

WINE

Weekly

18+



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

ИНФОРМАЦИОННОЕ ВИННОЕ ОБОЗРЕНИЕ

№ 8 (99)
Октябрь 2026

СОБЫТИЯ

Стартовал осенний этап акции «Дни российских вин – 2026»

С 1 октября по 30 ноября 2026 года в магазинах и ресторанах России пройдет осенний этап федеральной акции «Дни российских вин». Торжественная церемония открытия состоялась 8 октября в Москве.

Проект направлен на поддержку производителей высококачественного российского вина и знакомство покупателей с ним, обеспечивая особое место на полках магазинов и в ресторанных картах. Организаторами акции выступают Минпромторг России, Минсельхоз России и Роскачество при поддержке Ассоциации виноградарей и виноделов России (АВВР), Российской ассоциации экспертов рынка ритейла (РАЭРР) и Россельхозбанка.

Акция проводится уже в девятый раз. К осени 2026 года число торговых сетей, участвующих в акции, увеличилось до более чем 30 с пяти в начале. Среди них крупнейшие ритейлеры – X5, «Дикси», «Лента», «Магнит», «Глобус», «Азбука вкуса» и другие. Общее количество торговых точек превышает 50 тысяч. Акция также объединяет региональные сети и общепит.

Запущенная ранее инициатива по продвижению российского вина в ресторанах и отелях получит развитие и во время осеннего этапа. Уже задействовано около 200 заведений в Москве, Московской области, Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону, Сочи, Калининграде, Пятигорске, Иркутске, Новороссийске, Краснодаре, Воронеже и других городах.

ЗАРА МУРАДЯН: «АРМЕНИЯ ПОДТВЕРДИЛА СВОЮ СОСТОЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ВИНОДЕЛЬЧЕСКАЯ СТРАНА»

Армения сегодня переживает настоящий «ренессанс» виноделия. За последние 15 лет отрасль прошла путь от массового производства к созданию премиальных вин, а автохтонные сорта – Арени, Воскеат, Сирени – стали основой национальной идентичности. О том, как стране удается сочетать древние традиции с современными технологиями и какие вызовы стоят перед отраслью, в интервью газете Wine Weekly рассказала исполнительный директор Фонда виноградарства и виноделия Армении Зара Мурадян.

– Армения – одна из древнейших винодельческих стран мира с историей, насчитывающей более 6000 лет. Как бы вы описали современную философию армянского виноделия? В чем, на ваш взгляд, заключается его уникальность и главная сила сегодня?

– Главное преимущество Армении заключается не в масштабах производства, а в уникальности происхождения: древние автохтонные сорта, экстремальные высоты, разнообразие микрозон и новое поколение виноделов позволяют создавать вина с четкой идентичностью, которые невозможно воспроизвести в других странах.

(Продолжение на стр. 2)



СОБЫТИЯ

В Краснодаре состоится 6-й конкурс «Южный кубок сомелье»

7–8 ноября 2026 года в Краснодаре, в отеле Crowne Plaza, будет проходить 6-й конкурс «Южный кубок сомелье», который станет одним из ключевых профессиональных событий осени для винного сообщества Юга России.

В Кубке примут участие сомелье, кависты, виноделы, дистрибьюторы, эксперты и представители ведущих компаний винной индустрии. В течение двух дней участники будут проходить профессиональные испытания, в ходе которых экспертное жюри проверит их знания о вине, навыки дегустации и работы с клиентами.

8 ноября в рамках конкурса пройдет дегустационный салон с участием ведущих виноделов, виноторговых компаний и дистрибьюторов. Гости смогут попробовать представленные вина и пообщаться с представителями винной индустрии. В этот же день состоятся профессиональные мастер-классы с участием экспертов. Завершит программу финал VI «Южного кубка сомелье», в котором сильнейшие участники пройдут решающие испытания. По итогам финала будет объявлен лучший сомелье Юга России.

Гостевая программа 8 ноября рассчитана как на профессионалов, так и на любителей вина. Для специалистов это возможность встретиться с коллегами и расширить круг профессиональных контактов, а для любителей – попробовать интересные вина и увидеть финал конкурса.

Подробнее об условиях участия:

<https://www.sommelier.ru/#event/2867416>

КОМПАНИЯ RIEDEL СОЗДАЛА БОКАЛ ДЛЯ АРМЯНСКОГО СОРТА ВОСКЕАТ

Компания Riedel разработала специальный бокал для вина из армянского автохтонного сорта винограда Воскеат. Его выбрали в ходе дегустации на винодельне «Арататшен Вайнери» при участии винных специалистов, представителей специализированного магазина напитков «Ноян Тун» и Фонда виноградарства и виноделия Армении (VVFA). Это второй бокал Riedel, созданный специально для армянского сорта винограда: в 2018 году компания представила бокал для Арени.

Форма бокала влияет на то, как раскрываются аромат и вкус вина. Поэтому для того, чтобы выбрать оптимальную модель для Воскеата, специалисты Riedel предложили участникам дегустации шесть вариантов бокалов, разработанных для вин из этого сорта. Участникам предстояло определить, какой из них наиболее полно передает особенности Воскеата.

Для сравнительной дегустации отобрали 10 армянских вин из сорта Воскеат – как классических, так и выдержанных. Каждое вино оценивали во всех шести бокалах, выставляя отдельные баллы. По итогам сравнения выбрали бокал, который набрал наибольшее количество баллов и наиболее полно раскрыл вкусоарома-

тические характеристики сорта.

Первый специальный бокал Riedel для армянского винограда был создан для Арени и представлен в 2018 году. Новый проект продолжает работу по популяризации автохтонных сортов Армении и продвижению национального винодельческого наследия на международном уровне.

Специальные бокалы, разработанные с учетом особенностей конкретных сортов винограда, существуют лишь для нескольких десятков сортов. Среди них – Пино Нуар, Шардоне и Сира. Такие бокалы продаются на международном рынке, а на их упаковке, помимо названия основного сорта, могут указываться и другие сорта винограда.



ЗАРА МУРАДЯН: «АРМЕНИЯ ПОДТВЕРДИЛА СВОЮ СОСТОЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ВИНОДЕЛЬЧЕСКАЯ СТРАНА»

(Продолжение. Начало на стр. 1)

Именно эта связь между местом, сортом и историей является основой будущего армянского вина на международном арене.

При этом важно понимать, что автохтонные сорта не являются противопоставлением международным. В некоторых случаях их использование в купажах или эксперименты с различными технологиями могут расширять возможности производителей. Однако именно местные сорта должны оставаться основой идентичности армянского вина.

В перспективе развитие автохтонных сортов будет играть ключевую роль в формировании бренда Wines of Armenia. Они позволяют позиционировать Армению не как еще одну винодельческую страну, а как регион с собственной историей, уникальным генетическим наследием и неповторимым вкусом. Именно сочетание древних сортов, высокогорных терруаров и современного подхода виноделов может стать главным фактором, который позволит армянским винам занять устойчивое место среди мировых винных направлений.

– В Армении культивируется более 450 местных сортов винограда, таких как Сев Ареки, Воскеат. Какую роль играют эти автохтонные сорта в позиционировании Армении на мировой винной карте и в чем их главное преимущество перед международными сортами?

– Автохтонные сорта винограда являются одним из главных преимуществ Армении и ключевым элементом ее позиционирования на мировой винной карте. В условиях, когда многие винодельческие страны производят вина из одних и тех же международных сортов – Каберне Совиньон, Шардоне, Мерло, Совиньон Блан, именно уникальные местные сорта позволяют Армении выделиться и предложить миру собственную, неповторимую историю.

Главное преимущество автохтонных сортов заключается в их аутентичности и связи с местом происхождения. Такие сорта, как Ареки, Воскеат, Сирени (Хндогни), Милага (Кахет), Лалвари и другие, формировались веками в условиях армянского климата и терруара,

поэтому они естественным образом адаптированы к местным условиям и отражают особенности конкретных регионов.

Особое значение имеют два сорта, которые уже сегодня являются символами армянского виноделия. Ареки – один из наиболее узнаваемых армянских сортов. Он обладает уникальным сочетанием свежести, элегантности, минеральности и хорошей структуры. Благодаря высокогорным виноградникам Вайоц Дзора Ареки способен создавать вина с выраженной индивидуальностью, которые имеют собственный стиль и легко узнаваемый характер.

Воскеат – один из самых перспективных белых сортов Армении. Его отличают тонкая ароматика, свежесть, хорошая кислотность и способность создавать как легкие, элегантные вина, так и более сложные выдержанные стили. Он также имеет большой потенциал для производства игристых вин.

В отличие от международных сортов, которые потребитель уже хорошо знает и может встретить во многих странах, автохтонные сорта дают возможность рассказать новую историю. Современный потребитель, особенно в премиальном сегменте, все больше ищет не просто качественное вино, а уникальный опыт, происхождение и эмоциональную связь с продуктом.

При этом важно понимать, что автохтонные сорта не следует противопоставлять международным. В некоторых случаях их использование в купажах или эксперименты с различными технологиями могут расширять возможности производителей. Однако в любом случае именно местные сорта должны оставаться основой идентичности армянского вина.

– Сколько виноделен сегодня работает в Армении? Какова динамика развития винодельческой отрасли в стране?

– Сегодня винодельческая отрасль Армении переживает один из самых активных периодов своего развития. По данным Государственного комитета по доходам, в 2025 году в винодельческой сфере были зарегистрированы 178 компаний. При этом структура отрасли достаточно разнообразна: есть крупные производители, активно развивается сектор семейных и бути-

ковых виноделен, ориентированных на премиальные вина, появляются новые проекты, основанные на собственных виноградниках, органическом виноградарстве и винном туризме.

– Какие основные этапы развития современной винодельческой отрасли Армении вы могли бы назвать?

– Современный этап развития армянского виноделия особенно активно начался в 2000-х годах благодаря инвестициям в новые технологии, восстановлению виноградников и возвращению интереса к автохтонным сортам. Особую роль сыграло открытие потенциала сорта Ареки, который стал международным символом армянского вина.

Если ранее значительная часть винограда использовалась для производства крепких напитков, то сегодня

Wine Fair и Vinexpo, способствует укреплению узнаваемости Армении как винодельческой страны. Параллельно развиваются винный туризм и международное сотрудничество.

Среди основных тенденций – рост числа малых премиальных виноделен и проектов с собственными виноградниками, фокус на автохтонные сорта как ключевое конкурентное преимущество и развитие терруарного подхода, при котором вина отражают особенности конкретных регионов. Производители инвестируют в качество, современные винодельни, лаборатории и технологии выдержки, расширяют экспортную географию и ищут новые рынки. Одновременно развивается связь вина с культурой и туризмом: появляются винные маршруты, дегустационные центры и гастрономические проекты.



все больше производителей делают ставку именно на качественные вина с высокой добавленной стоимостью. Развиваются выдержанные вина, вина из автохтонных сортов, натуральные и органические вина, премиальные линейки для экспорта.

Армянские вина сегодня представлены на все большем количестве международных рынков. Экспорт развивается не только в традиционных направлениях, но и в США, странах Европы и Азии, а также на других перспективных рынках.

Участие армянских компаний в крупнейших международных выставках, таких как Wine Paris, ProWein, London

Главная особенность армянской отрасли сегодня заключается в том, что она развивается не как массовый производитель, а как нишевый регион с сильной историей и уникальным предложением. Ограниченные объемы производства компенсируются индивидуальностью вин, древними сортами, высокогорными терруарами и историей, которая насчитывает более 6000 лет.

Именно сочетание древнего наследия, новых инвестиций и стремления к качеству делает армянское виноделие перспективным новым винным направлением на мировой карте.

– Каковы текущие объемы про-

изводства и экспорта армянского вина? Какие страны являются ключевыми рынками сбыта для армянских виноделов и какова динамика экспорта в последние годы?

– Экспорт вина пока остается относительно небольшим по мировым масштабам, однако показывает положительную динамику и расширение географии. По данным международной торговой статистики, в 2025 году экспорт вина из Армении составил около 4 млн литров на сумму около 19 млн долларов США.

Россия остается главным направлением экспорта: в 2025 году на этот рынок пришлось около 3,2 млн литров вина. Исторически он наиболее доступен для армянских производителей благодаря культурным и торговым связям, однако отрасль стремится к большей диверсификации.

Сегодня можно выделить несколько ключевых направлений развития экспорта. Армянские производители постепенно снижают зависимость от традиционных рынков и активно работают над выходом в Европу, США и Азию. Конкурентное преимущество Армении заключается не в объемах, а в сочетании древней истории виноделия, автохтонных сортов, высокогорных виноградников и ограниченных объемов производства. Участие в международных выставках помогает повышать узнаваемость армянских вин среди профессионального сообщества. Все больше компаний инвестируют в международные сертификации, маркетинг, дизайн упаковки, работу с импортерами и сомелье, а также участие в международных конкурсах.

Европейские рынки постепенно также становятся более значимыми. Среди основных направлений – Франция, Бельгия, Германия, Нидерланды, Польша и страны Скандинавии. Армянские вина также представлены в Японии, Китае, Канаде, странах Ближнего Востока и Великобритании. Эти рынки пока имеют меньшие объемы, но обладают значительным потенциалом для премиальных вин.

В целом армянское виноделие сегодня находится на этапе активного расширения международного присутствия. Главная задача отрасли – не просто



V Российский
винодельческий
форум



АО «РОССЕЛЬХОЗБАНК»

V Российский
винодельческий форум

21–23 октября
2026

Геленджик
wineforum.info

18+

увеличить объемы экспорта, а создать устойчивую репутацию Армении как страны уникальных, высококачественных вин с собственной историей и характером.

– Как вы оцениваете текущую ситуацию на российском рынке для армянских вин? Какие изменения вы наблюдаете в структуре спроса и потребительских предпочтениях? Какую роль в продвижении на этом рынке играет выставка ArmWine, которая уже трижды проходила в Москве?

– Как я уже говорила, Россия является одним из важнейших для нас рынков. На нее приходится около 80% всего экспорта армянского вина – это 3,2 млн литров из 4 млн, которые мы поставили на международные рынки в 2025 году. Исторически этот рынок наиболее доступен для армянских производителей благодаря культурным и торговым связям, однако мы осознаем необходимость диверсификации и активно работаем в этом направлении.

В структуре спроса на российском рынке наблюдается постепенный сдвиг в сторону более качественных и премиальных вин, а также рост интереса к автохтонным сортам. Выставка ArmWine, которая уже трижды проходила в Москве, играет важную роль в продвижении армянских вин, позволяя производителям напрямую взаимодействовать с импортерами, сомелье и потребителями.

– Армения активно расширяет географию поставок, участвуя в выставках в США, Европе и Азии. Насколько успешным был выход на эти рынки и какие из них вы считаете наиболее перспективными для армянского виноделия в ближайшее время?

– США занимают второе место среди направлений экспорта. Американский рынок особенно интересен благодаря большой армянской диаспоре, интересу потребителей к уникальным автохтонным сортам и развитию сегмента премиальных и бутиковых вин. Участие в выставке Vinexpo America позволяет армянским производителям укреплять позиции и налаживать контакты с местными импортерами.

Азиатские рынки, в частности Япония и Китай, пока имеют меньшие объемы, но обладают значительным потенциалом для премиальных вин. Наиболее перспективными для армянского виноделия в ближайшее время я считаю США, страны Европы и Азии – именно там наблюдается устойчивый рост интереса к уникальным автохтонным сортам и высокогорным терруарам.

– Каковы объемы внутреннего потребления? И как изменилась культура потребления вина в Армении?

– За последние 10–15 лет произошли значительные изменения. Ранее вино часто воспринималось как традиционный продукт для семейных мероприятий и застолий. Сегодня все больше потребителей обращают внимание на сорт винограда, регион происхождения, производителя, стиль вина и сочетание вина с гастрономией. Особенно заметен рост интереса среди молодого поколения, которое воспринимает вино как часть современной культуры, образа жизни и гастрономического опыта.

Армянские потребители начинают лучше узнавать собственные сорта винограда – прежде всего Арени и Воскеат. Все больше ценится идея «пить армянское вино», поддерживать местных производителей и открывать

значительное влияние на рост внутреннего потребления вина. Армения обладает большим потенциалом в этом направлении благодаря древней истории виноделия, включая обнаруженную в пещере Арени-1 древнейшую из известных на сегодняшний день виноделен, возраст которой оценивается примерно в 6100 лет, а также уникальным регионом, таким как Вайоц Дзор, небольшим семейным винодельням и сочетанию вина, национальной кухни и культурного наследия.

Винодельни сегодня становятся не только производственными площадками, но и туристическими объектами, предлагающими экскурсии по виноградникам и производству, дегустации, гастрономические программы, участие в сборе урожая и размещение гостей.

Энотуризм способствует продажам несколькими способами: туристы



уникальные вкусовые характеристики национальных сортов.

В Ереване и регионах страны активно развиваются винные бары, дегустационные мероприятия, винные фестивали, образовательные программы для потребителей и встречи с виноделами. Это способствует тому, что вино становится не только продуктом, но и частью культурного опыта.

– Влияет ли развитие энотуризма на рост внутреннего потребления вина?

– Да, развитие энотуризма оказывает

становятся прямыми покупателями вина, формируется эмоциональная связь с брендом, растет узнаваемость небольших производителей, увеличивается спрос на премиальные и бутиковые вина. Особенно важную роль играет внутренний туризм: армяне, посещая винодельни, начинают лучше знакомиться с национальными производителями и менять потребительские привычки.

Таким образом, внутренний рынок Армении сегодня находится на этапе

формирования новой винной культуры. Его развитие идет не столько через массовое потребление, сколько через образование потребителей, развитие энотуризма и повышение ценности армянского вина как части национальной культуры.

– В мае 2026 года Армения впервые в истории принимала престижный конкурс Concours Mondial de Bruxelles. Что значило для страны проведение этого события и какое впечатление оно произвело на международное винное сообщество?

– Проведение Concours Mondial de Bruxelles (CMB) 2026 в Армении стало одним из самых значимых событий в современной истории армянского виноделия. Впервые за свою 33-летнюю историю один из самых авторитетных международных винных конкурсов прошел в Армении, стране с древнейшей винодельческой традицией, что стало важным признанием растущей роли Армении на мировой винной карте.

Для нас это было не только проведение профессионального конкурса, но и уникальной возможностью представить международному винному сообществу Армению как современную винодельческую страну с глубоким историческим наследием, уникальными автохтонными сортами и выдающимся терруаром.

В конкурсе приняли участие более 370 международных экспертов, включая известных винных критиков и журналистов, сомелье и Master of Wine, специалистов отрасли. В течение нескольких дней в Ереване было продегустировано около 7700 образцов вин, что позволило Армении стать площадкой для международного винного сообщества.

– В рамках конкурса были организованы насыщенная экскурсионная программа для дегустаторов и пресс-тур для журналистов, которые посетили более десятка виноделен по всей стране. Как вы считаете, удалось ли показать гостям не только качество вин, но и ту самую «душу Армении», о которой часто говорят?

– Думаю, да. Экскурсионная программа и пресс-тур позволили гостям увидеть не только производство, но и регионы, виноградники, познакомиться с местными жителями и их традициями. Одной из ключевых задач принимающей стороны было показать гостям не только качество армянских вин, но и тот уникальный контекст, в котором они создаются.

В рамках программы дегустаторы и журналисты посетили более десяти

виноделен в различных винодельческих регионах страны – от Вайоц Дзора до Араратской долины и других важных винодельческих зон. Они познакомились с виноградниками, производственными процессами, традицией использования карасов, историей семейных виноделен и современными подходами молодых производителей.

Я считаю, что нам удалось показать именно ту самую «душу Армении», о которой часто говорят. Армянское вино невозможно отделить от нашей истории, природы и культуры. Для многих гостей стало открытием, что за каждым вином стоит не только технология, но и история места, семьи, сорта винограда и поколения людей, которые сохраняют эту традицию.

Многие участники отмечали сочетание факторов, которые делают Армению уникальной: древняя история виноделия, необычный высокогорный терруар, искреннее гостеприимство и эмоциональная связь людей с вином.

– Армянские винодельни завоевали 5 золотых и 11 серебряных медалей на предыдущем конкурсе CMB в Мексике. Сколько медалей было завоевано армянскими виноделами на конкурсе CMB в Ереване? Ожидаете ли вы, что проведение конкурса в Армении положительно скажется на результатах и узнаваемости местных вин?

– На конкурсе CMB 2026 в Ереване армянские производители показали еще более сильный результат – армянские вина получили 2 Grand Gold, 13 золотых и 20 серебряных медалей.

Это очень важный показатель, поскольку вина оценивались международным профессиональным жюри наравне с образцами из ведущих винодельческих стран мира. Медали CMB являются не только наградой, но и важным инструментом продвижения для производителей, особенно при выходе на новые экспортные рынки.

Проведение конкурса в Армении, безусловно, окажет долгосрочное положительное влияние на узнаваемость армянских вин. Когда ведущие мировые эксперты лично посещают страну, видят виноградники, знакомятся с производителями и пробуют вина непосредственно в месте происхождения, это создает совершенно другой уровень восприятия.

– Какие выводы вы сделали по итогам проведения CMB в Армении? Какие возможности это событие открыло для укрепления позиций Армении как винодельческой страны мирового уровня?

(Продолжение на стр. 4)

ВЕРОНИКА СМЕРНОВА ВО ВТОРОЙ РАЗ СТАЛА ЛУЧШИМ СОМЕЛЬЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА



3–4 октября 2026 года в Санкт-Петербурге, в отеле «Коринтия», проходил 6-й конкурс «Санкт-Петербургский кубок сомелье», объединивший сомелье, кавистов, виноделов, дистрибьюторов, экспертов, представителей ведущих компаний винной индустрии и любителей вина.

Звание лучшего сомелье Санкт-Петербурга завоевала Вероника Смирнова, для которой это уже вторая победа в данном конкурсе. Второе место занял Сергей Лукинов, третье – Инесса Новичихина.

По итогам VI «Санкт-Петербургского кубка сомелье» также определились участники, получившие возможность продолжить борьбу за звание лучших на Российском конкурсе сомелье, который состоится в марте 2027 года. В число прошедших отбор также вошли: Александр Кучеров, Николай Дедин, Андрей Лазарев, Наталья Большакова, Алексей Лукьянченков, Антон Евдокименко и Регина Халикова.

Мероприятие вновь собрало представителей профессионального винного сообщества и всех, кто хотел узнать о вине больше. Центральным событием стал финал 6-го «Санкт-Петербургского кубка сомелье», где можно было вживую увидеть работу лучших участ-

ников конкурса. Кубок также стал пространством для общения – встреч с сомелье, виноделами, дистрибьюторами, представителями винных компаний, коллегами и единомышленниками.

В рамках конкурса 4 октября прошел «Дегустационный салон», представлявший собой безлимитную дегустацию, которая предоставила гостям возможность познакомиться с винами из ассортимента ведущих виноторговых компаний и виноделен, открыть для себя новые имена, стили и регионы. Также были проведены профессиональные мастер-классы.

Программа включала четыре профессиональных мастер-класса, посвященных российскому виноделию, терруарам и разным стилям вина. Бренд-амбассадор группы компаний GRAPE Глеб Голубов выступил с темой «Солнце в бокале: от Крымских предгорий до Кахетинских долин». Дирек-

тор школы FortWine Роман Сосновский рассказал о феномене Single Vineyard в разных винодельческих регионах. А бренд-амбассадор группы компаний «Абрау-Дюрсо» Сергей Смазнов представил тему «Разная стилистика сортовых премиальных вин „Абрау-Дюрсо“».

Для профессионалов мероприятие дало новые знания, контакты и обмен опытом. Для любителей – возможность провести день внутри винной индустрии, дегустировать, общаться с экспертами и открывать вино с новой стороны. 4 октября была предусмотрена отдельная программа для гостей.

Предыдущий, 5-й «Санкт-Петербургский кубок сомелье» прошел в Санкт-Петербурге 1–2 ноября 2025 года. В нем приняли участие 43 человека – не только из Северной столицы, но также из Москвы и Ярославля. По итогам двухднев-

ных соревнований звание лучшего сомелье Санкт-Петербурга завоевал шеф-сомелье ресторана La Vue Леонид Кирсанов. Это была уже вторая его победа в данном конкурсе: впервые он стал победителем «Санкт-Петербургского кубка сомелье» в 2023 году. Второе место тогда занял шеф-сомелье ресторанов Tondo, La Biga и Ro Сергей Лукинов. Третьей стала эксперт компании Simple Group Инесса Новичихина, которая на двух предыдущих конкурсах завоевывала второе место.

Первый розыгрыш «Петербургского кубка сомелье» проходил 5–6 февраля 2022 года в Северной столице, в отеле «Астория». В этом соревновании приняли участие более 30 конкурсантов из города на Неве. В итоге победу одержала Марина Тонкова. Второе место заняла Кристина Веселова, а третьей стала Вероника Смирнова.

ЗАРА МУРАДЯН: «АРМЕНИЯ ПОДТВЕРДИЛА СВОЮ СОСТОЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ВИНОДЕЛЬЧЕСКАЯ СТРАНА»

(Продолжение. Начало на стр. 1 – 3)

– Во-первых, мы показали, что Армения готова принимать события мирового уровня и быть частью глобального винного сообщества. СМВ показал, что у страны есть все необходимые составляющие для международного успеха: уникальные автохтонные сорта винограда, разнообразные терруары, производители, ориентированные на качество, профессиональное сообщество, растущий интерес со стороны международных экспертов.

Второй важный вывод: необходимо продолжать системную работу по продвижению бренда Armenian Wine на международных рынках. Одного участия в выставках недостаточно: сегодня важно рассказывать историю страны, обучать профессиональное сообщество, развивать винный туризм и укреплять связи с импортерами и сомелье.

Третье направление – развитие сотрудничества между производителями, государственными структурами и отраслевыми организациями. СМВ стал примером эффективного объединения усилий для достижения общей цели.

Проведение СМВ открыло перед Арменией несколько важных возможностей: укрепление международной репутации страны как винодельческого направления, увеличение интереса со стороны импортеров, журналистов и винных экспертов, развитие винного туризма, продвижение автохтонных сортов на мировом рынке, создание новых деловых контактов для армянских производителей.

И самое главное – конкурс позволил миру увидеть, что Армения подтвердила свою состоятельность как винодельческая страна. Это событие открыло новые возможности для укрепления позиций Армении: мы показали международному сообществу, что обладаем не только древними традициями, но и современным подходом, высоким качеством вин и гостеприимством, которое делает страну привлекательной для винных экспертов, туристов и инвесторов.

– Несмотря на древнюю историю, армянское виноделие переживает настоящий «ренессанс». Какие ключевые факторы, по вашему мне-

нию, будут определять его развитие в ближайшие 5–10 лет? Каковы, на ваш взгляд, самые большие вызовы для отрасли?

– В ближайшие 5–10 лет развитие отрасли, на мой взгляд, будет определяться несколькими ключевыми факторами.

Главное конкурентное преимущество Армении – ее уникальность. Будущее отрасли связано не с увеличением объемов производства, а с развитием премиального позиционирования и продвижением идеи Armenian Wine как отдельной винной категории. Особое значение будет иметь дальнейшее раскрытие потенциала автохтонных сортов.

Одним из главных направлений остается расширение присутствия армянских вин на международных рынках. Сегодня важно не только выходить на новые страны, но и формировать долгосрочное присутствие через работу с профессиональными импортерами, участие в международных выставках, образовательные программы для сомелье и экспертов, продвижение истории и ценности армянского вина. Перспективными направлениями являются США, Европа, Великобритания, Япония, Китай и другие рынки, где растет интерес к уникальным и аутентичным винам.

Следующий этап развития связан с повышением эффективности всей цепочки производства: улучшением качества винограда, развитием современных виноградарских, внедрением устойчивых методов виноградарства, повышением квалификации специалистов, усилением маркетинговых компетенций производителей. Сегодня потребитель на международном рынке выбирает не только вкус вина, но и историю, устойчивость производства и прозрачность происхождения продукта.

Несмотря на значительный прогресс, перед армянским виноделием стоят серьезные задачи. Основные вызовы – изменение климата, качество и стабильность сырьевой базы, ограниченность ресурсов и необходимость инвестиций.

– Одним из вызовов для многих винодельческих регионов мира является изменение климата. Как Армения, и Фонд в частности, адаптируются



к этим условиям, и какую роль в этом играют исследования и цифровые технологии, такие как внедрение Реестра виноградников (VRS) и сертифицированных питомников?

– Армения уже предпринимает шаги для повышения устойчивости виноградарства и адаптации отрасли к новым условиям. Одним из ключевых направлений является переход к более научному и системному управлению виноградными ресурсами.

Большую роль играет внедрение Реестра виноградников (Vineyard Registry System, VRS) – цифровой системы учета виноградников, которая позволяет получить точную информацию о площади и расположении виноградников, сортах винограда, возрасте насаждений, состоянии виноградников и производственном потенциале. Такой инструмент является основой для принятия стратегических решений: от

планирования развития отрасли до оценки рисков, связанных с изменением климата.

Также большое значение имеет развитие системы сертифицированных питомников, поскольку качественный посадочный материал является фундаментом устойчивого виноградарства.

Фонд рассматривает развитие отрасли комплексно: от поддержки производителей и продвижения армянского вина за рубежом до повышения качества виноградарства и внедрения современных инструментов управления. Наша задача – создать условия, при которых армянские производители смогут конкурировать на международном рынке не только благодаря истории, но и благодаря качеству, инновациям и устойчивому развитию.

– Вино из Армении все чаще позиционируется как продукт премиального сегмента. Какие шаги вы

предпринимаете для повышения узнаваемости и укрепления репутации армянских вин за рубежом, особенно на таких сложных рынках, как европейский и американский?

– Мы работаем по нескольким направлениям. Во-первых, это системное продвижение бренда Armenian Wine через участие в ключевых международных выставках – Wine Paris, ProWein, Vinexpo, London Wine Fair. Во-вторых, мы развиваем образовательные программы для сомелье и винных экспертов, чтобы они лучше понимали специфику армянских автохтонных сортов и могли донести эту ценность до конечного потребителя. В-третьих, мы укрепляем сотрудничество с импортерами и дистрибьюторами на европейском и американском рынках, помогая производителям выстраивать долгосрочные партнерства. Кроме того, важную роль играет винный туризм: когда иностранные эксперты и журналисты приезжают в Армению и видят виноградники, терруары и производство своими глазами, это создает более глубокую эмоциональную связь и повышает доверие к продукту.

– Какие механизмы государственной поддержки, на ваш взгляд, наиболее эффективны для развития отрасли и повышения ее экспортного потенциала? Как Фонд помогает виноделам в их работе с крупными торговыми сетями и сегментом HoReCa?

– Наиболее эффективные механизмы государственной поддержки – это инвестиции в научные исследования, развитие инфраструктуры виноградарства, субсидирование сертифицированных питомников и создание условий для экспорта. Также важно развивать программы обучения и повышения квалификации специалистов, чтобы отрасль росла профессионально.

Фонд активно помогает виноделам в работе с крупными торговыми сетями и сегментом HoReCa: мы организуем дегустации для байеров и сомелье, предоставляем маркетинговую поддержку, помогаем в оформлении экспортных документов и налаживании контактов с международными сетями. Это позволяет армянским производителям не только расширять присутствие на внутреннем рынке, но и успешно выходить на зарубежные площадки.

«КАВИГРИС» ЗАПУСКАЕТ НОВУЮ ЛИНЕЙКУ ИГРИСТЫХ ВИН ROYAL KISS



Винодельческое предприятие «Кавигрис», расположенное в поселке Иноземцево Ставропольского края, представляет новую линейку игристых вин ROYAL KISS. В серию вошли 3 вина из винограда, выращенного в регионе Кавказских Минеральных Вод: белое брют, красное полусладкое и белое полусладкое.

Белое брют ROYAL KISS изготовлено из винограда сортов Алиготе, Шардоне и Рислинг. Вино светло-золотистого цвета с зеленоватым оттенком отличается тонким сложным ароматом, нежным вкусом и продолжительной игрой пузырьков. Красное полусладкое игристое ROYAL KISS изготовлено из Саперави и Левокумского. Оно имеет темно-красный цвет с гранатовым оттенком, аромат красных ягод, гармоничный вкус с приятной терпко-

стью и продолжительную игру. Белое полусладкое игристое ROYAL KISS также сделано из Алиготе, Шардоне и Рислинг. Вино светло-золотистого цвета с зеленоватым оттенком обладает сложным ароматом с цветочными оттенками, гармоничным вкусом, медовыми тонами и красивой продолжительной игрой.

Как отмечают на предприятии, новые вина «Кавигрис» отличаются характерной полнотой вкуса и многогранностью букета. Их особенность – сохранение натуральности продукта, яркости вкуса и безупречного качества. В производстве используется технология, которая позволяет сохранить цвет, аромат и вкусовые характеристики вина. Ключевая миссия компании – сочетание вековых традиций с инновационными технологиями.

Винодельческое предприятие «Кавигрис» находится в поселке Ино-

земцево, у подножия горы Бештау, в центральной части Кавказских Минеральных Вод. Умеренно-континентальный климат региона, большое количество солнечных дней, а также защита виноградников горными массивами Бештау и Машук формируют локальный микроклимат: он способствует накоплению сахара в винограде при сохранении кислотности и дает ягоды со сложным ароматическим профилем.

История предприятия берет свое начало в 1933 году, когда на базе небольшого производства был создан винзавод. В советский период он вошел в объединение «Рославвино» и стал одним из крупнейших предприятий отрасли, выпуская около 2 млн декалитров вина в год. Ассортимент включал десятки видов тихих и игристых вин, которые поставлялись в разные регионы страны и за ее пределы. В начале 2000-х годов предприя-

тие прошло масштабную модернизацию. Сегодня производственные цеха оснащены современным технологическим оборудованием производственной мощностью от 7 до 14 млн бутылок в год. При переработке винограда используются автоматизированные линии, а технологический процесс построен с учетом бережного обращения с сырьем.

Помимо ROYAL KISS, «Кавигрис» выпускает широкий ассортимент тихих и игристых вин, в том числе под хорошо известным в России брендом «Иноземцево». В производстве используются такие сорта винограда, как: Аликант Буше, Марселан, Ребо, Каберне Фран, Саперави, Шардоне, Рислинг, Совиньон Блан, Мускат Оттонель, Ркацители и другие редкие европейские сорта винограда, произрастающие на территории Кавказских Минеральных Вод.

– Как вы оцениваете потенциал армянского виноделия в сегменте игристых вин, особенно учитывая интерес к традиционному методу и прохладные терруары Тавуша?

– Потенциал Армении в сегменте игристых вин – одно из наиболее интересных и перспективных направлений развития отрасли. Хотя исторически Армения больше известна своими красными винами из сорта Арени и белыми винами из Воскеата, сегодня все больше внимания уделяется производству качественных игристых вин, особенно с использованием уникальных местных сортов и терруаров. Одним из ключевых факторов является наличие высокогорных и прохладных винодельческих зон, которые создают благоприятные условия для производства вин с естественной свежестью, высокой кислотностью и элегантным профилем.

Особенно перспективным в этом отношении является регион Тавуш, который отличается более прохладным климатом, большим количеством осадков по сравнению с другими винодельческими регионами Армении и уникальными природными условиями. Эти особенности позволяют создавать вина с хорошим кислотным балансом.

Большой интерес представляет работа с автохтонными сортами, прежде всего с Воскеатом, который обладает тонкой ароматикой, свежестью и хорошей структурой, а также с другими местными сортами, которые могут придать игристым винам узнаваемый армянский характер. Отдельным направлением является развитие игристых вин, произведенных традиционным методом (méthode traditionnelle). Этот подход требует высокого уровня мастерства, времени и инвестиций, но именно он позволяет создавать продукты премиального сегмента с высокой добавленной стоимостью. Для Армении это особенно важно, поскольку стратегия отрасли заключается не в конкуренции по объемам, а в создании уникальных, качественных и аутентичных вин.

Уже сегодня некоторые армянские производители экспериментируют с игристыми винами, изучают потенциал различных сортов и участков, внедряют современные технологии и стремятся создать вина, способные занять свою нишу на международных рынках.

На мой взгляд, Армения имеет все предпосылки, чтобы в будущем стать узнаваемой не только благодаря своим красным винам из Арени, но и благодаря элегантным игристым винам с яркой индивидуальностью.

– Планируется ли развитие винного туризма в Армении как отдельного направления для привлечения иностранных инвестиций и повышения узнаваемости бренда Wine of Armenia?

– Да, развитие винного туризма является одним из важных направлений для дальнейшего роста армянской винодельческой отрасли. Сегодня в мире вино уже давно воспринимается не только как продукт, но и как часть культурного наследия, гастрономии и туристического опыта. Для Армении это направление имеет особенно большой потенциал благодаря уникальному сочетанию древней истории виноделия, богатого культурного наследия, природного разнообразия и традиционного гостеприимства.

Армения имеет все возможности для создания конкурентоспособного направления винного туризма: одну из древнейших в мире историй производства вина, включая археологические находки в пещере Арени; уникальные винодельческие регионы – Вайоц Дзор, Арагатскую долину, Арагацотн, Тавуш и другие; большое количество небольших семейных и бутиковых виноделен; сочетание вина с национальной кухней, культурными объектами и природными маршрутами.

Сегодня многие армянские винодельни уже активно развивают туристические программы: проводят дегустации, экскурсии по виноградникам и производству, организуют гастрономические мероприятия, фестивали урожая и различные образовательные программы для гостей. Это не только дополнительный источник дохода для производителей, но и эффективный инструмент продвижения армянского вина.

Для привлечения иностранных инвестиций винный туризм открывает значительные возможности для развития винодельческих комплексов и туристической инфраструктуры, гостиничных и ресторанных проектов при винодельнях, гастрономических маршрутов, центров дегустации и обучения, проектов в сфере устойчивого и сельского туризма.

Турист, посетивший винодельню в Армении, попробовавший местные сорта винограда, познакомившийся с историей региона и виноделами, становится долгосрочным послом бренда.

В ближайшие годы важными задачами будут: создание единой стратегии развития винного туризма, улучшение туристической инфраструктуры в винодельческих регионах, развитие стан-

дартов приема гостей на винодельнях, обучение специалистов, объединение усилий виноделов, туристического сектора и государственных структур, продвижение винных маршрутов Армении на международных рынках.

Винный туризм может стать одним из ключевых инструментов укрепления позиций Армении как винодельческой страны мирового уровня. Он позволяет одновременно решать несколько задач: повышать узнаваемость Wine of Armenia, поддерживать местные сообщества, привлекать инвестиции и показывать миру уникальную историю армянского вина через личный опыт и эмоции.

– Вы являетесь исполнительным директором Фонда виноградарства и виноделия Армении, созданного для координации развития всей отрасли. По нашей информации, у вас есть и собственный винодельческий проект. Можете рассказать о нем?

– Прежде всего хочу отметить, что моя основная деятельность связана с работой в Фонде виноградарства и виноделия Армении, где наша главная задача – развитие всей отрасли, поддержка производителей, продвижение бренда Wines of Armenia и укрепление позиций армянского вина на международных рынках.

Ни для кого не секрет, что я на протяжении многих лет занималась производством вина под брендом Zara Wines, а также являюсь первой женщиной – производителем вина в Армении. Надо отметить, что сегодня число женщин, занимающихся виноделием в Армении, значительно выросло. Собственный винодельческий проект помогает лучше понимать потребности отрасли и задачи производителей. Однако после назначения на должность директора Фонда я полностью передала проект под управление моей семьи.

– Расскажите, пожалуйста, о вашей собственной философии виноделия. Какой сортовой состав вы предпочитаете и какие регионы считаете наиболее интересными для работы?

– Моя философия заключается в том, что главное преимущество армянского виноделия – это аутентичность и способность рассказывать историю через вино. Армения не должна стремиться копировать другие винодельческие страны. Наша задача – раскрывать то, что делает нас уникальными: древнюю историю, автохтонные сорта винограда, разнообразные терруары и талант современных виноделов. Для меня вино – это не просто напиток. Это история земли, культуры и людей.

Я считаю, что будущее армянского вина связано прежде всего с сортами, которые невозможно повторить в других странах. Особое место здесь занимают Арени и Воскеат. Арени уже стал своеобразной визитной карточкой Армении благодаря своей элегантности, минеральности, свежести и способности отражать особенности высокогорного терруара. Воскеат, на мой взгляд, обладает огромным потенциалом для создания высококачественных белых вин благодаря своей структуре, аромату и хорошему балансу кислотности.

Также очень интересны другие автохтонные сорта – Сирени (Хндогни), Милага (Хакет), Лалвари, Мсхали и другие, которые могут расширить представление о разнообразии армянского виноделия и создать новые стили вин.

С точки зрения регионов, особое место занимает Вайоц Дзор – регион, который является символом современного армянского винного возрождения. Высокогорные виноградники, вулканические и известняковые почвы, сложный климат и уникальный сорт Арени создают условия для производства вин с ярко выраженной индивидуальностью.

При этом я вижу большой потенциал и в других регионах. Арагацотн интересен благодаря своим высотам и более прохладному климату, что открывает возможности для свежих белых вин и игристых вин. Тавуш также является очень перспективным направлением благодаря своим природным условиям, особенно для сортов, которым необходим более прохладный климат и высокая кислотность.

В конечном итоге моя философия проста: армянское вино должно оставаться узнаваемым, честным и связанным с нашей землей. Его сила не в стремлении быть похожим на кого-то другого, а в том, чтобы показать миру собственную историю и уникальный характер Армении. Именно это является основой устойчивого будущего нашего виноделия.

– Многие эксперты говорят о высокой гастрономичности армянских вин. Как вы сами раскрываете гастрономический потенциал армянских вин? Есть ли у вас личные предпочтения в сочетании вин с блюдами?

– Армянские вина действительно обладают большим гастрономическим потенциалом, и это одно из их важных преимуществ на международной арене. Благодаря разнообразию автохтонных сортов, особенностям терруара и сбалансированной структуре

армянские вина способны гармонично сочетаться с широким спектром блюд не только армянской кухни, но и современной международной гастрономии.

На мой взгляд, главная сила армянских вин – в их балансе и характере. Например, красные вина из сорта Арени часто обладают хорошей кислотностью, свежестью, тонкими фруктовыми и пряными оттенками, умеренной структурой и элегантностью. Это делает их прекрасным сопровождением к мясным блюдам, особенно приготовленным на огне, а также выдержанным сырам.

Белые вина из Воскеата отличаются свежестью, минеральностью и выразительной ароматикой. Они прекрасно подходят к рыбе, морепродуктам, легким закускам, овощным блюдам и блюдам с мягкими сырами. Благодаря своей структуре Воскеат также интересен для современной высокой кухни, где важны тонкость и баланс.

Особенно интересны гастрономические возможности армянских вин в сочетании с национальной кухней. Армянская кухня очень разнообразна: она включает блюда с яркими ароматами трав и специй, запеченное мясо, овощи, зерновые культуры и сыры.

Арени прекрасно раскрывается с хоровцем, блюдами из ягненка, долмой, мясными блюдами с пряными травами. Воскеат гармонично сочетается с ишханом (севанской форелью), морепродуктами, свежими сырами и легкими закусками. Розовые вина из местных сортов могут стать отличным выбором для современной кухни, салатов и блюд с фруктовыми или кисло-сладкими элементами. Выдержанные вина хорошо сочетаются с более сложными блюдами и гастрономическими композициями.

Что касается личных предпочтений, мне особенно интересно сочетание армянских вин с блюдами, которые отражают нашу культуру и происхождение. Например, элегантный Арени с традиционным армянским хоровцем или блюдами из ягненка – это сочетание, в котором очень хорошо чувствуется связь вина с землей и традицией. А свежий, минеральный Воскеат с рыбой или легкими блюдами с травами показывает другую сторону армянского виноделия, его утонченность и современность.

Сегодня одна из важных задач – еще активнее развивать диалог между виноделами и гастрономическим сообществом: сомелье, шеф-поварами, рестораторами. Именно через гастрономию потребитель часто впервые открывает для себя винную культуру страны.

В МОСКВЕ СТАРТУЮТ ОТБОРОЧНЫЕ ЭТАПЫ КОНКУРСА «ИДЕАЛЬНЫЙ ВЫБОР»

С 22 сентября по 10 декабря 2026 года в Москве будут проходить очередные отборочные этапы конкурса народной дегустации «ИДЕАЛЬНЫЙ ВЫБОР», организованным Национальным союзом прав потребителей совместно с выставочной компанией «Асти Групп» и отраслевыми объединениями.

Дегустации проходят в Москве, однако право размещать знак «ИДЕАЛЬНЫЙ ВЫБОР» на упаковке и в рекламе действует на всей территории России – независимо от региона производства и продажи продукции. Ближайшие конкурсы состоятся: 27–29 октября, 10–12 ноября, 24–26 ноября и 8–10 декабря 2026 года.

Участники получают независимую оценку: дегустация проходит вслепую, образцы обезличены и пронумерованы, а оценивают их конечные



потребители. При оценке «хорошо» и выше производитель получает право размещать знак «ИДЕАЛЬНЫЙ ВЫБОР» на упаковке и в рекламе – это выделяет продукт на полке. Результаты публикуются в СМИ и направляются крупнейшим ритейлерам. Личное присутствие не требуется: образцы передаются для дегустации, всю организацию берет на себя оргкомитет.

Первый конкурс народной дегустации «Идеальный выбор» был проведен в Москве в октябре 2024 года. Организаторами выступают выставочная компания «Асти Групп» и Национальный союз защиты прав потребителей совместно с профильными ассоциациями и союзами.

Народная дегустация представляет собой мероприятие, где значительное

количество незнакомых между собой потребителей дегустируют и оценивают продукцию. Цель – определить товары, соответствующие реальным потребительским предпочтениям и спросу, независимо от многочисленных экспертных оценок. Фактически такая дегустация является маркетинговым исследованием, ориентированным на конечного покупателя.

Система отбора образцов на профессиональных конкурсах зачастую непонятна потребителю. В качестве примера организаторы приводят случай весной 2023 года, когда судьи престижного винного конкурса Gilbert et Gaillard присудили золотую медаль вину из супермаркета за 2,5 евро, которое журналисты специально выбрали по принципу «чем хуже – тем лучше». Критерии оценки у потребителей и экспертов могут значительно отличаться, тогда как целевая аудитория

производителей – именно обычные покупатели.

Конкурс проходит в несколько этапов. В качестве дегустаторов приглашаются случайные посетители гастрономических комплексов и маркетов. Дегустация слепая: образцы закрываются непрозрачными пакетами и нумеруются. Каждый образец пробуют не менее ста случайных потребителей, выставляя оценки по 4-балльной системе («отлично», «хорошо», «посредственно», «плохо»). Результатом становится средний балл.

На итоговом мероприятии проводятся пресс-конференции, публикуются результаты потребительских дегустаций и вручаются памятные награды и сертификаты на каждый образец, набравший средний балл выше четырех.

Подробнее об участии в конкурсе:

<https://tastefestival.ru/meropriyatiya/idealnyy-vybor/>

ТИГРАН ОГАННЕСЯН: «АРМЯНСКОЕ ВИНО ДОЛЖНО ВОСПРИНИМАТЬСЯ КАК СОВРЕМЕННЫЙ ПРОДУКТ С СОБСТВЕННЫМ ХАРАКТЕРОМ»

Армянские автохтонные сорта – основа стиля вин, выпускаемых Manukyan Brandy Factory. Это винодельческое хозяйство, основанное в 2015 году, сегодня активно работает с сортами винограда Арени, Кангун и Воскеат, выпуская около 3 млн бутылок в год и параллельно выдерживая коньячные спирты, возраст которых достигает 50 лет. О том, как местные сорта формируют характер вин и коньяков, о работе с разными типами дубовых бочек и планах на будущее газете Wine Weekly рассказал коммерческий директор Manukyan Brandy Factory Тигран Оганнисян.

– Завод Manukyan Brandy Factory был основан в 2015 году владельцем предприятия по производству стеклянной тары Меликом Манукяном. Расскажите, пожалуйста, с чего все началось и когда предприятие выпустило свою первую продукцию? Что это было – коньяк или вино?

– Изначально проект задумывался как современное армянское производство, которое объединяет передовые технологии, качественное сырье и традиции армянского виноделия и коньячного дела. Начинали мы именно с вина: первые тихие вина вышли на рынок в 2019 году. В основе были армянские автохтонные сорта, прежде всего Арени и Кангун. С самого начала нам хотелось показать возможности армянского винограда в современном виноделии, поэтому работа с местными сортами стала одной из основ проекта. Со временем портфель расширился – появились разные стили вин, выдержанные позиции, новые сорта. Параллельно развивалось коньячное производство. Сегодня Manukyan Brandy Factory – это полноценный винодельческий проект с собственными виноградниками, винным и коньячным направлениями.

– Ваши виноградники расположены в районе Вайоц Дзор и в Араратской долине. Вы приобрели уже готовые

насаждения или высаживали лозы с нуля?

– Сегодня виноград для производства Manukyan Brandy Factory поступает из трех винодельческих зон Армении – Вайоц Дзора, Араратской долины и Армавирской области. Первые собственные виноградники мы заложили в Вайоц Дзоре, в селе Агавнадзор. Часть винограда также поступает от партнерских хозяйств. Нам интересна работа с разными регионами, потому что они дают совершенно разный виноград. Вайоц Дзор отличается высотой, сухим климатом, большими перепадами дневных и ночных температур и каменистыми почвами. У Араратской и Армавирской областей свой характер – другие почвы и условия созревания. Когда сравниваешь вина из разных регионов, особенно хорошо видно, насколько сильно место влияет на свойства одного и того же сорта.

– Какова была площадь первых виноградников и насколько она изменилась к сегодняшнему дню?

– Первые собственные виноградники в Агавнадзоре занимали около 10 гектаров. Выбор Вайоц Дзора был связан прежде всего с возможностями региона для работы с Арени. Здесь много солнца, прохладные ночи, сухой климат и характерные каменистые почвы. Виноград получается достаточно концентрированным, при этом сохраняет хорошую кислотность. Особенно это заметно на Арени: при полной зрелости ягоды сорт не теряет свежести и сохраняет хорошую структуру. Сегодня работа с виноградниками продолжается, и собственные насаждения постепенно развиваются.

– Каким сортам винограда вы отдали свои предпочтения и почему?

– Мы работаем и с международными, и с армянскими автохтонными сортами. Среди основных для нас – Арени, Кангун и Воскеат.

Арени – один из наиболее интересных армянских сортов для красных вин. В Вайоц Дзоре он дает хорошую кислотность, структуру и яркую ягодную ароматику. Из него можно делать мо-

лодые, свежие вина, а при правильной работе с виноградом – вина с хорошим потенциалом выдержки.

Кангун интересен прежде всего своей свежестью, ароматикой и хорошей кислотностью. Это достаточно универсальный сорт, который хорошо подходит для гастрономических белых вин.

Воскеат является одним из наиболее известных армянских белых автохтонных сортов. Он интересен своей тонкой цветочной и фруктовой ароматикой, свежестью и хорошей кислотностью. В зависимости от места произрастания и подхода к винификации Воскеат может давать как легкие и свежие, так и более структурные и сложные вина.

Наряду с автохтонами мы используем и международные сорта. Интересно сравнивать их с местными и наблюдать, как один и тот же терруар проявляется через разные сорта винограда. При этом автохтоны имеют для нас особое значение. Именно они позволяют показать особенности армянского виноделия и создать стиль, который сложно повторить в другой винодельческой стране.

– Существует ли программа по дальнейшему развитию собственных виноградников? Если да, расскажите, что планируется предпринять в этом направлении?

– Да, собственные виноградники планируется постепенно расширять. В первую очередь внимание сосредоточено на Вайоц Дзоре, где мы уже хорошо изучили условия и видим потенциал для дальнейшей работы с Арени и другими армянскими сортами. При этом важна не сама площадь, а качество конкретных участков. Хороший виноград начинается с правильного места. Собственные виноградники дают возможность контролировать весь цикл – от работы с лозой и урожайностью до сроков сбора. В конечном счете это напрямую отражается на качестве вина.

– Что представляет собой сегодня производство Manukyan Brandy Factory? Каков объем выпуска?



ТЛЕГЕН ОМАРОВ СТАЛ ТРЕХКРАТНЫМ ПОБЕДИТЕЛЕМ «УРАЛЬСКОГО КУБКА СОМЕЛЬЕ»



12–13 сентября 2026 года в Екатеринбурге, в отеле «Атриум Палас», проходил 6-й конкурс «Уральский кубок сомелье», организованный Российской ассоциацией сомелье (РАС). Вместе с конкурсом

за звание лучшего сомелье региона мероприятие объединило дегустационный салон с участием ведущих виноделов и дистрибьюторов, а также мастер-классы от лучших экспертов отрасли.

13 сентября в Екатеринбурге собрались сомелье, кависты, виноделы, представители ресторанного бизнеса и виноторговых компаний. Гости приехали из разных регионов, включая Москву и Санкт-Петербург, что сделало мероприятие площадкой для обмена опытом и профессионального общения.

По итогам двухдневных соревнований первое место занял Омаров Тлеген из Тюмени. Второе место у Павла Хохлова из Екатеринбурга, третье – у Александра Соболева, также из Екатеринбурга. Следует отметить, что Тлеген Омаров стал трехкратным победителем конкурса «Уральский кубок сомелье». Ранее он уже побеждал на этом турнире в 2024 и 2022 годах. Также по итогам VI «Уральского кубка сомелье» определились участники, которые прошли отбор на Российский конкурс сомелье 2027 года, который состоится в Москве в марте. Кроме победителя и призеров в столицу

отправятся Никита Верников (Екатеринбург), Марат Шарафутдинов (Челябинск) и Екатерина Штырова (Екатеринбург).

Дегустационный салон работал 13 сентября с 14:00 до 20:00. В нем приняли участие ведущие компании и винодельни: GRAPE, «Усадьба Дивноморское» и винодельня «Криница», «Абрау-Дюрсо», Simple, Stölzle, Shambala, «Кубань-Вино», «Инкерман», Smart, «Винотерра», Alma Valley, AYA и DP-Trade. Гости смогли попробовать интересные вина, познакомиться с новыми проектами и лично пообщаться с представителями компаний. В рамках деловой программы также прошла серия мастер-классов. Сомелье группы компаний GRAPE Всеволод Лемешко провел встречу на тему «Солнце в бокале: от Крымских предгорий до Кахетинских долин». Шеф-амбассадор Simple, победитель Российского конкурса сомелье 2023 года Олеся Александрова предста-

вила свой мастер-класс. Бренд-амбассадор ГК «Абрау-Дюрсо» Роман Якимов выступил с темой «Разная стилистика сортовых премиальных вин „Абрау-Дюрсо“».

В прошлом году «Уральский кубок сомелье» проходил с 13 по 14 сентября в отеле Hyatt Regency. В конкурсе приняли участие 26 человек из 7 городов Уральского и Сибирского федеральных округов. Победителем стал екатеринбуржец Ефим Ильин, работающий шеф-сомелье в ресторанах Culta, «Горожане» и Frenchie. Благодаря его победе главный трофей остался в Екатеринбурге. Второе место занял руководитель проекта «Очень Винные Дела» Ярослав Гурьев из Иркутска. Третьим стал территориальный представитель ТД «Абрау» Денис Банных, также из Екатеринбурга. Конкурсную программу оценивали лучшие сомелье России, президенты региональных ассоциаций, представители виноторговых компаний и виноделов.

Насколько загружено производство и есть ли потенциал для увеличения объемов?

— Сегодня на предприятии развиваются два основных направления — винодельческое и коньячное. Фактический объем выпуска составляет около 3 млн бутылок в год. Существующие мощности позволяют увеличивать объемы, однако мы считаем, что рост должен быть постепенным и не должен происходить за счет качества.

Для нас принципиально важно контролировать каждый этап производства — от качества винограда до готового продукта. Поэтому при увеличении объемов мы прежде всего ориентируемся на возможности сырьевой базы и стабильность качества.

— Сколько коньяка и вина сегодня выпускает ваше предприятие? Каково их соотношение в общем объеме выпуска?

— Основную часть продукции составляют тихие вина. Коньячное производство находится на этапе формирования: коньячные спирты продолжают выдерживаться на предприятии, поэтому готовая продукция пока не представлена на рынке. Бренди необходимо время для созревания, и готовый продукт должен выйти на рынок тогда, когда будет достигнут нужный баланс между спиртом и древесиной. Поэтому сегодня говорить

о соотношении вина и коньяка в продажах пока преждевременно. Вино остается основой текущего портфеля, а коньяки станут его отдельной важной частью после завершения выдержки.

— На вашем предприятии установлено самое современное оборудование. Расскажите, каково сегодня технологическое оснащение компании?

— Основное технологическое оборудование на производстве — итальянской компании Della Toffola. Установлены бункер для приема винограда, дробилка-гребнеотделитель, пневматический пресс, нержавеющие емкости, насосное и другое оборудование.

Большое внимание мы уделяем бережной переработке винограда. Задача — максимально сохранить сортовую характеристику, свежесть и фруктовый характер ягоды. При этом используем разные подходы к винификации. Например, в производстве применяются дубовые буты Gabrioli итальянского производства. Это крупноформатные деревянные емкости, которые позволяют вину развиваться постепенно, добавляя ему текстуру и структуру, но не перекрывая сортовой характер.

Также в производстве применяются традиционные армянские глиняные амфоры — карасы. Интересно сравнивать, как один и тот же виноград ведет себя в разных емкостях. В стали он сохраняет один характер, а в ам-

форе меняется текстура и ощущение во вкусе, появляются другие нюансы развития. Современное оборудование и традиционные методы здесь хорошо дополняют друг друга.

— Говорят, что на вашем коньячном производстве работает технологическая установка, аналог которой есть только во Франции. Что это за оборудование и для чего оно предназначено?

— У нас установлено оборудование французской компании Chalcivignac для дистилляции виноматериала и получения коньячного спирта. Для нас это важный этап — ведь именно при дистилляции формируется основа будущего коньяка, а качество полученного спирта во многом определяет его дальнейшее развитие во время выдержки.

— Manukyan Brandy Factory располагает собственным парком бочек. Расскажите, пожалуйста, какова численность бочек, их общая вместимость и сколько литров коньячного спирта в них выдерживается?

— Да, у нас сформирован собственный парк дубовых бочек. Это важная часть нашего производства. Мы работаем с бочками из кавказского, французского, американского, румынского и армянского дуба. Сегодня в парке около 1500 бочек общей вместимостью примерно 220 тысяч литров. В них выдерживается около 200 тысяч литров коньячных спиртов.

Работа с бочкой — это не просто хранение. Один и тот же спирт может совершенно по-разному развиваться в зависимости от происхождения древесины, степени обжига, размера бочки и срока выдержки. Поэтому к выбору бочек мы относимся очень внимательно.

— Каким странам — производителям бочек вы отдаете предпочтение и почему?

— Мы используем бочки из кавказского, французского, американского и румынского дуба примерно в равных пропорциях. Разная древесина дает нам больше возможностей для работы со стилем и характером будущего продукта. При этом армянский дуб для нас имеет особое значение: нам интересно изучать, как местная древесина влияет на его развитие.

— Можете ли рассказать нашим читателям, как тот или иной дуб влияет на ароматику и вкус, на выдержку и созревание коньяка?

— Одна и та же древесина может проявляться совершенно по-разному — и в вине, и в коньячном спирте. В вине



дуб прежде всего влияет на аромат, текстуру, структуру и то, как вино развивается во время выдержки.

Французский дуб обычно дает более деликатное влияние. Он может добавлять оттенки ванили, пряностей, тостов, орехов, при этом хорошо сохраняя фруктовый характер. Особенно хорошо он работает с винами, которым нужна длительная выдержка и дополнительная структура.

Американский дуб проявляется ярче: больше ванили, сладких специй, иногда кокосовые и карамельные оттенки. В вине это делает аромат насыщеннее, а вкус — округлее и мягче. Но здесь важно не перегрузить сортовую ароматику древесиной.

Румынский дуб, в свою очередь, дает хорошую структуру и пряность. В зависимости от вина он может добавлять плотность, глубину и более выраженное пряное послевкусие.

Армянский дуб для нас особенно интересен как местная древесина. Он может давать вину более пряный, древесный профиль, добавлять структуру и глубину. Здесь особенно важно подобрать правильное сочетание сорта, времени выдержки и самой бочки, чтобы древесина не закрывала характер винограда.

В коньячном спирте влияние дуба развивается уже по-другому. Здесь важны не только ароматические оттенки, но и то, как древесина влияет на созревание спирта: на его структуру, мягкость, округлость, цвет и развитие сложных ароматов.

Американский дуб, например, может быстрее и заметнее отдавать спирту ванильные и сладковато-пряные ноты. Французский обычно работает спокойнее и постепенно усложняет профиль. Румынский дает структуру и пряность. Армянский дуб особенно интересен возможностью связать характер будущего коньяка с местным

происхождением сырья.

Поэтому нельзя сказать, что какой-то дуб лучше другого. Все зависит от продукта и от того, какой результат мы хотим получить. Для вина важно сохранить сорт и терруар, а древесиной добавить объема, структуры и сложности. Для коньячного спирта задача другая — помочь ему постепенно созреть и раскрыться. Именно поэтому работа с разными видами дуба для нас — это еще один способ управлять стилем продукта, а не просто выбор материала для бочки.

— Планируете ли в ближайшее время расширить парк бочек? Если да — то бочкам из какой древесины отдадите предпочтение и почему?

— Да, парк бочек мы планируем постепенно расширять. По мере развития производства потребуются больше емкостей для выдержки. При этом мы продолжим работать с французским, американским, румынским и армянским дубом, чтобы сравнивать их влияние на разные этапы созревания спирта. Отдельное внимание будем уделять собственным наблюдениям за выдержкой и подбору оптимальных сочетаний древесины, размера бочки и срока выдержки.

— Можете назвать возраст самых старых коньячных спиртов, которые хранятся на вашем заводе? Когда они смогут дойти до потребителя?

— Самым старым коньячным спиртам, которые сегодня хранятся на предприятии, около 50 лет. Их история уходит еще в 1990-е годы. В то время у нас были бартерные отношения с Ереванским коньячным заводом: мы поставляли стеклянную тару, а взамен получали коньячные спирты. Так на нашем предприятии появились спирты, которые выдерживаются уже несколько десятилетий.

(Продолжение на стр. 8)



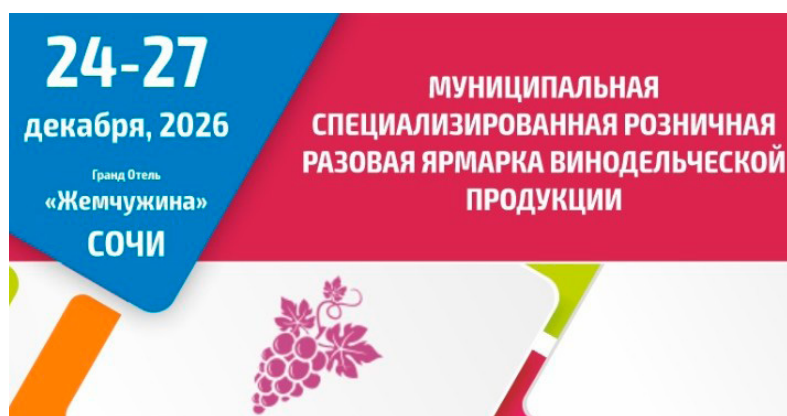
В СОЧИ ОТКРОЕТСЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ЯРМАРКА ВИНОДЕЛЬЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

С 24 по 27 декабря 2026 года в Сочи, в Гранд Отеле «Жемчужина», пройдет муниципальная специализированная розничная ярмарка винодельческой продукции. Мероприятие организовано при поддержке Союза «Торгово-промышленная палата Краснодарского края», Союза «Торгово-промышленная палата г. Сочи» и при содействии администрации города Сочи.

Ярмарка призвана упрочить позиции производителей и поставщиков вин, наиболее любимых горожанами и широко известных далеко за пределами Краснодарского края. Все дни работы ярмарки будут открыты широкие торговые ряды только с лучшей продукцией, организованы дегустации и мероприятия для участников, гостей и жителей города.

Ценность участия для производителей заключается в широком круге потенциальных покупателей, возможности наладить новые каналы сбыта в южном регионе, заключить договоры о сотрудничестве. В преддверии новогодних праздников в Сочи ожидается большое количество туристов, что создаст дополнительный поток покупателей. Также на ярмарке будут представлены мелко- и крупнооптовые покупатели из Большого Сочи, других городов Черноморского побережья и Абхазии. Участники смогут принять участие в дегустационном конкурсе вин и получить заслуженные награды.

Для посетителей ярмарка предоставляет возможность познакомиться с продукцией лучших производителей напитков, непосредственно на месте заключить прямые договоры, произвести оптовые закупки, найти новых деловых партнеров для долгосрочного сотрудничества, а также продегу-



стировать и приобрести экологически чистую продукцию.

Для оптимизации работы участников организаторы согласовали ярмарку-продажу. На основании Постановления от 18.08.2026 №2474 Администрации муниципального образования городской округ город-курорт Сочи Краснодарского края на

ярмарке разрешена розничная продажа винодельческой продукции, произведенной на территории Краснодарского края (за исключением коньяка, бренди и виноградной водки), а также безвозмездная раздача образцов такой продукции для дегустации.

Торговля побутолично разрешена

только при наличии лицензии на розничную продажу алкогольной продукции с обязательным применением контрольно-кассовой техники в соответствии с законодательством Российской Федерации. Организация специализированной ярмарки винодельческой продукции осуществляется в соответствии с Федеральным законом и статьей 11 Федерального закона от 28 декабря 2009 года № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации».

Мероприятие будет способствовать продвижению краевой винодельческой продукции, популяризации качественных российских вин и повышению культуры потребления алкогольной продукции. Организаторы приглашают к участию производителей, специалистов и покупателей, обещая, что щедрые ряды ярмарки оправдают ожидания каждого.

ТИГРАН ОГАННЕСЯН: «АРМЯНСКОЕ ВИНО ДОЛЖНО ВОСПРИНИМАТЬСЯ КАК СОВРЕМЕННЫЙ ПРОДУКТ С СОБСТВЕННЫМ ХАРАКТЕРОМ»

(Продолжение. Начало на стр. 7)

С такими спиртами особенно интересно работать и наблюдать за их развитием. С возрастом спирт становится мягче, сложнее, меняется его ароматический профиль: фруктовые и цветочные ноты постепенно дополняются оттенками сухофруктов, специй, древесины, орехов. Но сама цифра на этикетке еще ничего не говорит о качестве. Можно иметь очень старый спирт, который уже потерял часть своей выразительности, и более молодой, но гораздо более живой и гармоничный.

В выдержке важен баланс. Спирт должен постепенно извлекать из древесины нужные ему оттенки, становиться мягче и глубже, но при этом сохранять собственный характер. Поэтому мы внимательно следим за тем, как он развивается в бочке, и не считаем, что чем дольше выдержка, тем лучше результат.

Старые спирты для нас – это еще и часть истории предприятия. Они дают возможность сравнивать, как меняется спирт на протяжении десятилетий, и использовать этот опыт при создании будущего коньяка. Готовый продукт выйдет на рынок тогда, когда спирт достигнет своей оптимальной зрелости и действительно будет готов

к розливу.

– Во Франции и Армении коньяк делают из разных сортов винограда. Какие сорта используете вы и в чем их преимущества перед французскими? Какие нюансы местные автохтоны придают армянским коньякам?

– Для производства коньячных спиртов мы используем армянские белые автохтонные сорта – Кангун, Гаран Дмак и Воскеат. У каждого свой характер. Кангун дает хорошую кислотность и свежесть, Гаран Дмак – более выраженную ароматику, а Воскеат отличается тонкими цветочными и фруктовыми оттенками.

Для коньячного производства особенно важны кислотность, ароматическая чистота и баланс виноматериала. При дистилляции часть сортовых характеристик меняется, но исходный характер винограда остается в основе будущего спирта и дальше развивается во время выдержки.

Поэтому здесь правильнее говорить не о преимуществах этих сортов перед французскими, а об их отличии. Это местные армянские сорта, сформировавшиеся в другом климате и на других почвах. Они дают исходному спирту собственную ароматическую основу, которая после выдержки может стать частью узнаваемого армянского стиля

коньяка. Особенно интересно наблюдать весь путь сорта – от винограда и виноматериала через дистилляцию до многолетней выдержки в дубе. На каждом этапе его характер меняется, но определенные сортовые особенности остаются узнаваемыми.

– Расскажите, пожалуйста, об ассортименте выпускаемых коньяков. Какие бренды сегодня выпускает Manukyan Brandy Factory и в чем их особенности?

– Готового коньяка Manukyan Brandy Factory пока нет в продаже – коньячные спирты продолжают выдерживаться. Поэтому сейчас правильнее говорить о будущем ассортименте. Наша задача на этом этапе – получить качественный, хорошо сбалансированный спирт. Когда выдержка будет завершена, можно будет говорить о конкретной линейке, ее стиле и позиционировании.

– Как говорится, не коньяком единым. Ваша компания выпускает и тихие вина. В ассортименте несколько линеек. Расскажите, как появились названия этих линеек и в чем особенности вин, которые в них входят?

– У нас три основные винные линейки – Biblioteka, Holani и Anamor.

Biblioteka – это своеобразный калейдоскоп сортов. В линейке собраны разные армянские автохтоны и международные сорта, с которыми работает винодельня. Поэтому линейка охватывает широкий диапазон стилей: в ней представлены сухие моносортовые вина, а также полусухие и полусладкие купажи. Отдельное место в линейке занимает гранатовое вино – продукт, связанный с армянской культурой и историей.

Следующая линейка – Holani – связана с образом чистоты, в том числе чистоты души. Ведь Holani – это слово из древнеармянского языка, которое означает «чистый». Название хорошо отражает идею линейки: чистое, ясное выражение сорта, свежесть, аромат и баланс. Здесь важно, чтобы вино сохраняло естественный характер



винограда и хорошо сочеталось с седой. Линейка Anamor, в свою очередь, получила название от исторической крепости Анамор, которая в древности защищала армянское царство от набегов. Сегодня это территория современной Турции. Для этой коллекции вин важны идеи истории, силы и преемственности. Вина, представленные в этой серии, являются более глубокими. При их создании акцент делается на выдержку, сложность и развитие во времени.

– Наряду с современными емкостями для изготовления вина на вашей винодельне используются и традиционные армянские карасы? Они предназначены для экспериментального выпуска или в них вы выдерживаете серийно выпускаемые вина?

– В производстве мы используем разные емкости в зависимости от стиля вина. Помимо нержавеющей стали и дубовых бочек Gabrioli итальянского производства, работаем с традиционными армянскими карасами.

Карасы используются не только для экспериментальных партий: работа с ними представлена в серийной линейке Anamor Karasi. Для нас это возможность обратиться к традициям армянского виноделия и одновременно изучать, как такая емкость влияет

на развитие разных сортов. В карасе вино развивается иначе, чем в стали или дубе, приобретая другую текстуру и характер.

При этом мы стараемся использовать карас не просто как традиционную емкость, а как полноценный инструмент винификации – с учетом особенностей конкретного сорта и желаемого стиля вина.

В итоге мы используем разные подходы: нержавеющая сталь помогает сохранить свежесть и сортовую чистоту, крупные дубовые буты дают вину более мягкое развитие и дополнительную текстуру, а карас позволяет раскрыть другую сторону армянского виноделия. Во всех случаях задача одна – подобрать для конкретного сорта и конкретного вина такую емкость, которая поможет ему раскрыться, а не будет доминировать над характером винограда.

– Рассказывают, что для розлива своих вин на вашем предприятии используют специальные бутылки, которые позволяют дольше сохранять уникальные свойства вин. В чем их особенность и в чем отличие от конкурентов?

– У нашей группы компаний есть собственное производство стеклянной тары. Это позволяет разрабатывать



РОССЕЛЬХОЗБАНК ЗАПУСКАЕТ ВСЕРОССИЙСКИЙ ОНЛАЙН-ИНТЕНСИВ «АГРОВЗЛЕТ»



С 30 сентября по 30 октября 2026 года Россельхозбанк проводит всероссийский онлайн-интенсив «Агровзлет» для студентов первого курса аграрных вузов. Программа проходит в образовательной платформе «Я в Агро» и посвящена современным технологиям в агропромышленном комплексе (АПК).

Интенсив задуман как комплексная программа погружения в отрасль, которая откроет первокурсникам мир передовых технологий и инноваций в АПК и вдохновит на развитие в этой сфере.

Участники смогут по-новому взглянуть на агробизнес: увидеть, как наука и цифровые решения меняют сельское хозяйство, и осознать свои перспективы в динамично развивающейся отрасли. Участников ждут ежедневные задания, прямые эфиры

с ведущими экспертами, лекции, подкасты и интервью с молодыми специалистами, уже реализовавшими себя в агроиндустрии.

В программе интенсива – выступления топ-экспертов отрасли, которые расскажут о применении дронов и искусственного интеллекта в сельском хозяйстве, экологических технологиях, цифровизации агробизнеса и профессиях будущего. Благодаря этим материалам студенты смогут оценить, насколько технологичен и перспективен современный АПК, и найти для себя интересное направление для профессионального роста.

Все участники интенсива получат именны сертификаты для личного портфолио. Предусмотрены дополнительные призы от компаний-партнеров – экскурсии на агропредприятия и в офис Россельхозбанка, а также возможность пройти стажировку в топовой агрокомпании.

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. Корабле-
строителей, д. 31, кор. 2, оф. 3.
Телефон: (812) 967-16-54,
e-mail: editor@provina.ru
Распространяется бесплатно посред-
ством e-mail рассылки участникам
винного рынка.

бутылки с учетом особенностей конкретного продукта – выбирать форму, цвет и характеристики стекла.

При этом для нас важна не только сама бутылка, но и весь процесс после розлива. Для ряда вин мы используем специальные пробки, которые обеспечивают необходимые условия для дальнейшего развития вина. Значительная часть продукции проходит этап бутылочной выдержки в погребе при контролируемом режиме хранения.

Мы считаем важным выпускать вино на рынок тогда, когда оно находится в оптимальном состоянии. Поэтому бутылка в нашем случае – не просто упаковка, а часть технологического процесса, связанного с хранением и дальнейшим развитием вина.

– Можете рассказать об основных рынках сбыта вашей продукции? Какие из них вы считаете наиболее перспективными для Manukyan Brandy Factory?

– Сегодня основные рынки для нас – Россия, Европа и США. Россия остается важным и понятным рынком: здесь хорошо знают Армению, армянскую кухню и уже знакомы с армянскими винами. Европа интересна прежде всего профессиональной винной аудиторией – там хорошо воспринимают автохтонные сорта и такие исторически древние винодельческие регионы, как Армения. США также выглядят перспективно: американский рынок открыт к необычным сортам и малоизвестным винодельческим странам, поэтому армянское вино здесь может быть интересной новой категорией. Сейчас мы также заинтересованы в странах Азии – там видим хороший потенциал для дальнейшего роста.

Наша задача – постепенно увеличивать присутствие на этих рынках и знакомить потребителей с армянскими сортами. Особенно хочется, чтобы такие сорта, как Арени и Кангун, становились узнаваемыми за пределами Армении.

– Где сегодня можно приобрести вина вашего производства в России? Какова их средняя цена на полке?

– Сегодня наши вина представлены в России в сети «Очаково-Алко», в том числе в их фирменных магазинах «Тамада», «Библиотека» и «Алко-маркет». Для нас важно, что здесь представлен практически весь спектр нашего винного портфеля – от среднего сегмента до премиальных и суперпремиальных вин. При этом наши отношения с «Очаково-Алко» давно вышли за рамки обычного коммерческого сотрудничества. Мы регулярно общаемся,

коллеги много раз приезжали к нам на винодельню, а мы в свою очередь часто бываем у них. За это время у нас сложились очень теплые и доверительные отношения. Они активно работают с нашей продукцией и регулярно организуют мероприятия, посвященные именно нашим винам: дегустации, гастрономические вечера, мастер-классы, встречи с нашим виноделом и презентации отдельных винных линеек. Для нас это особенно ценно, поскольку потребитель получает возможность не просто увидеть наши вина на полке, а познакомиться с ними ближе – узнать об армянских сортах, особенностях производства, винодельне и философии каждой линейки.

Интересно и то, что такая работа ведется с разными категориями ауди-



тории и ценовыми сегментами. Это позволяет постепенно знакомить российского потребителя со всем ассортиментом Manukyan Brandy Factory и формировать более глубокое понимание армянского вина.

Мы также постепенно работаем над тем, чтобы наши вина становились заметнее в профессиональной винной среде. Недавно несколько наших образцов отправились на дегустацию для одного интересного проекта, о котором пока не будем рассказывать подробно. Посмотрим на результаты – возможно, совсем скоро появится еще один повод поговорить о наших винах.

Наша коньячная продукция пока находится на выдержке и на российском

рынке не представлена. При этом наше присутствие в России сейчас растет довольно быстро, и уже совсем скоро потребители смогут попробовать наши новинки. Цены зависят от конкретной линейки и вина, поэтому говорить об одной средней цене на полке некорректно. В ассортименте есть разные позиции – от доступных гастрономических вин до выдержанных вин более высокого ценового сегмента.

– Во всем мире сегодня активно развивается винный туризм. Расскажите, пожалуйста, какой инфраструктурой для приема винных туристов располагает сегодня Manukyan Brandy Factory? Какие программы посещения для них предусмотрены?

– Сегодня винодельня активно принимает гостей. В сезон практически каждый день проходят различные мероприятия – свадьбы, корпоративы, частные торжества, дегустации и экскурсии. Приезжают туристические группы, индивидуальные гости, винные специалисты и просто люди, которым интересно познакомиться с армянским вином.

Особенно важным стал май 2026 года. Во время проведения Concours Mondial de Bruxelles в Ереване на предприятии побывали более 250 гостей – винные специалисты, сомелье и представители винной журналистики из разных стран. Для винодельни это была хорошая возможность показать международной профессиональной аудитории производство, вина и современный подход к армянскому виноделию.

При винодельне работают ресторан, экскурсионное бюро и магазин. Одна из главных особенностей наших туров – возможность увидеть полный цикл вина. Знакомство с продуктом начинается еще до самой винодельни, с собственного стекольного производства нашей группы компаний, где гости могут увидеть, как создается бутылка. Затем маршрут продолжается на винодельне – от работы с виноградом и производства вина до его розлива, хранения и дальнейшего созревания.

Для нас важно показать виноделие как единый процесс, в котором каждый этап имеет значение. Поэтому гости знакомятся не только с производством вина и дегустацией, но и с тем, что происходит с вином после его изготовления. Собственное производство стеклянной тары позволяет нам показать этот путь практически целиком – от создания бутылки до розлива, хранения и готового вина, которое приходит к потребителю.

Большое преимущество нашей ви-



нодельни – близость к Еревану: от центра города до предприятия можно добраться примерно за 25–30 минут. В сезон поток гостей особенно высокий, поэтому винодельня постепенно становится частью туристических маршрутов вокруг Еревана.

– Какими наградами сегодня может похвастаться Manukyan Brandy Factory? И какие винные «вершины» планируется покорить в ближайшее время?

– Мы регулярно участвуем в профессиональных международных конкурсах. В 2026 году Anamor Grand Reserve 2021 из сорта Арени получило золотую медаль VINORUS. Это особенно важная для нас награда, поскольку Anamor – одна из ключевых винных линеек, а Арени – один из главных армянских автохтонных сортов.

Наши вина также представлены на таких профессиональных конкурсах, как International Wine & Spirit Competition (IWSC) и Concours Mondial de Bruxelles (CMB). Завоеванные медали – хороший способ получить независимую оценку. Вино оказывается в международной конкуренции, и его оценивают специалисты из разных стран. При этом задача не сводится к количеству наград. Гораздо интереснее видеть, как армянские сорта воспринимаются профессиональной аудиторией за пределами страны. В дальнейшем планируем продолжать участие в ведущих международных конкурсах и повышать уровень представленных образцов.

– Какими вы видите перспективы развития Manukyan Brandy Factory в ближайшие 5–7 лет? Какие планы на этот период ставит перед собой ваше предприятие?

– В ближайшие пять-семь лет основ-

ная задача – укрепить Manukyan Brandy Factory как современный армянский винодельческий бренд с международным присутствием. Будем расширять площади собственных виноградников, глубже работать с автохтонными сортами и продолжать изучать разные терруары Армении.

Большая работа предстоит и в коньячном направлении. Спирты пока находятся на выдержке, поэтому здесь мы смотрим на долгосрочную перспективу. Торопиться с выпуском готового продукта не планируем. Параллельно будет развиваться парк бочек, в том числе продолжится работа с армянским дубом. Это требует времени и собственных наблюдений, но потенциал у местной древесины большой.

В винном направлении продолжим расширять экспорт. Россия, Европа и США уже являются важными рынками, а сейчас все больше внимания уделяется странам Азии и другим перспективным направлениям.

Отдельное направление – винный туризм. У нас уже есть ресторан, дегустации, экскурсии и площадка для мероприятий. В сезон практически каждый день принимаем гостей, и этот интерес растет.

В целом хочется, чтобы армянское вино воспринималось как современный продукт с собственным характером, а такие сорта, как Арени и Кангун, становились узнаваемыми на международном рынке. Российское направление сейчас развивается особенно быстро. Главная задача на ближайшие годы – расти без потери качества и постепенно создавать узнаваемый армянский стиль Manukyan Brandy Factory.

МОЛОДЫЕ ШЕФ-ПОВАРА ИЗ ПЕТЕРБУРГА ПРЕДСТАВИЛИ СВОИ БЛЮДА НА OMNIVORUS

7 октября в рамках юбилейного, десятого гастрофестиваля MEGUSTRO компания METRO провела в городе на Неве третий ужин OMNIVORUS. Четыре шеф-повара из Санкт-Петербурга – Илья Харченко (ACADEMIA), Владислав Коптев (Salone pasta&bar), Иван Лучкин (Tony) и Максим Тринеев (MON CHOUCHOU) – приготовили блюда для представителей ресторанной индустрии HoReCa. Проект направлен на поддержку молодых талантов, развитие профессиональных связей и укрепление ресторанной культуры.

OMNIVORUS уже стал заметным событием в профессиональной повестке. Его задача – открывать новые имена в гастрономии, поддерживать перспективных поваров и объединять



представителей ресторанного рынка. Для тех, кто работает на кухне или управляет рестораном, ужин становится не только встречей коллег, но и площадкой для профессионального общения и обмена опытом.

В этом году участниками проекта стали шеф-повара из Санкт-Петербурга: Илья Харченко, концепт-шеф ресторанного альянса ACADEMIA;

Владислав Коптев, шеф-повар Salone pasta&bar; Иван Лучкин, шеф-повар бистро Tony; Максим Тринеев, шеф-повар MON CHOUCHOU.

В основе OMNIVORUS лежит европейская традиция закрытых гастрономических ужинов, однако организаторы переосмыслили ее привычный формат. Четыре шефа выходят в зал и напрямую общаются с представителями ресторанного рынка. Гости, привыкшие к обслуживанию за столом, сами «добывают» еду: знакомятся с поварями, забирают блюда прямо после приготовления, пробуют их и открывают для себя новые имена. Шеф-повара, в свою очередь, получают возможность представить свою кухню профессиональной аудитории и привлечь внимание к собственному стилю.

Организаторы отказались от традиционной парадности светских приемов. Пространство оформлено

в черно-белой гамме, а обстановка позволяет сосредоточиться на главном – гастрономии. Каждое блюдо становится самостоятельной композицией, в которой вкус, форма, текстура и подача работают на общее впечатление. Шеф-повара выступают в роли авторов, а реакция гостей становится частью этого гастрономического опыта.

В этом году к проекту присоединились и два кондитера – Ирина Лылова и Марина Круч, шеф-кондитер и сооснователь кондитерской KRUCH. Они завершили вечер совместным десертом. Их участие подчеркнуло роль кондитерского направления в современной ресторанной кухне: десерт становится полноценной частью авторского меню, требующей профессионального мастерства и отдельного внимания. Для ресторанного бизнеса это еще и повод рассматривать разви-

тие кондитерского направления как важную составляющую общей концепции заведения.

Для METRO OMNIVORUS стал частью системы проектов, направленных на поддержку ресторанной индустрии. «OMNIVORUS – логичное продолжение наших B2B-проектов, таких как MEGUSTRO, STANFOOD, METRO Студии и Клуб амбассадоров METRO CHEF, – отметила Евгения Щербакова, руководитель B2B-маркетинга METRO и идеолог фестиваля MEGUSTRO. – Мы создаем площадку для представления новых шеф-поваров и формирования преемственности в гастрономической культуре. Эксклюзивность формата помогает развивать сообщество OMNIVORUS, в котором появляются новые имена и укрепляются профессиональные связи. Мы уверены, что такой подход будет способствовать появлению ярких проектов и развитию отрасли в целом».

АРТЕМ ДЖРАГАЦПАНЯН: «ГЛАВНОЕ – СОЗДАТЬ ЦЕННОСТЬ, КОТОРАЯ ОСТАНЕТСЯ ПОСЛЕ НАС»

Для сооснователя и главного винодела Jraghatspanyan Winery Артема Джрагацпаняна собственная винодельня стала возможностью соединить профессиональный опыт, научные исследования и свободу экспериментировать с армянскими сортами. Сегодня Jraghatspanyan Winery сочетает традиции семейного виноделия с современными технологиями: старый погреб 1890-х годов соседствует с современным производством и продолжается работой по изучению потенциала местных сортов. В интервью Wine Weekly Артем Джрагацпанян рассказал о развитии семейного проекта, планах расширить виноградники до 5–7 га и о том, какое наследие он хочет оставить следующим поколениям.

– Вы управляете винодельней вместе с двумя своими братьями. Как распределены роли сегодня и кто принимает решение, когда мнения расходятся?

– Винодельня Джрагацпанян – это семейный бизнес, в котором вместе со мной участвуют два брата, моя жена, мама и еще девять преданных нашему делу сотрудников. Я отвечаю за стратегическое планирование компании, бюджет, производство, винодельческие технологии, определение объемов закупки сырья и материалов, а также за ключевые решения, связанные с партнерами и экспортом.

Мой младший брат Арташес – исполнительный директор. Он руководит организационными вопросами, продажами, снабжением, мероприятиями и туристическим направлением. Старший брат Ашот – главный бухгалтер, отвечает за финансы и работу с персоналом.

Моя жена Татевик координирует административную работу и SMM, а мама Ноемзар встречает наших гостей и угощает их блюдами традиционной армянской кухни. Каждый самостоятельно принимает решения в рамках своей зоны ответственности. А в новых или принципиальных вопросах последнее слово и ответственность за решение остаются за мной.

– Фамилия Джрагацпанян переводится как «Мельниковы» – она происходит от семейного промысла. Водяная мельница стала символом винодельни. Что для вас важнее в этом символе: память о предках или образ движения, потока?

– Для нас символ мельницы одновременно связан и с памятью о предках, и с идеей непрерывного движения и развития. Мы назвали винодельню и основной бренд своей фамилией как дань благодарности предкам. Вращающееся колесо мельницы символизирует сохранение ценностей, передаваемых из поколения в поколение, их постоянное развитие и способность придавать историческому наследию новое, современное звучание.

– Старый погреб 1890-х годов до сих пор используется. Что он дает вину? То, чего не даст современное хранилище?

– Подземный погреб, построенный нашим прадедом в 1890-х годах, – основа нашей семейной винодельческой истории. Он создан из природных материалов – глины, соломы и гипса, которые обеспечивают стабильный микроклимат с температурой около 12–18 °C в течение года. Конструкция погреба изначально была продумана с учетом последовательности винодельческих процессов и сегодня создает ту историческую среду, в которой сохраняются и созревают наши коллекционные вина. В погребе формируется естественный, медленно меняющийся микроклимат, способствующий спокойному и постепенному созреванию вина. Современные технологии позволяют воспроизвести подобные температурные условия, но невозможно воссоздать саму историческую среду, в которой вино хранится и созревает уже более века. Для нас этот погреб – не только место выдержки вина, но и живая связь с памятью, наследием и историей семьи.

– Артем, руководя выдержкой коньяка на Ереванском коньячном заводе «Арагат», вы решили запустить собственный семейный проект. Не было ли страшно начать путь к созданию и развитию небольшой винодельни?

– Любая новая инициатива связана



с риском. А когда создаешь винодельню, которая носит твою фамилию, ответственность становится вдвойне выше: тебя оценивают не только как предпринимателя, но и как винодела.

Работа на Ереванском коньячном заводе «Арагат» стала для меня бесценной школой – как с точки зрения профессионального опыта, так и благодаря людям, с которыми мне довелось работать. Академические знания и накопленный там опыт дали мне уверенность, помогли четко спланировать следующий шаг и осознанно пройти непростой путь создания и развития собственной семейной винодельни.

– Что в личном и карьерном плане дает работа на собственной винодельне по сравнению с позицией на большом производстве?

– Для меня собственная винодельня – это прежде всего свобода создавать, экспериментировать и превращать накопленные за годы знания и опыт в собственный стиль.

Здесь каждое решение – это возможность глубже понять терруар, сорт и ту идею, которую ты хочешь передать через вино. Эксперименты и инновации могут становиться не просто отдельными решениями, а основой будущих традиций.

На крупном производстве ты работаешь внутри уже сформированной системы, где важно сохранять и развивать существующие традиции, одновременно управляя большими объемами и сложными процессами. Это тоже важная профессиональная школа: она учит мыслить масштабно и системно.

Если крупное производство научило меня управлять масштабом, то собственная винодельня дает возможность превратить этот опыт в собственное видение и создать то, традиция чего только начинает формироваться. Для меня именно свобода и ответственность – главные ценности собственного проекта.

– Вы защитили диссертацию об армянских красных винах и продолжаете заниматься наукой. Помогают ли ваши научные разработки в работе с армянскими автохтонами – и если да, то как это выражается на практике?

– Да. Для меня наука и виноделие тесно связаны: результаты научных исследований непосредственно применяются в работе винодельни Джрагацпанян.

С 2005 года мы изучали 11 армянских сортов винограда, 16 вин, полученных из них, и 24 штамма дрожжей, применяемых в Армении, стремясь раскрыть потенциал каждого сорта и сырья и определить наиболее эффективные технологические подходы. На практике это означает раздельную переработку винограда с разных участков, изучение особенностей отдельных микротерруаров, а также разработку и постоянное совершенствование технологической схемы для каждого вина.

В конечном итоге научный подход позволяет глубже понять особенности изучаемых армянских сортов и наиболее полно раскрыть их потенциал.

О терруаре

– Село Бамбакашат расположено примерно на высоте 860 метров, в зоне Арагатской равнины, с глинисто-песчаными почвами, сформированными в том числе на аллювиальных и пролювиальных отложениях. Как этот терруар про-

MEAT BATTLE MOSCOW СОБЕРЕТ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ И ШЕФ-ПОВАРОВ СО ВСЕЙ РОССИИ



С 25 по 27 мая 2027 года в Москве, в рамках выставки MAP Russia, будет проходить Meat Battle Moscow – проект, реализуемый компанией «Асти Групп» и посвященный мясной индустрии и выстраиванию коммуникации между производителями и потребителями.

Проект Meat Battle был запущен в 2023 году. Его главная цель – наладить обратную связь от потребителя к производителям продуктов питания и раскрыть потенциал каждого продукта. Meat Battle – проект с большим потенциалом и может масштабироваться до федерального охвата. Это мероприятие может проводиться в

разных регионах России с учетом их локальных особенностей, а затем все лучшее будет представлено на общероссийском и в перспективе на международном уровне. Шеф-повара из разных регионов будут взаимодействовать на одной площадке, обмениваясь кулинарными идеями, делясь инновационными методами приготовления блюд, сравнивая различные виды мясной продукции и налаживая коммуникацию с производителями и потребителями.

Мясная индустрия всегда будет актуальна. Перепелка, цесарка, петухи (именно петухи с их ярким вкусом), крольчатина – все это категории, которые нужно развивать и продвигать. Важно, чтобы животные и птицы были выращены в фермерских хозяйствах или на предприятиях с грамотным и гуманным подходом к животноводству и минимальным использованием искусственных добавок. Готовить такое мясо легко и приятно, можно

создавать большое разнообразие вкусных и полезных блюд.

Интересные продукты появляются точно. Сначала их нужно найти, и далеко не всегда получается организовать стабильные поставки с нужным качеством – как для сегмента HoReCa, так и для рядового потребителя. Meat Battle проводится в рамках специализированной выставки MAP Russia. Концепция MAP Russia – «от поля до стола» – призвана показать весь цикл производства в агропромышленном секторе мяса и мяса птицы: от технологии выращивания, кормления, переработки и разделки до готового гастрономического блюда, которое отвечает запросам потребителя и сектора HoReCa.

Сегодня кулинарное искусство больше, чем когда-либо, востребовано широкой публикой. На площадке Meat Battle приглашаются как производители, так и конечные потребители – открыть для себя новые вкусы и

получить новый опыт работы и с привычными продуктами, и с интересными новинками. Meat Battle – отличный интерактивный формат, чтобы показать производителям и их целевой аудитории, что такое правильный продукт с точки зрения современных стандартов и как лучше с ним работать, используя разные технологии приготовления, включая су-вид, сушку, соленье и другие. Проект станет площадкой, которая позволит красиво и грамотно преподнести российское мясо на отечественном и зарубежных рынках.

Среди участников – производители, рестораны и шеф-повара. Зрителями станут представители профессионального сообщества, специалисты сектора HoReCa и конечные потребители. Площадки мероприятия включают сцену Meat Battle, зону презентации продукции и зону переговоров. Подробнее о программе:

<https://www.tastefestival.ru/meropriyatiya/product-battle/>

является в ваших винах – в чем его узнаваемый почерк?

– Терруар Бамбакашата формируется сочетанием высоты около 860 метров, глинисто-песчаных и песчано-глинистых почв, примерно 300 солнечных дней в году, артезианских вод на глубине 5–24 метров и суточных перепадов температуры до 15–20 °С. Эти условия способствуют хорошему балансу сахаров, кислот, ароматических и фенольных соединений в винограде, формируя структуру и сложность вин. Для меня узнаваемый почерк Бамбакашата – именно этот баланс: зрелые, выразительные, чистые и интенсивные сортовые ароматы, полнотелая структура при сохранении свежести.

– Чем отличается терруар для Grand Reserve? Это другой участок или другая логика отбора?

– В случае Grand Reserve речь идет не только об одном особом участке, но прежде всего об очень строгом отборе. Мы производим это вино только в исключительные годы, используя отборный виноград с лучших участков наших наиболее перспективных виноградников.

На этом участке артезианские воды находятся на глубине около 5–6 метров, и многолетние наблюдения показывают, что виноград отсюда обладает особенно высоким потенциалом для выдержки. Grand Reserve для нас вино, которое не любит спешки. Мы даем ему время: от сбора урожая до его полноценного раскрытия в бутылке проходит около четырех лет.

– Армавир – самая большая винодельческая зона Армении, но зимой здесь морозы. Веерообразная система формирования лозы, обрезка близко к земле – насколько это трудоемко и оправданно?

– Риск зимних заморозков в Араратской долине исторически сформировал веерообразную систему ведения лозы с низким расположением штамба. Это трудоемкая система, поскольку требует тщательной обрезки, управления листовой поверхностью и нормирования урожая, а при необходимости – еще и укрытия лоз землей. Однако она позволяет контролировать урожайность и созревание винограда и одновременно адаптировать виноградник к местным климатическим условиям.

В последние годы, на фоне более теплых зим, необходимость укрывать лозы землей практически исчезла, однако сама система формирования по-прежнему играет важную роль в управлении виноградниками.

– Возраст лозы 30–70 лет. Есть ли участки старше – и что они дают?

– Основная часть лоз, виноград с которых используется для наших вин, имеет возраст 30–70 лет, а некоторым виноградникам Гарана Дмака – до 100 лет. С возрастом лоза словно дает меньше, но выражает больше. По нашему опыту виноград со старых лоз позволяет получать более глубокие, полнотелые и структурные вина с большим потенциалом выдержки.

Молодые лозы, напротив, обычно дают более легкий, яркий и свежий характер. Именно эта разница позволяет нам превращать возраст и особенности каждого виноградника в часть характера вина.

О сортах и находке Тиграни

– Вы обратили внимание на сорт Тиграни на виноградниках в начале 2000-х – сорт, находившийся на грани исчезновения. Как это произошло и что вы поняли в первый момент?

– В 2008 году вместе с Кармрахютом мне случайно привезли виноград Тиграни. Поскольку он оказался у меня, я решил экспериментально сделать из него вино – просто чтобы понять, как этот сорт проявит себя в бокале.

Результат меня действительно удивил. Особенно впечатляющим оказался купаж Тиграни и Кармрахюта: Тиграни придавал вину полноту и структуру, а Кармрахют – разнообразие ароматов.

Именно тогда я впервые понял, что у Тиграни гораздо больший потенциал, чем могло показаться, и что этот сорт стоит сохранять и глубоко изучать.

– Тиграни – селекционный сорт. Какие у него особенности в виноделии: капризность, урожайность, реакция на выдержку?

– Тиграни – довольно чувствительный сорт, и его потенциал во многом зависит от правильного выбора почвы и момента сбора урожая.

На наших глинисто-песчаных почвах, где артезианские воды находятся на глубине около 5–6 метров, он способен давать виноград с высокой сахаристостью, хорошей кислотностью и выразительным сортовым ароматом, который обладает большим потенциалом для выдержки.

Здесь самое главное – найти баланс и правильно определить соотношение сахаров, кислот, фенольных и ароматических соединений. При этом характер готового вина во многом зависит и от выбранной технологии: штамма дрожжей, температуры и продолжительности брожения, а также дальнейшего способа созревания.

– Вы защитили диссертацию об

армянских красных винах. Что из научной работы оказалось применимо на практике, а что пришлось пересмотреть?

– Главное, что перешло из научной работы в практику, – это опыт длительного изучения различных сортов, микротерруаров, дрожжей и технологических подходов. Опираясь на этот опыт, я стараюсь находить для каждого вина наиболее подходящий метод, при необходимости применяя нестандартные решения, например охлаждение или замораживание винограда.

Наука научила меня не ограничиваться одной готовой технологической схемой, а учитывать совокупность факторов, экспериментировать и искать лучший способ раскрыть конкретный виноград и конкретный микротерруар.



– Какие еще автохтонные сорта вы считаете недооцененными – Кангун, Гаран Дмак, Кармрахют, Чаренци, Мускат Вардабуйр?

– Кангун и Кармрахют уже заняли свое место в армянском виноделии и достаточно хорошо изучены. Однако каждая винодельня через собственные эксперименты может найти лучший способ раскрыть их потенциал именно в своем терруаре.

Если говорить о сортах, чей потенциал пока раскрыт не полностью, мне особенно интересны Гаран Дмак, Чаренци и Мускат Вардабуйр. Гаран Дмак очень хорошо проявляет себя в нашем терруаре: тщательная работа с виноградником и продуманный винодельческий подход позволяют получать действительно интересные результаты, например наше вино Special Selection Гаран Дмак.

Для Чаренци и Муската Вардабуйра мы также разработали специальные технологические схемы. При этом в других терруарах эти сорта пока изучены значительно меньше и используются в виноделии гораздо реже.

Мне интересно исследовать их в разных условиях и создавать новые, самобытные вина с иным ароматическим профилем и характером.

О винах и ассортименте

– У вас две линейки вин – Jraghatspanyan и Bambak. Чем они различаются по философии, а не только по цене?

– В основе обеих линеек лежат один регион и в основном одни и те же армянские сорта, но философия и характер вин различаются. В Jraghatspanyan

создается из семи различных вин, полученных из одного сорта, а Гаран Дмак – из купажа вин, полученных в результате трех различных вариантов брожения. Такой подход позволяет объединить в одном вине разные ароматы, вкусы и структуры, создавая более глубокий, сложный и сбалансированный результат.

В конечном счете технология здесь – лишь инструмент, позволяющий наиболее полно раскрыть характер одного сорта.

– Grand Reserve выдерживается 15 месяцев в армянском дубе и еще 5 в стали. Почему именно армянский дуб – и чем он отличается от французского?

– Кавказский дуб придает вину более выраженные дубовые оттенки, чем французский, и именно этот характер хорошо сочетается с полнотелой, богатой экстрактивной структурой нашего Grand Reserve.

Пятнадцать месяцев в дубе, а затем еще пять месяцев в стали позволяют постепенно интегрировать влияние дуба в структуру вина. В результате мы получаем глубокое, полнотелое и сбалансированное вино, в котором дуб не доминирует, а подчеркивает характер самого вина.

– Розовое и оранжевое из Тиграни и Кангуна – это дань тренду или осознанный выбор?

– Прежде всего это был осознанный выбор – попытка раскрыть эти сорта с новой стороны. То, что этот подход совпал с современными винными трендами, скорее приятное совпадение.

Наше розе из Тиграни пока является первым и единственным вином такого стиля для этого сорта, а оранжевое вино из Кангуна, выдержанное в бочках, ранее использовавшихся для коньячного спирта, стало для нас еще одним интересным технологическим экспериментом.

– В белых винах вы используете Кангун и Гаран Дмак. Что дает каждый из сортов в купаже?

– Кангун может давать более выразительный аромат и вкус, особенно при брожении в бочке, тогда как при брожении в емкостях мы получаем более деликатные вина различных стилей.

Гаран Дмак мы в основном используем как балансирующий компонент. В белом Jraghatspanyan он смягчает интенсивность бочкового Кангуна, а в Bambak Кангун формирует основной ароматический и вкусовой профиль, тогда как Гаран Дмак добавляет мягкость и баланс.

(Продолжение на стр. 12)

В АБРАУ-ДЮРСО ОТКРЫЛСЯ ОБНОВЛЕННЫЙ IMPERIAL HOTEL & CHAMPAGNE SPA

С 9 октября 2026 года в центре курорта Абрау-Дюрсо после обновления начал работу бутик-отель Imperial Hotel & Champagne SPA, впервые открывшийся в 1958 году. Отель сохранил камерный характер и узнаваемый образ, получив актуальное прочтение: романтические интерьеры, продуманные технологические решения, модернизированный спа-комплекс и новые форматы отдыха. Обновление стало продолжением многолетней истории объекта, где каждая деталь подчинена духу места.

В комплексе по-прежнему царят уединение и безмятежность, а за окнами – живописные пейзажи Абрау-Дюрсо. Интерьер выдержан во французском стиле: спокойная цветовая палитра, флористические орнаменты, натуральные материалы. Концепция



камерного отеля созвучна настроению места: в основе – французское chateau, то есть покой, и та самая приватность, которая превращает пребывание здесь в особое удовольствие. Обновленный дизайн и обста-

новка наряду с интегрированными современными технологиями подчеркивают главное – тишину на берегу изумрудного озера Абрау.

Номерной фонд модернизирован и включает 38 номеров: 17 «Стандартов», 17 «Джуниор сьютов» и 4 «Люкса». У большинства номеров есть балкон и вид на озеро Абрау. В линейке появилась и новая категория – «Джуниор сьют плюс». Особое место занимают четыре люкса с индивидуальным оформлением, каждый – с собственным характером и историей.

Сервис в Imperial Hotel & Champagne SPA известен как отличительная особенность отеля: внимание к деталям является приоритетом, консьерж-служба может реализовать идеи для отдыха на территории курорта. Управление освещением и климатом в номерах обновилось и осуществляется через специаль-

ные панели и голосового помощника «Алиса». Среди эксклюзивных презентаций для гостей, проживающих от трех дней в категориях «Джуниор сьют» и «Люкс», – брендированные пачки, маски для сна и фигурные пряники. В отеле созданы условия и для деловых встреч – оборудована переговорная комната с необходимым техническим оснащением.

Посещение спа-комплекса – отдельный ритуал отдыха. В Imperial Hotel & Champagne SPA модернизированы оборудование, хаммам и бассейн. Зона отдыха расширилась и получила новую соляную комнату, в которой приятно наслаждаться моментом. К услугам гостей несколько обновленных массажных кабинетов и фирменные игристые ванны. Одна из самых живописных локаций отеля – круглогодичный открытый подогреваемый бассейн формата инфинити, расположенный в окружении высоких сосен.

Вид на озеро Абрау из воды – особенное удовольствие, ради которого стоит вернуться.

Ресторан «Империял», расположенный на втором этаже, представляет блюда традиционной французской кухни в черноморском прочтении. Фирменные игристые завтраки в отеле проходят в формате шведского стола и давно стали самостоятельным поводом для поездки в Абрау-Дюрсо. В течение дня в ресторане действует система а-ля карт. Для гостей номеров «Люкс Империял» и «Люкс Фольяж» предусмотрена возможность заказать завтрак в номер с индивидуальным сет-меню.

В стоимость проживания входят завтрак, посещение термальной зоны и круглогодичного бассейна, а в теплый сезон гости смогут воспользоваться отдельной лаунж-зоной на пляже Abru Light Beach на Черном море и трансфером до пляжа.

АРТЕМ ДЖРАГАЦПАНЯН: «ГЛАВНОЕ – СОЗДАТЬ ЦЕННОСТЬ, КОТОРАЯ ОСТАНЕТСЯ ПОСЛЕ НАС»

(Продолжение. Начало на стр. 10 – 11)

О производстве

– Годовой объем – 40–50 тыс. бутылок, потенциальная мощность – 100 тыс. Вы сознательно сдерживаете рост или дело в сырье?

– 100 тыс. бутылок – наша долгосрочная и измеримая цель. Сегодня мы производим около 40–50 тыс. бутылок, и это ограничение связано не с нехваткой сырья или производственных возможностей, а с рыночным спросом. Мы предпочитаем расти постепенно, создавая устойчивую основу для выхода на каждый новый рынок и увеличения объемов продаж.

– Красные сорта вы в основном закупаете у местных фермеров, а на собственных 1,5 га выращиваются белые сорта. Не планируете изменить это соотношение?

– Да, мы планируем постепенно расширять собственные виноградники, высаживая исключительно армянские сорта и глубже изучая их потенциал. При этом сотрудничество с местными виноградарями останется для нас важным направлением. Почвы Бамбакашата можно условно разделить на три типа, и каждый из них обладает своим характером и потенциалом для вина. Эта разница позволяет нам работать с разными виноградниками, использовать их в различных купажах и более полно раскрывать возможности нашего терруара.

– Сбор вручную, двойная сортировка, контролируемая температура. Что в вашем процессе самое сложное и что самое недооцененное?

– Одним из самых трудоемких и одновременно самых важных этапов является сбор и переработка винограда – фактически рождение вина.

На каждом винограднике мы заранее проводим отбор проб, оцениваем степень зрелости и сахаристость и только после этого определяем оптимальный момент сбора. Виноград собирается вручную, выборочно, доставляется на винодельню в ящиках и проходит двойную сортировку.

А самым недооцененным я бы назвал именно эту кропотливую работу во время сбора урожая. Хорошее вино начинается в винограднике – с пра-



вильно выбранного винограда.

– 94 балла от Джеймса Саклинга и награды Mondial de Bruxelles, Berliner Wein Trophy, IWSC. Какая из наград была самой неожиданной? О каких наградах вы пока только мечтаете?

– Наши вина получили ряд высоких оценок и медалей, в том числе 94 балла от James Suckling, а также награды на конкурсах Berliner Wine Trophy, IWSC и Mondial de Bruxelles. Интересно, что после 1 января 2025 года из 13 представленных вин семи разных наименований 12 получили медали или высокие оценки.

Самой неожиданной, конечно, стали 94 балла от James Suckling за Тиграни. Еще интереснее то, что об этой оценке мы узнали только через три месяца после ее публикации.

А в списке мечтаний еще много пунктов – прежде всего международные оценки, которые помогут более широкой аудитории открыть для себя настоящий потенциал армянских сортов.

О туризме и рынках сбыта

– У вас есть дегустационный зал и старый погреб, куда водят туристов. Какие программы пользуются спросом и что гости чаще всего спрашивают?

– Для наших гостей наиболее востребована не просто дегустация, а возможность увидеть весь путь вина – от винограда до готового продукта. Программа включает посещение 130-летнего исторического погреба, знакомство с современным производством и различными подходами к виноделию.

Самая любимая часть для многих гостей – исторический погреб, который своей атмосферой, историей и традициями возвращает нас в детство. А самый частый вопрос звучит примерно так: как из винограда получается такое разнообразие вин с совершенно разным характером?

– Чем отличаются ваши туры по впечатлению, а не по набору вин?

– Во время тура мы рассказываем не только о вине, но и об истории нашей семьи и месте, где рождается это вино. Гости видят 130-летний погреб, современное производство, знакомятся с традиционным и современным виноделием, а дегустация дополняется блюдами местной кухни.

В рамках специальных программ они также могут участвовать в мастер-классах и ближе познакомиться с процессом создания вина. Нам важно, чтобы человек уехал не просто с воспоминанием о дегустации, а с ощу-

щением большей близости к Армении, нашей семье и культуре виноделия.

– Вы работаете с российским рынком. Как изменился спрос за последние годы? И где сегодня можно купить ваши вина в России?

– Мы работаем с компанией Black Watch Spirits. Наши вина можно приобрести в специализированных винных магазинах, в частности в сети «Алкотек». Спрос на премиальные армянские вина пока небольшой, но стабильный, и мы надеемся на его рост в ближайшие годы.

– Что для иностранного гостя в армянском вине самое неожиданное?

– Думаю, самое большое удивление – это самобытная интенсивность и разнообразие ароматов и вкусов армянских вин. Гости часто удивляются уникальному характеру местных сортов и тому, насколько разнообразны вина можно из них получать. А современные технологии помогают нам максимально чисто и точно передавать эти особенности в бокале.

О будущем

– Планируете расширять собственные виноградники? Какие армянские сорта хотите посадить на новых участках?

– В ближайшие годы мы планируем расширить собственные виноградники примерно до 5–7 га. На новых участках хотим высаживать исключительно армянские сорта – Тиграни, Чаренци, Джилар и Гаран Дмак.

Для нас это не просто увеличение объемов производства. Мы хотим изучать эти сорта в разных условиях, глубже раскрывать их характер и винодельческий потенциал и превращать полученный опыт в новые, самобытные вина.

– Есть ли планы по экспериментальным винам – петнатам, выдержке в карасах, новым купажам?

– Экспериментальная работа – важная часть деятельности нашей винодельни. Мы изучали 11 различных сортов и 24 штамма дрожжей, применяли разные технологические подходы, исследовали отдельные микробиоты, перерабатывали виноград с разных участков отдельно и создавали новые купажи.

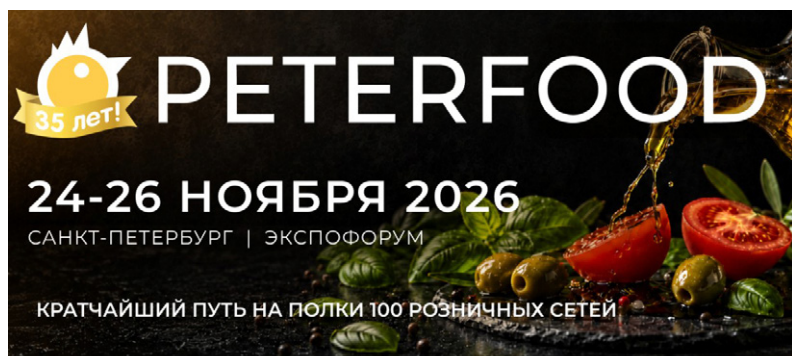
Сейчас продолжаются эксперименты с петнатом и вином портвейнского типа, и результаты нас радуют. Исследование новых сортов также останется одним из постоянных направлений нашей работы. Мы планируем работать и с карасами после завершения строительства нового участка для бочек и карасов.

– Что для вас главный критерий успеха винодельни через 8 лет – награды, объемы, узнаваемость или что-то другое?

– Для меня успех прежде всего в том, чтобы любимым делом создать нечто, чем спустя годы ты сможешь гордиться. Я хочу, чтобы через наши вина люди чувствовали уникальность природы нашего региона, характер земли и истории, продолжением которой мы являемся.

Конечно, каждая награда вдохновляет, но одновременно и обязывает постоянно совершенствоваться. Однако важнее цифр и узнаваемости для меня создать ценность, которая останется после нас: сохранять ответственность перед землей и наследием, развивать это дело всей семьей и передать следующим поколениям не только накопленные знания, но и желание продолжить этот путь.

«ПЕТЕРФУД» ЗАДАСТ НОВЫЕ СТАНДАРТЫ ПИЩЕВОЙ ИНДУСТРИИ



С 24 по 26 ноября 2026 года в Конгрессно-выставочном центре «Экспофорум» в Санкт-Петербурге пройдет 35-я Международная продовольственная выставка «Петерфуд», которая будет работать в формате B2B-платформы, обеспечивая прямые деловые контакты между производителями, дистрибьюторами и ритейлерами.

В условиях быстро меняющейся экономики прямые деловые контакты становятся ценнее любых маркетинговых стратегий. «Петерфуд» давно перестал быть просто смотром новинок – это эффективная B2B-платформа, работающая на конкретный результат. Чтобы понять масштаб возможностей, достаточно взглянуть на итоги предыдущего сезона. Только в 2025 году за два дня насыщенных переговоров в «Центре За-

купок Сетей» было проведено 2125 встреч. Результатом этого плотного графика стало подписание 1710 договоров на общую сумму свыше 56 млрд рублей. В 2026 году организаторы намерены не только сохранить, но и превзойти эти показатели, предлагая участникам еще более отлаженные инструменты для нетворкинга.

Ключевое преимущество выставки заключается в фокусе на реальных сделках. Традиционная программа «Активные сетевые продажи» позволяет поставщикам выйти на лиц, принимающих решения, без долгих согласований. Индивидуальные экскурсии по экспозиции, дегустационные сессии и заранее согласованные переговоры экономят самое ценное – время. Важнейшим элементом деловой программы остается Центр Закупки Сетей, обеспечивающий участникам возможность проводить персональные встречи с представителями федеральных и региональных торговых

сетей. Такой формат взаимодействия позволяет сосредоточиться на главном – поиске надежных партнеров и заключении коммерческих соглашений.

«Петерфуд» – это не только про полки магазинов, но и про долгосрочную стратегию. Образовательная программа выставки в 2026 году обещает быть максимально прикладной. На открытых конференциях ведущие отраслевые аналитики и консультанты разберут самые актуальные вопросы рынка. В фокусе докладов окажутся методы эффективного управления ассортиментом, проверенные стратегии продвижения брендов, а также инструменты оптимизации каналов сбыта. Отдельное внимание эксперты уделят успешным кейсам вывода новых продуктов на рынок, что позволит участникам получить практические рекомендации для развития собственных проектов и адаптации к текущим трендам. Традиционные отраслевые конкурсы

«Наша Марка», «Выбор Сетей», «Инновационный Продукт» и «Продукты для ЗОЖ», проходящие в рамках выставки, остаются знаком качества для потребителя и гарантом востребованности для ритейлера. В 2026 году экспертную оценку заявок будут проводить специалисты ведущих профильных учреждений, среди которых Университет ИТМО, Московский государственный университет пищевых производств, СПб ГБУ «Центр контроля качества» и испытательная лаборатория «Петербург-Экспертиза». Победа в этих конкурсах станет весомым аргументом при переговорах с сетевыми партнерами и усилит позиции бренда на полке.

35-й «Петерфуд» – это событие, создающее условия для устойчивого развития бизнеса. Для компаний FMCG-сектора это шанс найти надежных дистрибьюторов, для ритейлеров – обновить ассортимент перспективными товарами, а для экспертов – задать вектор развития отрасли.

АРМЕНИЯ, КОТОРУЮ МИР ОТКРЫВАЕТ ЧЕРЕЗ ВИНО

Для российского потребителя Армения долгое время была прежде всего страной коньяка. Винная Армения оставалась в тени – хотя история виноделия здесь насчитывает тысячелетия, а современная отрасль за последние годы пережила настоящий рывок.

Современное армянское виноделие – самостоятельная и стремительно развивающаяся отрасль: автохтонные сорта, высокогорные виноградники, карасы, вина из подвяленного винограда, органическое виноградарство и эксперименты, которые соответствуют самым актуальным мировым тенденциям.

Именно в этом направлении работает компания «Амелиа Вайн», которая является крупнейшим в России специализированным импортером армянских вин. «Амелиа Вайн» работает с начала 2000-х годов и поставляет на российский рынок самый широкий ассортимент армянских вин. В ее портфеле соседствуют вина как от небольших авторских проектов, выпускающих несколько тыс. бутылок в год, так и продукция более крупных хозяйств. Принцип, по которому формируется ассортимент, – не максимальное коли-



конкретное место, местная традиция и зачастую практически уникальная технология.

Винная страна, которую пришлось открывать заново

Армения относится к числу древнейших винодельческих регионов мира. Археологические находки в районе Арени свидетельствуют о существовании винодельческого производства несколько

многие из которых имеют очень ограниченный ареал распространения: они сохранились лишь в отдельных селах и практически не встречаются за пределами Армении. Сегодня винодельни активно работают с Арени, Воскеатом, Хндогни, Хатун Харджи, Миларом, Чиларом, Арарати, Кангуном и другими автохтонными сортами. Значительная часть лоз растет на собственных корнях, а виноградники расположены преимущественно на высотах от 800 до 1900 метров. Каменистые и вулканические почвы, сухой климат и большие перепады дневных и ночных температур создают совершенно особые условия для виноградарства.

Но, пожалуй, самое интересное происходит там, где древние методы перестают быть музейным наследием и превращаются в инструмент современного виноделия.

Zorah Winery: карас как часть современного языка вина

Zorah – один из проектов, сыгравших заметную роль в возвращении армянских автохтонных сортов в международный винный контекст. Семейную винодельню основал Зорик Гарибян вместе с супругой Ераз. В проекте работают итальянский энолог Альберто Антонини и консультант по виноградарству Стефано Бартоломеи.

Главный символ Zorah – армянский карас, большая глиняная амфора, традиционно использовавшаяся для хранения и выдержки вина. На винодельне используются большие глиняные сосуды, многим из которых больше ста лет. В

них выдерживаются красные вина, тогда как ферментация проходит в крупных бетонных емкостях. Карасы частично погружены в землю. Такое размещение позаимствовано из древней винодельческой практики и обеспечивает циркуляцию сула в процессе созревания вина благодаря разнице температур на поверхности и под землей.

Особенно показателен пример Zorah Karasi из Арени. Здесь нет попытки сделать из автохтонного сорта «армянский аналог» привычного международного вина. Напротив, задача – сохранить характер места и сорта. Это вино создано с минимальным вмешательством, на натуральных дрожжах, с мягкой экстракцией и щадящей фильтрацией и с небольшим количеством сульфитов. Эту философию хорошо формулирует основатель Zorah Зорик Гарибян: «Вино – это амбассадор региона, народа и древней культуры». По его словам, задача винодела – уважать историю и терруар и создавать аутентичные вина, которые становятся отражением своего происхождения.

Для российского любителя вина это один из наиболее понятных примеров того, почему армянское вино интересно рассматривать не как экзотику, а как самостоятельный винный стиль.

Hin Areni: выдержка как искусство

Если Zorah демонстрирует возможности караса и минимального вмешательства, то Hin Areni показывает другую сторону армянского виноделия – работу с современной технологией и

длительной выдержкой.

Винодельня расположена в селе Арени, в Вайоц Дзоре. В хозяйстве около 32 га собственных виноградников на высоте примерно 1250 метров. Основные сорта – Арени и Воскеат. Владельцы Hin Areni подчеркивают сочетание древней истории региона, автохтонных сортов и современного европейского оборудования.

Особый интерес представляет красная линейка. Если обычный Арени Нуар позволяет увидеть свежесть, кислотность и пряность высокогорного сорта, то флагманское Hin Areni La Divine демонстрирует совсем иной потенциал: вино выдерживается в дубовых бочках 36 месяцев. Такой подход принципиально отличается от модели Zorah и показывает, что Арени может быть не только легким и необычным местным вином, но и основой серьезного выдержанного красного.

Hin Areni давно вышла за рамки обычного производства. Сегодня на винодельне работают дегустационные залы, ресторан, собственная лаборатория и Wine Bank – сервис для длительного хранения вина. Проект развивает вокруг армянских сортов винограда новую, осмысленную культуру потребления.

Maran Winery: эксперимент на дне озера

Винодельня Maran Winery основана семьей Арутюнян, а ее виноградники расположены в Вайоц Дзоре, в том числе на высокогорном плато Агавнадзор. Самый необычный проект Maran – HALDE. Бутылки с вином этого бренда выдерживаются под водой на дне озера Кари на горе Арагац, примерно на высоте 3185 метров. Первые версии HALDE создавались из винограда сортов Арени и Мальбек, а позднее стали использовать только Арени.

Здесь важна не сама эффектность идеи. Подводная выдержка давно используется разными винодельнями мира. Интерес Maran заключается в сочетании сразу нескольких факторов: армянский сорт, высокогорное озеро, темнота, постоянная температура около 3–4 °C и длительное созревание. Первоначально речь шла о 12 месяцах, затем перешли к выдержке в течение 24 месяцев, а в 2026 году Maran Winery представила уже трехлетние образцы.

(Продолжение на стр. 14)



чество этикеток, а тщательный отбор и долгосрочная работа непосредственно с винодельнями.

Это особенно важно для Армении: здесь интерес к вину во многом строится вокруг открытий. Потребитель получает возможность попробовать не очередную интерпретацию международного сорта, а вино, за которым стоят

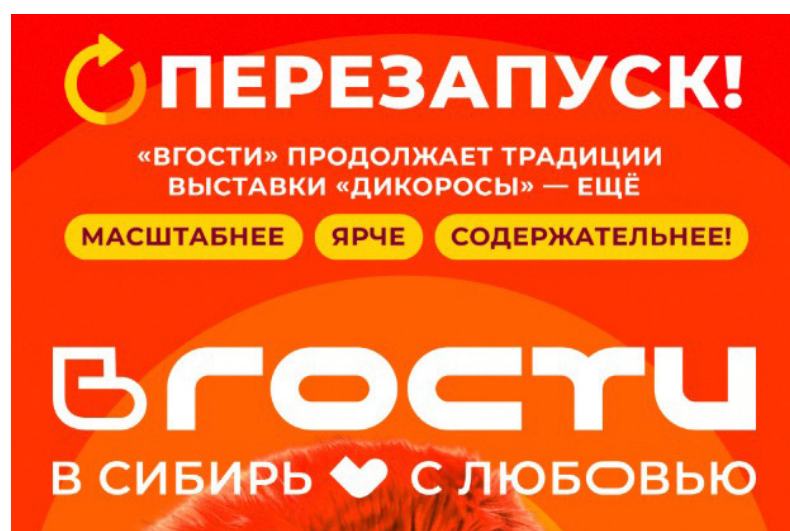
тыс. лет назад. При этом современная винная история страны сравнительно молода: в советский период основной акцент делался на производстве коньяка, а сухое вино занимало значительно более скромное место.

Сегодня ситуация изменилась. Одна из особенностей армянского виноделия – работа с автохтонными сортами,

ФОРУМ «ВГОСТИ» ПЕРЕЗАПУСКАЕТ ИНДУСТРИЮ ГОСТЕПРИИМСТВА СИБИРИ

С 1 по 3 декабря 2026 года в новосибирском МВК «Новосибирск Экспоцентр» будет проходить форум-выставка «ВГОСТИ» – преемник известного отраслевого проекта «Дикоросы», который после ребрендинга выходит на принципиально новый уровень.

В 2025 году, когда мероприятие еще работало под прежним названием, оно собрало 7 657 посетителей, 119 компаний-участниц и 152 спикеров, а сейчас организаторы ожидают более 11 тысяч гостей и не менее 200 экспонентов. В прошлом сезоне выставка приняла компании из 16 регионов России, а также из Южной Кореи и Республики Мьянма, коллективные стенды представили Республика Крым, Республика Алтай, Республика Хакасия, Алтайский край, Кузбасс и Новосибирская область.



В 2026 году одновременно с «ВГОСТИ» на той же площадке состоится Международная выставка для ритейла и HoReCa «Сибирская продовольственная неделя», и это стратегическое пар-

тнерство удваивает целевую аудиторию для экспонентов, открывая прямой доступ к розничным сетям и поставщикам продуктов питания. За Уралом сегодня работают более 9 тысяч ре-

сторанов, кафе и баров и свыше 4,5 тысячи гостиниц, отелей, санаториев и баз отдыха, и всем им ежедневно требуются решения, продукты и технологии, которые представляют участники выставки, поэтому стенд на «ВГОСТИ» дает прямой контакт с владельцами бизнеса, шеф-поварами, туроператорами и закупщиками, позволяя заключать сделки без посредников и отслеживать тренды в режиме реального времени. Экспоненты прошлых лет признавали, что именно неформальное общение на подобных площадках чаще всего рождает самые неожиданные совместные проекты, а соседство с «Сибирской продовольственной неделей» превращается в дополнительный канал прямых продаж и удвоенный охват.

Экспозиция 2026 года охватит ресторанный сегмент с продуктами, напитками, тепловым, холодильным и барным оборудованием, посудой, ме-

белью и автоматизацией, гостиничное направление с мебелью, текстилем, клинингом и системами управления, а также туризм во всех формах – от делового и событийного до гастрономического и агротуризма, плюс новый блок «Индустрия гостеприимства 4.0», посвященный кибербезопасности, автоматизации бизнес-процессов и цифровым сервисам. Главной темой деловой программы 2026 года заявлена «Сибирь как магнит внутреннего туризма: духовно-нравственные ценности и национальные традиции регионов», а в фокусе сессий – изменения в законодательстве для объектов размещения и туроператоров, русская кухня как точка притяжения, искусственный интеллект в гостеприимстве и развитие загородных отелей и эко-комплексов.

Подробнее об условиях участия:

<https://vgosti-expo.ru>

АРМЕНИЯ, КОТОРУЮ МИР ОТКРЫВАЕТ ЧЕРЕЗ ВИНО

(Продолжение. Начало на стр. 13)

Таким образом, HALDE – хороший пример того, как современная армянская винодельня экспериментирует с физикой и условиями выдержки, превращая географические особенности страны в часть винодельческой технологии.

Gevorkian Winery: от Кахани до айсвайна

Gevorkian Winery, основанная в 2006 году, пожалуй, наиболее последова-

тельно показывает широту возможностей армянского вина. В портфеле хозяйства есть традиционные вина из автохтонных сортов, фруктовые вина, вина, выдержанные в карасах, петнаты, вина с карбонической мацерацией, а также вина, созданные по технологии «Кахани» и айсвайны.

В этом и заключается сила Gevorkian Winery, ассортимент которой включает в себя вина разных стилей и ценовых сегментов – от фруктовых вин и понятных потребителю позиций до премиальных Ariats и экспериментальных «Кахани», петнатов и айсвайнов.

За разнообразием ассортимента Gevorkian Winery стоит определенная философия производства. Основатель винодельни Ваагн Геворкян так говорит о своем отношении к делу: «Виноделие

Особенно интересна работа с самим Хндогни. На винограднике были отобраны 80 лучших кустов, из которых получили три клона. Для этого сорта французский питомник Mercier подобрал оптимальный подвой. Сейчас проект продолжает работу с эндемичными сортами уже в новых условиях.

История Kataro в последние годы получила и драматическое продолжение. Часть лоз Хндогни удалось вывезти из Арцаха и сохранить. Сегодня семья продолжает развивать проект в Армении, в местечке Дзорахпюр недалеко от Еревана, сохраняя связь с прежним терруаром и сортом. По словам Григория Аветисяна, каждая бутылка Kataro отражает стойкость, наследие и глубокую связь людей со своей родной землей. Во многом поэтому Kataro интересно не только как конкретное вино, но и как пример того, каким образом виноградная лоза может сохранять культурную память региона.

Trinity: органика и «древняя душа»

У Trinity Canyon Vineyards другой акцент – органическое виноградарство и low intervention (минимальное вмешательство в виноделие). Винодельня работает в Агавнадзоре, в высокогорной части Вайоц Дзора, на вулканических почвах. Собственная небольшая винодельня была построена в 2016 году.

Trinity заявляет о себе как о первом сертифицированном производителе органического вина в Армении. Для хозяйства органический подход – не отдельный маркетинговый проект, а часть общей философии: минимальное вмешательство, древние методы, работа с терруаром и сохранение биоразнообразия.

Винодельня экспериментирует и с карасами: часть сосудов погружается в землю, другие остаются открытыми внутри погреба. Красные вина также выдерживаются в бочках из французского и армянского дуба. Виноделием занимается Артем Парсесян, работающий с проектом с первого винтажа.

Философия Trinity сформулирована предельно коротко: Modern wines with an ancient soul – «Современные вина с древней душой». Один из основателей и исполнительный директор Trinity Canyon Vineyards Оваким Сагателян неоднократно говорил о том, что в основе деятельности винодельни лежат

уважение к природе, качественный виноград и верность традициям. По его словам, команда решила полностью вернуться к традиционным армянским принципам виноделия – с особым отношением к земле, винограду и людям.

Вина Армении – это выбор осведомленного потребителя

Все шесть виноделен, вина которых поставляет в Россию компания «Амелиа Вайн», различаются настолько сильно, что объединить их только понятием «армянское вино» уже недостаточно.

Zorah Winery говорит с потребителем языком караса, автохтонных сортов и минимального вмешательства. Hip Areni показывает, как Areni способен развиваться в классической модели длительной выдержки в дубовых бочках. Maran Winery превращает экстремальное высокогорье в лабораторию для эксперимента с подвальным созревaniem. Gevorkian Winery соединяет древние технологии с современными форматами – от Kakhanі до

Ice Wine и pét-nat. Kataro сохраняет Хндогни и вместе с ним – историю целого региона. А Trinity соединяет органическое виноградарство, карас и low intervention.

Именно поэтому сегодня бутылка армянского вина может стать более интересным выбором, чем вина из других стран. Ведь выбирая ее, потребитель получает не только новый вкус, но и возможность разобраться в сортах, терруарах и технологиях, которые пока мало представлены на российском рынке.

Для «Амелиа Вайн» такой ассортимент становится логичным продолжением собственной стратегии: искать не просто известные имена, а представлять винодельню, способные открыть потребителю новый винный опыт. А для самой Армении это возможность окончательно выйти из тени коньяка и занять собственное место на современной винной карте – не за счет громких исторических титулов, а благодаря тому, что происходит сегодня в виноградниках и погребах.



тельно показывает широту возможностей армянского вина. В портфеле хозяйства есть традиционные вина из автохтонных сортов, фруктовые вина, вина, выдержанные в карасах, петнаты, вина с карбонической мацерацией, а также вина, созданные по технологии «Кахани» и айсвайны.

Особый интерес представляет линейка Ariats Kakhanі. Вина по технологии «Кахани» создаются из подвяленного, заизюмленного винограда. Это древняя технология, которая в современном исполнении превращается в совершенно самостоятельный стиль. В ассортименте есть красные и белые версии, в том числе резервные вина.

Другой полюс экспериментов – ANAIS Reserve Ice Wine. Это «ледяное вино» производят из местного сорта Воскеат, собранного при температуре -11 °C на высокогорных терруарах Вайоц Дзора. Такой подход знаком прежде всего по немецкой традиции Eiswein. Таким образом, на одной винодельне встречаются сразу несколько совершенно разных способов работы с виноградом.

для меня – это дарованная свыше возможность создания вечных ценностей. Это образ жизни, без которого я себя уже не мыслю... А еще это необходимость быть предельно честным. И в первую очередь перед собой».

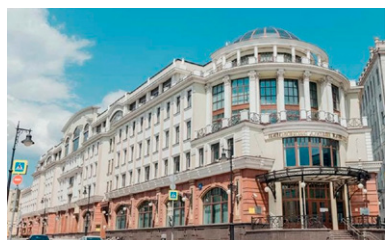
Kataro: когда сорт становится частью истории

Винодельня Kataro – это особый случай. Проект вырос из семейной традиции виноградарства, которым семья Аветисян занимается с 1920-х годов. В центре внимания здесь находится Хндогни – один из ключевых красных сортов Арцаха.

Исторический виноградник Kataro располагался в Гадрутском районе недалеко от села Тох на высоте 740–800 метров. Проект начинался с трех га и вырос примерно до десяти. Красные вина создавались с использованием традиционных корзинчатых прессов, температурно контролируемой ферментации и выдержки в бочках из карабахского дуба. Годовой выпуск составлял около 60 тыс. бутылок.



В МОСКВЕ ОТКРЫЛИ ИНСТИТУТ ГОСТЕПРИИМСТВА



22 сентября в Медиадворе факультета креативных индустрий НИУ ВШЭ состоялась официальная презентация Института гостеприимства. Событие прошло в рамках студенческого гастрономического фестиваля «Флигель_Фест» и собрало рестораторов, экспертов и представителей бизнеса HoReCa.

Гастрономическим партнером презентации выступила компания METRO – один из крупнейших операторов

оптовой торговли в России, глубоко интегрированный в индустрию гостеприимства. Институт задуман как центр компетенций, объединяющий образование, исследования, экспертизу и профессиональное сообщество.

Миссия Института гостеприимства – подготовка управленцев нового поколения, способных проектировать целостные системы гостеприимства на уровне городов и регионов. В экспертный совет вошли признанные лидеры отрасли: вице-президент Федерации рестораторов и отельеров России Владимир Баканов, президент Общенационального союза индустрии гостеприимства Алексей Волков, ресторатор Нурислам Шарифулин, директор «Туракселератора» Александра Бобрецова и другие. Институт уже ведет работу по дополнительному профессиональному образованию,

а с 2027 года планирует запустить программы магистратуры.

Презентацию открыл декан факультета креативных индустрий НИУ ВШЭ Андрей Быстрицкий. Он подчеркнул, что создание нового подразделения направлено на качественное изменение отрасли. Более широкая задача, по его словам, выстроить новую культуру отношений между людьми; это соответствует целям культуры, гастрономической культуры и культуры гостеприимства.

Президент Федерации рестораторов и отельеров России, директор Института гостеприимства Игорь Бухаров представил философию института, опираясь на культурные коды. Он отметил, что институт будет готовить специалистов, способных развивать гостеприимство как систему – от качества сервиса и локальных продуктов до управления целыми территориями.

Отдельный акцент в программе был сделан на роли бизнеса и ритейла в развитии отрасли. Гастрономическим партнером презентации Института гостеприимства выступила METRO. Сегодня компания управляет 91 торговым центром в 51 регионе страны, клиентская база насчитывает порядка 300 тыс. B2B-клиентов, в том числе из сферы HoReCa, и более 7 млн конечных пользователей. METRO последовательно поддерживает образовательные проекты, профессиональный обмен опытом и укрепление диалога между участниками рынка.

Анна Щепилова, директор по коммуникациям METRO, отметила, что компания уже 25 лет работает с ресторанами, кафе и отелями по всей России. По ее словам, для METRO важно не просто поставлять качественные продукты, а быть настоящим партнером

для индустрии HoReCa: запускать образовательные проекты, объединять профессионалов, поддерживать инициативы, направленные на развитие отрасли, и создавать пространство для роста и обмена опытом. Участие в таких индустриальных событиях, как запуск Института гостеприимства, Щепилова назвала возможностью находиться внутри профессионального диалога и работать с теми, кто формирует рынок сегодня.

Запуск Института гостеприимства НИУ ВШЭ формирует площадку, где образование, бизнес и ритейл смогут совместно определять стандарты сервиса, готовить кадры и развивать территориальные проекты. Для рестораторов, отельеров и розничных операторов это возможность включиться в формирование профессиональной повестки и системы гостеприимства нового уровня.

КРИСТИНЕ ВАРДАНЯН: «МЫ РАССКАЗЫВАЕМ МИРУ ОБ АРМЕНИИ НА ЯЗЫКЕ ВИНА»

«Армения Вайн» – один из крупнейших винодельческих производителей Армении, объединяющий собственные виноградники, современное производство, разнообразный портфель тихих и игристых вин и армянского бренди. Продукция компании представлена более чем в 50 странах, а история ее присутствия на российском рынке насчитывает уже 15 лет. О философии компании, винодельческом мастерстве, международной дистрибуции и перспективах армянского виноделия газете Wine Weekly рассказала коммерческий директор «Армения Вайн» Крестине Варданян.

– «Армения Вайн» начинала с закладки собственных виноградников, а сегодня входит в число крупнейших винодельческих предприятий Армении. С чего начиналась история компании и какие принципы определяют ее развитие?

– Все началось с любви и веры. С любви к Армении, к нашей земле, ее истории, культуре и многовековым традициям. И с веры в то, что у нас есть особый и достойный путь, позволяющий представить миру Армению через ее вино. Мы всегда верили, что армянское вино обладает огромным потенциалом и достойно быть представленным на лучших международных площадках, наравне с винами известных винодельческих регионов мира.

История «Армения Вайн» началась с закладки виноградников в 2006 году, а в 2008 году в Арагацотнской области открылось современное винодельческое предприятие. С самого начала в основе проекта лежала идея объединить многовековое наследие армянского виноделия с современными технологиями, международной экспертизой и высокими стандартами производства. Наша цель – познакомить мир с Арменией через вкус и аромат наших вин, способствовать развитию культуры виноградарства и виноделия в стране и укреплять международное признание армянского вина.

Сегодня «Армения Вайн» располагает производственными мощностями до 14 млн бутылок в год, развивает собственные виноградники, сотрудничает с местными виноградарями и экспортирует продукцию более чем в 50 стран. При этом философия компании остается неизменной: уважение к происхождению вина, постоянное стремление к совершенству и ответственность перед будущими поколениями. Для нас важно не только создавать качественный продукт, но и вносить свой вклад в развитие современного армянского виноделия, сохраняя связь между его богатым прошлым и будущим.

– Производственные мощности «Армения Вайн» позволяют выпускать до 14 млн бутылок в год. Как организована работа предприятия, позволяющая сочетать масштаб производства, разнообразие ассортимента и стабильное качество?

– Масштаб производства предполагает прежде всего высокую степень ответственности и системный подход к каждому этапу создания вина. Для нас качество начинается на винограднике и продолжается на всех последующих этапах – от отбора винограда до розлива готовой продукции. Мы используем современное европейское оборудование, применяем международные технологические практики и сотрудничаем с признанными специалистами в области виноделия.

Уже более 13 лет с нами работает французский винодел Жан-Батист Сула, представляющий винодельческую школу Бордо. Производством армянского бренди мы занимаемся при участии Оливье Шапта, специалиста из французского региона Коньяк, а над созданием игристых вин работаем вместе с итальянским экспертом Паоло Пьера.

При этом особую роль играет наша армянская команда. Все основные производственные процессы организуют и контролируют высококвалифицированные армянские специалисты, которые обладают глубоким пониманием местного сырья, особенностей производства и винодельческих традиций страны. Именно сочетание междуна-



родной экспертизы и профессионализма армянской команды позволяет нам последовательно совершенствовать качество продукции.

На мой взгляд, современная технологическая база позволяет не только обеспечивать стабильность качества, но и создавать разнообразный ассортимент, отвечающий ожиданиям различных потребительских аудиторий. Для «Армения Вайн» масштаб – это возможность представлять армянское виноделие широкому кругу потребителей, сохраняя внимание к характеру и индивидуальности каждого продукта.

– «Армения Вайн» развивает собственные виноградники и сотрудничает более чем с 600 местными виноградарями. Какую роль играет

эта модель в обеспечении качества и развитии компании?

– Виноградарство лежит в основе нашей деятельности. Компания располагает 135 гектарами собственных виноградников, включая более 85 гектаров сертифицированных органических насаждений, и сотрудничает более чем с 600 виноградарями из различных винодельческих регионов Армении. На наших виноградниках выращивается более 30 сортов винограда – как автохтонных армянских, так и европейских. Это позволяет нам работать с широким разнообразием сортов, изучать особенности различных терруаров и создавать вина разных стилей и категорий.

Особенно важно, что сотрудничество

с виноградарями носит долгосрочный и, можно сказать, исторический характер. Мы рассматриваем эту работу не только с производственной точки зрения, но и как часть развития виноградарской культуры Армении. Ведь качество вина формируется задолго до начала производственного процесса – на винограднике, благодаря профессиональному уходу за лозой, пониманию особенностей сорта и внимательному отношению к урожаю.

– Армения обладает богатым разнообразием автохтонных сортов винограда. Как «Армения Вайн» раскрывает их потенциал в своих коллекциях?

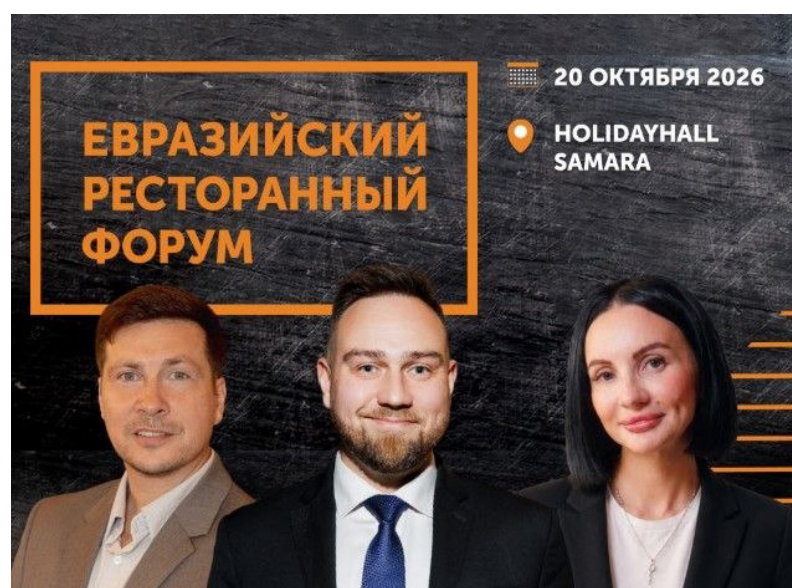
(Продолжение на стр. 16)

ЕВРАЗИЙСКИЙ РЕСТОРАННЫЙ ФОРУМ ВПЕРВЫЕ ПРОЙДЕТ В САМАРЕ

20 октября 2026 года в Самаре впервые пройдет Евразийский ресторанный форум. На один день HolidayHall Samara станет местом встречи профессионалов ресторанной индустрии: здесь соберутся предприниматели, руководители, шеф-повара, маркетологи, специалисты по персоналу и эксперты, которые ежедневно работают с NoReCa.

Самарскую программу составят выступления специалистов из разных сегментов индустрии. Участники смогут познакомиться с опытом федеральных ресторанных проектов, узнать о подходах к управлению и продвижению заведений, работе с командой и поиску новых возможностей для развития бизнеса.

В числе приглашенных экспертов – генеральный директор ресторана



Savva со звездой Michelin Максим Романцев, директор по маркетингу ресторанов «Сыроварня» Павел Тор-

хов, директор по персоналу «Лидер групп» и руководитель кластера подготовки кадров для отрасли «Туризм

и сфера услуг» Марина Николаева, основатель холдинга Global Kitchen Сергей Жданов, бренд-шеф ресторанов компании Ulandy Family и бистро «Земляне» Иван Оленин, бренд-шеф «Кухмистерской фон Вакано» Руслан Кантюков, шеф-повар WanWai Ян Сорока, операционный директор «Плавню» Леон Айрапетов и многие другие.

Директор Z&G.Branding и Z&G.Event, Евразийского ресторального форума Владимир Жолобов отметил, что форум ежегодно собирает сильный состав спикеров и экспертов-практиков, которые делятся опытом и кейсами. По его словам, форум в Самаре станет полезным для всех представителей индустрии: каждый сможет почерпнуть новые инструменты, идеи и использовать полученные знания на практике, модернизировать и масштабировать свой бизнес.

Евразийский ресторанный форум существует с 2019 года. За это время проект сформировал масштабное профессиональное сообщество и расширил географию проведения. В 2025 году форум прошел в восьми городах – от Санкт-Петербурга до Новосибирска. В 2026 году маршрут охватит десять городов России – от Калининграда до Владивостока. Общая аудитория форума в этом году составит около 4000 участников.

Самарская встреча станет частью этого масштабного маршрута и первой для города. 20 октября представители ресторанного рынка смогут провести день в профессиональной среде, обменяться опытом и обсудить вопросы, которые определяют развитие индустрии сегодня. Узнать подробности и зарегистрироваться можно на официальном сайте Евразийского ресторального форума.

КРИСТИНЕ ВАРДАНЯН: «МЫ РАССКАЗЫВАЕМ МИРУ ОБ АРМЕНИИ НА ЯЗЫКЕ ВИНА»

(Продолжение. Начало на стр. 15)

– Армянские сорта винограда представляют для нас особую ценность, поскольку именно через них наиболее ярко проявляется индивидуальность местного виноделия. Прежде всего, это Арени и Воскеат – сорта с интересным характером и значительным потенциалом для создания вин различных стилей.



Природные условия Армении, высокогорные виноградники, разнообразие почв и значительные суточные колебания температур создают благоприятные условия для формирования выразительных вин. Одновременно наш портфель включает международные сорта и купажи, что позволяет представить более широкую палитру стилей и возможностей современного армянского виноделия.

– Ассортиментный портфель «Армения Вайн» охватывает различные категории – от тихих и игристых вин до армянского бренди. Как формировалась ассортиментная стратегия компании и какую роль играют ее основные бренды?

– Наш ассортимент формировался последовательно, вместе с развитием компании и расширением географии международного присутствия. Сегодня портфель «Армения Вайн» включает около 140 наименований продукции, представленных в различных категориях и ценовых сегментах. Каждая коллекция имеет собственную концепцию и позиционирование.

Особое место занимают вина «Армения» – одна из первых и наиболее узнаваемых линеек компании, которая сыграла значительную роль в развитии наших экспортных продаж. Вина «Такар» я считаю одним из наиболее ярких воплощений потенциала армянского виноделия. Для их создания мы используем 100 % отборного винограда сорта Арени из Вайоцзорской области, с последующей выдержкой в дубовых бочках в течение 12 месяцев. Вина «Тарири» представляют другое направление нашего винодельческого подхода, основанное на сочетании армянских и европейских сортов винограда, позволяющем объединить их лучшие качества.

Отдельное внимание мы уделяем развитию игристых вин и армянского бренди. С коммерческой точки зрения для нас принципиально важно, чтобы ассортимент был структурированным, а каждый продукт имел понятное позиционирование и соответствовал ожиданиям потребителя. Именно такой подход позволяет нам работать с различными каналами продаж – от

крупных розничных сетей до специализированной торговли и ресторанного сегмента.

– Вина «Армения Вайн» получили более 200 международных наград. Какую роль профессиональное признание играет в развитии компании и укреплении доверия к армянскому вину?

– Международные винные конкурсы

15 лет – прежде всего история последовательного развития, совместной работы и доверия, которое формируется годами.

– Сегодня «Армения Вайн» поставляет в Россию в среднем 3,5–4 млн бутылок в год. Как менялась структура экспорта и какое место в ней занимают игристые вина?

– Действительно, среднегодовой объем нашего экспорта в Россию составляет порядка 3,5–4 млн бутылок. Если первоначально наше присутствие формировалось преимущественно благодаря классическим тихим винам «Армения», то со временем мы начали последовательно развивать и категорию игристых вин.

Сегодня объем экспорта игристых вин в Россию составляет около 1 млн бутылок в год. Это результат большой совместной работы производственной и коммерческой команд, которые последовательно развивают ассортимент, обеспечивают стабильное качество, расширяют дистрибуцию и укрепляют сотрудничество с торговыми партнерами.

Я убеждена, что устойчивое присутствие на рынке невозможно обеспечить исключительно первоначальным интересом к продукту. Для долгосрочного развития необходимы стабильное качество, понимание потребительских предпочтений, профессиональная работа с партнерами и последовательная коммерческая стратегия.

Особенно важно, что российский потребитель знаком с «Армения Вайн» в разных категориях – от классических тихих до игристых вин. Это позволяет нам представлять разнообразие современного армянского виноделия и продолжать развивать ассортимент компании.

– Продукция «Армения Вайн» сегодня представлена более чем в 50 странах. Какие принципы лежат в основе международного развития компании?

– Международное развитие является одним из ключевых направлений нашей деятельности. Сегодня продукция «Армения Вайн» представлена более чем в 50 странах, включая рынки Европы, Северной Америки и Азии. За этой географией стоит многолетняя интенсивная работа нашей команды и международных партнеров. Каждый рынок имеет собственные особенности: структуру дистрибуции, потребительские предпочтения, культуру потребления вина и требования к ассортименту. Поэтому для нас важно выстраивать индивидуальный подход к каждому рынку, учитывая его специфику и возможности долгосрочного сотрудничества.

Как коммерческий директор, я считаю особенно важным не просто расширять географию поставок, а последовательно развивать присутствие наших брендов, укреплять отношения с партнерами и обеспечивать устойчивость коммерческой деятельности. Но есть и еще одна, не менее важная сторона нашей работы. Осознавая масштаб и роль «Армения Вайн» в армянском виноделии, мы чувствуем особую ответственность за то, как армянское вино представлено на международной арене. Для нас принципиально важно достойно представлять его происхождение, качество и культурную ценность, способствуя

укреплению репутации Армении как винодельческой страны.

Поэтому международное развитие для нас – это не только количество стран, в которых представлена продукция, но и качество профессиональных отношений, которые мы выстраиваем. Через эти отношения мы рассказываем миру не только об армянском вине, но и о нашей истории, культуре и богатом наследии Армении.

– «Армения Вайн» создала вино-туристический комплекс, объединяющий винодельню, Музей истории виноделия Армении, дегустационные залы и ресторан. Какое место энотуризм занимает в деятельности компании?

– Для нас вино всегда было неотделимо от истории, культуры и традиций гостеприимства. Именно поэтому мы создали пространство, в котором гости могут не только познакомиться с современным винодельческим производством, но и открыть для себя богатое наследие армянского виноделия, культуры и гастрономических традиций.

Сегодня наш комплекс объединяет винодельню, Музей истории виноделия Армении, дегустационные залы и ресторан «Назани». Ежегодно мы принимаем более 25 тысяч посетителей.

Для нас важно, чтобы знакомство с «Армения Вайн» становилось полноценным культурным опытом. Когда человек посещает виноградники, знакомится с производством, изучает историю виноделия и дегустирует вина там, где они были созданы, у него формируется совершенно иное восприятие продукта. Мы хотим, чтобы гости увозили с собой не только впечатления от наших вин, но и более глубокое понимание Армении, ее истории, культуры и традиций.

– Какие направления вы считаете наиболее важными для дальнейшего развития «Армения Вайн»?

– Мы рассматриваем развитие компании как долгосрочный процесс, в основе которого лежат качество продукции, профессиональная экспертиза и последовательное совершенствование всех направлений деятельности. Среди наших приоритетов – дальнейшее развитие виноградарства, производственных технологий, винодельческого мастерства и ассортиментного портфеля. При этом наши планы выходят за рамки производства вина. Сегодня рядом с винодельней строится церковный комплекс Святого Креста. Одновременно создается традиционная

винодельческая давяльня, воссоздающая древние армянские традиции виноделия. Вино, которое будет производиться здесь, предназначено для использования в церковных богослужениях и обрядах. Для нас этот проект имеет особое значение. Он символизирует глубокую связь армянского виноделия с духовным и культурным наследием нашей страны, объединяя многовековые традиции с современным развитием.

Не менее важным остается укрепление международного присутствия, развитие сотрудничества с существующими партнерами и выход на новые рынки. Мы также уделяем большое внимание раскрытию потенциала армянских сортов винограда и развитию винной культуры.

Наша задача – продолжать развивать армянское виноделие, сохраняя верность философии компании и создавая качественные продукты, представляющие современную Армению на международной арене.

– Вы отвечаете за коммерческое и международное развитие «Армения Вайн». Что для вас является главным принципом построения успешного винного бизнеса?

– Для меня в основе успешного международного бизнеса лежат три составляющие: качество продукта, доверие партнеров и последовательность в работе. Можно создать интересное вино, успешно представить его на международной выставке и осуществить первую поставку. Но настоящее развитие начинается тогда, когда за первой поставкой следуют новые, формируются устойчивый спрос и складываются долгосрочные профессиональные отношения. Именно поэтому мы уделяем большое внимание не только выходу на новые рынки, но и развитию уже существующих партнерств.

Я убеждена, что сильный бренд формируется годами – через качество, профессиональную репутацию и выполнение обязательств. Для меня особенно важно, что, развивая «Армения Вайн», мы одновременно представляем международному потребителю современное армянское виноделие. И если благодаря нашей работе все больше людей открывают для себя армянские вина, знакомятся с нашими сортами винограда и начинают по-новому воспринимать Армению как винодельческую страну, значит, мы движемся в правильном направлении.

