

Ольга Вандышева Честное русское вино

Резкое удорожание импортного вина, сокращение его доли на российском рынке, а также патриотические настроения создают благоприятные условия для развития отечественного виноделия, которое уже демонстрирует успехи

У России появился исторический шанс на возрождение виноделия. Рынок импортного вина из-за существенного роста цен резко сократился, а продажи отечественных марок взлетели. Теперь русское вино охотно покупают не только малообеспеченные граждане, но и представители среднего класса. И даже элитные московские рестораны, в винных картах которых еще недавно не было ни одной позиции от наших производителей, закупают вина, сделанные в России. Смене предпочтений способствуют не только новые экономические реалии и волна патриотических настроений, но и успехи самих виноделов. В последние годы они вкладывали серьезные средства в модернизацию старых заводов, открывали новые хозяйства, наращивали производство и сегодня все чаще предлагают продукт, сопоставимый по качеству с аналогами из Европы и Нового Света, способный удивлять даже искушенного потребителя. Правда, доля действительно интересного отечественного вина на рынке пока невелика, а его цена зачастую непомерно высока. Но и виноделы, и поставщики, и эксперты смотрят на будущее отрасли вполне оптимистически. По их мнению, уже лет через десять-пятнадцать нам вполне по силам преодолеть проблемы и явить миру российское винное чудо, сравнимое с чилийским.

Лучше, вкуснее, интереснее

«Лет десять назад, когда я говорил о радужных перспективах российского вина, меня все поднимали на смех. Теперь отношение к нашему вину изменилось кардинально. Пить российское становится модно», — говорит президент Союза виноградарей и виноделов России **Леонид Попович**. Такую же тенденцию отмечает и глава Союза сомелье России **Артур Саркисян**. Вот уже пять лет он издает ежегодный гид «Российские вина». Поначалу на эту затею смотрели с непониманием. Особенно импортеры и дистрибуторы, привыкшие ориентироваться на более взыскательного столичного клиента. В наше вино они не верили вообще. А сегодня те же самые поставщики «вы-



Качество винограда, пригодного для виноделия, зависит не только от качества саженцев и терруара, но и от количества солнечных дней в году и многих других факторов

страиваются в очередь к отечественным производителям, некоторые из которых стали даже зазнаваться». По словам Артура Саркисяна, всплеск интереса к нашему вину во многом объясняется именно качественным рывком: «Я ежегодно объезжаю все винные хозяйства, достойные внимания. Провожу дегустацию, ставлю оценки и только то, что понравилось, отбираю. Раньше выбрать какие-то позиции было довольно сложно, при том что проходной балл составлял 75 из 100. Сейчас он увеличен до 82 из 100. Качество наших вин выросло в разы. Они стали гораздо лучше, вкуснее, интереснее».

А ведь еще в начале 2000-х отечественное виноделие находилось в глубоком упадке. На многих предприятиях, в том числе таких именитых, как, например, завод шампанских вин «Абрау-Дюрсо», царил полная разруха. Тогда две трети всей винной продукции, продававшейся в России, производили наши предприятия, но 80% приходилось на дешевые

сладкие и полусладкие вина. Из-за рубежа на полки магазинов поставлялась примерно треть реализуемого. Однако 85% всего импорта шло из бывших советских республик (в основном из Грузии, Молдавии и Украины). А из стран Европы завозилось только 10%. В 2010 году это соотношение составляло уже 18 и 58% соответственно. Правда, на изменение ситуации повлиял также временный запрет на ввоз в Россию грузинских и молдавских вин. Но как бы то ни было, за десять лет доля импорта на нашем рынке приблизилась к 50%. И более половины всех зарубежных поставок обеспечивала «большая тройка» — Франция, Италия и Испания. Все большую популярность приобретали и оригинальные вина стран Нового Света — Чили, Аргентины, Австралии, США, а также ЮАР. К 2010 году их доля на российском рынке увеличилась с 1% (так было в 2000 году) до 10%. Внутренний винный рынок стал намного разнообразнее и богаче.

Более разборчивы стали и рядовые потребители. Правда, настоящих ценителей, тех, кто способен отличить премиальный продукт от заурядного, у нас в России, где национальным алкогольным напитком является водка, а самым массовым — пиво, немного. Порядка 10%. Но они уже привыкли к тому, что, скажем, «Шато Лафит-Ротшильд», как и обычное бордо, можно купить не только во Франции, но и в России. И вот сегодня многие вынуждены снова менять свои пристрастия. Тот, кто раньше тратил на любимое вино, допустим, тысячу рублей за бутылку, теперь либо пьет его гораздо реже, либо приобретает за ту же тысячу вино, которое стоило рублей пятьсот-шестьсот.

От Франции до Абхазии

За минувшие два года в результате девальвации рубля зарубежные вина подорожали на 60–80%, тогда как как отечественные выросли в цене в среднем на 20%. В итоге доля импорта в 2015 году сократилась на треть — до 25%, а российские марки заняли рекордные для постсоветского периода 75% рынка. В натуральном выражении поставки зарубежного тихого вина в прошлом году по сравнению с 2014-м сократились на 33% — с 248 млн до 167 млн литров. Аналогичная ситуация и в сегменте игристых вин. Доля импорта упала здесь на 34%, с 50 млн до 33 млн литров. Изменилась расстановка сил и в рейтинге крупнейших стран-экспортеров. Больше всех потеряла Франция. Поставки из этой страны сократились на 43% по сравнению с 2014 годом, до 27 млн литров, в результате французы переместились с первого места на третье. Италия снизила свою долю на 20%, до 30 млн литров, и сохранила вторую позицию. А в лидеры вышла Испания. Из этой страны в 2015 году было завезено около 33 млн литров вина, на 15% меньше, чем годом ранее. Таким образом, в общей структуре импорта доля Испании составила около 20%, Италии — порядка 18%, а Франции — около 16%. Ну а на четвертое место с одиннадцатипроцентной долей рынка неожиданно вышла Абхазия, потеснившая Грузию и Чили. Это единственная зарубежная страна, показавшая в 2015 году не падение, а рост — на 18%, до 18,5 млн литров, и это стало сенсацией года.

Рывок Абхазии внес коррективы и в рейтинг основных компаний-импортеров и дистрибуторов. Дело в том, что поставками абхазского вина на российский рынок занимается единственная компания — «Мистраль Алко», принадлежащая бизнесмену **Беслану Агрбе**. Тогда как на основных европейских направлениях работают в среднем

по 70–80 компаний. В результате «Мистраль Алко» за счет своей монополии и увеличения продаж возглавила рейтинг поставщиков импортного вина в Россию, в то время как большинство известных импортеров сократили поставки и потеряли былые позиции. Особенно пострадали те, кто ориентировался на ритейл, так как потребители со средним достатком стали пить вино гораздо реже. Например, компания «Лудинг», которая поставляет вино по демократичным ценам из двух десятков стран и несколько лет лидировала на рынке, обеспечивая около 15% всех импортных поступлений в страну, уменьшила свою долю до 7,6% (в натуральном выражении это 12,7 млн литров) и опустилась на второе место в десятке крупнейших поставщиков импортного вина. Еще восемь ведущих игроков, которые обеспечивали почти 38% импорта в Россию, вообще покинули первую десятку импортеров. В их числе ILS, «Моро», «Русалкоимпорт», а ГК «Русьимпорт» и вовсе заявила о банкротстве. И только виноторговая компания «Алианта групп» сумела сохранить шестое место в общем рейтинге, снизив долю рынка с 4,2 до 3,6%. Импортеры, специализировавшиеся в основном на дорогом вине, пошли в массмаркет. К последним относится лидер премиального сегмента группа компаний Simple, которая принадлежит **Максиму Каширину** и **Анатолию Корнееву**. Компания урезала свою маржу и вошла в пятерку поставщиков с долей 3,8%. При этом многие компании продолжили закупать вина в своем обычном ценовом диапазоне, но в рублевом эквиваленте, переключившись на бренды уровнем ниже.

Новые экономические реалии привели к тому, что в массовом сегменте импортное вино стало несколько хуже, считает директор Центра исследований федерального и региональных рынков алкоголя ЦИФРРА **Вадим Дробиз**. Более того, он утверждает, что достоинства и цена импортного вина в России слишком преувеличены: «Какие бы сказки нам ни рассказывали, во всем мире 80 процентов вина — самое заурядное и простое. Премиальный сегмент составляет не более 10–15 процентов. В США, Европе 70 процентов потребителей пьют вино по цене шесть-семь долларов за бутылку. А на западных дегустационных конкурсах в топы не раз попадали вина по розничной цене 100 долларов. Себестоимость даже самых дорогих вин составляет порядка десяти долларов. Все остальное — искусство маркетинга».

Кстати, возросший спрос на абхазское вино эксперты объясняют его сравнительно невысокой ценой, узнаваемостью названий еще с советских времен и не-

искусственным вкусом большей части российских потребителей, предпочитающих сладкие вина сухим. В то же время абхазский феномен вызывает изумление у многих специалистов, поскольку объемы поставок вина из этой страны значительно превышают мощности местных виноградников. В результате возникают предположения, что абхазы либо используют реэкспорт, например из той же Молдавии, либо производят вино из импортных виноматериалов, так называемого балка.

Балк как неизбежность

Впрочем, использование балка — практика довольно распространенная. К ней прибегают многие страны, где не хватает местного сырья. А в России из импортного виноматериала и вовсе делается почти половина всего объема вина. Многие отечественные производители завозят заграничное сырье по цене один-два доллара за литр, разливают его в свои бутылки или картонные коробки, наклеивают этикетки и отправляют в магазины.

Это, конечно, выгоднее, чем заниматься развитием собственного хозяйства, так как производство вина — длительный процесс и дорогостоящий бизнес. С учетом всех рисков ежегодно необходимо вкладывать по 1–1,2 млн рублей на каждый гектар земли, занятый лозой. А первые плоды, пригодные для производства вина, можно получить через пять-семь лет после закладки виноградника. К тому же урожаи зависят не только от количества и качества саженцев, но и от погодных условий. А у нас же то мороз, то дождь, то суховеи. Множество обстоятельств влияет и на букет вина — количество солнечных дней в году, состав почвы, дуновение ветра и многое другое. Еще года три надо потратить на создание определенного вина. В общем, все сложно, дорого и долго. А разливать вино из балка — просто, дешево и быстро. И можно, невзирая на качество, наращивать объемы производства.

Эта проблема особенно беспокоит чиновников Минсельхоза. Например, глава ведомства **Александр Ткачев** неоднократно предлагал запретить ввоз импортного виноматериала или же в несколько раз увеличить таможенные пошлины на него. Однако многие эксперты к этой идее относятся критически. Тем более что у нас регулярно повышаются акцизы. Сегодня надбавка на тихое вино, произведенное из импортного сырья, составляет 9 рублей за литр, а на игристое — 26 рублей. Тогда как налог на вина из отечественного винограда — 5 и 13 рублей соответственно. Еще недавно в правительстве обсуждался вопрос обнуления акцизов для российских виноде-

лов. Но Минфин предложил совершенно обратное — вдвое увеличить ставки на тихое вино. А депутаты пошли еще дальше — решили поднять акцизы и на шампанское. Соответствующий законопроект уже одобрен в Госдуме. То есть с 2017 года акциз на тихое вино из импортных виноматериалов составит 18 рублей, а на шампанское — 36 рублей. А это значит, что процесс замещения зарубежных вин отечественными затормозится, поскольку снизятся и потребление, и производство, которое по итогам первых девяти месяцев текущего года уже и так упало на 10%. Председатель совета директоров «Абрау-Дюрсо» Павел Титов считает, что увеличение акцизов плохой сигнал и для инвесторов. И это мнение разделяют многие участники отрасли. «У производителей и так постоянно растут затраты, в том числе на закупку импортных комплектующих — бочек, пробок, бутылок, сухого льда и так далее. Из-за этого стоимость российского вина по итогам 2016 года вырастет на 15–20 процентов. Если же увеличить еще и пошлины на виноматериалы, то вино станет еще дороже и многие потребители вообще перестанут его покупать и перейдут на более крепкие напитки», — беспокоится Вадим Дробиз. В то же время использование балка, как признают все участники рынка, для России пока неизбежно. Иначе возникнет острый дефицит вина. Все дело в том, что внутренний спрос чуть ли не в пять раз превышает возможности наших виноградников. Сегодня различной виноградосодержащей продукции, включая винные напитки и коньяки, мы выпиваем около миллиарда литров в год. Чтобы самостоятельно обеспечивать такие потребности, необходимо производить ежегодно не менее 900 млн литров виноматериалов. А общая площадь виноградников должна составлять порядка 350–400 тыс. гектаров. Однако под виноградниками у нас занято менее 90 тыс. гектаров. И это с учетом Крыма, где 30 тыс. гектаров виноградников, из которых плодоносят 16 тысяч. При таких скромных мощностях в 2014 году удалось собрать около 530 тыс. тонн винограда, а в 2015-м — 480 тыс. тонн, так как из-за морозов часть почек погибла. «Недостаток сырья — ключевая проблема для отрасли. Поэтому рост производства достигается во многом за счет импортируемых виноматериалов. Чтобы изменить ситуацию, нужно закладывать не менее семи тысяч виноградников в год и многократно увеличить инвестиции как со стороны бизнеса, так и государства», — говорит Леонид Попович. — При этом надо понимать, что около десяти процентов винограда из общего урожая поступает на базары и прилавки магази-

нов в свежем виде. И только оставшийся объем используется для производства вина». В результате в 2014 году в России было получено 350 млн литров виноматериалов, а в 2015-м — 260 млн литров. Чтобы компенсировать эти потери, в прошлом году было завезено около 200 млн литров импортных виноматериалов, что на 19% больше показателя 2014 года. То есть в 2015-м наши виноделы располагали примерно 550 млн литров сырья. Из него (помимо коньяка и винных напитков) было произведено около 400 млн литров тихого вина (рост 25% к показателю 2014 года) и 160 млн литров игристого (плюс 3%). С учетом готового импорта (200 млн литров) на рынок было поставлено 760 млн литров вина. А реализовано, по данным розницы, около 830 млн литров с учетом предыдущих складских запасов.

Лидеры производства

Сегодня плоды своих инвестиций и усилий пожинают те бизнесмены и виноделы, которые начали вкладываться в российское виноградарство десять-пятнадцать лет назад. Именно в начале 2000-х в отрасль пришли первые серьезные деньги. Начались реконструкция и модернизация старых советских заводов-гигантов, стали создаваться небольшие, но серьезные и интересные фермерские хозяйства, в том числе с заявкой на премиальный уровень. Виноделы стали закладывать новые виноградники, использовать современные технологии, приглашать квалифицированный персонал, включая знаменитых европейских специалистов. В результате — количественный и качественный скачок. Однако до недавнего времени на рынке доминировали компании, специализирующиеся на выпуске дешевой продукции в картонных коробках из импортных виноматериалов. Теперь же ведущие позиции занимают предприятия, делающие ставки на производство вина из собственного винограда в стеклянных бутылках. Например, еще в 2014 году первое место среди российских производителей занимал Минераловодский завод виноградных вин из холдинга «Альвиса» (бренд «Монастырская трапеза») с объемом 32 млн литров в год. А в 2015 году в лидеры вышел холдинг «Ариант», принадлежащий челябинским бизнесменам Александру Аристову и Юрию Антипову. Несмотря на то что их предприятия специализировались на производстве ферросплавов и мясной продукции, бизнесмены решили диверсифицировать бизнес и одни из первых взяли за виноделие. Купили семь хозяйств в Темрюкском районе Краснодарского края и получили около семи



Новые российские вина в московских ресторанах зачастую стоят дороже качественных французских

тысяч гектаров виноградников. Кроме того, приобрели и модернизировали винодельческий завод «Кубань-вино», чей бренд «Шато Тамань» сегодня хвалят все эксперты. Еще один крупный актив холдинга — Центр пищевой индустрии «Ариант» в Челябинске. Оба эти предприятия в 2015 году выпустили около 70 млн бутылок тихих и игристых вин. При этом «Ариант» практически все вино производит из собственного винограда. Общая площадь его виноградников составляет 10,5 тыс. гектаров. А принадлежащая компании агрофирма «Южная» на 70% обеспечивает Краснодарский край саженцами. Как рассказывал журналистам Александр Аристов, в обновление старых виноградников и выращивание новой лозы только с 2010 по 2015 год было инвестировано 70 млн долларов. А общие инвестиции за последние десять лет составили 100 млн долларов. И пока они еще не окупились, хотя в прошлом году объем производства холдинга увеличился на 48%, а выручка составила 9,6 млрд рублей. По итогам 2016 года «Ариант» планирует увеличить производство еще на 40%, до 100 млн бутылок в год, в том



Импортные вина за последние два года выросли в цене примерно в полтора раза

числе за счет мощностей завода «Русский Азов» в Темрюке, который в прошлом году произвел 11 млн литров вина. Этот актив бизнесмены приобрели в начале 2016 года за 1,2 млрд рублей как раз с расчетом на возрастающий спрос.

Кстати, в начале 2000-х «Ариант» владел еще и 30% акций торгового дома «Абрау-Дюрсо», но в 2006 году этот пакет был продан бизнесмену **Борису Титову**, который решил взяться за возрождение знаменитого бренда. По некоторым данным, для консолидации 100% акций Титов потратил 1 млрд рублей и еще 3,6 млрд рублей было вложено в развитие предприятия. После того как Титов стал бизнес-омбудсменом, к управлению подключился его сын Павел, и сегодня «Абрау-Дюрсо» — очень успешный бизнес семьи Титовых. Ежегодно компания производит по 24 млн бутылок игристого и 1 млн бутылок тихих вин, в том числе под брендом «Усадьба Дивноморское». Еще 5 млн бутылок игристых и 1 млн бутылок тихих вин компания делает по контракту на чужих заводах. Таким образом, в 2015 году общая выручка «Абрау-Дюрсо» составила 106 млн долларов, а чистая прибыль — 2 млн долларов. Капитализация превысила 6 млрд рублей, но уже к 2020 году владельцы надеются довести ее до 1 млрд долларов. В расчете на это минувшим летом «Абрау-Дюрсо» приобрела обанкротившийся краснодарский завод «Русская лоза», мощности которого позволят выпускать еще 15 млн бутылок игристого и 18 млн бутылок тихого вина в год. Однако собственных виноградников у «Абрау-Дюрсо» немного — лишь 600 гектаров. Поэтому компания вынуждена закупать виноматериалы. В том числе у «Арианта». Нарастают темпы про-

изводства и давно зарекомендовавшая себя краснодарская агропромышленная фирма «Фанагория», производящая вино из собственного винограда. В 2015 году эта компания увеличила производство на 16% к уровню 2014 года, до 24 млн литров.

Небольшие, но гордые

Бурный рост производства у крупных производителей вина сопровождается не менее интенсивным развитием и расширением небольших фермерских хозяйств. Например, еще несколько лет назад в Краснодарском крае игристое вино делали только на «Абрау-Дюрсо». Сегодня этим занимаются уже 11 компаний Кубани. Появились и совсем мелкие хозяйства, так называемые гаражисты. Вообще, небольшие винодельни — совершенно новая практика для России. Но некоторые такие хозяйства успели заявить о себе достаточно громко. Например, ростовская компания «Ведерниковъ» (объем производства — около 1 млн бутылок в год). Это один из самых известных в России производителей премиального тихого вина из аборигенных сортов винограда. В его состав входят Миллеровский винзавод и виноградарское хозяйство «Ведерники». Главный сорт хозяйства «красноstop золотовский» получил ряд наград на российских и международных конкурсах. Здесь также выращивают такие сорта, как «цимлянский черный», «сибирьковский», «голубок». Кстати, в 2015 году контрольный пакет этой винодельни приобрели владельцы «Абрау-Дюрсо». По мнению экспертов, это выгодная сделка, так как «Винодельня Ведерниковъ» — хорошо продаваемый бренд. А сами Титовы на-

деются, что доля производства на хозяйствах «Ведерниковъ» составит 10% выручки «Абрау-Дюрсо» в целом.

Набирает обороты и семейный бизнес **Михаила Николаева**, который вместе с сыновьями развивает предприятие «Николаев и сыновья», куда входит винодельческое хозяйство «Лефкадия», специализирующееся на производстве вина из собственного винограда. Этот проект бывший владелец страховой компании «Наста» запустил десять лет назад. Но собственные мощности «Лефкадии» (68 гектаров виноградников) позволяют производить максимум 300 тыс. литров вина в год. Однако в 2015 году компания увеличила продажи в пять раз — с 250 тыс. до 1,25 млн бутылок. Это произошло за счет покупки агрофирмы «Саук-Дере». В дальнейшем Николаевы планируют увеличить производство до 6 млн бутылок в год, поэтому сейчас полностью реконструируют «Саук-Дере» и достраивают линию переработки. Пока же винодельня «Лефкадия» выпускает моносортовые и ассамбляжные вина в премиальном и массовом ценовых сегментах под брендами «Ликурия» и «Лефкадия», а также суперпремиальную марку «Коллекция холостяка», в которой три наименования: «Шираз», «Пино Нуар» и «Каберне Фран».

«Добиться высокого качества — самая сложная задача. Но мы купили современное оборудование для переработки винограда. Оно в два раза дороже альтернативных вариантов. Благодаря этому качество вина получается принципиально другим, на голову выше: нет окисления винограда, не давятся косточки, нет горечи. Есть еще целый ряд приемов, которые позволяют де-



Чтобы обеспечить собственные потребности в вине, нам необходимо увеличить площади виноградников в три раза

ТАСС

лать массовое вино качественным», — говорит управляющий партнер предприятия «Николаев и сыновья» **Михаил Николаев-младший**.

В массовом сегменте их вина на полках стоят по 500 рублей за бутылку, премиальные — около 2,5–3 тыс. рублей, а суперпремиальные из «Коллекции холостяка» — до 10 тысяч.

Структуры, близкие к председателю правления ВТБ **Андрею Костину**, развивают завод «Инвест плюс» в поселке Вилино в Крыму. Хозяйство, которому принадлежат 120 гектаров виноградников, производит 400–450 тыс. бутылок вина под маркой Alma Valley. Это один из самых молодых и амбициозных проектов. Впервые марка появилась на полках магазинов в прошлом году. А собственные виноградники были засажены молодой лозой в 2008 году. Спустя пять лет открылся современный завод в стиле хайтек, мощности которого позволяют производить по 2–3 млн бутылок в год. Вся линейка бренда включает пять коллекций, каждая из которых имеет яркие отличительные черты. Базовые вина представляют собой простые купажи, специальные кюве — напитки для особых случаев, ассамблированные из двух сортов винограда, а коллекция Alma Valley — премиальные сортовые вина, содержащие не менее 85% заявленного сорта. Ее топовая разновидность — Alma Valley Reserve — напитки с наиболее элегантными профилями и наилучшим потенциалом к выдержке. Кстати, Alma Valley — одно из пяти российских вин, которые подают в кафе «Пушкинь», причем по цене 8450 рублей за бутылку (для сравнения: шардоне и мерло «Усадьба

Дивноморское» в меню этого заведения стоят по 7650 рублей за бутылку).

Рискунул вложиться в крымское виноделие и президент «ЛУКойла» **Вагит Алекперов**. По данным СМИ, уже несколько лет он вкладывает средства в развитие небольшого винодельческого хозяйства Chateau Cotes de Saint-Daniel, расположенного возле Гурзуфа. Этому хозяйству принадлежит 20 гектаров виноградников и винодельня, рассчитанная на выпуск 40 тыс. бутылок в год.

Среди небольших хозяйств стоит также отметить краснодарские Chateau le Grand Vostok «Раевское», крымскую «Сатеру» и частную винодельню энолога **Олега Репина**, который ежегодно выпускает по две тысячи бутылок под собственным брендом. Авторским виноделием под Севастополем занимается и бывший московский сомелье и ресторатор **Павел Швец**. Сам он считает, что севастопольский регион — уникальное место с точки зрения терруара. Здесь известняковые почвы, очень бедные, с сильным влиянием моря, много холмов разных экспозиций, что также способствует созданию широкой палитры качественных вин. В 2008 году Швец высадил на склонах Зыбук-Тепе первые саженцы, привезенные из французского питомника: пино нуар, рислинг, совиньон блан, совиньон мерло, каберне совиньон. В 2010 году собрал первый урожай и начал делать вино под маркой Uppa Winery. При этом Швец создает биодинамические вина. Смысл биодинамического метода заключается в том, чтобы выращивать экологически чистые продукты без использования химикатов и минеральных удобрений. В продаже — в

ресторанах и бутиках Крыма, Киева, Москвы — вино под брендом Chernaya River Valley появилось в 2013 году. Сейчас на территории хозяйства Швеца, в развитие которого он вложил около миллиона евро, функционирует небольшой цех, который позволяет выпускать 50 тыс. литров вина — около 75 тыс. бутылок. Впереди — строительство винзавода.

Качество и его стабильность

«В российском виноделии появились честные ребята. Некоторые хозяйства убеждают, что это не просто инвестиционные проекты. Они делают вино, которое действительно удивляет, — говорит вице-президент компании Simple **Анатолий Корнеев**. — Но вопрос не только в качестве, но и в его стабильности. То, что пробуешь в гостях у виноделов, зачастую парадоксально здорово. А покупаешь это вино в магазине — и уже не то. Парадокс заключается еще и в том, что зачастую наше вино оказывается дороже некоторых импортных образцов. То есть качество не всегда соответствует цене». По словам Корнеева, это была одна из причин, по которой Simple до недавнего времени не заключала контракты с российскими виноделами. Но после того, как в 2014 году рухнул рубль и импортная продукция стала менее конкурентоспособной, компания включила в свой портфель российские марки. «Почему мы работаем, например, с Раевским? Потому что его красное вино, которое является лучшим по версии 2015 года (вино «Ренессанс» получило первое место на конкурсе в Абрау-Дюрсо по версии Союза виноградарей и виноделов России. — «Эксперт»), на полке стоит 790 рублей. Это может себе позволить большая часть потребителей. Аналогичное вино у коллег по цеху стоит уже две тысячи сто рублей. А у некоторых вообще пять тысяч. И принципиального расхождения в качестве вы не увидите. Возникает когнитивный диссонанс. Да, сейчас рынок все проглатывает. Но этот тренд долго не продержится. Импорт отыграет часть своей доли», — предсказывает Анатолий Корнеев.

Однако все опрошенные нами эксперты в один голос утверждают, что российские виноделы на правильном пути. И хотя уровни великих вин мы еще не достигли, за то, что производим сегодня, уже не стыдно. Несмотря на рост акцизов, введение ЕГАИС, жесткое регулирование и ряд других препон, в отрасли заметны большие перемены. У нас действительно есть потенциал для того, чтобы стать винодельческой державой. Главное, чтобы государство не мешало, а помогало. И вот тогда действительно появится много честного русского вина. ■