веселый и доступный вариант для расслабленных моментов, вечеринок и спонтанных встреч; укупорка винтовой крышкой обеспечивает сохранение свежести, удобство и доступную цену.

Гастрономическое путешествие

Винный пресс-тур по Армении постепенно превращается в настоящее эногастрономическое путешествие. Роскошный обед в армянском стиле в ресторане Cabinet в городе Дили-



жан. Это, без всякого преувеличения, уникальная возможность познакомиться с самобытной, аутентичной кухней Армении. Ресторан, где состоялась дегустация местных блюд, является частью Green Rock – амбициозного регионального проекта по комплексному развитию туризма в городе Дилижан.

О духовной пище

Организаторы пресс-тура – Vine and Wine Foundation of Armenia – позаботились и о духовной пище участников. Еще одним «местом силы» стало посещение средневекового монастыря Агарцин, скрытого в горных лесах Тавуша, где духовное наследие Армении сочетается с природной красотой региона.

Монастырь Агарцин – армянский средневековый монастырский комплекс, расположенный в Тавушской

области Армении, в 18 км от города Дилижан, в лесистой долине Иджеванского хребта. Относится к Тавушской епархии Армянской апостольской церкви. Первые постройки комплекса относятся к X веку – периоду правления армянской династии Багратуни. Изначально монастырь служил летней резиденцией царей, двое из которых похоронены здесь: у южной стены церкви Сурб Григор сохранились надгробия усыпальниц Смбата и Гагика Багратуни (X–XI вв.) с выгравированными именами.

Во второй половине XI века монастырь был разрушен турками-сельджуками. Восстановление началось во второй половине XII века, когда северная Армения попала под контроль грузинских Багратинов. В этот период были построены гавит (1185 г.), церковь Сурб Степанос (1244 г.), трапезная (1248 г.) и главная церковь

**В РОССИИ ВПЕРВЫЕ ПРЕДСТАВИЛИ СТЕНД РОССИЙСКОГО ОРГАНИЧЕСКОГО ВИНА**

В Москве на полях форума «Неделя российского ритейла 2026» был представлен макет тематического эталонного торгового пространства, посвященного российским органическим винам. Мероприятие приурочено к ежегодной акции «Дни российских вин», которую Роскачество проводит совместно с Министерством промышленности и торговли Российской Федерации и Министерством сельского хозяйства Российской Федерации при поддержке Ассоциации виноградарей и виноделов России, Акционерного общества «Россельхозбанк» и Российской ассоциации экспертов рынка ритейла.

В соответствии со стратегией развития органической продукции в России до 2030 года, одним из приоритетов



является стимулирование спроса на отечественную экопродукцию. На сегодняшний день в стране сертифицированы на соответствие требованиям органического производства 14 виноградников, расположенных в Крыму, Севастополе, Краснодарском крае, Ставропольском крае и Ростовской области. Полный производственный цикл, включающий выращивание винограда на сертифицированном участке и розлив готовой продукции

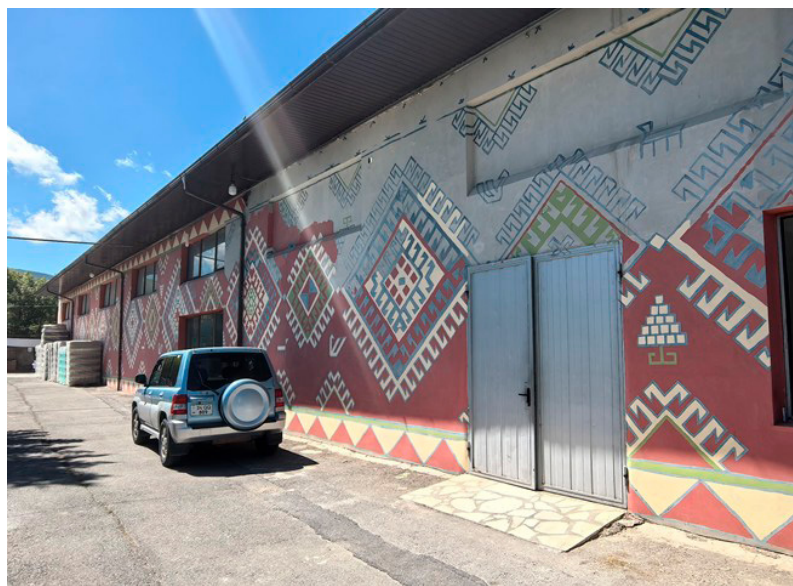
с соответствующим знаком, реализуют 6 винодельческих хозяйств, а общая площадь сертифицированных виноградных насаждений в Российской Федерации составляет порядка 300 гектаров.

С 2023 года «Винный гид России» проводит отдельное исследование качества органических вин, и его результаты показывают, что средний балл дегустационных оценок органических вин стабильно превышает аналогич-

ный показатель по другим категориям вин, включенным в исследование, причем среди образцов органических вин не выявлено ни одного случая несоответствия базовым критериям качества. Более того, доля органических вин, которые ежегодно преодевают планку повышенного стандарта качества Роскачества «Винного гида России», составляющую 81 балл и выше, превышает 85%. Директор Департамента развития внутренней торговли Министерства промышленности и торговли Российской Федерации Никита Кузнецов отметил, что российское органическое виноделие демонстрирует впечатляющую динамику, и за два года зафиксирован пятикратный рост производства: если в 2023 году объем составлял 50 тысяч бутылок, то по итогам 2025 года он превысил 250 тысяч, а в будущем году объем производства удвоится, превысив полмиллиона бутылок.

Заместитель руководителя Роскаче-

ства Александр Чумак, в свою очередь, заявил, что выделение органических вин в отдельную товарную категорию является не данью моде, а последовательной работой с запросом взыскательного потребителя, который выбирает продукт с прозрачным происхождением и минимальным вмешательством в природу. Он пояснил, что виноделы, прошедшие сертификацию, берут на себя повышенные обязательства на всех этапах – от состояния почвы до финального розлива, что в итоге отражается на качестве напитка, обеспечивая ароматическую чистоту, отсутствие посторонних тонов и мягкую благородную кислотность. Александр Чумак добавил, что за два года объемы выпуска выросли в пять раз и сегодня российский рынок готов к тому, чтобы органические вина заняли свое полноценное пространство не как нишевый экзот, а как полноценный, структурированный раздел с богатым выбором стилей.



Сурб Аствацацин (1281 г.). В XV–XVII веках монастырь был крупным религиозным и культурным центром. При нем действовали школа и библиотека. После монгольских и тимуридских нашествий XIV–XV веков монастырь пришел в упадок. К XX веку комплекс был скрыт в лесу. Масштабная реставрация началась в 2009–2013 годах при финансовой поддержке шейха Султана бин Мухаммада аль-Касими, правителя эмирата Шарджа (ОАЭ). В 2017 году монастырь был включен в маршрут дальнего пешего туризма «Транскавказская тропа». В состав монастыря сегодня входят три церкви, трапезная, усыпальница царского рода Багратуни, хачкары и другие постройки.

Ijevan Wine and Brandy Factory

Вечером 25 мая участники пресс-тура, организованного Vine and Wine Foundation of Armenia, добрались до Ijevan Wine and Brandy Factory. Эта компания сегодня является одной из старейших виноделен Армении и входит в топ-10 крупнейших производителей вина и коньяка в стране. Предприятие хорошо и давно известно за пределами республики своими красными, белыми, розовыми и игристыми винами из автохтонных сортов винограда, а также коньяком.

Для участников пресс-тура провели очень познавательную экскурсию, в ходе которой удалось посмотреть производственные цеха, погреба для выдержки вин и коньяков, а также коллекции выдержанных портвейнов и, конечно же, ознакомиться с экспозицией современного интерактивного музея предприятия. И, разумеется, не обошлось без обширной дегу-

стации, в процессе которой можно было попробовать не только новые вина, которые главный винодел разливал прямо из бочек и емкостей для хранения вина, но и познакомиться с настоящими шедеврами Ijevan Wine and Brandy Factory, среди которых были 20-летний портвейн и 40-летний коньяк. Завершил программу визита роскошный ужин с блюдами армянской кухни и зажигательная армянская музыка, исполненная вживую местным музыкальным коллективом.

Завод Ijevan Wine and Brandy Factory был основан в 1951 году в городе Иджеван (Тавушская область) в 135 км от Еревана, в живописной долине рек Агстев и Спитак Джур, чтобы снабжать коньячными и шампанскими материалами Арарат-трест и Ереванский завод шампанских вин. В 2005 году предприятие приобрел бизнесмен Эмин Егиазарян, после чего начались масштабные инвестиции в модернизацию производства, закупку новейшего европейского оборудования и внедрение современных технологий с приглашением специалистов с учеными степенями и дипломами лучших винодельческих университетов Европы.

Сегодня завод производит высококачественные коньяки, виноградные и плодово-ягодные вина, фруктовую водку, консервацию и сухофрукты. Вина Mkhitar Gosh, Sargon, Ijevan Krasnoye, Ijevan Beloye, Areni, Ijevan Otborny, Sapot и другие известны далеко за пределами Армении. А еще у завода – более 300 гектаров собственных виноградников и работа с учеными из Национального аграрного университета Армении.

День восьмой (26 мая). Возвращение к истокам

Kataro Winery

26 мая началось с посещения винодельни Kataro Winery. История винодельни оказалась особенно трогательной: потеряв все в Арцахе, производители переехали в Армению и восстановили производство, сохранив аборигенный сорт Хндогни и свою идентичность. Еще одна винодельня, которую удалось посетить в рамках пресс-тура, организованного Vine and Wine Foundation of Armenia, может служить наглядным примером того, как люди не пали духом после суровых ударов судьбы и, несмотря ни на что, продолжили заниматься виноделием на новом месте, сохраняя традиции и историю своей малой родины и создавая яркие и запоминающиеся вина.

Винодельня Kataro берет свое начало в историческом селе Тох в Арцахе – земле величественных гор, древних монастырей и редкого местного сорта винограда Хндогни (также известного как Хндохни). На протяжении поколений семья Аветисян выращивала здесь свои виноградники. В 2002 году было заложено производство, а первый розлив состоялся в 2010 году. Основатель винодельни Григорий Аветисян назвал ее в честь монастыря Катаро XVII века, расположенного на горе Дизапайт. Этот древний храм, парящий выше облаков и орлиных гнезд, окруженный величественной природой, стал символом стремления к совершенству и благодетству.

В 2020 году, после войны в Арцахе, винодельня в селе Тох перешла под контроль Азербайджана. Президент Национального центра вина Армении Аваг Арутюнян тогда сообщил, что виноградники и действующий цех с цистернами, полными вина, были утрачены, а ущерб составил более 1 млн долларов. Несмотря на все повороты судьбы – блокаду и войну, семья Аветисян не сдалась. Сегодня винодельня Kataro продолжает свою работу в селе Дзорагбюр в Арагацотнской области Армении, сохраняя дух и характер родного края. Часть виноградных лоз сорта Хндогни тогда удалось вывезти в Армению. Сегодня автохтонные сорта винограда, вывезенные из Арцаха, и другие армянские сорта бережно возделываются на новой территории, а команду винодельни составляют члены семьи и жители села Тох, переехавшие в Армению. По словам Григория Аветисяна, каждая бутылка

вина Kataro сегодня отражает сущность Арцаха – стойкость, наследие и глубокую связь земли и народа.

Gevorkian Winery

На винодельне Gevorkian Winery, которую также удалось посетить в рамках пресс-тура, организованного Vine and Wine Foundation of Armenia, винные журналисты со всего мира познакомились с древним армянским методом виноделия «каххани» и продегустировали вина, созданные по этой технологии.

Основанная в 2006 году, Gevorkian Winery сегодня входит в число лидеров отрасли в Армении, выпуская вина и крепкие напитки из местных сортов винограда, а также из фруктов и ягод, под брендами «365 wines», ARIATS и Mi Tas. Бренд «365 wines» за короткий срок получил множество наград, став бестселлером в армянском Duty Free и в западных розничных сетях, а некоторые позиции годами являются эксклюзивными в своей категории.

Однако главное в истории Gevorkian Winery – не награды, а возрождение забытой технологии. Здесь следуют древнему армянскому методу «ках-

хани», то есть производят вина из завяленного винограда. Кроме того, в ассортименте винодельни – первое армянское ледяное вино ANAIS, названное в честь богини любви и плодородия, а также вина, выдержанные в карасах, и первое армянское вино в стиле «петнат» – Hay Pet Nat. Фруктовая коллекция «365 wines» включает в себя вина из граната, абрикоса, ежевики, айвы, вишни, клубники и кизила.

Качество продукции Gevorkian Winery подтверждено сертификатом ISO 22000:2005. Компания также производит кошерное вино и экспортирует его в Израиль. Для желающих познакомиться с историей и современностью армянского виноделия организуются винные туры с дегустацией.

День девятый (27 мая). Последний аккорд

В последний день, 27 мая, состоялась встреча с министром экономики Республики Армения, на которой обсуждались перспективы развития отрасли.

(Продолжение на стр. 10)



КУРОРТ АБРАУ-ДЮРСО ОБЪЯВИЛ ОТКРЫТЫЙ АРХИТЕКТУРНЫЙ КОНКУРС



Курорт Абрау-Дюрсо проведет открытый архитектурный конкурс на создание арт-объекта для въездной группы. Задача проекта – разработать выразительный средовой элемент, который станет визуальным символом бренд-платформы «Эно – эко – этно» и сформирует актуальный образ курорта. Куратор конкурса – архитектор и дизайнер Владимир Кузьмин.

К участию приглашаются архитекторы, дизайнеры, художники, скульпторы, студенты профильных вузов (с 3-го курса), а также индивидуальные авторы и проектные бюро. Победитель получит авторское вознаграждение и возможность принять участие в дальнейшей реализации проекта. Абрау-Дюрсо – один из наиболее известных культурно туристических кластеров России, расположенный на берегу озера Абрау в Краснодарском крае. Ведущий энотуристический центр страны ежегодно принимает сотни тысяч путешественников и удостоен главной награды за «Лучший опыт ответственного энотуризма» (Award for Best Responsible Wine Tourism Experience) на международном саммите Global Wine Tourism Organisation (GWTO). Сегодня курорт формирует собственный визуальный язык, опирающийся на принципы

открытости, устойчивого развития и уважительного диалога с окружающим ландшафтом. Новый конкурс становится продолжением этой стратегии.

Участникам предлагается разработать концепцию арт-объекта для въездной группы курорта в формате средовой инсталляции, арки или портала. Проект должен стать узнаваемым символом территории, органично интегрироваться в существующую среду и отражать современный культурный код курорта «эко – эно – этно», сочетающий в себе уважение к истории и традициям, экологии и природе, винодельческой и гастрономической культуры.

Конкурс ориентирован не только на поиск эффектного визуального решения, но и на выявление идей, обладающих потенциалом дальнейшей реализации. Авторам предстоит

представить развернутую архитектурно-дизайнерскую концепцию с проработкой образа, конструктивных решений, материалов, технологий изготовления, схем монтажа и освещения, а также визуализацией объекта в окружающем пространстве.

Особое внимание жюри будет уделять оригинальности авторской идеи, соответствию концепции развития центра туризма, качеству архитектурного и дизайнерского предложения. Куратор конкурса – Владимир Кузьмин, архитектор и дизайнер, руководитель студии «Поле-Дизайн», преподаватель МАРХИ и МАРШ, лауреат Государственной премии России в номинации «Дизайн» и профессионального конкурса архитекторов «Золотое сечение», куратор российских и международных выставок, включая Венецианскую биеннале и фестиваль «Архстояние».

Прием заявок завершится 15 сентя-

бря 2026 года, победителя объявят в октябре.

Помимо денежного вознаграждения, победителю будет предложено продолжать работу над проектом и осуществлять авторский надзор на этапе реализации, чтобы сохранить целостность первоначальной идеи. Также участников, занявших второе и третье места, отметят специальными призами и пригласят посетить курортный комплекс за счет принимающей стороны. С подробностями проведения конкурса можно ознакомиться на сайте курорта.

Создание нового въездного арт-объекта станет уникальной возможностью сформулировать современный образ места со 155-летней историей, которое ежегодно принимает сотни тысяч гостей и продолжает развиваться как пространство впечатлений, культуры и качественной городской среды.

ВИННЫЙ МИР ОТКРЫВАЕТ АРМЕНИЮ

(Продолжение. Начало на стр. 7 – 9)

Yerevan Brandy Company

Затем нас ждало погружение в наследие армянского коньяка: мы посетили Yerevan Brandy Company – исторические подвалы, культовые бочки, вековой опыт.

После образования Советского Союза предприятие было национализировано, а в 1953 году переехало в новое здание на другой берег реки Раздан и получило нынешнее название – Ереванский коньячный завод (Yerevan Brandy Company). Оно стало единственным производителем армянского коньяка: все остальные заводы готовили другие напитки и поставляли сырье.

После распада Советского Союза Ереванский коньячный завод был приватизирован и выкуплен французской компанией Pernod Ricard. В 2002 году

армянский бизнесмен Гагик Царукян выкупил старое здание завода и открыл там NOY Yerevan Ararat Brandy Wine Vodka Factory. Сегодня два предприятия конкурируют в производстве коньяка и бренди, экспортируя продукцию в десятки стран мира.

На обоих заводах работают исторические музеи и дегустационные залы, ежедневно проводятся экскурсии. Посетители могут увидеть образцы коньяка, изготовленные во времена основания завода, различные награды качества, бочки, заложенные в честь известных личностей, и многое другое. Во время экскурсии гости знакомятся со всем производственным процессом, хранилищами и дегустируют коньяк. Они также узнают, как правильно дегустировать коньяк разного возраста, как пить и как отличить подлинный продукт от подделки.

NOY Yerevan Ararat Brandy Wine Vodka Factory

После обеда мы отправились на NOY Yerevan Ararat Brandy Wine Vodka Factory, расположенную в живописных стенах бывшей крепости на берегу ущелья Раздан, где брутальная каменная архитектура и подземные подвалы создали уникальную атмосферу, воплотившую дух традиций армянского коньякоделания.

В 1865 году территорию бывшей крепости приобрел купец Нерсес Таирян, заложивший основы армянского виноделия и коньякоделания. В 1877 году он основал здесь винный завод мощностью 1200 ведер. В 1892 году Таирян пригласил выпускника школы виноделия в Монпелье Мкртыча Мусинянца, а завод оснастил французским оборудованием шарантского типа – единственным в Российской империи. В 1899 году Таирян продал предприятие компании «Н.Л. Шустов и сыновья», которая к 1870 году контролировала 80% алкогольного рынка страны.

В 1902 году Мусинянец запустил производство коньяка «Фин Шампань». Шустов отправил образцы инкогнито на выставку во Францию, где они получили Гран-при. Узнав, что коньяк армянский, французы в виде исключения разрешили Шустову использовать слово «коньяк» вместо «бренди». Тогда же, на выставке в Нижнем Новгороде, коньяк вновь взял Гран-при, а рекламный символ компании стал огромным колокол: Шустов звонил в него при каждой сотой бочке. Маркетинговый ход Шустова – молодые люди в ресторанах по всему миру требовали армянский коньяк, после чего обиженные отказом посетители уходили, а владельцы заведений сами предлагали Шустову сотрудничество. В 1912 году компания стала поставщиком двора Его Императорского Величества, а в 1913 году произвела 81,5 тысячи ведер коньячного спирта – более половины от всего объема в империи.

Со времен Советского Союза предприятие имеет своеобразную традицию – при производстве новой линейки сто бутылок отправляли в Государственный погреб. Сегодня комбинат хранит этот исторический погреб, как зеницу ока, пополняя его новым ассортиментом коньяков под маркой «Ной».



В 2002 году предприятие вошло в состав концерна «Мульти Групп», принадлежащего Гагику Царукяну. На полное восстановление и модернизацию комбината ушло два года. 23 ноября 2004 года состоялась церемония открытия. Сегодня NOY Yerevan Ararat Brandy Wine Vodka Factory – единственный в своем роде музей под открытым небом, где туристы могут попробовать коньяки «Ной» и прикоснуться к вековым секретам армянского коньякоделания. В подземных погребах, в маленьком «городе» винных и коньячных бочек, хранится целая коллекция напитков.

Завершился этот насыщенный день ужином в ресторане Kamancha – с аутентичной кухней и живой традиционной музыкой.

Вместо послесловия

Армения, как было сказано в самом начале, ежегодно производит более 16 млн бутылок вина, экспортируя их примерно в 39 стран мира. Мир действительно заново открывает для себя эту родину виноделия.

Согласно профилю виноградарства и виноделия Армении, страна располагает около 13 тыс. гектаров виноградников и является подлинной винной страной, которую определяют автохтонные сорта винограда, разнообразные терруары, высокогорные виноградники и непривитые старые лозы. В стране насчитывается более 170 винодельческих компаний, в ос-

новном семейных и небольших, которые сочетают древние знания с современным мастерством, сохраняя как национальные, так и собственные семейные традиции. Армения гордится тем, что культивирует более 450 местных сортов винограда, фокусируясь на таких знаковых, как Сев Ареми, Воскеат, Хатун Харджи, Кангун и другие. Организаторы отметили, что эти древние и от природы устойчивые сорта, включая Сев Ареми и Воскеат, сохраняют свои отличительные черты даже в условиях изменения климата, производя вина замечательного баланса и аутентичности.

Некоторые из старейших лоз Армении, возраст которых превышает 120 лет, до сих пор плодоносят. Кроме того, Армения получает признание за свои гранатовые алкогольные напитки, созданные в винном стиле, что является уникальным свидетельством фруктового наследия страны и духа инноваций. Сегодня Армения ежегодно производит более 16 млн бутылок вина, экспортируя их примерно в 39 стран мира, что, по мнению организаторов, является явным признаком того, что мир заново открывает для себя родину виноделия.

И наш репортаж – лишь малая часть того, что удалось увидеть и попробовать за эти дни бесподобного вино-гастрономического путешествия, организованного руководством Concours Mondial de Bruxelles и Vine and Wine Foundation of Armenia.

В МОСКВЕ СОСТОЯЛСЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ФЕСТИВАЛЬ «ВКУС МОСКВЫ»

С 27 по 28 июня 2026 года на территории гастрономического комплекса «Три вокзала. Депо» в центре Москвы проходил международный гастрономический фестиваль «Вкус Москвы», объединивший на одной площадке несколько знаковых мероприятий: «Винный квартирник», «Фестиваль джина», кулинарные мастер-классы в формате CHEF'S SECRET, гастрономический маркет, кинопаркинг под открытым небом и творческую программу для юных гостей от проекта «Uteens».

В первый день фестиваля для любителей уникальных напитков прошел фестиваль джина GINERATION, на CHEF'S SECRET состоялись мастер-классы от итальянской «Академии дель Густо», молекулярные эксперименты и игры в «Гастромафию». Гости смогли познакомиться с культурой российского



виноделия на «Винном квартирнике», попробовав вина из Крыма, Краснодарского края и Ростова от компаний «Степанов и сыновья», «Реликта», «Ува Валлис», «Вивандер», а также более 12 брендов от «Хорошей компании» под руководством Павла Бусыгина. О современном российском пивоварении и старинных рецептах рассказали компании «Таркос» из Во-

ронже и «Суздальский пивовар». В рамках фестиваля прошли дегустации: авторских вин России от проекта VINO.RU by Abrau с ведущей Светланой Ломсадзе, экспертом VINO.RU by Abrau, а также традиционных грузинских вин с дегустацией «Челти» от компании «ЮТА», которую провела менеджер Виктория Куринная. Гастрономический маркет представил

фермерские сыры от компаний «Соболев сыр», «Лапин сыр», «Верочиз», «Частной сыроварни №1», «Сэр (Сыр) Джон», рыбные деликатесы от компании «Дымино», продукцию из граната от «ПроГранат», новинки ассортимента от старейшего в России мясоперерабатывающего комбината «Микояновский», а также дизайнерские сувениры от студии «Базилек», компании Madcorks и украшения «Лисий Лик».

Во второй день фестиваля состоялись все запланированные мастер-классы и активности. Итальянские шеф-повара «Академии дель Густо» приготовили блюда итальянской кухни, гости продегустировали осетинские пироги от «ПИРОГИ №1» и мороженое от Beydondurma. На мастер-классах «Антология Вкуса» Федора Жербина участники не только дегустировали, но и рисовали, пробуя цвет на вкус. Юные гости фестиваля вместе с проектом Uteens

создавали дизайн ресторана мечты, концепции и упаковки продукта будущего. Единственная в мире коллекция мужских аксессуаров инструментальной тематики «Клуб Арли» от Аркадия Лигермана вызвала большой интерес у посетителей.

На «Винном квартирнике» гости дегустировали вино в сочетании с хлебом, сыром и деликатесами под руководством знатока идеального пейринга Анны Карлюгиной. Винные образцы для пейринга предоставили компании «Дербент Вино» и «Хорошая компания», сыры – «Верочиз» и «Соболев сыр», хлеб ручной работы из пророщенного зерна – «Хлеб первоисток» Алексея Пшадского. На главной сцене «Депо. Три вокзала» прошло награждение победителей конкурса «Идеальный выбор» в номинациях «Сыры», «Мясные и рыбные деликатесы». Подробная информация о фестивале доступна на сайте:

www.tastefestival.ru