simple

СЕРИЯ КНИГ | ПРОСТО О ЛУЧШИХ ВИНАХ | 18+

wine news



ДОРОГА ПОРТО И ФИНО ПО БАРАМ РОССИИ

АЗИАТСКИЕ МОТИВЫ НОВОГО РЫНКА SPIRITS

TASTE OF RUSSIA FAR EAST

НОВЫЙ BARRISTER ПЕРВЫМ ВСТРЕЧАЕТ РАССВЕТ

9 785427 401210 >

LIFE : TIME

ВРЕМЯ ДЛЯ ЖИЗНИ

РОСКОШНЫЙ КВАРТАЛ ДАРИТ ВРЕМЯ ДЛЯ ЖИЗНИ

Sminex | Перфекционисты Fine Development

ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ НА НАШ.ДОМ.РФ. ЗАСТРОЙЩИК АО «СЗ СЕРГЕЯ МАКЕЕВА». РЕКЛАМА.



Самый покупаемый квартал на престижной Пресне*

Приватный двор-парк 1,7 га для прогулок и игр

Частная школа и детский сад во дворе

Фитнес с бассейном 25 м только для жителей

Широкий выбор квартир, пентхаусов и скай-вилл

*1330

life-time.moscow

*ЛИДЕР ПО КОЛИЧЕСТВУ ПРОДАННОЙ ЖИЛОЙ ПЛОЩАДИ ОТ ЗАСТРОЙЩИКА В ПРЕМИУМ СЕГМЕНТЕ В ПЕРИОД С ЯНВАРЯ 2023 Г. ПО ИЮНЬ 2024 Г. НА ОСНОВАНИИ КАБИНЕТНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ, ВЫПОЛНЕННОГО FACTORY OF MARKETING.

РЕПОРТАЖИ И ИНТЕРВЬЮ

34 Коктейли уровня G.O.D и шокирующий рецепторы Никс Ануман

42 Второй Bar Hub ещё зажигательнее

48 Суперфинал «Игр барбеков» от Fernet-Branca

98 «Лучшие креплёные вина за всю историю»: эфир с Южной Африкой

122 6000 км от Москвы до Ольхона с Simple Spirits Academy

БЕЛЫЕ

28 Первый Barrister проекта «Вкус России»

66 Саке глазами итальянца

82 Гастрономические восторги с граппой и аромат дистиллерии, который никогда не забудешь

104 Богиня агавы и 400 кроликов: гид по мексиканским напиткам

ТЁМНЫЕ

14 Новинки для барной тележки

22 Как «Семь хвостов» навели шороху

58 Юрий Богоносцев о главном в японском виски

72 Китайские «звоночки» для индустрии виски

74 Управление ангелами: тонкости рождения элитных коньяков

114 Айриши на распутье: дегустация

РАЗНОЦВЕТНЫЕ

40 Мемные умэсю с 1697 года

90 Удивительные приключения портвейнов и хересов в России

СОПРОВОЖДЕНИЕ

26 Правильные тоники для наших джинов

52 Шеф-повара обсуждают достоинства коктейльной вишни

110 Как празднуют двухсотлетие «Ангостуры»

Цифровую версию любого выпуска Simple Wine News можно приобрести в **ЛИТРЕС**

ЛитРес:

УДК 663.2/.3
ББК 36.87
К28

18+



ИЛЛЮСТРАЦИЯ НА ОБЛОЖКЕ: **ПРЕСС-СЛУЖБА КОМПАНИИ LADOGA**

simple wine news

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР **Анастасия Прохорова**

АРТ-ДИРЕКТОР **Нино Мирзашвили**

РЕДАКТОРЫ **Валерия Труфакина, Яков Лысенко**

ВЫПУСКАЮЩИЙ РЕДАКТОР **Татьяна Платонова**

ОТВЕТСТВЕННЫЙ РЕДАКТОР **Катерина Медведева**

ВЕДУЩИЙ ЭКСПЕРТ **Сандро Хатиашвили**

КРЕАТИВНЫЙ ДИРЕКТОР **Дмитрий Мережко**

ПРЕПРЕСС **Алексей Клак**

КОРРЕКТОРЫ **Анна Хяккинен, Софья Конева**

АССИСТЕНТ РЕДАКЦИИ **Владлена Ефименко**

НАД НОМЕРОМ ТАКЖЕ РАБОТАЛИ: **Анна Бебекина, Каролина Бредфорд, Лилия Варфоломеева, Галина Воронцова, Семён Кузьмин, Маша Бойнова**

SWN.RU

ВЫПУСКАЮЩИЙ РЕДАКТОР САЙТА **Ксения Никифорова**

ИЗДАТЕЛЬ **Александр Щуренков**

РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТА **Анатолий Корнеев**

РЕКЛАМА И СПЕЦПРОЕКТЫ SWN:
Агентство Universum Community
Наталья Кокорина
nkokorina@simple-adv.ru
www.universum-community.com

МЕНЕДЖЕР ПО РАСПРОСТРАНЕНИЮ **Мария Семёнова**

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ СЕРИИ **Максим Каширин, Анатолий Корнеев, Сандро Хатиашвили**

Издание предназначено для лиц старше 18 лет. Настоящая книга не является периодическим печатным изданием. Книга предназначена для распространения исключительно на территории предприятий розничной торговли и общественного питания, обладающих лицензией на продажу алкогольных напитков. Любое иное распространение этой книги в РФ запрещено. Редакция не несёт ответственности за содержание рекламных материалов.

TASTE OF RUSSIA FAR EAST
Серия Simple Wine News: Редкол.: А. Прохорова [глав. ред.] и др. — М.: Издательство **«СИМПЛ»**, 2024. — 128 с.

ISBN: 978-5-4274-0121-0

Цена договорная. Тираж 25 000 экземпляров.
Отпечатан в типографии «РИДО» **rido@rido.ru**

Реклама помогает повысить уровень жизни, повышая уровень желаний.

Э. Маккензи
американский писатель и философ

К сожалению, с вступлением в силу Федерального закона Российской Федерации от 20 июля 2012 г. № 119-ФЗ мы не можем воспроизвести эту страницу Simple Wine News в электронной версии издания.

Бумажный Simple Wine News доступен в лучших ресторанах и винных магазинах России.

Еще больше материалов читайте на swn.ru

simple wine news





Seven Tails XO

Создатели Seven Tails стёрли границы аппелласьонов, смешав коньяк, арманьяк и бренди, выдержанные от 5 до 30 лет, и довыдержав их в бочках из-под порто. Революционный подход к ассамбляжу завоевал признание авангардных бартендеров — так, запущенный в 2020 году Seven Tails XO вскоре был залистован в самых влиятельных барах Лондона, Парижа и Нью-Йорка. Детище Арно де Трабука, хорошо знакомого барному комьюнити по рому Banks, а также известного миксолога Джоэла Фрейзера, Seven Tails — бренди новой формации, достигший своей цели: молодая аудитория в восторге.

Традиционный «крепкий» ноябрьский SWN выходит в такой момент, когда рынок столкнулся с новыми вызовами и нам в очередной раз нужно искать креативные решения на перспективу, чтобы ассортимент представленных в России напитков не пострадал. Главное изменение последних месяцев, коснувшееся крепкого алкоголя, — повышение пошлин на импортные спирты из недружественных стран, из-за которого цены на некоторые бренды на полках магазинов уже выросли на 15–20%, и рынку в целом ещё предстоит адаптация. Хотя это изменение слегка замедлило темпы развития категории Spirits, мы с оптимизмом смотрим в будущее и продолжаем активно знакомить с ней новую аудиторию и укреплять уже сложившееся комьюнити ценителей благородных напитков, фанатов коктейльной культуры и бартендеров.

Так, в этом году вместе с джином Hoppers, новым собственным брендом Simple, мы патронировали лекторий на Saint-Petersburg Cocktail Week, а в сентябре выступили генеральным партнёром московской выставки Bar Hub Expo, ставшей ярким и крупным событием для индустрии. На Bar Hub в этом году фиксировали разворот приоритетов на Восток: малоизведанные категории алкоголя, свежие взгляды на миксологию, которые характерны для топовых баров азиатских мегаполисов, сейчас влияют на весь мировой рынок, и в России они на острие интереса. Почему всё ориентальное сегодня так привлекательно — об этом в SWN рассуждают и Леопольдо Пуциелли, итальянец, ставший глобальным бренд-амбассадором саке Dassai, и Никс Ануман, который по приглашению Simple выступал на Bar Hub. Ануман своими сумасшедшими барными проектами оживил целый район Бангкока, став звездой престижного рейтинга Asia's 50 Best Bars. Компания Simple в своё время одной из первых начала прокладывать путь на российский рынок для топовых саке и японских виски, и мы продолжаем искать перспективные категории в мире азиатских напитков. Например, не так давно у нас появилась яркая коллекция от самого известного бренда умэсю — CHOYA, а новаторский виски Togouchi из префектуры Хиросима, прославившийся релизами с любопытными довыдержками, за чуть более чем год присутствия на российском рынке уже обрёл круг преданных поклонников.

Этим летом команда амбассадоров Simple Spirits Academy проехала почти 6000 км от Москвы до острова Ольхон, встречаясь с бартендерами во множестве городов. В задорном репортаже на страницах SWN участники проекта рассказывают о своей «авантюрной» экспедиции. Самое важное, что, судя по энтузиазму, с которым их повсюду встречали, барный рынок вернулся к активной жизни после четырёх лет неуверенности. Его драйвят изобретательные миксологи. Непрестанный поиск новых вкусов иногда может придать новое звучание целым категориям напитков. Вот сейчас, скажем, мы наблюдаем за ренессансом крепленых вин. Они всё чаще становятся базой для авангардных коктейлей, добавляя им «виннную» глубину, вписываясь в тренд на низкоалкогольные лонг-дринки. О барах, где нашли общий язык с руби, тони и фино, редакция собрала отдельный обзор.

В других материалах выпуска авторы SWN рассказывают о том, как шеф-повара взяли на вооружение культовую коктейльную вишню Griottines, о модерновом французском бренди Seven Tails, развитии терруарной мысли в коньячном доме Camus, буме вокруг ирландского виски, столетии виски японского, о «дефиците» агавы и юбилейной «лимитке» легендарного биттера Angostura.

Мне же хотелось бы отдельно обратить ваше внимание на новый арт-проект от команды водки «Онегин» — Dandy Art Edition. В очень необычном подарочном наборе с оформлением от художника Димы Ребуса, только что поступившем в продажу в винотеках SimpleWine, нашего героя — «Онегина» — сопровождают 335-страничный манифест философии неодендизма, концептуальная колода карт и отличное артовое настроение. Думаю, вам будет непросто пройти мимо такой красоты!

Максим Каширин,
президент Simple Group

ФОТО: ВЛАД ЛОКТЕВ

Вести бизнес без рекламы —
все равно что подмигивать девушке
в полной темноте.

Стюарт Хендерсон Бритт
социальный психолог

К сожалению, с вступлением в силу Федерального закона Российской Федерации от 20 июля 2012 г. № 119-ФЗ мы не можем воспроизвести эту страницу Simple Wine News в электронной версии издания.

Бумажный Simple Wine News доступен в лучших ресторанах и винных магазинах России.

Еще больше материалов читайте на swn.ru

simple wine news

Исследуя

неоденди́зм

Что известно **о лимитированной арт-новинке от водки «Онегин»**, вышедшей в свет во второй половине октября.

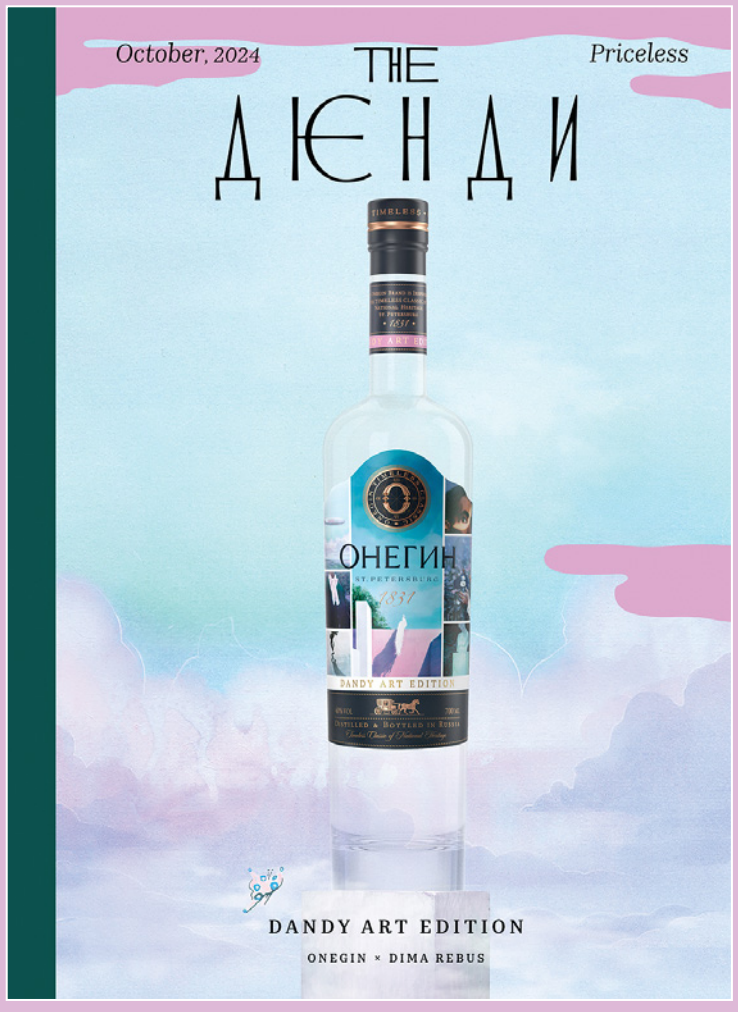
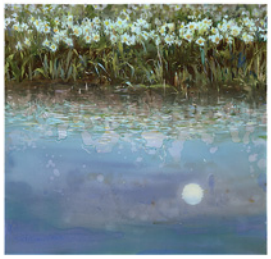


ФОТО: SIMPLR GROUP










Казалось бы, денди остались в XIX веке, когда и закрепился соответствующий социально-культурный код, увековеченный Александром Пушкиным. На самом деле они по-прежнему среди нас: формируют новую философию, гуманитарный ландшафт. Что собой представляют современные последователи дендизма? Как за столетия изменилась эта эстетика? Этот вопрос исследует бренд **«Онегин»** — лимитированной новинкой **Dandy Art Edition**, тематическим журналом и коллаборацией с художником Димой Ребусом.

С явлением дендизма мы познакомились ещё в школе, изучая «Евгения Онегина». С ходу рисуется образ молодого повесы, умеющего стильно одеваться. Однако, глубоко погрузившись в тему, выясняешь, что дендизм — не только мода, расточительство и поза, но и масштабное явление, тесно связанное с происходящими в обществе социальными и культурными процессами. Денди транслируют ценности и мировоззрение, поведенческие стратегии, философию.



Работа Димы Ребуса с акварелью носит лабораторный характер: он экспериментирует с пигментами, загустителями и окислительными медиумами, использует авторский фиксатив, позволяющий ему создавать новые цепочки или удалять лишние фазы, как в окне со слоями Photoshop.
В каждой работе он находит для знакомой нам с детства акварели новые варианты воплощения. Ему также нравится использовать бумагу разной толщины и текстуры, играть с глубиной и тонкостью прозрачного цвета — так рождаются его эфемерные работы.







С 1 НОЯБРЯ ЛИМИТИРОВАННЫЙ РЕЛИЗ **DANDY ART EDITION** ДОСТУПЕН В ВИНОТЕКАХ **SIMPLEWINE**.

В подарочный набор входят:

— бутылка водки «Онегин» в коробке, оформленной, как и этикетка, фрагментами картины художника Димы Ребуса;

— журнал-альманах о дендизме: 335 страниц с 36 авторскими колонками и 15 диалогами-интервью с современными героями;

— авторская колода карт, созданная совместно с нижегородским художником Яковом Хоревым, резидентом студии «Тихая».

И том «Денди», и карты отпечатаны ограниченным тиражом и будут доступны только в составе набора Dandy Set.





Игра в карты была одной из важных составляющих образа жизни «клуба денди» в Лондоне начала XIX века. В стремлении окружить лимитированный выпуск «Онегина» по-настоящему эстетскими элементами художник Яков Хорев глубоко погрузился в изучение деталей костюма мужчины, который хочет произвести впечатление не вычурными выходами, а той самой дендистской «заметной незаметностью». Одна из сторон игральных карт называется рубашкой — это стало подсказкой. А при оформлении «лица» карт отправной точкой к полёту фантазии художника стали петли для пуговиц, а также дендистский протест, выразившийся в отходе от конвенциональной гармонии. Он определил и формат линии, которая то и дело выходит из-под контроля и начинает фланировать по листу бумаги.

Вместе с пулом публицистов **«Онегин»** исследовал многогранность этого феномена. Результат продолжительного ресёрча — арт-зин, в котором собраны материалы, воссоздающие исторический контекст и интерпретирующие современный дендизм. Случайных авторов и персонажей нет. Каждый, кто писал авторские колонки, изучал тему либо в рамках своей профессии, либо сам является носителем этого кода, осознанно или нет. Многие знакомые нам имена открываются с новой стороны. Этот проект — зеркало глобальной философии бренда.

Свой взгляд на неодендизм дал и художник Дима Ребус, но работал он не со словом, а с изображениями, ассоциациями. Он пишет акварельными красками, разводя их в дождевой воде, для этой коллаборации собранной в колыбели хрестоматийного дендизма — Лондоне. Ребус создал коллекцию художественных элементов, отсылающих к богатой истории этой философии и отражающих её значение в современном мире. Они заключены в эмоциональную схему, единый мудборд — сетку из прямоугольных «окон», представляющих интуитивные отсылки и ребусы. Так, в одном из них художник изобразил белоснежного павлина на розовой стене, отсылающей к дому архитектора Луиса Баррагана, выдающегося представителя дендизма в архитектуре.

Дендизм, хотя и претерпел значительные метаморфозы, не устарел — в этом убеждён Ребус. Его современная интерпретация — про личный, интимный дизайн собственной жизни, про индивидуальность, вкус и утончённость в широком понимании, а также про образ мыслей, поведение и интеллектуальные интересы.

ФОТО: SIMPLE GROUP







Мариана Павлюкевич

Директор бренда «Онегин»

« В этом году компании **Simple**, частью которой мы являемся, исполнилось 30 лет. Свой юбилей она празднует под девизом “Назад в будущее”. Этот оксюморон идеально вписывается по смыслу в то, как команда **“Онегина”** видит и свою миссию в развитии бренда. Наш метод — исследовать культурный код, находить в истории знаковые культурные явления, которые мы вписываем в ДНК бренда **“Онегин”**, сохраняя их в настоящем и будущем».

« С годами границы дендизма только расширялись, и в наши дни он звонкой, характерной нотой проецируется на многие области окружающего мира. Мы отыскиваем его отблески как редкие жемчужины: в архитектуре, литературе, визуальном искусстве и музыке. Он оказал значительное влияние на историю искусства в целом, внося остроумие и провокационный стиль в культурные нормы. Создание уникальных образов и концепций, выходящих за рамки традиционного искусства, способствовало формированию инноваций и авангардных подходов к творчеству. Бренд **“Онегин”** и сам по себе, и в визуальной части своего стиля является чистым олицетворением классического дендизма».

ДЕНДИЗМ В КОКТЕЙЛЬНОЙ КУЛЬТУРЕ

Это философия, восходящая к эстетике викторианской Англии, когда стиль и элегантность были неотъемлемыми элементами повседневной жизни. Дендизм проник в едва зарождающуюся коктейльную культуру в 1850-х годах и достиг кульминации с мастерством барменов-денди, таких как Джерри Томас и Гарри Крэддок. Они превращали приготовление коктейлей в театральное представление, фокусируясь на внешнем виде напитков и атмосфере. Классические коктейли, такие как Martinez, Old Fashioned, Buck’s Fizz и White Lady, Dry Martini, остаются символами этого подхода.

Сегодня дендизм в коктейлях — про внимание к каждому ингредиенту, тонкий баланс вкусов и эстетическую подачу. Делимся рецептом, отражающим эту философию.

Dandy Cocktail

ИНГРЕДИЕНТЫ:

- Водка Онегин Dandy Art — 40 мл
- Suze — 5 мл
- Портвейн белый — 10 мл
- Cocchi Americano — 20 мл
- Angostura Orange — 2 дэша
- Оливка — 1 шт.

ПРИГОТОВЛЕНИЕ:

Смешивайте все ингредиенты в смесительном бокале вместе со льдом, пока стекло не запотеет, перелейте напиток в мартинку. Украсьте бокал шпажкой с оливкой.



Без рекламы произойдет самое ужасное — не произойдет ничего.

Том Бискарди
продюсер

К сожалению, с вступлением в силу Федерального закона Российской Федерации от 20 июля 2012 г. № 119-ФЗ мы не можем воспроизвести эту страницу Simple Wine News в электронной версии издания.

Бумажный Simple Wine News доступен в лучших ресторанах и винных магазинах России.

Еще больше материалов читайте на swn.ru

simple wine news

Массового сознания не существует в природе. Масса состоит из личностей. Поэтому хорошая реклама всегда является обращением одного человека к другому.

Фэрфакс Коун
директор Американской ассоциации рекламных агентств

К сожалению, с вступлением в силу Федерального закона Российской Федерации от 20 июля 2012 г. № 119-ФЗ мы не можем воспроизвести эту страницу Simple Wine News в электронной версии издания.

Бумажный Simple Wine News доступен в лучших ресторанах и винных магазинах России.

Еще больше материалов читайте на swn.ru

simple wine news

Реклама побуждает людей жить не по средствам? То же самое можно сказать о браке.

Брюс Бартон
сооснователь BBDO

К сожалению, с вступлением в силу Федерального закона Российской Федерации от 20 июля 2012 г. № 119-ФЗ мы не можем воспроизвести эту страницу Simple Wine News в электронной версии издания.

Бумажный Simple Wine News доступен в лучших ресторанах и винных магазинах России.

Еще больше материалов читайте на swn.ru

simple wine news

Реклама — самая интересная и самая трудная форма литературы.

Олдос Хаксли
писатель и философ

К сожалению, с вступлением в силу Федерального закона Российской Федерации от 20 июля 2012 г. № 119-ФЗ мы не можем воспроизвести эту страницу Simple Wine News в электронной версии издания.

Бумажный Simple Wine News доступен в лучших ресторанах и винных магазинах России.

Еще больше материалов читайте на swn.ru

simple wine news

Заполним бар

Посмотрим, на какие **примечательные бутылки из новых поступлений** стоит обратить внимание в этом году. Подготовила Валерия Труфакина

От мастеров, создающих продукт исключительного качества



Angostura Tribute Distiller's Cut

Лимитированный релиз биттера с блендом лучших ромов, включая 25-летний

Карибский ром — чувствуете, как это звучит? Музыка пряностей и фейерверков праздника. А тринидадский ром? Он особенный уже хотя бы потому, что единственный в своём роде — с одной-единственной дистиллерии, вобравшей традиции и новинки искусства перегонки и выдержки.

Дом **Angostura** с большим уважением говорит о мастерах, создающих продукт исключительного качества, начиная с семьи доктора Иоганна Зигерта и заканчивая командой сегодняшнего дня. Нам достался ром лимитированной серии из **Private Cask Collection**, посвящённый мастеру-дистиллеру Джону Джорджу, который на протяжении более 40 лет и создавал тот самый «ангостуровый» вкус. Дань уважения мэтру компания отдаёт настоящим карибским ромом, созданным по его вкусу, — он для тех, кто ценит сложность и хочет прочувствовать все глубины неординарного вкуса. В бленд **Angostura Tribute Distiller's Cut** собрали и идеально сбалансировали лучшие спирты из библиотечных запасов, в том числе 25-летней выдержки, чтобы получить тот самый вкус с дымчатостью, насыщенностью, нотами ванили, крем-брюле, какао и изысканных экзотических сухофруктов.

В названии, кстати, зашифрован момент, который в производстве требует не просто мастерства — дара, если хотите. **Distiller's Cut** — это «отделение» сердца спирта от перегонного куба, точное и чёткое. На этом и строится создание образцовых и престижных ромов **Angostura**. Джон Джордж слишком скромен, чтобы сказать это самому, но он установил золотой стандарт для всего Карибского региона. Его спирты отличаются особенной шелковистой текстурой, вы ощущаете её в фирменном вкусовом профиле **Angostura** — фруктовом, с оттенками дубовой ванили.

Hakushika Sake Sparkling

Саке тоже в игре

Пожалуй, самое романтичное саке этого года. За его основу взяли саке категории **дзюнмай гиндзё** — премиум с остатком риса после шлифовки 60%, без добавления этилового спирта. Вкусовой профиль такого саке комплексный, наполненный фруктово-цветочными и дрожжевыми вкусами и ароматами. А теперь добавьте нежный и освежающе чистый вкус умами, лёгкую, воздушную газацию — вот идеальное знакомство с игристым саке. Отлично в сольной программе с комфортным охлаждением и как сопровождение к широкому спектру блюд, начиная от классических суши и роллов и заканчивая пиццей.

ФОТО: SIMPLE GROUP

Делать деньги без рекламы может только монетный двор.

Томас Маколей
британский историк и политик

К сожалению, с вступлением в силу Федерального закона Российской Федерации от 20 июля 2012 г. № 119-ФЗ мы не можем воспроизвести эту страницу Simple Wine News в электронной версии издания.

Бумажный Simple Wine News доступен в лучших ресторанах и винных магазинах России.

Еще больше материалов читайте на swn.ru

simple wine news

Frapin Trésor du Château Fontpinot Trilogie #1 Cognac

Три урожая в одной бутылке



Коньячный дом **Frapin** предложил отправиться в путешествие чувственных ощущений с особым коньяком, созданным Патрисом Пивто, мастером погребов. Эта лимитированная серия, выпущенная в количестве всего 1600 бутылок, представляет собой вершину коллекции **Trésors**. По сути, это углублённое знакомство с терруаром центральной части **Grande Champagne**, поскольку виноградники дома **Frapin** находятся именно в этом престижном крю Коньяка. Оригинальный ассамбляж коньяка **Frapin Trilogie #1** сочетает в себе три миллезимных о-де-ви: 1986, 1988 и 1990 годов. Причём самый молодой, 1990 года, обеспечивает структуру и указывает на «32-летний возраст» ассамбляжа. Эту харизматичную и элегантную ароматическую палитру уже отметили двойной золотой медалью и званием «Коньяк года» на **International Spirits Challenge 2023**. Прикоснёмся и мы к утончённым и пряным нотам произведения урожая 1988 года в сочетании с мягкостью и сбалансированностью урожая 1986-го — неописуемой изысканности композиции. Как неприкрыто назвали коллекцию — «Сокровища», **Trésors**. Очень в тему и бутылка со строгими линиями.
Если помните, впервые подобного типа коньяк, где соединили между собой несколько редких миллезимных о-де-ви, был выпущен домом **Frapin** в 2008 году, он назывался **Multimillesime #1**. В том же году его признали лучшим крепким алкоголем мира на авторитетном международном конкурсе **International Spirits Challenge**. Так что у нас в руках триумфальное продолжение истории.



Frapin XO Château de Fontpinot 100th Anniversary Grande Champagne Cognac

Ощутим себя в ревущих двадцатых

Конечно, коньячному дому **Frapin** не 100 лет, первое упоминание династии Фрапенов относится к 1270 году, и сегодня во главе дома 23-е поколение семьи. Этот шедевр коньячного мастерства посвящён юбилею безупречного вкуса **XO**, созданного Пьером Фрапеном столетие назад. Название семейной резиденции Шато-де-Фонпино в наименовании указывает на то, что коньяк производится исключительно из винограда, собранного, дистиллированного, выдержанного и разлитого по бутылкам на территории шато.
Упаковка юбилейного коньяка, выпущенного ограниченным тиражом, отдаёт дань оригинальному дизайну, который был популярен 100 лет назад. «Шарантезе» — классическая бутылка региона Шаранта, в грубом деревянном футляре, стилизованном под выстланные соломой ящики, которые использовались для отгрузки клиентам в то время. Даже этикетка коньяка в точности повторяет этикетку 1923 года.

ФОТО: FRAPIN; SIMPLE GROUP

Ни одно, даже самое верное дело не двигается без рекламы... Обычно думают, что надо рекламировать только дрянь,— хорошая вещь и так пойдет. Это самое неверное мнение. Реклама — это имя вещи... Реклама должна напоминать бесконечно о каждой, даже чудесной вещи... Думайте о рекламе!

Владимир Маяковский
из статьи «Агитация и реклама»

К сожалению, с вступлением в силу Федерального закона Российской Федерации от 20 июля 2012 г. № 119-ФЗ мы не можем воспроизвести эту страницу Simple Wine News в электронной версии издания.

Бумажный Simple Wine News доступен в лучших ресторанах и винных магазинах России.

Еще больше материалов читайте на swn.ru

simple wine news



Эти плодовые бренди рассматривают не просто как дижестив, а как гастрономическое сопровождение к еде, не только к десертам.

G.E. Massenez Eaux-de-Vie Origine

Коллекция четырёх эльзасских фруктовых дистиллятов

Дом **Massenez**, основанный в 1870 году, стал своего рода колыбелью породистой эльзасской дистилляции. Его продукцию давно называют классической. В 2011-м у компании появилась коллекция **Origine**, которая отличилась мягкостью вкуса. Кстати, дизайн бутылки вдохновлён оригиналом, который дистиллерия использовала в производстве бренди с первых дней своего существования.
Владельцы **Massenez** с самого начала позиционировали свои плодовые бренди не просто как дижестив, а как гастрономическое сопровождение к еде, не только к десертам. Не случайно в 1979 году новую дистиллерию компании открывал звёздный шеф-повар Поль Бокюз.

G.E. Massenez Eau-de-Vie Framboise Sauvage

Для одной бутылки требуется 1,4 кг дикой малины. Компания первой в мире начала дистиллировать дикую малину — это случилось в 1913 году. Возможно, никто бы не заметил этот факт, но напиток очень полюбился королеве Швеции, и она зачастила в Эльзас, а **Massenez** ничего не оставалось, как стать официальным поставщиком двора Его Величества короля Швеции.

G.E. Massenez Eau-de-Vie Poire Williams

Самое увесистое содержимое: 5,6 кг груши ароматного сорта вильямс заключены в одном сосуде.

G.E. Massenez Eau-de-Vie Kirsch

В этой бутылке — 3,5 кг отборной вишни, а в деликатности органолептики можно услышать и пряную цветочность.

G.E. Massenez Eau-de-Vie Mirabelle

4 кг сливы сорта мирабель понадобилось для создания этого о-де-ви, а в во вкусе вы почувствуете ещё и тон миндаля.

Golden Eight

Груша в груше

Ещё одно произведение от **Maison Massenez** — грушевый ликёр, и состав его очевиден даже по бутылке, которая призывает прикоснуться. Волна свежего аромата груши, плотная и насыщенная, с плывущей на ней ванильной палочкой и подпрыгивающей дюшесной карамелькой. Вкус не менее пленителен — тёплая шарлотка с шапочкой прохладного крем-брюле. И вот так уже более 150 лет! Хотя нет, дизайн бутылки придумали только в 1960-м. Но ощущения неизменны.
Для одной такой бутылки потребуется 9 кг груш ароматного сорта вильямс. А что касается Eight *(«восемь»)* — минимум столько лет проводит в бочке самый младший спирт грушевого дистиллята. Ну а Golden *(«золотой»)* — это про цвет, красивый золотисто-янтарный.



ФОТО: SIMPLE GROUP

Люди не читают рекламных объявлений как таковых. Они читают то, что их интересует, но иногда этим оказываются и рекламные объявления.

Говард Госсидж
американский рекламист
владелец рекламного агентства

К сожалению, с вступлением в силу Федерального закона Российской Федерации от 20 июля 2012 г. № 119-ФЗ мы не можем воспроизвести эту страницу Simple Wine News в электронной версии издания.

Бумажный Simple Wine News доступен в лучших ресторанах и винных магазинах России.

Еще больше материалов читайте на swn.ru

simple wine news

Гастрономия как искусство: **новая глава в BOBO**





Стоимость сета составляет 7900 рублей, а винного сопровождения — 6900 рублей. Вина к блюдам подобрал сомелье Валерий Цирдава.

В ресторане **Bourgeois Bohemians** запустили новый гастрономический сет — **BOBO's Signature XIII**.

Ресторан **Bourgeois Bohemians *(BOBO)***, основанный братьями Артёмом и Алексеем Гребенщиковыми, давно стал местом, где традиции высокой кухни сочетаются с современными гастрономическими трендами. Ресторан был открыт в 2018-м, и за годы работы он приобрёл статус Мекки для гастроэнтузиастов Петербурга.

BOBO's Signature XIII — яркий пример того, как гастрономия может выходить за рамки привычных представлений. Это уже 13-я версия знаменитого сета, и каждый раз команда ресторана ищет новые пути для выражения вкусовых сочетаний и визуальных решений. По словам шеф-повара Артёма и шеф-кондитера Алексея Гребенщиковых, идея **BOBO's Signature XIII** заключена в поиске баланса между новыми технологиями, локальными продуктами и нетривиальными вкусовыми парами. Сет объединяет опыт главных мировых трендов, при этом сохраняя уникальность авторской кухни **BOBO.**

В поисках неповторимой эстетики братья Гребенщиковы объединились с Артёмом Брюховым, художником-исследователем из Петербурга. Его стиль, основанный на природных фактурах и формах, стал источником вдохновения для дизайна посуды, специально изготовленной для этого меню.

Познакомимся поближе

Начало сета задают два стартера. Первый — это оригинальная интерпретация классического русского бутерброда из печени трески. Вместо традиционного бородинского хлеба подаётся кориандровый чипс с холодцом на основе местного сидра и малосольным огурцом. Второй стартер — это тарталетка из желудёвой муки с хамоном от фермеров Ленинградской области, дополненная свежей дыней и эмульсией из укропа.

В качестве первого основного блюда предложен тартар из лангустина с морским виноградом и икрой сельди и щуки, заправленный маслом из водорослей. Важные составляющие блюда — маринованный фенхель и эмульсия из любистка.

Далее идёт камчатский краб с тыквой из Ленобласти, маринованной в маракуйе, и с эмульсией из креветочного биска. А следующий курс — дальневосточный гребешок с жареным белым грибом и эспумой из лука. К блюду подают сублимированный бочковой огурец и карамель из гребешка.

Одна из ключевых позиций сета — вырезка говядины с жареными сморчками, грибным кремом, луковым мармеладом и желтком. В качестве специи используется боттарга из сельдерея, которая придаёт пряный вкус. Филе косули из Курганской области подаётся со свекольным перлотто с гранатовым соком, листьями шисо, сублимированной лесной клубникой и демиглясом из маринованной чёрной смородины.

После основных курсов гостей ждёт предесерт на основе экстракта цветов шиповника с малиной и личи. Он гармонично подготавливает вкусовые рецепторы к главному десерту сета — мороженому с жжёной ванилью и чёрным яблоком. Эти два ингредиента в процессе приготовления раскрываются хересными и древесными оттенками.

В завершение ужина гости могут попробовать две конфеты ручной работы: из молочного шоколада с черносливом и карамелью из стаута Brew Division и из розового шоколада, созданного бельгийской компанией Callebaut. Уникальный цвет розового шоколада «руби» — результат селекции какао-бобов.

ФОТО: ПРЕСС-СЛУЖБА РЕСТОРАНА BOBO

Реклама стимулирует сбыт хорошего товара и ускоряет провал плохого.

Альфред Политц
американский социолог

К сожалению, с вступлением в силу Федерального закона Российской Федерации от 20 июля 2012 г. № 119-ФЗ мы не можем воспроизвести эту страницу Simple Wine News в электронной версии издания.

Бумажный Simple Wine News доступен в лучших ресторанах и винных магазинах России.

Еще больше материалов читайте на swn.ru

simple wine news

Бренди-бунт

Британец и француз пошли на неслыханную наглость — ассамблировали коньяк с арманьяком и отправили их на довыдержку в бочки из-под портвейна. Так появился **Seven Tails — самый модный сегодня бренди, с которым работают топовые миксологи по всему миру.** В интервью **SWN** сооснователь бренда Джоэл Фрейзер рассказывает о пути к революции. Текст: Яков Лысенко







Джоэл Фрейзер

Как возникла идея 7 Tails?

Seven Tails — это мой совместный проект с Арно де Трабуком. У него был опыт создания бренда крепкого алкоголя — свой ром **Banks** он в 2015 году успешно продал компании **Bacardí**, — а у меня опыт ресторатора с проектами в Сингапуре, один из них был отмечен звездой гида Michelin. Я продал свои рестораны и бары примерно в то же время, когда Арно распрощался с Banks. Вскоре после этого мы встретились в его доме в Женеве, обсуждали состояние рынка крепких спиртных напитков. Помню, я поделился с ним идеей создания рома, а он прервал меня и спросил: *«Слушай, а какой твой любимый бренди?»* Я подумал и сказал: *«Да кому какое дело до бренди?»* Он возразил: *«Это третья по объёмам продаж категория в мире, многим не всё равно»*. Тогда я вспомнил о **Torres**, это был единственный бренд, пришедший на ум. Арно продолжил: *«А любимая текила?» — «Конечно, у меня с десяток любимых брендов»*, — ответил я. *«А любимая водка?» — «Конечно, обожаю Belvedere!»* Затем он снова спросил: «А вот любимый коньяк?» В этот момент до меня дошло. Арно сказал: «Джоэл, это наша возможность. На рынке просто нет лучшего бренди!» Мы пожали друг другу руки и договорились создать его.

Учитывая корни Арно, мы решили, что наш продукт должен быть французским. Мы начали экспериментировать, пробовать разные французские бренди в поисках идеального. Примерно на 60-м образце поняли, что продегустировали много отличных бренди, но ни одного исключительного. Тогда мы решили сделать базу на основе лучших коньячных и арманьячных о-де-ви, взяв от первых концентрацию, вкусовую сложность, а от вторых — структуру, характер. И добавили бренди с юго-запада Франции, не входящие в известные аппелласьоны, но в то же время привносящие перчинку, делающие более живым зрелый брутальный коньячно-арманьячный микс. Так родилась концепция **Seven Tails**. Мы пошли с ней к поставщику **Ducastaing**, который сотрудничает с дистиллериями со всей Франции и создаёт ассамбляжи для разных брендов — крупных коньячных домов, ритейлеров. Изначально они скептично отнеслись к идее купажирования коньяка с арманьяком, но в итоге решили дать нам шанс.

У **Ducastaing** в погребе на выдержке хранятся бренди разных возрастов из разных регионов. На пути к нашему уникальному ассамбляжу мы испробовали 120 различных комбинаций. Это были месяцы дегустаций, дискуссий, экспертных сессий. В итоге в наш **XO** вошли семилетние спирты, а также арманьячные о-де-ви девяностых годов. Вместе две эти зоны производства великих бренди дают нечто большее, чем по отдельности. Ассамбляж мы составили, учитывая наши с Арно вкусы. **Ducastaing** теперь отвечает за то, чтобы портрет наших бренди оставался стабильным из года в год. На их мощностях мы ассамблируем, бутилируем, оттуда же бутылки отправляются клиентам.

Вы также довыдерживаете ваш бренди в бочках из-под портвейна. Почему именно в них?

Я пробовал **Seven Tails XO** как без месячной довыдержки в бочках из-под порто, так и с ней. Во втором случае бренди получается

В коллекции Simple Spirits представлены:

- Seven Tails Spiced (3990 ₽)
- Seven Tails XO (5990 ₽)
- Seven Tails Madeira Cask (8490 ₽)
- Seven Tails Rum Cask (8990 ₽)



ФОТО: 7 TAILS







более глубоким, насыщенным во вкусе, у него приятнее текстура, с элегантной сластинкой. Так как мы не попадаем ни под какие аппелласьонные ограничения, у нас есть свобода творчества, которой нет у крупных домов коньяка. Для двух других наших **XO** мы проводим двойную довыдержку: **Madeira Cask** после месяца в бочках из-под портвейна отправляем на три месяца в бочки из-под мадеры, а **Rum Cask** — на столько же в бочки из-под рома от исторической дистиллерии **Saint James**. Это лимитированные бренди, всего 600 бутылок на каждую этикетку. Также недавно к нам пришли бочки из-под текилы и хереса категории педро хименес. Будем экспериментировать!

Сколько всего бренди вы выпускаете ежегодно?

Около 75 тыс. бутылок. В сравнении с крупными коньячными домами это бутиковая цифра. При этом мы предлагаем микс потрясающих о-де-ви по совсем невысоким ценам. Нам важно не количество, а то, где пьются наши бренди. У нас глобальное соглашение с **Soho House**, сетью частных клубов в Великобритании, Европе, США и Азии. Также мы работаем с пятизвёздочными лондонскими отелями, такими как **Savoy**, **Raffles** и **The Ned**. Наши бренди сервируют в лучших барах Великобритании — например, в легендарном **Schofield's** в Манчестере, в **Satan's Whiskers** и **Three Sheets Dalston** в Лондоне. С **Seven Tails** работают ведущие миксологи всего мира. Так, в Нью-Йорке мы представлены в иконических **Attaboy** и **Dante**, попавших в топ **North America's 50 Best Bars**.

Дижестивное клеймо бренди — как от него избавиться?

Если посмотреть на вкусовое разнообразие различных категорий крепких напитков, бренди обладает самой богатой палитрой. Взять водку — у неё практически нет вкусового спектра. Джин — в основном речь о цитрусовых, пряных нотах. А вот бренди охватывает всё: от обожжённых цитрусов до ароматов гарриги, кожи, шоколада, ванили, ежевики, инжира. Бренди — жертва своего успеха, он стал главным ингредиентом для коктейлей. Для этого есть основания, ведь на базе бренди можно создать потрясающие миксы. Так, в **Soho House** по всему миру сервируют фирменный коктейль House Cooler. Это бленд **Seven Tails XO**, апероля, свежевыжатого сока лимона и грейпфрута, а также клубничного биттера. Это яркий, освежающий фруктовый коктейль — вы никогда бы не догадались, что в его основе лежит бренди. В баре **Scarfes** пятизвёздочного **Rosewood** в Лондоне на нашем **XO** миксуют легендарный «Сайдкар».

А каков «Эспрессо мартини» с нашим бренди **Spiced**, который сам по себе раскрывается элегантным кофейно-ванильным букетом с тонкой линией амаретто и чёрной вишни! Это придуманный мною напиток, вдохновлённый ванильной и вишнёвой Coca-Cola. Он идеален в паре с колой, но в то же время может стать базой для более сложных коктейлей. Сегодня утром встречался с отельной группой **The Hoxton**, мы согласовали включение перуанского горячего шоколада со **Spiced** в их рождественское меню. Это интереснейший микс, идеально подходящий для осенне-зимнего перехода.

Но XO ведь достойно выступит и соло? В какой обстановке вы любите дегустировать его?

Это интересный момент. Мы создали **Seven Tails XO** вместе с Арно. Он постарше меня, обожает сигары. Вот его я представляю в шале в Межеве в большом кожаном кресле, наблюдающим за падающим снегом у камина, с бокалом **XO** и сигарой. У меня другой подход. Я живу в центре Лондона, часто хожу на вечеринки, принимаю друзей. Я бы пил **XO** прямо из бутылки! Угощая им друзей, разделяя счастливые совместные моменты. Наш **XO** — не такой уж дорогой продукт, это не тот бренди, что открываешь после миллионной сделки. Это стиль жизни, напиток на каждый день, ему не нужен особый повод.

ФОТО: 7 TAILS

Реклама помогает повысить уровень жизни, повышая уровень желаний.

Э. Маккензи
американский писатель и философ

К сожалению, с вступлением в силу Федерального закона Российской Федерации от 20 июля 2012 г. № 119-ФЗ мы не можем воспроизвести эту страницу Simple Wine News в электронной версии издания.

Бумажный Simple Wine News доступен в лучших ресторанах и винных магазинах России.

Еще больше материалов читайте на swn.ru

simple wine news

Ещё на ступеньку **выше**



Линейка премиальных безалкогольных напитков **THE GARDENIST** пополнилась двумя новыми вкусами — **Sakura Tonic Water** и **Yuzu Lemonade.**



4 ФАКТА О THE GARDENIST:

- бренд вдохновлён историей первого ботанического сада, который был открыт в Москве в 1706 году по указу Петра I
- переводится с английского как «садовник», олицетворяя Петра I
- волнистый край этикетки отсылает к перфорации отрывного билетика в «Аптекарский огород»
- имеет свою философию с привязкой к происхождению

Когда в 2022-м один за одним из России стали уходить алкогольные бренды, бартендеры и не представляли, что серьёзной проблемой окажется даже не отсутствие знакомых виски, джинов и ромов, а нехватка качественных тоников и лимонадов, проще говоря, «миксеров», которыми можно это всё разбавлять. К счастью, на рынке появляется всё больше интересных безалкогольных напитков для коктейлей отечественного производства. Один из них — премиальный **THE GARDENIST**.

Основатель бренда Илья Бубашвили не понаслышке знает индустрию: он начинал свой путь в миксологии с бармена, стал победителем ряда международных конкурсов, в том числе **Olmeca Tahona Competition**, **Angostura Global Cocktail Challenge**, российского этапа конкурса **Diageo Bar Academy**. Долгое время был амбассадором **Simple Spirits**.

Ещё во времена его работы за баром в моде были тёмные, выдержанные спирты. Ром, виски, коньяк были популярны в простых освежающих миксах с имбирным элем. Много виски утекло, тёмные спирты сменились белыми, например джином, однако тренд на хайболы, пришпоренный интересом к низкоалкогольным и безалкогольным коктейлям, не только остался, но даже вырос. Почти у каждого модного бара есть свои вариации на **Spritz** и **Gin & Tonic**.

Илья Бубашвили считает, что вкус алкогольного напитка наиболее интересно и комплементарно раскрывается именно в простых и вечных сочетаниях: «Признаться, я так и остался фанатом микс-дринков, и эта связь переросла в нечто большее».

Мода на безалкогольные напитки также не стоит на месте. На полках магазинов по всему миру огромный выбор содовых, тоников, миксеров и безалкогольных аперитивов давно потеснил традиционные вкусы. Люди стали отдавать предпочтение современным напиткам с низким содержанием сахара, натуральным составом и универсальным в использовании.

ФОТО: THE GARDENIST

Поэтому так важно было подчеркнуть натуральность, которая стоит во главе угла при выборе каждого компонента для **THE GARDENIST**. Производитель использует только лучшие органические ингредиенты, натуральный сахар и концентрированный сок лимона, что даёт природный баланс вкуса, который не заменишь кислотой и подсластителями. Также на производстве не используются консерванты, длительный срок хранения достигается бережной пастеризацией.

«Истина в деталях, и это всегда нравится людям», — считает автор.
Если присмотреться к донышку бутылки, можно найти небольшую «пасхалку» — оттиск среза лимона, напоминающий о натуральности состава. А волнистый край этикетки отсылает к перфорации отрывного билетика в «Аптекарский огород».

На создание **THE GARDENIST** ушло три года. «Мы с самого начала делали ставку на качество и желание построить узнаваемый бренд со своими отличительными чертами. Ведь очень важно передать культурный код бренда. В нашей линейке, например, есть уникальный в своём классе **Birch Tree Tonic Water**, тоник на основе берёзового сока, задуманный для **Vodka & Tonic**. И мы хотели показать тесную связь с Россией, она прослеживается в названии, истории и линейке, а также сломать стереотипы о низком качестве российских продуктов», — говорит Илья Бубашвили.

Интересный факт — не обошлось и без передовых технологий. Разговор не только о современном заводе, где производятся напитки. Название выбирал **ChatGPT**. «Искусственный интеллект помог определиться с названием среди тысячи вариантов и на начальном этапе проверить его на регистрацию торговой марки», — рассказывает Илья.

Ещё одно важное качество напитка — универсальность. Каждый можно смешать в коктейле, а можно с удовольствием выпить в чистом виде.

«Мы стараемся не профдеформировать продукт и сохранять баланс, не делать его сильно сухим или чрезмерно горьким. Он прежде всего должен быть вкусным и отвечать двум качествам — смешать или выпить».

Не тоником единым

В линейке **THE GARDENIST** 11 напитков. Недавно коллекция пополнилась двумя новыми вкусами **Sakura Tonic Water** и **Yuzu Lemonade.**

ТОНИКИ:
- **Premium Tonic Water** — классический индиан тоник
- **Birch Tree Tonic Water** — уникальный тоник с натуральным берёзовым соком
- **Grapefruit Tonic Water** — яркий цитрусовый тоник с грейпфрутовым вкусом
- **Sakura Tonic Water** — индивидуальный тоник с нотой цветущей вишни

ЛИМОНАДЫ:
- **Red Currant Lemonade** — лимонад со вкусом спелой красной смородины
- **Rose Lemonade** — тонкий лимонад со вкусом лепестков розы
- **Elderflower Lemonade** — свежий лимонад со вкусом цветов бузины
- **Yuzu Lemonade** — цитрусовый лимонад со вкусом спелого юдзу

НАПИТКИ С ПРЯНЫМИ ВКУСАМИ:
- **Ginger Ale** — деликатный имбирный эль
- **Hot Ginger Beer** — напиток с острым имбирным вкусом
- **Original Cola** — натуральная пряная кола

Все напитки делятся на три категории согласно тому, с чем их лучше смешивать: с белыми спиртами, тёмными спиртами или «винными» основами. Вкусы разбиты на цитрусовые, древесные, ягодные, цветочные и пряные. Производители постарались сделать так, чтобы каждый из напитков коллекции отвечал задачам бартендера, давал ему максимальное поле для экспериментов и решал вопрос сезонности.

Например, грейпфрутовый тоник станет отличной основой для лёгкой вариации Paloma, а напиток со вкусом острого имбирного пива просто создан для популярного коктейля **Moscow Mule**. Имбирный эль с его деликатной остротой идеально дополнит ром, виски, коньяк или бурбон. Розовый и бузинный лимонады хороши как сами по себе, так и в составе





летних версий **Spritz** с белыми и игристыми винами, а также с джином или водкой. Лимонад с красной смородиной подойдёт для аперитивов с вермутами.

При создании напитков не сбрасывали со счетов и гастрономию. «Напитки в заведениях должны соответствовать выбранным стилю и направленности. Сегодня шеф-бармен мало отличается от шеф-повара, у обоих меняется карта меню по сезонности», — считает Илья.

«Мы строим амбициозные планы и стараемся работать омниканально, то есть быть незаменимыми для профессионалов и понятными для традиционного потребителя. Стремимся расширить присутствие на знакомых рынках и выходить на новые, конечно, уделяя особое внимание ресторанной индустрии. Первый шаг уже сделан, до конца года мы появимся в основных странах СНГ, а в следующем году планируем и в странах Ближнего Востока. Для многих из них ресторанная индустрия России с её идеями и подачами задаёт тренды в гастрономии».

Barrister Far East: кто первым встречает рассвет



ФОТО: ПРЕСС-СЛУЖБА КОМПАНИИ LADOGA

Компания LADOGA выпустила новый джин, посвящённый Дальнему Востоку России: премьерный релиз концептуального проекта **Taste of Russia**.

На прошедшей в сентябре в Москве выставке Bar Hub Expo компания **LADOGA** презентовала свою важную новинку — «дальневосточный» гастроджин **Barrister Far Eas**t, идеально вписавшийся в главную тему салона — Азия. Джин удивлённой публике представляли президент Дальневосточной ассоциации сомелье и кавистов Анастасия Орлова, являющаяся также соавтором Barrister Far East, и устричный сомелье Наталья Сабурова. Они открыли гостям новые вкусы Дальнего Востока, которые рождаются при сочетании локальных ботаникалов в составе джина и даров моря самого океанического региона России.

Дальневосточный джин — яркий представитель стиля New Western, наиболее гастрономичной категории джинов, не столь зацикленных на можжевельнике, которые являют собой довольно авангардную альтернативу «нейтральным» образцам рода London Dry Gin.

Конец диктатуры можжевельника

Эта терпкая смолистая шишкоягода была в джине всегда. Само слово «джин» происходит от латинского названия Juniperus — можжевельник. При этом прародитель джина, нидерландский женевер, не обладает таким ярким привкусом можжевельника, всё-таки сохраняя аромат и вкус исходного зернового сырья. Абсолютный триумф хвойной ягоды начался с распространением джина в Англии. В London Dry Gin вкус ягод можжевельника стал определяющей чертой.

Когда Великобритания начала расширять свои колонии, джин последовал за армией. В Индии, чтобы скрыть вкус горького хинина, считавшегося средством от бушевавшей малярии, британские солдаты стали смешивать его с водой, сахаром и джином. Так появился знаменитый «Джин-тоник», символ британского колониального стиля жизни.

Считается, что с Запада, точнее из США, пришёл новый стиль джина, который так и называют — New Western. Он бросил вызов доминированию можжевельника, смещая акцент на другие вкусы — ягод, трав или специй.

И хотя похожие джины уже существовали, общепринятого термина для описания их устоявшегося стиля не было. Его ввели бартендер из Портленда, штат Орегон, Райан Магариан и дистиллер Кристиан Крогстад, провозгласив *«ботаническую демократию с президентом Можжевельником на посту»*.

New Western Dry джины полюбились за свежесть и баланс в чистом виде и в коктейлях, они привлекают даже тех, кого раньше отпугивал яркий хвойный вкус можжевельника. Плюс могут похвастаться большим разнообразием вкусовых характеристик, что рождает почти безграничное поле для творчества.

New Western Gin отправляется в путешествие по Дальнему Востоку

В новом джине Barrister Far East сплелись западные традиции производства со свободным духом дикой природы Дальнего Востока России. Его создателям удалось уловить и передать характер этого края — с солёным вкусом океана, ароматами мха и свежего ветра горных хребтов, вдохновляющими на эксперименты.

Новый гастроджин идеально сочетается с дальневосточной кухней: сахалинскими гребешками и анадарами, камчатскими крабами и морскими ежами, подчёркивая их богатый вкус с акцентом на умами.

В состав нового продукта вошли ламинария, лист нори и сычуаньский перец — ингредиенты были доставлены с Дальнего Востока и придали напитку слегка солоноватый йодированный аромат, напоминающий запах только открытой раковины устрицы. Ламинария дарит джину морской акцент, лист нори добавляет утончённую растительную ноту, а сычуаньский перец оставляет лёгкое колючее послевкусие с характерной теплотой. Вкус сохранил выразительные тона можжевеловой ягоды и цедры цитрусовых.

«Наша идея заключалась в том, чтобы создать новый уникальный продукт, который откроет Дальний Восток для всей России. Мы использовали локальные ингредиенты, имеющие плотную связь с природой, гастрономией и историей Дальневосточного региона, способные как бы в двух словах презентовать регион и имеющие нативную связь, понятную даже тем, кто на Дальнем Востоке никогда не был», — говорит Вениамин Грабар, президент компании LADOGA.

Джины сейчас на гребне популярности, виной тому их обширные миксологические возможности: ***на основе джинов создаются яркие коктейли с совершенно разными характерами****. Усиливающийся тренд на коктейли с низким содержанием алкоголя (Low-ABV) также играет на руку джину — классической основе креативных лонг-дринков.* ***По всему миру открывается всё больше джинерий и баров, уделяющих особое внимание выбору джинов на своих полках.***

Barrister *— джин #1 в России с 2018 года в соответствии с данными IWSR Russia Report.*

Творческие поиски

Джин Barrister Far East не мог появиться на свет без помощи местных экспертов HoReCa. Запуск в производство предварял долгий этап подготовительной работы в лаборатории.

К разработке были привлечены Анастасия Орлова, менеджер-кавист крупнейшей дальневосточной сети винотек «Самбери» и президент Дальневосточной ассоциации сомелье и кавистов, Егор Сиротин, бар-менеджер ресторанного холдинга «Амур», Никита Шумаков, совладелец бара Teach me how to drink, Мария Письменная, операционный директор ресторанного холдинга Rakusa Group, и Алина Щетинина, бар-менеджер Rakusa Group. Их опыт и знание региональной кухни и локальных ботаникалов стали основой во время долгого и кропотливого подбора ингредиентов и поиска ароматического профиля новинки.

«Мы всегда прислушиваемся к мнению профессионалов индустрии HoReCa. Именно так родился в том числе наш Bartenders' Edition B47», — говорит Виктория Субеева, руководитель департамента по развитию ассортимента компании LADOGA.

Джин Barrister Far East производится на заводе в Санкт-Петербурге методом дистилляции спирта в медных кубах с добавлением тщательно отобранных ботаникалов. *«Поскольку мы использовали такие необычные для джина компоненты, как водоросли, хотелось сохранить не только их интересный ароматический профиль, но и вкусовые оттенки, лёгкую солоноватость. Мы разработали собственные технологические приёмы и режимы для работы с этим сырьём. Промышленному выпуску предшествовала длительная и кропотливая проработка схем на пилотном лабораторном аламбике. Только потом мы масштабировали весь процесс для производства. В результате у нас получился дистиллированный джин, при изготовлении которого использовались различные приёмы экстракции сырья и дистилляции как в кубе, так и в джиновой корзине»,* — говорит главный технолог компании LADOGA Екатерина Перстнева.

Производители, по их словам, столкнулись с рядом сложностей: оказалось, что хотя трав, ягод и кореньев в регионе огромное количество, но не все из них доступны в необходимых объёмах, к тому же многие ведут себя капризно при дистилляции.

Поначалу создатели избегали морской темы, посчитав её слишком очевидной и лежащей на поверхности. Но потом сила океана всё-таки взяла верх. Так, например, первыми вариантами растительных компонентов были дальневосточный папоротник, лимонник и клоповка.

В итоге после экспериментов с разными пропорциями ингредиентов и серии дегустаций среди специалистов нашли нужный состав, в который вошли ламинария, лист нори и сычуаньский перец.

Также решили оставить крепость джина на уровне 43%, чтобы подчеркнуть ароматику, сделать её более концентрированной.

В итоге получился очень гастрономичный напиток — яркая квинтэссенция региональной гастрономии, — который идеален во всех проявлениях: как дополнение к блюдам дальневосточной кухни, как самостоятельный напиток и как интересный ингредиент, преображающий классические коктейли.

«Для нас Barrister Dry — это наш холст для творчества, на который мы наносим новые ингредиенты, ароматику, нюансы. В нашем понимании гастроджин — это джин, который мы рекомендуем как идеальное сочетание для определённого вида блюд и продуктов. Но, как часто бывает в искусстве, это не ограничение, это возможность. Такое решение даёт невероятную вариативность его использования и бескрайний простор для экспериментов, в том числе в миксологии», — говорит Вениамин Грабар.

Вкусы России

Barrister Far East — первая ласточка проекта **Taste of Russia**, в рамках которого бренд планирует создать свой уникальный джин для каждого крупного региона России, используя эндемики и ботаникалы, максимально подходящие к его местной кухне. Как день в России начинается с Дальнего Востока, так амбициозный проект берёт свое начало отсюда.

«Проект Taste of Russia призван популяризировать яркие региональные особенности, — говорит Вениамин Грабар. — *Это может быть какой-то элемент кухни, эндемик или любая другая ассоциация, которая позволит наилучшим образом представить вкус региона. Планов много, много новых разработок и идей, а очерёдность будет зависеть в первую очередь от того, как скоро мы найдём интересных и креативных партнёров в каждом из регионов, которые нам обязательно нужны для воплощения данного проекта в жизнь».*

Barrister — первый российский джин, вошедший в рейтинг The Millionaires' Club *издания Drinks International, ежегодно фиксирующий самые популярные и продаваемые в мировых масштабах бренды крепкого алкоголя. В 2023 году продажи Barrister превысили* ***1 млн девятилитровых кейсов*** *[это равно 9,9 млн литров]. Примерно столько воды за полчаса падает с высоты почти тысячи метров самого большого в мире водопада — Анхель в Венесуэле. Barrister был отмечен наградами на таких престижных конкурсах, как* ***The GIN Masters***, ***IWSC***, ***World Gin Awards***, ***Beverage Testing Institute*** *и* ***Frankfurt International Trophy***.

Благодарим ресторан **Wine and Crab** за возможность проведения съёмки джина Barrister и коктейлей на его основе.

Москва, Никольская ул., 19–21/1 **winecrab.ru**



ФОТО: СЕМЁН КУЗЬМИН

Barrister *— обладатель мирового рекорда по приготовлению самого большого «Джин-тоника» в мире. Для коктейля объёмом 2029,5 литра (более 10 тыс. порций) было использовано 676,5 литра джина Barrister и 1353 литра тоника.*





Far East Mary и морской гребешок со снегом юдзу из меню Wine and Crab

Коллекция джинов Barrister:

* классический Dry
* редкий Old Tom
* цветные Pink, Blue и Orange
* терновый ликёр Sloe
* яркий Russian
* «военно-морской» Navy
* хининный Mumbai
* полынный Artemisia Absinthium
* пряный Spicy
* фруктовый Tropical
* органический Organic
* специальный релиз для бартендеров — B47
* специальный релиз для бартендеров — Barri Strike
* специальный релиз для X5 Group — Wild Berry Fruits
* специальный релиз для сети «Магнит» — Frosty Berries
* специальный релиз для сети «Бристоль» — Elderflower
* НОВЫЙ Barrister Far East — первый релиз проекта Taste of Russia

Кроме того, под брендом BARRISTER выпускаются четыре вида тоников: классический, сухой, имбирный и фиалково-лавандовый.

ПЕРВЫЕ ФИРМЕННЫЕ КОКТЕЙЛИ С BARRISTER FAR EAST

Oyster 75

- Barrister Far East — **45 мл**
- Игристое вино Heritage Brut — **75 мл**
- Сироп «Розовый перец» — **15 мл**
- Лимонный сок — **15 мл**

ПРИГОТОВЛЕНИЕ:

Хорошо перемешать, охладить в смесительном стакане, перелить в замороженную коктейльную рюмку и украсить устрицей — рекомендуется Люмьер, «французская» устрица, выращенная на Дальнем Востоке. Добавить к коктейлю оливку.

Oyster Tini — это вариация классического «Сухого мартини», в котором вкусы даров моря подчёркиваются сухим хересом и пряностью вермута.

Far East Mary

- Barrister Far East — **40 мл**
- Томатный сок — **90 мл**
- Сок юдзу — **10 мл**
- Соус шрирача — **5 мл**
- Соевый соус — **5 мл**
- Сахарный сироп — **10 мл**

ПРИГОТОВЛЕНИЕ:

Всё эффектно смешать методом фроулинг. Подавать в хайболе с чипсом нори и лемонграссом.

Bloody Mary — первое, что приходит в голову, когда речь заходит о гастрономичных коктейлях. В этой версии, вдохновляясь нотами моря, к традиционному томатному миксу добавили характерные для Востока ноты. Цитрусовая ароматика юдзу и соевый соус подчеркнули ощущение умами, привносимые морепродуктами. Также лемонграсс заменил традиционный свизл-стик в виде палочки сельдерея.

ФОТО: СЕМЁН КУЗЬМИН

Вести бизнес без рекламы —
все равно что подмигивать девушке
в полной темноте.

Стюарт Хендерсон Бритт
социальный психолог

К сожалению, с вступлением в силу Федерального закона Российской Федерации от 20 июля 2012 г. № 119-ФЗ мы не можем воспроизвести эту страницу Simple Wine News в электронной версии издания.

Бумажный Simple Wine News доступен в лучших ресторанах и винных магазинах России.

Еще больше материалов читайте на swn.ru

simple wine news

Амен.
Во имя отца, сына и **ларб кваи**







В Москву, чтобы выступить на **Bar Hub Expo**, приехал Никс Ануман. **Известный бармен дал мастер-класс**, а также за коктейлем **пообщался с SWN** и рассказал, как с помощью своих инновационных концепций вдохнул жизнь в унылый район Бангкока.

Текст: Анна Бебекина; фото: Андрей Гнеломедов

Улыбчивый Никс Ануман — сооснователь пяти экспериментальных баров в районе Soi Nana в Чайнатауне Бангкока. Название последнего, открытого в 2024-м, — **G.O.D**, сокращение от Genius On Drugs *(«Гений под кайфом»)*. Возмутительно смелая концепция балансирует на грани святотатства. Пространство устремляется ввысь и напоминает руины готического собора, на втором этаже над баром нависает пианино.

«Первое впечатление от **G.O.D** — это шок. Заходя сюда, вы оказываетесь в месте, где никогда не были. Уникально всё: его архитектура, музыка, манера подачи напитков. Нам пришлось всё перестроить, теперь в атмосфере есть что-то очень тёмное и мрачное, даже садистическое», — говорит Никс Ануман.

Но главное, ради чего сюда приходят, — необычные коктейли. Все подаются с пейрингом, небольшим an amuse-bouche, контрастным, но в то же время дополняющим вкус напитка. Распитие коктейля — трёхчастный ритуал: сначала полагается сделать глоток, потом съесть гарниш, затем снова отпить коктейль и наблюдать как, танцуя, перемешиваются вкусы.

Местный **Uni Martini** успел стать знаковым. Он подаётся тягуче холодным, с икрой морского ежа и копчёной оливкой. Обжигающе

Звёздный шеф Никс Ануман дал гест в баре Laowai Bar, приготовив четыре из своих знаменитых коктейлей, каждый из которых подаётся с пейрингом.



Uni Martini — коктейль с ярко выраженным вкусом умами. В экспириенсе очень важен баланс текстур: контраст мягкой консистенции икры морского ежа, резкой крепости самого коктейля и пряности копчёной оливки



KB (КиейБи) ассистирует Никсу Ануману и делится с командой бара Laowai хитростями приготовления

чистый вкус крепкого мартини прорезает сливочную солёность ежа. Для гостевого вечера в Москве Никс лично утром подбирал местных ежей. Если вы заболтались и отвлеклись от коктейля, в него добавят камень, чтобы, не разбавляя, снова его охладить.

Пять баров Анумана, расположенных в 30 секундах ходьбы друг от друга, полностью изменили ландшафт ночной жизни района, в прошлом не слишком популярного.

« Теперь люди приезжают в Чайнатаун тусоваться. К тому же это единственный район, пригодный для бархоппинга в городе. Обычно в походе по барам в Бангкоке без такси не обойтись».

Никс Ануман призывает не следовать трендам и не стараться быть экологичными для галочки, в погоне за продажами: *«Конечно, надо уменьшать количество мусора, но это не должно быть лишь маркетинговой историей».*

« Стремясь быть локальными, делайте это на новом уровне, копайте глубже. Например, мы в нашем баре **Teens of Thailand** сделали меню, посвящённое уличной еде. У нас есть коктейль **Thai Tea Gin Tonic**, ведь тайский чай — это первое, что вы встретите в Бангкоке по прилёту. Меню бара **Independence** вдохновлено Исаном, регионом со своей уникальной культурой на северо-востоке страны. В **G.O.D** мы делаем негрони, используя какао, выращенное в Таиланде».

Сам Ануман далеко зашёл в поисках локальных ингредиентов, а именно — в тайские джунгли, откуда он приносит дикий мёд для бара **Asia Today**. В баре всё сделано из мёда, а вместо обычного бар-менеджера работает медовый менеджер. Ёмкости в баре сделаны из воска, и хотя это бережно





Без рекламы произойдет самое ужасное — не произойдет ничего.

Том Бискарди
продюсер

К сожалению, с вступлением в силу Федерального закона Российской Федерации от 20 июля 2012 г. № 119-ФЗ мы не можем воспроизвести эту страницу Simple Wine News в электронной версии издания.

Бумажный Simple Wine News доступен в лучших ресторанах и винных магазинах России.

Еще больше материалов читайте на swn.ru

simple wine news



Trinity: The Father, The Son, and Larb Kwaii — пьянящая смесь коньяка Camus, хереса педро хименес, приправ, традиционных для ларб кваи, и гемоглобина. Подаётся с буйволиным чичарроном (блюдо из жареной шкурки), трюфельным майонезом, трюфелями и ростками

по отношению к природе, Никс говорит, для него важнее, что это бережно по отношению к его кошельку и бизнесу. *«Некоторые даже связываются с нами, чтобы купить наш мёд»*.

« Нас вдохновляет всё: еда, прогулки, другие страны. В **G.O.D** у нас есть коктейль **4 Cheesus**, идея навеяна пиццей quattro formaggi».

« Одно из моих любимых традиционных тайских блюд, ларб кваи, вдохновило меня на создание коктейля **Trinity: The Father, The Son, and Larb Kwaii**. Чтобы получить характерный для него привкус железа, мы используем сырую кровь, специальным образом её готовя, пастеризуя и прогоняя через центрифугу, чтобы очистить».

« У идеального бара нет рецепта, это просто то, что ты любишь. Если каждый может это сделать, в этом не будет ничего особенного. Нам нравится вдохновлять людей. Здесь заложена идея трансформировать что-то, сделать что-то иначе, чем другие».

« Логика — забавная вещь. Вы пробовали стейк из черепахи? Нет? Значит, вы не знаете, вкусный он или нет. Так как никто его не пробовал, вам не с чем сравнивать. Мы говорим: если ты делаешь бар, делай из него черепаший стейк. Мы стараемся, чтобы нас нельзя было с кем-то сравнить».

« Для меня не важны награды и премии, о них забудут через пару дней. Что имеет значение — так это моя команда, гости, поставщики, чувство, когда ты завершаешь то, что давно хотел сделать.
Бар **G.O.D** входил в мой личный Bucket List. Мы все невероятно чувствовали себя, когда запустились. Я попал в серьёзную аварию, и первое, о чём подумал, когда очнулся: я не хочу умирать, пока не закончу его».

Ларб — традиционное блюдо тайской кухни, **Larb Kwaii** делают из буйволятины, часто используют мясо сырым. Нечто похожее на пряный тартар.

НОВОЕ ПОКОЛЕНИЕ СЫРОВ РОССИИ

EKONIVA ЭКОНИВА НАШИ СЫРОВАРНИ | Dürr

Твердые сыры Dürr

Твердые сыры Dürr, уникальные по своим свойствам и характеристикам, создали профессионалы холдинга «ЭкоНива», который является №1* по производству молока в России. Необычное название сыру дали в честь президента и идейного вдохновителя компании Штефана Дюрра. За довольно короткий срок продукт успел понравиться как любителям, так и профессионалам: именитые европейские шеф-повара, эксперты Международного института вкуса в Брюсселе на премии Superior Taste Award 2022, поставили сыру Dürr Classic 6-месячной выдержки наивысшую оценку — продукт получил три звезды из трех возможных.

ДНК сыра

Использование сыропригодного молока, которое отбирается на собственных фермах «ЭкоНивы», авторская рецептура Dürr и применение созревательной культуры Brevibacterium linens являются формулой индивидуального вкуса и аромата. Кстати, благодаря своей органолептике такой сыр отлично подойдет для раклета: швейцарского национального блюда, которое, как и фондю, готовится из расплавленного жирного сыра.



Градация вкусов



Dürr Classic
3-месячной выдержки

Обладает слегка пикантным вкусом с пряной нотой. Удачно сочетается с легкими, освежающими, не выдержанными в дубе винами сортов пино гриджо, совиньон блан, мелон де бургонь.



Dürr Classic
6-месячной выдержки

Отличается пикантным вкусом с нотами пряных трав. Превосходно дополнит фруктовые, не выдержанные в дубе вина сортов мальвазия, катарата, вермантино.



Dürr Classic
12-месячной выдержки

Характеризуется пряным, насыщенным, пикантным вкусом и сильно выраженным ароматом. Невероятно гармоничен с элегантными, насыщенными, выдержанными в дубе винами сортов шардоне, каберне фран, каберне совиньон.



Dürr Zeller

Имеет яркий пряный вкус с ореховыми нотами. Хорошо подходит к ароматным фруктовым, с частичной выдержкой в дубе винам сортов вермантино, гевюрцтраминер, мускат.

* Рейтинг Национального союза производителей молока (СОЮЗМОЛОКО), Milknews и Streda Consulting «Топ-30 крупнейших производителей молока России — 2023».

Азиатская волна: **время умэсю**

Миксологи безвозвратно взяли ориентир на Восток, вдохновлённые его обширнейшей палитрой для создания авангардных сочетаний. **Их новый любимчик — японский ликёр умэсю.** Рассказываем, чем он обаял барное комьюнити.

В названии бренда *(«cho» — бабочка, «ya» — каменный наконечник стрелы)* отражена идея баланса элегантности и силы, который мы находим в каждом ликёре **CHOYA**.





У японцев особое отношение к умэ — растению, принадлежащему к роду слив, которое при этом не является ни абрикосом, ни сливой. Его завезли в Японию из Китая в древние времена в качестве лекарственного средства, с тех пор его целительная слава стала лишь набирать обороты. Первые ликёры на его основе — умэсю — появились ещё в XVII веке, в период Эдо. Тогда местные жители начали настаивать умэ на спирте, добавляя сахар, чтобы смягчить его натуральную кислинку. Вскоре этот метод стал традицией в японских домах.

В XX веке с развитием промышленного производства у всего мира появилась возможность прикоснуться к этому важному национальному напитку. Значимую роль в его популяризации сыграл основанный в 1914 году в Осаке бренд **CHOYA**, который впоследствии стал ведущим производителем умэсю, поставляющим его более чем в 100 стран.

Для создания своих ликёров **CHOYA** используют всего несколько сортов умэ из более чем 300 его разновидностей, в том числе премиальный нанко умэ из префектуры Вакаяма, сочный и содержащий большое количество лимонной кислоты. Они настаивают плоды на крепком алкоголе — обычно речь о сётю выше 35% — вместе с сахаром. Стандарт — не менее 300 кг умэ на 1000 литров, объём отобранных плодов всегда указывается на этикетке. Для создания умэсю **CHOYA** необходим минимум год выдержки: долгий процесс мацерации гарантирует, что все необходимые элементы полностью экстрагируются из каждого фрукта.

Этот напиток исключительно натурального происхождения — отличная пара к широкому спектру гастрономии, будь то сыры, фруктовые десерты, сорбеты, мороженое, а также прекрасный дижестив и база для коктейлей. Помимо классики **Single Year** и **Golden Ume Fruit** с черносливным букетом с мягкими тонами марципана и миндаля, в коллекции **CHOYA** представлены также оригинальные умэсю с добавлением листьев шисо, юдзу и зелёного чая Удзи. Травянистость, пряность первого, цитрусовая пронзительная кислотность второго и тонкая линия третьего *(зелёного чая рёкуча)* создали обширное поле для творчества барменов. Умэсю стал большим вдохновением для миксологического сообщества — до такой степени, что **CHOYA** даже запустили два специализированных бара в Японии, где сервируют более сотни миксов со сливовым ликёром в основе.

ФОТО: CHOYA





Управляющий **CHOYA Ginza BAR** **Масая Сакамо** — с подробностями

«Бары в Токио и Гонконге — результат нашей работы по продвижению культуры потребления японского ликёра умэсю. Первый проект мы запустили в районе Гиндза в Токио, где собираются передовые умы со всего мира. Второй недавно открылся в районе Козуэй-Бей, который называют Гиндзой Гонконга. Это центр моды и ресторанного бизнеса, здесь собираются молодые люди, следящие за трендами. У нас есть все возможности, чтобы делиться нашей страстью к умэсю.

«Любопытно, что около 85% наших гостей — женщины, в основном в возрасте от 20 до 30 лет.

«Мы предлагаем более сотни коктейлей на основе ликёров **CHOYA** разной степени крепости, от сухих до сладких. Мы также рекомендуем попробовать **CHOYA** в паре с гастрономией. Так, мы разработали дегустационный сет, позиции которого приготовлены с использованием японской сливы умэ — подаём его с нашими коктейлями. Мы также сервируем их с традиционной японской закуской умэбоси и подборкой сыров, которые предлагаем со сливовым сиропом.

«В базе наших фирменных коктейлей — **CHOYA Golden Ume Fruit**. В то же время мы предлагаем ряд вариаций с другими ликёрами из нашей коллекции. Попробуйте следующие сочетания:

- 60 мл CHOYA Uji Green-Tea
- 60 мл зелёного чая

- 60 мл CHOYA Yuzu
- 30 мл содовой
- 30 мл тоника

«Наши ликёры пользуются огромным спросом у людей с развитым эстетическим чутьём, ведь мы используем исключительно натуральные ингредиенты, создаём напитки насыщенного, неповторимого вкуса. Именно это делает бренд **CHOYA** таким популярным как в Азии, так и по всему миру. Мы надеемся, что наши ликёры придутся по вкусу в России и однажды мы запустим **CHOYA Bar** в Москве.

Древние факты об умэ:

750 год
В старейшем поэтическом сборнике Японии «Манъёсю» цветение умэ упоминается 118 раз, сакуры — только 42 раза.

918 год
Плоды умэ упоминаются в первом японском сборнике лекарственных трав периода Хэйан.

984 год
Лечебные свойства умэ отмечаются в «Исинхо», древнейшем японском сочинении по медицине.

1550 год
В период Сэнгоку известный полководец Ёситака Курода обязует каждого вассала посадить три дерева умэ после рождения мальчика в семье. Многие феодалы в то время выращивают умэ, используют его как целительное снадобье.

1697 год
Термин «умэсю» впервые появляется в сборнике японской кулинарии «Хонтё сёккан». Этот напиток описывается как лекарственное средство, позволяющее остановить накопление слизи, снять сухость и боль в горле, улучшить аппетит.

Asia в городе



ФОТО: SIMPLE GROUP

На улице солнечно и жарко, много людей в лёгкой одежде, а вокруг китайские фонарики, флажки и большой зелёный дракон над головой. Нет, это не шумная улица в азиатском городе, а выставка **Bar Hub Expo 2024**, которая напоминает большой летний праздник.

Превзойти себя

Выставка традиционно прошла на «Винзаводе». В течение трёх дней *[10–12 сентября]* гости знакомились со стендами алкогольных дистрибьюторов и других немаловажных участников барной индустрии. Всего в Bar Hub приняли участие 130 компаний-экспонентов. Мероприятие разделилось на две крупные зоны. На улице расположились главная сцена лектория и пара десятков стендов компаний, а спускаясь в подземные хранилища «Винзавода», можно было очутиться в пространстве «Секретная Азия». Помимо стендов здесь также было организовано два лектория.

Больше 30 российских и иностранных спикеров делились своим опытом с гостями. Так, на главной сцене Денис Тёмный рассказывал, как стать успешным амбассадором, а Никс Ануман представлял своё последнее детище — бар G.O.D в Бангкоке. С аншлагом прошла лекция «Саке — не водка» от Кадзухико Кидзимы, а Джейк Ким и Джерри Чо посвятили слушателей в историю создания соджу и поговорили о трендах на корейские напитки.



Иван Мамутов

Создатель джина Grey Shine:

«В этом году мне выставка нравится точно не меньше, чем в прошлом, в чём-то она даже более масштабная. Я могу смело отметить, что экспоненты, особенно те, что выставлялись в прошлом году, как будто бы выделили уже гораздо больше средств и в целом гораздо больше своего труда и своего внимания. Поскольку на первой выставке всё-таки и наш стенд, и многие другие стенды приехали просто посмотреть, как будет: никто не знал, чего ожидать. На второй год все вложились капитально. Мы тоже вложили гораздо больше сил и времени в реализацию нового стенда, который сделан в слегка модерновом стиле. Так как одним из главных инструментов нашего продвижения являются медиа, мы специально создали четыре клипа, которые глубже погружают посетителей в ценности и сторителлинг нашего бренда».



Роман Торощин

Организатор Bar Hub:

«Мероприятие идёт второй день, и оно даже немного превзошло наши ожидания. У нас в прошлом году за три дня прошли 6,5 тысячи человек, а в этом году столько посетителей было только в первый день! Очень классно, что экспоненты откликнулись и сделали тематические стенды. Красивая застройка, большая география. Мы довольны результатами. Это большая возможность для индустрии: учиться, узнавать что-то новое, встречаться с коллегами. В прошлом году мы попытались привезти европейских спикеров, но по понятным причинам этого не удалось сделать. Поэтому в нынешнем году мы переключились на Азию: Сингапур, Гонконг, Китай, Турция, Индия. Почему ещё Азия? Её легко отобразить, например, в декоре. И поэтому сама концепция сработала классно. Помимо азиатских напитков мы уделили внимание и еде в этом стиле на фудкорте».



Максим Широков

Бренд-амбассадор по крепкому алкоголю LADOGA:

«У нас были суперпозитивные впечатления после первого Bar Hub и большой оптимизм, что в этом году будет даже лучше. И действительно, из всех выставок, которые прошли в 2024 году, эта — прямо восторг. Я удивлён, почему раньше мы не обращались к теме Азии. Во время моего становления в барном мире мы смотрели только в сторону Европы и Америки. С одной стороны, это логично, а с другой — в какой-то момент это стало очень попсово и скучно. И даже стыдно за нас, что мы мало поворачивались именно в азиатскую сторону. Я недавно начал изучать китайский язык и понял, насколько это удивительный мир, удивительная ментальность. На опережение хотелось бы посоветовать молодым барменам открывать и другие направления. Смотрите на Латинскую Америку — там столько всего интересного! Давайте искать, давайте открывать новое, ведь чем больше разных специалистов будет, тем интереснее будет работать».

ФОТО: АРХИВЫ ПРЕСС-СЛУЖБ







НОВИНКИ РЫНКА

На одном из трёх стендов компании **LADOGA**, расположившемся на нижней площадке, представляют громкую новинку: джин **Barrister Far East** — первый из линейки проекта **Taste of Russia**. Во вкусе — свежераскрытая устрица и гребешок, листья ламинарии. Для максимального погружения в атмосферу Дальнего Востока на стенде угощали свежими устрицами, которые заботливо открывала устричная сомелье. В морепродукт советовали капнуть немного джина, чтобы прочувствовать синергию вкусов Дальнего Востока.

«История региональных джинов у нас возникла уже очень давно. Мы прорабатывали эту тему, искали варианты, ботаникалы, новые эндемики. В итоге родился большой отдельный проект. Начали мы с Дальнего Востока — оттуда, где восходит солнце. Продукт получился гастрономичным, очень необычным, в стилистике нью-вестерн: меньше можжевельника и больше местных ботаникалов. Мы работали вместе с региональной командой, которая нам помогала в создании этого джина. Продукт идеально подходит под локальную приморскую кухню», — поделилась Виктория Субеева, руководитель департамента по развитию ассортимента компании **LADOGA**.



Simple также порадовал новинкой в своём портфеле — знаменитыми ликёрами **Choya**. Под них был отведён уютный стенд, оформленный в стиле камерного азиатского бара. Рядом — такой же стенд с линейкой саке **Hakushika**. На обеих точках помимо продукта в чистом виде можно было попробовать коктейли в банках, которые специально к выставке подготовил **«Тебураси бар»** в коллаборации с **Simple Spirits**. Эти коктейли стали хитом, сотни банок разлетелись всего за несколько часов.

На стенде **Joia** публика знакомилась с **Lab №38**. Это новая вкусовая водка собственного бренда компании. Годом ранее у них уже выходила **Lab №50** — водка повышенной крепости. Под эту линейку отведён целый корнер, где постоянно толпятся люди: пробуют продукт как в чистом виде, так и в коктейлях. Другие новинки у **Joia**: джин **Nordés** на дистилляте из винограда сорта альбариньо, вермут **Di Torino Superiore**, биттер **Bitteranza** и премиальная текила **El Charro** из 100%-ной голубой агавы.

ФОТО: SIMPLE GROUP













Не только алкоголь

Достаточно было на Bar Hub и безалкогольных стендов: лимонады, кордиалы, соки, безалкогольные основы для коктейлей. На стойке компании **Drinksome** предлагали попробовать классические коктейли, но в безалкогольном варианте.

«Мы первый бренд безалкогольного алкоголя в России и СНГ. И мы сделали немалую работу для нашей узнаваемости. Я думаю, что наш бренд говорит сам за себя: это качество, это вкус, это любовь к продукту. Нас выбирают многие ключевые игроки на рынке HoReCa. Тем более, по нашей статистике, тренд на безалкогольные коктейли развивается семимильными шагами. Сегодня в нашем портфеле 3500 заведений», — рассказал Павел Горькоженко, руководитель отдела продаж **Drinksome**.





Амбассадор Fratelli Branca Валерия Плотникова на стенде Fernet-Branca



Вокруг стенда с баскетбольным кольцом всегда оживлённо. Неудивительно, все хотят выиграть призы

Фишечки и активности

Не дали заскучать на выставке разнообразные активности. Стенд **Fernet-Branca** от **Simple** собрал вокруг себя всех любителей баскетбола.

«Мы знаем не понаслышке, что стенд должен отличаться от других и чем-то привлекать. По отзывам гостей, стенд с баскетболом — самый популярный на всей выставке, очередь здесь не заканчивается. За одну минуту, бросая мяч в баскетбольную корзину, надо выбить максимальное количество баллов. За это можно получить крутой свитшот, брендированную майку, бандану, значки. В первый день у нас закончились все аксессуары — настолько было много желающих. Нам даже пришлось прекращать игры на время лекций, потому что люди уходили поиграть в разгар выступления спикеров», — поделилась Валерия Плотникова, бренд-амбассадор **Simple Spirits**.



Другая активность от **Simple** — выполнение задания амбассадора, за что давался серебряный жетон для игрового автомата. Оттуда можно было вытащить какой-нибудь подарок, например бутылочку с алкоголем, чайную церемонию с Константином Плесовских или йогу с Валерией Плотниковой. Были и шуточные подарки, такие как купон на поездку в Саратов за свой счёт.

Небольшая, но амбициозная компания **Happy Trade** устраивала на своём стенде гостевые сессии. При этом посетители выставки выбирали себе напиток вслепую. Для этого следовало покрутить три небольших кубика и составить словосочетания из настроения, названия месяца и страны. Допустим, «загадочный июль на Бали» или «томный апрель в России». Каждая грань куба означала уникальный ингредиент.

На стенде компании **AST** также все три дня выставки шли гостевые сессии барменов. Во второй день авторские коктейли, придуманные специально для выставки, готовили ребята из петербургских баров **Imbibe** и **Faro**. Здесь гости пробовали джин-тоник с анчаном, юдзу и абрикосом, сладкий и сбалансированный гимлет с чёрной смородиной и улуном, пина коладу Old Fashioned с контрастной, копчёной ароматикой островного виски. Последний выстрелил особенно ярко, рассказал бармен **Imbibe** Никита Бичурин.

В конце каждого дня гостей выставки ждала развлекательная программа. В первый день состоялся финал **Fernet-Branca Barback Games**, а во второй — **Bar Fight**. В завершение третьего дня все отжигали под кавер-группу «Впечатлительные люди». Для тех же, кто желал продолжить программу в городе, организаторы подготовили гостевые сессии от российских и зарубежных барменов сразу в нескольких барах столицы.

ФОТО: SIMPLE GROUP

Массового сознания не существует в природе. Масса состоит из личностей. Поэтому хорошая реклама всегда является обращением одного человека к другому.

Фэрфакс Коун
директор Американской ассоциации рекламных агентств

К сожалению, с вступлением в силу Федерального закона Российской Федерации от 20 июля 2012 г. № 119-ФЗ мы не можем воспроизвести эту страницу Simple Wine News в электронной версии издания.

Бумажный Simple Wine News доступен в лучших ресторанах и винных магазинах России.

Еще больше материалов читайте на swn.ru

simple wine news

Трудовые будни, или Почему барбеки — самые важные люди за баром







10 сентября в Москве прошёл финал **Fernet-Branca Barback Games**, захватывающего соревнования среди профессионалов барной индустрии.



ФОТО: SIMPLE GROUP

*« Игры призваны объединять поколения профессионалов, напомнить, что в баре работает команда и один в поле не воин». Валерия Плотникова, бренд-амбассадор **Fernet-Branca** в России.*

Барбек — правая рука бармена. Он заботится, чтобы все процессы шли бесперебойно. Именно он поддерживает чистоту барной стойки, готовит инвентарь, делает заготовки и следит за наличием ингредиентов. Его работа всегда важна, но часто неблагодарна. Её легко не заметить, если она сделана на совесть, однако её отсутствие почувствуют все — и гости, и бармены.

Fernet-Branca Barback Games, соревнование в ловкости и скорости, объединяющее профессионалов барной индустрии, — в России проходит впервые. Первые же игры итальянский бренд Fernet-Branca организовал в 2007-м в Сан-Франциско. И это не случайно.

Шот Fernet-Branca давно стал секретным паролем, сигнализирующим о принадлежности к барной индустрии. Заказ этого итальянского амаро в чистом виде выдаёт в госте настоящего или бывшего бармена, а ещё он прекрасно восстанавливает силы после тяжёлой работы. Его рецепт держится в тайне почище сценария Нолана, как минимум — дольше. Владелец винокурни Бернардино Бранка создал напиток 179 лет назад, в 1845 году. В его состав входят 27 трав, кореньев и пряностей.

В XIX веке фернет продавался в аптеках. Кстати, именно лекарственные свойства обеспечили бренду продажи даже во время сухого закона в США: в барах алкоголь запретили, а в аптеках нет.

За свою терпкую, не прикрытую сладостью горечь Fernet-Branca в чистом виде полюбился не только барменам, но и ценителям. Хорош он и в коктейлях. Легендарная девушка-бартендер из лондонского Savoy Ада Коулман придумала мешать его с джином и вермутом — так появился знаменитый коктейль **Hanky Panky**.

Но в играх **Fernet-Branca Barback Games** важен не вкус коктейля или его концепция: всё решают сила и скорость. А ещё — боевой дух.

Конкурс проходил в несколько этапов: отборочный, полуфиналы и финал. Первый этап провели онлайн, необходимо было рассказать о своём проколе за баром в коротком видео и выложить его в соцсети. Организаторы допустили к соревнованиям 60 барменов из разных городов России. В трёх полуфиналах, которые состоялись в Ростове-на-Дону, Красноярске и Нижнем Новгороде, уже пришлось попотеть. В каждом из городов 20 полуфиналистов, разбившись на пять команд по четыре человека, проходили серию испытаний: надо было пробежать с кегами по покрышкам, выдавить фреш из горы лимонов, приготовить коктейли «Фернандито» *(Fernandito)* на скорость. А ещё участников ждал тир с игристым и поиск монет Fernet-Branca с завязанными глазами в бассейне с шариками.

В Москве 10 сентября состоялся финал, куда приехали сразиться команды — победители трёх полуфиналов. У каждого из 12 финалистов имелся помощник. Но здесь уже было личное первенство, не командное. Посмотреть и поддержать участников пришло много специалистов из индустрии — их заинтересовал новый захватывающий формат игр. На полосе препятствий ребята на время проходили четыре сложных испытания. После каждого конкурса показавшие худшее время выбывали, пока не остались самые сильные и выносливые. Участникам надо было перетащить пивные кеги и лёд в бар, приготовить напитки и отнести их в забавных, но жутко неудобных надувных костюмах орла и крокодила, порыться в мусорном баке, чтобы найти выброшенные по ошибке вещи. В общем, всё то, с чем сталкиваются барбеки каждый день: затаривание бара, вечный поиск решений и первоклассный сервис в любых условиях. Финальным заданием стало убрать за собой площадку и замыть станцию. К участию привлекли и зрителей: они со своих мест бросали в финалистов шариками, имитируя навязчивого гостя, который всё никак не уходит. На кону был призовой фонд в размере более 300 тыс. рублей, а также приз зрительских симпатий и звание «Самого старательного барбека».

Обладателем третьего места стал Басир Шаоев *(33 года, Shanghai 12)*. Басир родом из Нальчика, но уже большую часть жизни провёл в Ростове-на-Дону. Второе место занял Роман Виняйкин *(22, Нижний Новгород, бар «Авиатор»)*. Победителем стал Олег Такаленко *(24 года, Пермь)* вместе со своим помощником Тимофеем.

Олег работает барменом в Mai Tai, первом гавайском тики-баре на Урале. На полуфинал в Нижнем Новгороде он приехал без особых ожиданий, чтобы попробовать что-то новое. А вот в Москве Олег был нацелен побеждать: *«Была мотивация: неделю назад у меня родилась дочь, я ехал сюда ради победы, ради неё».*

В своей заявке Олег рассказал такую историю. Один гость попросил сделать классический коктейль, но бармен решился на эксперимент. В итоге коктейль оказался на Олеге во всех смыслах этого слова: гость плеснул ему напиток в лицо и не заплатил. Но у кого на сердце ранка — пьёт Fernet-Branca.

Олег считает, что конкурсы **Fernet-Branca Barback Games** — это всё то, с чем ребята сталкиваются каждую смену: они постоянно что-то быстро таскают и убирают. *«Так обычно и происходит: время пять утра, мы закрыты, быстренько замылись и поехали».*





Академия **изысканного** вкуса

Те, кто любит приезжать в Санкт-Петербург, наверняка знают много секретов этого города, и, возможно, им уже наскучил стиль palace-отель. Сколько можно чувствовать себя реквизитом времён Мальтийского ордена, пора уже сменить привычный имперский ритм путешествий и попробовать что-то более камерное. Дом 10 на улице Моховой — определённо лучшее место, чтобы поселиться в экс-столице. Когда-то фамильный особняк графа Андрея Шувалова — сегодня здесь новая жизнь, над крыльцом другая табличка: «Бутик-отель ACADEMIA Особняк SHUVALOFF». Внутри здания, за дверью, оказывается удобное пространство со своим собственным, внятным и ясным стилем, искусно декорированное и совсем не скучное. В ACADEMIA Особняк SHUVALOFF не стремятся никого удивить музейной роскошью и золотыми сводами, скорее восхитить тонким вкусом, тщательностью отделки, новым взглядом на историю и отсутствием привычных шаблонов. Место отдыха для буржуа, который ценит уют пространств и важные сентиментальные мелочи. Нет здесь ни выцветших гобеленов и ковров, ни портретов императоров, монарших семейств и прочих свидетельств столичного прошлого. В бутик-отеле концептуально не нашлось места и пыльным музейным Пьеро, и антикварным Арлекинам, винтажным духам и раритетным привидениям. Как не вспомнить историю, изложенную Оскаром Уайльдом в «Кентервильском привидении», — исторической мрачности здесь противопоставили почти детскую победоносную радость от современной жизни. Восстановленные антаблементы, филёнки с лепными растительными гирляндами, мраморная лестница с чугунными перилами и новейшие технологии. А интеграция современных инженерных решений в историческое здание — уже само по себе искусство. И всё же, как бы ни были прекрасны интерьеры, в любом хорошем отеле ключевыми остаются качество сервиса, чистота, комфорт в номере и настоящее гастрономическое удовольствие. ACADEMIA Особняк SHUVALOFF, конечно, для тех, кто хочет оказаться в центре событий. Местная география тихой Моховой располагает к здоровым историческим устремлениям: Летний сад, Спас на Крови, Михайловский дворец, Русский музей. Но Эрмитажем единым сыт не будешь, это понятно. В ACADEMIA BAR SHUVALOFF вкусно кормят. И всё потому, что авторская кухня шеф-повара Ильи Харченко вполне соответствует уровню европейского мишленовского ресторана. Простая повседневная еда, но это лишь на первый взгляд. В основе каждого блюда шефа Харченко — осознанный и нетривиальный подход к знакомым продуктам. Конечно, на тарелке непременно должно быть что-то хорошее и полезное, но вкус-то всегда на первом месте. К общему меню прилагается обширный список местных специалитетов, среди которых мы особо отметим овсяную кашу с яблочным конфи и карамелью, манную кашу крем-брюле с ягодами, шакшуку с печёными перцами, бенедикт с форелью шеф-посола, бриошь с крабом и мармеладным редисом, пасту карамелле с крабом в форме конфеты.

ФОТО: ПРЕСС-СЛУЖБА ACADEMIA SHUVALOFF

Реклама побуждает людей жить не по средствам? То же самое можно сказать о браке.

Брюс Бартон
сооснователь BBDO

К сожалению, с вступлением в силу Федерального закона Российской Федерации от 20 июля 2012 г. № 119-ФЗ мы не можем воспроизвести эту страницу Simple Wine News в электронной версии издания.

Бумажный Simple Wine News доступен в лучших ресторанах и винных магазинах России.

Еще больше материалов читайте на swn.ru

simple wine news


Griottines®
Griottines



ФОТО: GRIOTTINES®

Искушение вишней

Культовые вишни **Griottines®**, которые обожают шеф-повара и миксологи со всего мира, теперь в портфеле **Simple**: делимся историей и рассказываем, как интегрировать их в повседневную кухню.



Griottines в трёхлитровом формате — долгосрочная находка для кулинарных открытий

У Фужеролля, городка, расположенного в Верхней Соне на востоке Франции, многовековая «вишнёвая» история. Именно здесь ещё в XVII веке придумали кирш. По легенде, местный монах-аптекарь, стремясь создать эликсир долголетия, решил перегнать сброженное вместе с косточками вишнёвое сусло. Напиток пришёлся по вкусу при французском королевском дворе, производство набирало обороты. До совершенства его довели в XIX веке с появлением промышленных дистиллерий, таких как Grandes Distilleries Peureux. На ней же во второй половине XX века придумали замачивать вишню в ликёре, а после мацерации добавлять к ней кирш — так родился бренд Griottines. Фирменная текстура вишен, сочетающая сладость и кислотность ягод с остротой кирша, сделала их невероятно популярными среди шеф-поваров и миксологов, которые стали активно интегрировать их в свои рецепты. Griottines обрели новое дыхание в XXI веке, когда у руля встало семейство Бо — вместе с парижским агентством они создали новый современный образ бренда, упаковав замоченные в ликёре вишни в стильные баночки, создав бутик-лабораторию Griottines во Франции, где стали принимать величайших шеф-поваров и миксологов, а также запустив неделю Griottines в Китае.

Продукты на основе вишни — одни из ключевых в сельскохозяйственной экономике Фужеролля. У местного вишнёвого бренди даже есть свой аппелласьон — ***Kirsch de Fougerolles AOC****.*

У **Griottines** собственные сады в Сербии, где с мая по сентябрь собирают вишню морелло сорта облачинская — единственную в стране со статусом аппелласьона. Мастер-дистиллер работает на сборе урожая, отбирая ягоды с идеальным балансом сладости и кислотности. Они сохраняют исключительную свежесть благодаря быстрой обработке: максимум через шесть часов после сбора урожая их помещают в бочки со спиртом, который помогает сберечь уникальные свойства свежей вишни. Затем ягоды отправляют в Фужеролль, где они сортируются, моются и замачиваются в различных ликёрах. После необходимого периода мацерации вишни очищаются от косточек и калибруются по размеру. По завершении конечной мацерации к ним добавляют кирш, что придаёт напитку неповторимый вкус. У него красноватый цвет, в котором особенно выигрышно смотрится спелая рубиновая вишня. Ликёр раскрывается густыми сахарными нотами, оттенёнными ягодной кислинкой. Во вкусе — зрелая сочная вишня, сохранившая свои природные свойства: изысканную сладость и фирменную кислотность, упругую кожицу и хрусткость.

Наслаждаемся в чистом виде, с игристым, в составе коктейлей, а также в сочетании с паштетами, дичью, шоколадом и мороженым. Griottines — отличная пара дижестивному кофе. Нежная кофейная кислота сплетается с бойкой вишнёвой, успокаивая её, обмениваясь теплом. Мякоть вишни становится приятным десертом, как та самая желанная конфетка, сервируемая вместе с эспрессо.





ФОТО: GRIOTTINES®

Меня покорила мягкость вишен Griottines, превосходный баланс между алкоголем и сладостью.



О магии вишен и ликёра **Griottines** рассказывает **Патрик Анриру**, шеф-повар ресторана La Pyramide [***] во Вьене

«Впервые я попробовал **Griottines** в 1977 году, когда учился в гостиничной школе в Люксей-ле-Бен. Я добавил вишню в десерт с чёрным шоколадом, а неделей позже попробовал её в сочетании с диким утёнком, пюре из сельдерея и каштанами. Меня покорила мягкость, превосходный баланс между алкоголем и сладостью, а также возможность редуцировать ликёр и получить насыщенную сиропообразную эссенцию — так я навсегда полюбил **Griottines**».

«Я регулярно применяю **Griottines** на своей кухне, например для блюд с фуа-гра, говядиной и птицей. Я также подаю вишню на сырной тарелке, она прекрасно сочетается с выдержанными конте, пармезаном, а также редким **Comtesse de Vichy**. Итальянский десерт сабайон прост в приготовлении, попробуйте подать его вместе с **Griottines** — это волшебство».

«Ликёр **Griottines** я активно применяю и при создании десертов с чёрным шоколадом и сливой, ежевикой, малиной, чёрной смородиной. Кроме того, вишня лежит в основе коктейлей нашего лаундж-бара **Blue Pearl**. Мой любимый микс — **Griottines**, кофейный ликёр, какао и торфяной виски».







Ликёр **Griottines** вдохновил и шеф-повара московского ресторана Grand Cru **Давида Эммерле**. Делимся его рецептом

Тарт-штрудля из айвы

ИНГРЕДИЕНТЫ НА ШЕСТЬ ПОРЦИЙ:

- Айва — **2 кг**
- Тесто филло — **6 слоёв**
- Апельсин — **1 шт.**
- Мандарин — **1 шт.**
- Масло сливочное — **40 г**
- Мёд — **50 г**
- Брусника и изюм — по **30 г**
- Топлёное масло — **100 г**
- Стручки ванили — **2 шт.**
- Ликёр и вишни Griottines

ПОШАГОВЫЙ РЕЦЕПТ:

1. Очищаем айву и делаем шарики с помощью нуазетного ножа (если его нет, то нарезаем кубиками). Из остатков айвы выжимаем сок, должно получиться 500 г.
2. Растапливаем сливочное масло на сковороде, добавляем мёд, цукаты, шарики из айвы, затем очищенный апельсин, мандарин и ваниль.
3. Выкладываем шесть слоёв теста филло, смазывая между собой топлёным маслом и сахарной пудрой.
4. Делаем формы, посыпаем корицей и выкладываем в них начинку, поливаем соусом и отправляем на 20 минут в духовку, разогретую до 180–200 градусов. Проверяем, выравниваем и запекаем до цвета.
5. Украшаем шариком мороженого, вишней Griottines и соусом.

ФОТО: ПРЕСС-СЛУЖБА РЕСТОРАНА GRAND CRU

Реклама — самая интересная и самая трудная форма литературы.

Олдос Хаксли
писатель и философ

К сожалению, с вступлением в силу Федерального закона Российской Федерации от 20 июля 2012 г. № 119-ФЗ мы не можем воспроизвести эту страницу Simple Wine News в электронной версии издания.

Бумажный Simple Wine News доступен в лучших ресторанах и винных магазинах России.

Еще больше материалов читайте на swn.ru

simple wine news

Японский виски: 100 лет успешной дистилляции



В этом году 11 ноября японский виски празднует столетие. По такому случаю мы попросили Юрия Богоносцева рассказать о сегодняшнем состоянии, амбициях и инновациях индустрии, которой он посвятил свою недавно вышедшую книгу **«Виски-гид: Япония». Это действительно уникальное по мировым меркам издание мы горячо рекомендуем читателям SWN.**





Юрий Богоносцев

Эксперт по виски, автор многочисленных публикаций об этом напитке. Более 20 лет он посвятил изучению «воды жизни». В 2015 году Юрий запустил образовательный проект **Whisky Class**, в рамках которого проведены сотни встреч, мастер-классов и дегустаций с ведущими российскими и зарубежными специалистами.

Будучи увлечённым энтузиастом и исследователем виски, Юрий Богоносцев побывал во многих странах — производителях «воды жизни», включая Великобританию, Ирландию, Францию, Индию, Шри-Ланку, Голландию, Бельгию, Швейцарию, Австрию и Японию, изучая дистиллерии и встречаясь с представителями индустрии.

В библиографии автора три монографии: **«Виски в вопросах и ответах»** *[2016]*, **«Виски-гид: Ирландия»** *[2020]* и **«Виски-гид: Япония»** *[2024]*.

Лицо отрасли

С момента начала дистилляции спирта для виски, стартовавшей 11 ноября 1924 года, Япония прошла колоссальный путь от начинающего производителя «воды жизни» до одного из протагонистов рынка виски. Впитывая и трансформируя всё лучшее, что было в отрасли, добавляя к нему огромное число собственных новаций, японские мастера за столетие поднялись на мировой олимп и прочно закрепились там. Своими усилиями они преобразили виски, придав ему изящество и глубину.

Фундаментом для стремительного взлёта стала богатая история производства алкоголя в стране. Она началась с саке, появившегося в Японии более тысячи лет тому назад, и продолжилась с сётю — крепким напитком, который дистиллируется с XVI века. Их изготовление способствовало привнесению в производство виски навыков и приёмов, наработанных столетиями.

Сегодня виски-индустрия Страны восходящего солнца представляет собой развитый сегмент алкогольной отрасли. Он дополняет другие её составляющие: выпуск пива, саке, сётю, различных вин, авамори, водки и бренди. В них, особенно в производстве пива и вина, японцы тоже добились мирового признания. Причём в стране весьма распространена ситуация, когда компании, изготавливающие виски, параллельно занимаются ещё и другими напитками.

Скажем, так поступает **Suntory** — японский производитель виски номер один. В портфеле компании мы встретим пиво, ликёры, вина, водку, бренди, сётю, а также готовые коктейли, соки и воды. Не ограничивается «водой жизни» и **Nikka**. Занимая по виски вторую позицию в стране, она также изготавливает яблочный сок и бренди.

Однако чаще в одних корпоративных стенах выпуск виски соседствует с производством саке или сётю. Причём число таких компаний в последние годы стремительно растёт.

Но среди изготовителей виски есть и такие, кто, подобно **Gaia Flow Distilling**, **Kamui Whisky K.K.** и **Venture Whisky**, сосредоточен лишь на одном этом напитке. Есть и те, кто пришёл в отрасль со стороны, диверсифицировав предыдущую свою деятельность, не связанную с алкоголем. Так сделали, например, **Axus Holdings**, **Otani** и **Tokushu Tokai Paper**.

Спектр дистиллерий

Всего в стране насчитывается более семи десятков производств, занятых дистилляцией виски. Они расположены на трёх основных

ФОТО: TOGOUCHI; ИЗ ЛИЧНОГО АРХИВА ЮРИЯ БОГОНОСЦЕВА



Мотивация на создание совершенных продуктов у японцев в крови. Она, как и организованность, воспитывается с малых лет.

островах: от Хоккайдо на севере до Хонсю в центре и Кюсю на юге. В последние годы виски стали готовить и на архипелаге Рюкю, включая остров Окинава, что лежит примерно в 600 км к югу от основных островов.

Японские дистиллерии не просто находятся на разных широтах, но и локализованы в большом диапазоне высот. Самой высокогорной считается расквартированная на 1200 метрах над уровнем моря **Ikawa**. Чуть ниже, но тоже в горном кластере, расположены **Fuji Hokuroku**, **Hakushu**, **Hida Takayama**, **Karuizawa Whisky Distillery**, **Komoro**, **Kuju**, **Mars Shinshu**, **Rokkosan** и некоторые другие. Тем не менее множество виски-производств обосновалось на равнине, включая прибрежную зону западного и восточного побережья, а также Внутреннего моря Сето.

Дистиллерии — разные по мощности и по техническому оснащению. Так, **Yamazaki**, **Hakushu**, **Chita**, **Miyagikyo**, **Mt. Fuji** — это крупные производства, оборудованные несколькими перегонными установками, на которых изготавливаются спирты разной стилистической направленности. Они весьма инновационны и регулярно внедряют новые разработки на основе научных исследований.

А вот такие дистиллерии, как **Akkeshi**, **Chichibu 1** и **2**, **Hanyu**, **Hikari**, **Nagahama**, **Nozawa Onsen**, **Nukada**, **Setouchi**, **Shindo**, **Rishiri** и **Yamaga**, — предприятия малой и средней мощности. Изготавливая самобытный виски, они самостоятельно проводят эксперименты в области ферментации, дистилляции и выдержки, расширяя вкусоароматическую гамму напитка. Конечно, статус ремесленного производителя не защищает всех от неудач и просчётов, но в основной массе те, кто вынуждены конкурировать с крупными компаниями за выбор покупателя, всё же находят ключ к его сердцу. Они дополняют портрет отрасли новыми яркими красками, и их колорит отмечают на серьёзных международных конкурсах.

Климатические контрасты

Среди производителей виски в мире *(пожалуй, за исключением США)* нет страны со столь богатым природно-климатическим разнообразием, как Япония. Остров Хоккайдо находится на севере в умеренно холодной климатической зоне, острова Хонсю и Сикоку — в умеренно тёплой, остров Кюсю и северная часть архипелага Рюкю — в субтропической, а южная часть архипелага Рюкю — это и вовсе тропики! В Японии одновременно можно зимой кататься на горных лыжах и купаться в море, что закономерно для страны, протянувшийся почти на 3 тыс. км с севера на юг и на столько же с востока на запад. Ничего подобного мы не встретим ни в Шотландии, ни в Ирландии.

Но всё же, несмотря на протяжённость, Япония расположена в южных широтах *(в диапазоне от 24° до 46° северной широты)*. Осязаемо это понять можно по находящемуся примерно посередине страны столичному Токио, который удалён от экватора практически так же, как жаркие Тегеран, Афины или Лас-Вегас. Рельеф Японии тоже специфический: примерно три четверти территории — это горы с характерными для них суточными и сезонными перепадами температур. Горные образования сложной складчатой конфигурации с высотой до нескольких тысяч метров пронизывают все четыре основных острова Японии, образуя цепь сменяющих друг друга хребтов.

Их склоны обильно орошаются осадками, образованными испарением морской и океанической влаги, приносимой сезонными ветрами. Её тут проливается до 2000–3000 мм в год, а на самом влажном острове Якусима — от 4000 до 10000 мм. Это не только превращает остров в чуть ли не мирового рекордсмена по данному показателю, но и создаёт японским производителям поистине уникальные условия для выдержки виски.

Очень важно то, что японцам удалось воспользоваться своим климатическим многообразием и превратить его в мощный инструмент формирования вкусоароматической палитры виски. И этот инструмент применяется ими в особенно широком диапазоне, не доступном дистиллерам Шотландии, Ирландии и практически всех других стран.

Компании, имеющие в своих активах по несколько дистиллерий, стараются размещать их в разных климатических зонах, чтобы иметь обширную гамму спиртов для смешивания. Помимо хрестоматийных примеров от **Suntory** *(Yamazaki Distillery и Hakushu Distillery)* и **Nikka** *(Yoichi Distillery и Miyagikyo Distillery)*, можно упомянуть **Hombo Shuzo**. У этого собственника две дистиллерии *(построенная в 1985 году в горах Японских Альп Mars Shinshu и дислоцированная на самом юге в префектуре Кагосима Mars Tsunuki)*, а также хранилище для выдержки виски на Якусиме.

Национальные черты, спроецированные на виски

Разносторонние природно-климатические условия не имели бы сколько-нибудь решающего значения для появления в Японии виски мирового уровня, если бы посеянное зерно не упало на благоприятную почву, способную его взрастить. Японцы, взявшие у шотландцев рецептуру виски, как прилежные ученики, усвоили преподанный урок и воспроизвели

ФОТО: АРХИВЫ ПРЕСС-СЛУЖБ



Поскольку большая часть территории Японии — это горы, страна традиционно испытывает дефицит пахотных земель и не может, подобно Шотландии, Ирландии, США и Канаде, опираться на собственное обеспечение зерном. Зерно для виски, так же как нефть, газ, железную руду и другие ископаемые, Япония импортирует из других стран. До японцев никто в мире виски-индустрию так не выстраивал. В этом они были и остаются подлинными новаторами.

у себя аналог скотча. Более того, они оказались неудержимыми в своём стремлении довести виски до совершенства, превзойдя своих учителей.

Умение учиться у Запада они демонстрировали не раз при создании самых разных предметов, будь то фототехника, полиграфическое оборудование, электронные гаджеты или текстиль. Сюда можно добавить скоростные поезда и супертанкеры, оборудование горнодобывающих отраслей *(автосамосвалы, бульдозеры, экскаваторы, конвейеры)*, медицинские приборы и многое другое.

Мотивация на создание совершенных продуктов у японцев в крови. Она, как и организованность, воспитывается с малых лет. В полной мере это качество проявилось и в случае с виски. Пусть и не сразу, японские мастера научились не просто повторять сделанный по шотландским лекалам продукт, но и, опираясь на высокий уровень производственной культуры, довели заимствованный напиток до премиального уровня.

Основой для этого послужили тщательность исполнения технологических процессов, привычка проявлять усердие в работе и делать всё на совесть, относиться к созданию виски как к искусству, а не как к ремеслу. Восприимчивость к передовому опыту, которую демонстрируют как крупные игроки, так и крафтовые производители, в сочетании с собственной вовлечённостью в эксперименты стала фундаментом успеха.

Что же такое японский виски?

По мере развития отрасли и признания Японии одной из ведущих стран —производителей «воды жизни» всё чаще стали раздаваться голоса: а свой ли виски отправляет страна на внешний рынок? Включение импортного виски в японские ассамбляжи было обычной практикой и никого особо не волновало, но с ажиотажным ростом спроса в адрес японцев начали сыпаться упрёки в слабой регулируемости самого понятия виски в стране.

Причин у такой практики несколько. Во-первых, конечно, дефицит собственного сырья. Если крупные компании, имеющие по несколько дистиллерий, как **Suntory** и **Nikka**, были способны даже в периоды резкого роста спроса обходиться собственными силами, то мелким и средним игрокам приходилось частично закупать спирты у коллег за рубежом *(в Шотландии, США, Канаде)*. Во-вторых, наличие в купаже шотландского виски, считавшегося эталонным, до самого последнего момента в глазах японцев поднимало статус их собственного продукта. Оно было значимым фактором для более высокого позиционирования своего бренда. Это ярко проявлялось вплоть до начала XXI века, пока местная индустрия не добилась мирового признания и нужда в ссылке на скотч не стала отпадать.

Не будем забывать и про то, что у трёх японских компаний имелись дистиллерии в Шотландии и США, владельцами которых они стали в конце XX — начале XXI века. Ясно, что приобретались они для выпуска не только шотландских и американских брендов, но и собственных японских.

Столкнувшись с лавинообразным спросом, японцы активно наращивали закупку спиртов из Шотландии. Неудивительно, что на этот счёт высказалась **Scotch Whisky Association** *(SWA)*, которая весьма ревностно наблюдала за расширением японского влияния в мире. Она напрямую увязывала рост распространения японского виски с заметным увеличением экспорта скотча в Японию. Последний, по её данным, в период с 2013 по 2018 год не просто

ИЛЛЮСТРАЦИЯ: МАША БОЙНОВА

В феврале 2021 года Японская ассоциация производителей спиртных напитков и ликёров (JSLMA) опубликовала уточнённую трактовку японского виски, дав разъяснение касательно использования спиртов иностранного происхождения.

увеличился в четыре раза, но и окрасился в цвета японского флага, то есть значительная часть экспортированного скотча потом вновь отправлялась на берега Туманного Альбиона, но уже в качестве реэкспорта из Японии.

Немало негативных высказываний поступило и со стороны шотландского экспертного сообщества. Большая их часть сводилась чуть ли не к общественной порке японских производителей за то, что они якобы выдают импортированный скотч за свой виски.

Демонстрировать беспокойство ситуацией стали и сами японские производители. Многие из них понимали, что лейбл японского виски действительно стал хорошей одеждой, в которую решили облачиться не только поборники выпуска качественного продукта, но и те, кто захотел воспользоваться моментом и заполнить рынок образцами, в которых японского нет ничего, кроме этикеток с иероглифами.

Поднятая вокруг импортных добавок шумиха в целом не красила имидж японского виски, даже если речь шла об оригинальном новаторском продукте. Бесконечное обсуждение новинок на предмет того, есть ли в них импортные спирты или нет, подрывало усилия тех, кто долгое время отстаивал репутацию японского виски.

Наконец, в феврале 2021 года **Японская ассоциация производителей спиртных напитков и ликёров** *(JSLMA)* опубликовала уточнённую трактовку японского виски, дав разъяснение касательно использования спиртов иностранного происхождения. Теперь японский виски, чтобы называться таковым, должен перегоняться, выдерживаться не менее трёх лет и разливаться в Японии, а также иметь минимальную крепость не ниже 40% ABV. Документ вступил в силу с 1 апреля 2021 года, но дал производителям время привести свою продукцию в соответствие с озвученными формулировками в срок до 31 марта 2024 года.

Оперативность, проявленная JSLMA, скорее всего, была навеяна злободневностью затронутого вопроса и схожестью ситуации с той, что сложилась к 2015 году в японском виноделии. Там тоже прослеживался повышенный интерес к местным винам, удовлетворять который часть производителей стала за счёт иностранных виноматериалов без уведомления об этом потребителей. Но с 2018 года было введено правило, обязывающее в случае использования импортных виноматериалов отражать данный факт на этикетке напитка. Новый регламент по виски носит добровольный характер, то есть не является обязательным к исполнению. Тем не менее его придерживается практически всё сообщество японских производителей, включая лидеров отрасли — **Suntory** и **Nikka**.

Впрочем, для **Suntory** важнее представлять свои продукты именно как изготовленные компанией, японское происхождение которой вряд ли кому придёт в голову оспаривать. Поэтому, не связывая себе руки, **Suntory** сохранила возможность использовать спирты других стран от предприятий, входящих в её холдинг, заменив надпись **Japanese Whisky** на **Product of Japan**.

Подобным образом поступили и другие компании, обозначая на этикетке **Blended World Whisky**. Их представители заявляют, что испытывают гордость за то, что Япония стала пионером в создании новой категории виски — «мирового виски». И то, что это так, подтвердил главный блендер **Suntory** Синдзи Фукуйо *(Shinji Fukuyo)*, придумавший новаторский купаж **Suntory Ao**. В этом «мировом виски» он задействовал спирты разной стилистической направленности, производимые на заводах компании в Шотландии, Ирландии, США, Канаде и Японии.

Обмен спиртами внутри страны стал веянием времени

Сложные взаимоотношения отцов-основателей индустрии японского виски привели к тому, что в отличие от любой другой страны мира, где делают этот напиток, местные производители не обменивались спиртами. Другими словами, каждая компания была вынуждена в полном объёме заниматься самообеспечением дистиллятами.

Ситуация сильно изменилась в наше время с приходом производств, не отягощённых исторической памятью. Первым коллаборацию запустил в 2015 году Итиро Акуто, обменявшийся спиртами с **Mars Shinshu Distillery**. В результате через шесть лет у него на свет появился виски **Ichiro's Malt Double Distilleries 2021 Chichibu x Komagatake Blended Malt Japanese Whisky**, который был составлен из собственных и полученных от партнёра дистиллятов. Синхронно с этим релизом компания **Hombo Shuzo** выпустила свой **Komagatake x Chichibu Bottled 2021 Shinshu Aging Malt Duo Blended Malt Japanese Whisky**. Он был составлен из собственных спиртов от **Mars Shinshu Distillery** и полученных от Акуто в 2015 году.

Новаторский шаг послужил сигналом для других производителей, которые в том же году выпустили на рынок несколько «комбинированных» релизов, иной раз примешивая к ним и иностранные спирты.

Древесина, которая открылась миру виски

Япония подарила миру виски уникальную древесину, бочки из которой наделяют напиток удивительно интересными тонами сандала и специй. Речь о дубе мидзунара, произрастающем на севере страны на острове Хоккайдо. Дуб мидзунара неожиданно ярко проявил себя в виски-индустрии, хотя раньше использовался разве что в мебельном производстве. Он оказался востребованным в годы Второй мировой войны по причине дефицита бочек из традиционных пород дуба.

Правда, японцам пришлось основательно с ним помучиться. Бочки из «влажного дуба» *(«мидзу» с японского буквально переводится как «вода», а «нара» — «дуб»)* в силу своей пористости плохо удерживали жидкость и протекали, к тому же непредсказуемо вели себя в процессе выдержки, требуя тщательного контроля. Но японским мастерам удалось найти решение этих проблем.

Выдержка в бочках из мидзунары позволяет получать виски удивительно сложной и изысканной гаммы ароматов сандалового дерева, кокоса и специй, которая оказалась столь маняще привлекательной, что, несмотря на высокую стоимость этих бочек *(6000–7000 долларов США против 150–200 за экс-бурбонную бочку)*, они стали весьма востребованными. Сейчас



Коитиро Шираи, президент и генеральный директор Sakurao Distillery



Старый железнодорожный туннель в префектуре Хиросима — идеальное место для выдержки сётю и виски

их охотно применяют и гиганты индустрии типа **Suntory**, и маленькие производители, как, скажем, **Akashi Sake Brewery**, **Matsui Shuzo**, **Niigata Beer**, **Sasanokawa Shuzo**.

Бочки из мидзунары активно использует и основанная Итиро Акуто независимая компания **Venture Whisky**, выбравшая изображение листа японского дуба для оформления своих этикеток. Она финишировала в дубе мидзунара несколько бутылок знаменитой «карточной» серии Итиро Акуто *(Ichiro's Malt Card Series)* — пожалуй, самой дорогой на сегодняшний день коллекции японского виски. В 2020 году **Ichiro's Malt Card Series** была оценена в 1,52 млн долларов США на аукционе **Bonhams.**

С недавних пор в поле зрения японских мастеров, помимо мидзунары, всё чаще стало попадать другое возведённое в ранг культа дерево. Это мелкопильчатая вишня, больше известная в мире как сакура, чьё цветение вызывает у японцев восторг и восхищение. Несколько лет назад сакуру запустили в дело ремесленные производители. А в 2020-м почин подхватила **Suntory**, порадовав потребителей релизом **Essence of Suntory Sakura Wood Finish**. На следующий год вышел купаж **Hibiki Blossom Harmony**, в котором тоже использовались бочки из японской вишни.

Но и это ещё не всё. Японцы стали вводить в обиход бочки из японского каштана *(Iwai Tradition Whisky Fuyu Finished in Chestnut Casks, Kaiyo The Kuri Chestnut Cask)*, японского кедра *(Kamiki Intense, Kamiki Maltage Cedar Finished)*, японской сосны *(Umiki)* и японского клёна, обогащая таким образом виски и придавая ему ранее неведомые ноты.

Sakurao Distillery привлекает динамикой развития

Sakurao — одна из японских дистиллерий, иллюстрирующих успешное развитие отрасли в стране. Она принадлежит **Sakurao Brewery and Distillery Co., Ltd.** — правопреемнице учреждённой в 1918 году в городе Сакурао в префектуре Хиросима компании **Chugoku Jozo Co., Ltd.** Последняя занималась производством различных алкогольных напитков, от саке до джина. Был в её линейке и виски, дистилляцию спиртов для которого компания была вынуждена прекратить из-за кризиса в сфере производства в начале 1980-х.

Однако поднявшаяся волна безумного спроса на японский виски побудила компанию **Chugoku Jozo Co., Ltd.** возобновить его выпуск. Это произошло в 2013 году, когда на свет появился их первый купаж. Основой нового бренда, получившего название **Togouchi**, стали спирты из Шотландии и Канады.

При этом заключительную выдержку и купажирование готового продукта **Chugoku Jozo** производила на юге Японии самостоятельно. По мнению президента и генерального директора **Sakurao Brewery and Distillery Co., Ltd.** Коитиро Шираи *(Koichiro Shirai)*, этого было достаточно, чтобы придать виски индивидуальный японский характер.

Свой тезис он подкрепил тремя аргументами. Во-первых, выдержка виски **Togouchi** осуществлялась в заброшенном железнодорожном туннеле в префектуре Хиросима — по-своему уникальном хранилище. Новую жизнь этому сооружению длиной в 361 метр, построенному в 1970 году японскими железнодорожниками, подарила **Chugoku Jozo**,



Мидзунара более ветвист и менее строен, чем американский или европейский дуб, что уменьшает полезный выход древесины, пригодной для бондарного дела. Бочка из мидзунары получается заметно более дорогой, чем из других пород дуба.

Слава бочек из мидзунары уже перешагнула границы Японии. Принадлежащая Suntory шотландская дистиллерия Bowmore в 2015 году выпустила лимитированный релиз *(2000 бутылок)* Bowmore Mizunara Cask Finish, оказавшийся в центре внимания коллекционеров и экспертов. Чуть позже компания Chivas Brothers Ltd. представила несколько версий скотча с участием бочек из японского дуба. В Ирландии первопроходцами применения мидзунары стали команда Glendalough и Бернард Уолш.

ФОТО: TOGOUCHI





придя к заключению, что туннель представляет собой идеальное место для выдержки сётю и виски. Благодаря постоянной температуре 14 °C и влажности 80% это хранилище позволяет вызревающему виски извлекать ароматы из древесины дуба очень медленно. Во-вторых, почти век производя разнообразные напитки, **Chugoku Jozo** в рамках японской школы составления ароматических букетов приобрела солидный опыт создания купажей — сложных композиций, несущих на себе отпечаток накопленного мастерства. Наконец, использование уникальной родниковой воды из местного источника завершает картинку персонализации.

С момента возобновления производства виски **Chugoku Jozo** создала обширную продуктовую линейку. В ней нашлось место как блендед виски без указания возраста *(Togouchi Premium, Togouchi Kiwami, Togouchi Nishikigoi)*, так и релизам с выдержкой от 8 до 18 лет *(Togouchi 8 YO, Togouchi 9 YO, Togouchi 12 YO, Togouchi 15 YO, Togouchi 18 YO)*.

В 2016 году компания отметилась даже выпуском виски четвертьвекового вызревания — **Togouchi 25 YO For Hiroshima TOYO Carp Champions 2016**. Лимитированное издание было выпущено в количестве 1000 бутылок в ознаменование победы бейсбольной команды Хиросимы, ставшей чемпионом в Центральной лиге страны.

Но своё подлинное мастерство и инновации компания **Chugoku Jozo** продемонстрировала в релизах с довыдержкой. Первым из них стал **Togouchi Sake Cask Finish**. Он достигал зрелости в дубовых бочках, в которых побывало несколько разных напитков. Сначала в них вызревало белое вино, затем настаивалось сваренное компанией рисовое саке *(junmai-shu)*, и только потом эти бочки задействовали для довыдержки виски.

Похожая схема применялась и для бочек, в которых формировался **Togouchi Beer Cask Finish**. Первоначально в них в течение 10 лет выдерживался изготовленный на Мартинике карибский ром, затем они использовались для производства пива IPA во Франции, и только потом их заправили виски.

Начав свою деятельность с выпуска виски из сторонних спиртов, в 2018 году компания приняла решение о строительстве собственного завода, которому дали имя **Sakurao Distillery**. Его быстро возвели в Хиросиме на берегу Внутреннего моря Сето.

На следующий год дистиллерию дооснастили новым оборудованием для перегонки зернового виски и возвели на её территории второй склад для хранения вызревающих спиртов. Так, к штольне с постоянными температурой и влажностью добавилось хранилище на поверхности, подверженное сезонным перепадам температуры *(примерно от +4 °C зимой до +30 °C летом)*. С его постройкой расширилась суммарная ёмкость складских помещений и появилась возможность выдерживать часть виски в принципиально иных условиях.

Первые молты собственной двукратной перегонки у **Sakurao Distillery** вышли летом 2021 года, ознаменовав вступление в новый этап развития. Ему сопутствовала смена названия компании с японского **Chugoku Jozo** на англоязычное **Sakurao Brewery and Distillery Co., Ltd.**, обозначившая устремлённость к выходу на мировые рынки.

Новинками, изготовленными по полному циклу, стали два молта: разлитый при крепости 54% **Sakurao Single Malt 1st Release** и **Togouchi Single Malt 1st Release** *(52%)*. Их выдержка проходила на разных складах дистиллерии. Первый вызревал на недавно отстроенном складе, а второй — в бывшем железнодорожном туннеле, что наделило напитки индивидуальной ароматикой. Сошлюсь на официальные дегустационные заметки, которые были размещены на сайте производителя. Там подчёркивалось, что в аромате **Sakurao Single Malt 1st Release** угадываются виноград, апельсины и горький шоколад, тогда как в **Togouchi Single Malt 1st Release** — свежесть зелёных листьев, яблоки, мармелад и абрикос. Отличия были и во вкусе. Если в **Sakurao Single Malt 1st Release** преобладали ноты сладкой ванили, дыма и специй, то **Togouchi Single Malt 1st Release** демонстрировал нежную сладость и свежесть.

О серьёзности намерений **Sakurao** можно судить по принятому к лету 2023 года решению полностью отказаться от импортных спиртов и по желанию инвестировать 990 млн йен *(около 1 млн долларов)* в увеличение объёмов собственной дистилляции.

Продукция дистиллерии успешно поставляется в Китай и европейские страны. Есть возможность приобрести её и в России.

Виски Togouchi выдерживают в заброшенном железнодорожном туннеле в Хиросиме — по-своему уникальном хранилище.

ФОТО: TOGOUCHI

Делать деньги без рекламы может только монетный двор.

Томас Маколей
британский историк и политик

К сожалению, с вступлением в силу Федерального закона Российской Федерации от 20 июля 2012 г. № 119-ФЗ мы не можем воспроизвести эту страницу Simple Wine News в электронной версии издания.

Бумажный Simple Wine News доступен в лучших ресторанах и винных магазинах России.

Еще больше материалов читайте на swn.ru

simple wine news

Dassai: нон-конформист в мире саке





Глобальный амбассадор бренда **Dassai** Леопольдо Пуциелли побывал в Москве, поговорил с **SWN** и рассказал о том, как **инновации и креативность превратили крафтовое саке маленькой сакагуры в произведение искусства.**

Текст: Анна Бебекина

ИСТОРИЯ БРЕНДА

Рассказывает Леопольдо:

Префектура Ямагути, где находится производство **Dassai**, раньше не могла похвастаться своими традициями изготовления саке, поэтому ставку сделали на креативность.

В конце 1980-х компания **Asahi Shuzō** была на грани банкротства. У неё осталось всего около 300 клиентов в год. Тогда Сакураи-сан, наследник компании, поставил амбициозную задачу — создать самое элегантное саке в Японии с самой большой степенью шлифовки риса — 23%. В то время рекордом был остаток 24%.

И возникла типичная проблема для Японии: мастер саке, тодзи, оказался не готов менять индустрию и ушёл, ведь здесь принято делать одно и то же 500 лет. С ним ушла половина сотрудников. Таким образом, пришлось принять непростое решение и заменить тодзи на консультанта на стороне. Насовсем. **Dassai** — первая сакагура, где отказались от мастера купажа.

Но локальный рынок был слишком мал для такого премиального саке, и Сакураи-сан отправился продавать саке в Токио. Там многие посчитали такое саке очень ароматическим, слишком современным, не японским. В отличие от компьютерных игр, в гастрономии японцы — ярые приверженцы традиций.

И снова встал вопрос — что делать, закрываться или реформироваться?

Сакураи-сан отправил своего сына в Нью-Йорк, где на волне были японские рестораны фьюжн. Расчёт был такой: если японцы узнают, что саке пьют даже в Нью-Йорке и Париже, то и сами начнут его заказывать. Тамошним шефам пришёлся по вкусу свежий необычный стиль **Dassai**, и компания начала резко расти. Сейчас мы самое технологичное и креативное производство саке в Японии. При этом сохраняем большой процент ручного труда.

По одному его сообщению в мессенджере организуются ужины в самых лучших ресторанах Сингапура, Парижа и Лондона. Нет, он не голливудская звезда. Обаятельный итальянец Леопольдо Пуциелли — глобальный амбассадор бренда **Dassai**. Что интересно, единственный такой в мире.

Как итальянец оказался в Японии?

По ужасной ошибке — любовь *(смеётся)*.

Моя жена — японка. Мы познакомились, когда я жил и работал в Дубае. Она приехала в Эмираты изучать английский.

Потом были встречи и переезды между Дубаем и Токио. До этого я был в Японии лишь один раз, в 26 лет. Отправился туда на пару недель в гурмэ-тур и не думал, что когда-нибудь вернусь.

Но во время пандемии ковида я остался без работы. Жена написала в **Dassai**, и меня приняли.

Сложно ли итальянцу в Японии?

У Японии свой ритм — если ты можешь танцевать под этот ритм, она очаровательна. Японцы смотрят на вещи очень глубоко. У них пять уровней вежливости, шесть-семь слов для каждого понятия, каждый иероглиф может быть прочитан несколькими разными способами. Как бы хорошо ты ни говорил по-японски, они никогда не примут тебя как носителя. Я встречал много иностранцев в Японии, некоторые вливаются, а есть те, кто не может. Многие уезжали через несколько месяцев или даже недель.

В Японии любят итальянскую культуру, есть даже отдельный тип кухни — итамеши. Она наполовину итальянская, наполовину японская, но при этом ни одна, ни другая.

Какое саке пьют сами японцы?

Это кажется странным, но сами японцы обычно не любят саке. Часто пьют фуцу-сю — это очень простое столовое саке.

Саке начиналось как храмовый напиток и использовалось во время

ФОТО: DASSAI

Если бутылка французского вина может стоить 2000 долларов, почему саке не может достигнуть этой цены и, возможно, даже побить её?





церемоний, например свадеб. Когда же японец идёт встречаться с друзьями, он вряд ли возьмёт саке.
Местные пьют пиво или хайболы с сётю. Или чилийское вино, оно в Японии недорогое.
А ещё Япония — в топе среди рынков для премиального шампанского.

Какие сейчас тренды в мире саке?
Идея схожести саке с крафтовым пивом поменяла несколько вещей. В Японии сейчас очень модно играть с дрожжами, часто экспериментируют с винными, но результат довольно непредсказуем.
В мире всё больше интересуются игристым саке. Последние пять лет его качество сильно улучшилось.
Вообще, люди всё больше обращают внимание на качество.
Категория дзюнмай, чистое, натуральное саке, также на волне ЗОЖ набирает популярность, так как в нём нет сульфитов.

Что выделяет Dassai среди всех брендов саке?
Традиционное саке — простой напиток, сделанный маленькой группой людей — 10–12 человек. Рис шлифуют до остатка 60–70%. Это зависит от региона, но саке могут подавать горячим или холодным.
У нас же трудится около 210 сотрудников. Работая круглый год, а не только в зимнее время, как делают многие сакагуры, мы производим 6 млн бутылок в год, примерно, как **Dom Pérignon**.
Главный конкурент **Dassai** — сам **Dassai**. Команда всегда пытается создать что-то лучше, чем оригинальная версия. Каждый раз мы меняем что-то и получаем новое саке.
Только **Dassai 23** у нас семь вариаций.
Мы запускаем новые категории саке, стараемся делать всё более и более артизанальный продукт. У нас крафтовое производство с большой долей ручного труда.
Мы стремимся выйти за пределы, за грань наших знаний и умений. Именно это означает название топового продукта — **Dassai Beyond**, формула для которого меняется каждый год.
И у нас есть кое-что ещё более редкое. **Dassai Beyond the Beyond** выпущено лимитированным тиражом, всего 23 бутылки. Мы поставляем не больше одной бутылки на страну. Ну, конечно, есть исключения — Дубай и Лас-Вегас.
В **Dassai Beyond the Beyond** всё сделано вручную, даже пробка, бутылка из титана, способная выдерживать заморозку, чтобы максимально сохранить свежесть напитка. Его стоимость составляет около 10 000 долларов.

Может ли саке производиться за пределами Японии?
Терруар не так критично важен для создания саке, как для вина. Поэтому этот традиционный японский напиток может производиться в других странах, но никогда не будет таким же, как в Японии. Даже если в составе те же кодзи и рис, местная вода накладывает свой отпечаток.

ФОТО: DASSAI







Так же, как есть различные сорта винограда, существует и много типов риса. Каждый из них оказывает влияние на саке. Мы работаем только с сортом ямаданисики. Но в целом можно смешивать разные типы риса.
Год назад мы стали производить саке в Нью-Йорке. Оно называется **Dassai Blue**. Мы обучаем местную команду и поставляем рис, кодзи и дрожжи. Изначально мы хотели производить его из местного риса, но пока делаем только из японского.
Это настоящий вызов для нас. Настройка была сложной: **Dassai 23** было недоступно первые три месяца. Невозможно было продавать то, что они произвели. Но это часть процесса, открытия не бывают простыми.

Зачастую выбор саке в Японии — проблема для иностранца. Из чего надо исходить?
Очень сложно покупать саке, если вы его не пробовали, а японцы не очень любят что-то объяснять, коммуникация не их сильная сторона. Описания в интернете будут примерно одинаковыми: прекрасное саке, бла-бла-бла. Саке — очень региональный напиток. Возможно, стоит купить саке из места, где вы были или где хотели бы побывать.
Также важно понимать, что вы хотите: например, сладкое или нет, холодное или горячее. Бывает, что на этикетке есть QR-код, где можно узнать о бренде.
Но в Японии такой огромный выбор, что даже я, живя там, не могу попробовать всё *(моя печень будет рада это услышать)*. Поэтому роль сомелье очень важна.

Саке делается из одного набора и типов риса, воды, кодзи и дрожжей. Где тут трюк, как при использовании одних и тех же ингредиентов саке получаются такими разными по ароматике и телу?
Да, простые ингредиенты дают очень сложный вкус. Вся ароматика в саке приходит от дрожжей, производитель сам принимает решение, какие использовать, и часто, как мы, держит это в секрете. Хотя мы

КАК СОЗДАЁТСЯ CAKE DASSAI

ИНГРЕДИЕНТЫ:

- **рис ямаданисики**
- **вода из подземных источников**
- **кодзи**
- **дрожжи**
- **забота**

ПРИГОТОВЛЕНИЕ:

Первый и один из определяющих факторов производства саке — шлифовка. Рис шлифуется от нескольких дней до нескольких месяцев — в зависимости от того, сколько процентов мы хотим снять. Дальше рис промывают, замачивают и пропаривают.

Примерно 25% всего риса идёт на производство кодзи. В специальных комнатах с высокими влажностью и температурой рис посыпается спорами плесневого грибка кодзикин, который расщепляет крахмал на сахара, их, в свою очередь, дрожжи перерабатывают в алкоголь.

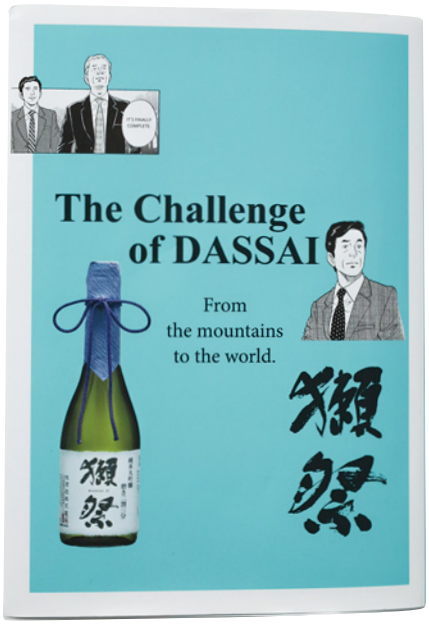
Потом рис кодзи смешивается с остальными 75% риса для производства дрожжевой закваски и последующей ферментации.

Далее происходит отжим и фильтрация. Во всех производственных процессах Dassai не использует ингредиенты животного происхождения *(прежде всего во время фильтрации)*, за счёт чего у продукта есть веганский сертификат.

Кроме того, для отжима в ряде случаев применяют центрифугу. После саке разливается по бутылкам и пастеризуется.







«Хотя бренд Dassai сравнительно молодой, он был создан в 1990-м, история производства традиционных напитков на сакагурах в составе компании Asahi Shuzō насчитывает почти 200 лет. Мы меняем представление о саке, пытаемся сделать его напитком мечты, чтобы он оброс смыслами и историей. Например, сделали мангу».

используем микс из одних и тех же дрожжей, их пропорции разные.
Отличается и время ферментации: у **Dassai 45** она составляет 25 дней, для **Dassai 39** — 33–35 дней, у **Dassai 23** — 44 дня.

Как шлифовка риса влияет на вкус и аромат саке?
Рисовое зерно похоже на яйцо. Шлифовка высвобождает крахмал, который скрыт в центре зерна и играет активную роль в ферментации. Достаточно снять всего 8%, чтобы делать саке. Но **Dassai** специализируется на дзюнмай дайгиндзё, супер-премиум-категории саке с большой степенью шлифовки риса *(более 50%)*. Цифра в названии саке говорит о проценте остатка. **Dassai** предлагает так уж не зацикливаться на классификации, считая её больше уделом сборщиков податей, чем реальными координатами в мире саке. Шлифовка сильнее влияет на ароматику, чем на тело. Чем она больше, тем легче становится тело, а аромат — ярче.

Таким образом, **Dassai 23** — более лёгкое в теле. В аромате — интенсивные белые цветы и фрукты, персики. Оно очень хорошо в охлаждённом виде. **Dassai 39** — более полнотелое, структурированное, а аромат более травянистый.

Почему ценится свежее саке?
Мы рекомендуем выпить саке в течение года с момента производства. Мы деликатно пастеризуем его, буквально на несколько секунд нагревая до 60 градусов. Свежее саке, которое не подвергается пастеризации, называется намадзаке. Это настоящий праздник жизни. Его вкус более объёмный, но намадзаке капризно, его надо держать в холоде, чтобы оно было стабильно.
Если открываешь бутылку саке и есть такой шепчущий звук «тссс» — это отличный знак, говорящий о его свежести.

Звезда гастрономии Жоэль Робюшон не раз признавался в любви к Dassai и даже открыл ресторан совместно с брендом. Как так получилось?
Как-то в Париже на одной из дегустаций Робюшон попробовал **Dassai** и молча ушёл. Все подумали, что ему не понравилось. Через год на заводе в Японии появилась леди и заявила, что Робюшон хочет работать с **Dassai**, так как считает, что это лучший напиток под его кухню.
Ещё через какое-то время в престижном районе Парижа мы открыли с ним японско-французский ресторан. Сейчас, увы, он закрыт.
Мы работаем со многими известными шефами: Анн-Софи Пик, Эриком Рипером и другими.
В саке много умами, и оно усиливает вкусы любой кухни. Оно отлично подойдёт к спарже, шоколаду и другим продуктам, для которых сложно найти пару в вине.

ФОТО: ТАТЬЯНА ПЛАТОНОВА

Ни одно, даже самое верное дело не двигается без рекламы... Обычно думают, что надо рекламировать только дрянь,— хорошая вещь и так пойдет. Это самое неверное мнение. Реклама — это имя вещи... Реклама должна напоминать бесконечно о каждой, даже чудесной вещи... Думайте о рекламе!

Владимир Маяковский
из статьи «Агитация и реклама»

К сожалению, с вступлением в силу Федерального закона Российской Федерации от 20 июля 2012 г. № 119-ФЗ мы не можем воспроизвести эту страницу Simple Wine News в электронной версии издания.

Бумажный Simple Wine News доступен в лучших ресторанах и винных магазинах России.

Еще больше материалов читайте на swn.ru

simple wine news

Китайский **вдруг**

Эдуард Шиндяпин — о неизбежном росте производства виски в Китае.



Недавно я был вынужден лететь через Пекин, главный аэропорт которого вызвал у меня сразу восторг и оторопь. В этом произведении архитектурного искусства за авторством Захи Хадид, завораживающей махине с садами и скверами, целая дюжина людей в униформе, проверяющих багаж на единственной досмотровой ленте, выставляли напоказ крайнее усердие, будто держать им вскоре ответ, да перед самим Председателем Мао. Наведённый ими бардак пускай с кратковременной, но потерей личных вещей и документов пассажиров — сущий пустяк по сравнению со стекавшей по их взмокшим лицам высочайшей степенью ответственности. Дамы рыдали, мужчины вскипали, но в глазах служителей закона, твердивших единственное «powerbank» *[таким образом призывая достать зарядные устройства из ручной клади и выложить их на лотки]*, читалось пустое равнодушие. Стояла атмосфера колонии строгого режима, плохо сочетавшаяся с трогательными видеороликами, приглашавшими провести незабываемый отпуск в этой удивительной стране, на ТВ-экранах неподалёку.

Из позитивного? Впервые за мою скромную практику пришлось признать, что теперь китайцам под силу сносно копировать не только модные бренды, но и настоящий культ нового поколения тамошней молодёжи — виски. Всё, что попадалось до того, без сожалений отправлялось в раковину и тщательно смывалось, в том числе из памяти, — несмотря на то, что лет пятнадцать назад сами китайцы смело мешали эту отраву с чаем и заливали её в себя бешеными галлонами. Ведь нуворишами лелеялся сам факт приобщения к чужой культуре потребления «правильных» напитков, но с патриотическим применением зелья местного разлива.

С тех пор относительное смягчение внешней политики, курс на сближение с Западом и стремительный рост благосостояния привели к открытию границ для глобальных компаний-гигантов, которые за считанные годы пустили в Китае глубокие корни, на долгое время обеспечив себе стабильный доход, в том числе за счёт выгодных коллабораций с рукопожатными локальными игроками.

С учётом богатого опыта тех же шотландцев, как правило, берущих какие-то пару лет на запуск дистиллерии средней мощности, уже к 2030 году ботлинг хорошо выдержанных

ИЛЛЮСТРАЦИЯ: МАША БОЙНОВА

Поколение Z, отчасти отвечающее за успех феноменально востребованной категории, проявляет недюжинную разборчивость и, в отличие от своих предков, готово не столько запивать тяготы трудовых дней, сколько ***всячески подчёркивать причастность к плодам капитализма и умение выбирать из них только спелые.***

зерновых и солодовых сортов должен быть поставлен на уверенный поток, а градус конкуренции будет постепенно расти. Хотя и сейчас рынок на уровне частных клиентов начинает демонстрировать присутствие соревновательного духа: уже на этапе закладки свежих спиртов на выдержку производители вовсю рассылают «письма счастья» всем желающим инвестировать вдолгую. При условии стабильно растущих цен ранние вложения могут вернуться сторицей уже в ближайшие пару десятилетий. А памятуя о неискоренимой привычке жителей Поднебесной ходить строем и чётко следовать указаниям мудрых вождей, можно сказать, существуют определённые гарантии того, что частные заказы как по мановению волшебной палочки могут превратиться в корпоративные, и тогда возврат затраченных средств станет не такой уж и долгосрочной перспективой. К тому же то самое поколение Z, отчасти отвечающее за успех феноменально востребованной категории, проявляет недюжинную разборчивость и, в отличие от своих предков, готово не столько запивать тяготы трудовых дней, сколько всячески подчёркивать причастность к плодам капитализма и умение выбирать из них только спелые. А если почти полмиллиарда миллениалов и зумеров, как говорится, ошибаться не могут, то страшно подумать, до каких масштабов может разрастись индустрия уже к концу столетия. К тому же не стоит отметать мощнейший экспортный потенциал, способный мгновенно насытить Дальневосточный регион, Юго-Восточную Азию и даже Океанию, а экспансия китайской промышленности и капитала в Африку позволит договориться с нужными людьми и на Чёрном континенте. И если для избалованных зрелых рынков *(США, Великобритания, Европа, Скандинавия)* те же шотландские изготовители почти вымучивают всё новые поводы для увеличения продаж через вызревание виски в древесине самых экзотических пород, то в Китай прямо на наших глазах завозят бочки всех доступных мастей — от теперь уже прозаичных хересных, ромовых и пивных до кадок из мидзунары, амбураны и акации, ведь тамошний ценитель может не согласиться на меньшее и его ожидания на всякий случай стоит предвосхитить. Помимо всего прочего, десятки дистиллерий рассредоточены по всей огромной стране, что обеспечивает вариативные климатические условия, колебания «доли ангелов» и другое биохимическое разнообразие, влияющее на стили и профили конечных продуктов. Иными словами, к труду и обороне от натиска других категорий крепких спиртных напитков инвесторы полностью готовы.

Не меньшей инициативностью отличаются и сугубо доморощенные умельцы, которые, если отмести потуги бракоделов, выдают вполне приемлемый продукт, да ещё и с фантазией — например, с финишем в бочках из-под кофе. Тем более что предоставляемая правительством относительная свобода действий, связанная с тем, что регулятор пока не вполне понимает, что со всем этим делать, позволяет производствам расти как на дрожжах *(соответственно, диверсифицируя стили и подходы по примеру «варягов»)* и в обозримой перспективе по количеству превзойти Ирландию. В особенном положении тут находятся пивоварни и винодельни с их наработанной экспертизой, сырьевой базой, готовыми бочками и устоявшейся репутацией, заставляющей держать марку. И здесь, казалось бы, должна проступить картина радужного будущего, в котором китайцы и их западные доброжелатели объединяются в едином порыве, утирают нос всей планете, к ним ездят на поклон и за советом, а главный национальный напиток байцзю отходит в прошлое как досадный рудимент.

Однако столь грациозный исход к райским кущам маловероятен. Склонные к «перегибам на местах» в стремлении взять больше и кинуть дальше, граждане Народной Республики, вовлечённые в этот непростой бизнес, пока не чувствуют статистического предела, который неожиданно для многих может наступить совсем скоро. Их западные вдохновители наверняка располагают более взвешенными данными, но вопрос о том, зайти в Китай или не зайти, для них не стоит — лучше зайти и потерять деньги, чем утратить реноме, не угадав и упустив заветный момент. Плюс доля импортных спиртов на рынке всё ещё ничтожна по сравнению с традиционными, да и от общенационального потребительского консерватизма, сопряжённого с низкими доходами большей части населения, никуда не деться. Поэтому никто не застрахован от катастрофического перепроизводства, подобного тому, что рынок испытал на волне винного бума, с которым справиться удалось не всем.

Как бы то ни было, в один прекрасный день небезызвестная фраза «всё делают в Китае» просто обязана войти в обиход любителей виски по всему миру. В её звучании не будет и тени насмешки или скепсиса, а лишь признание неизбежного.

ТАЙМЛАЙН

2006
Китай впервые оказывается в топ-10 стран — потребителей виски в денежном выражении

2008
Олимпийские игры в Пекине дают толчок дальнейшему распространению и потреблению виски

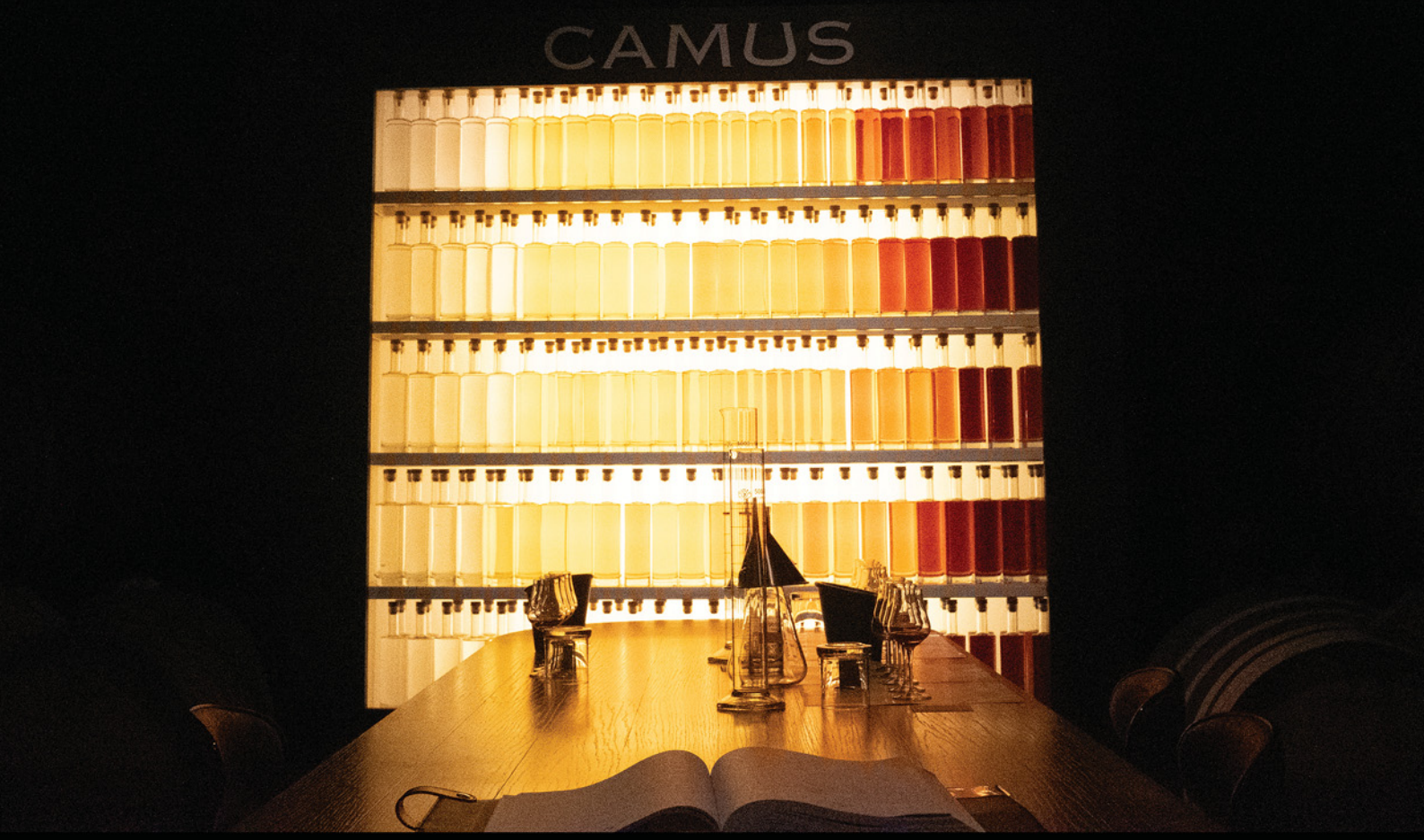
2022
Китай перемещается на 6-е место в вышеупомянутом списке

2023
Китай становится рынком № 4 и вторым по объёму и важности для гиганта Pernod Ricard

2023–2026
прогнозируется, что виски перейдёт в ранг самой быстрорастущей категории крепких спиртных напитков в КНР

Время перемен в Коньяке

Редактор SWN Яков Лысенко съездил в Бордери в гости к **Camus** и рассказывает, как **единственный в аппелласьоне семейный бренд сдувает пыль с коньяка.** Фото: Екатерина Коста, Яков Лысенко





Виноградники Camus, высаженные напротив Château du Plessis в Бордери

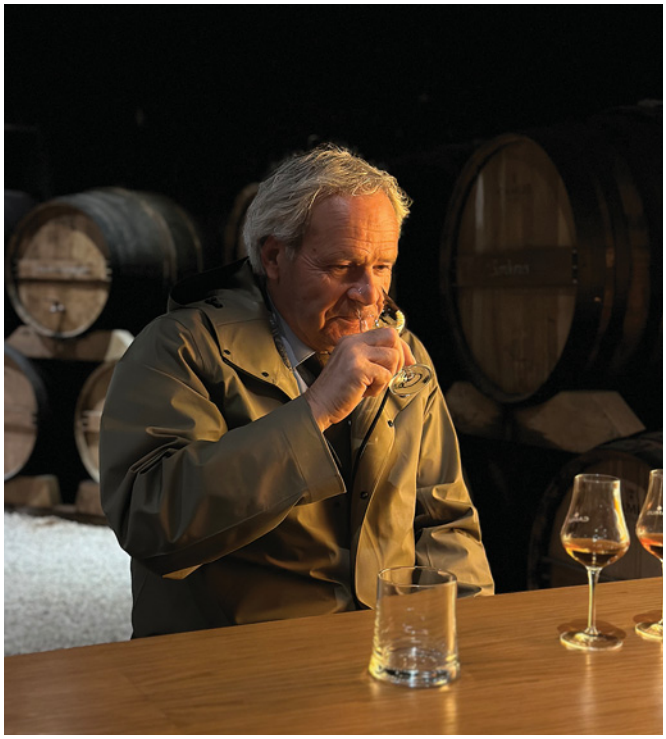


Мэтр-де-ше Camus Жюли Ландро

Формула мэтр-де-ше

Дождливый равнинный путь к **Camus** с вокзала в Ангулеме — меж рядов уни блана, фоль бланша и коломбара, кукурузных полей, сосновых рощ, скромных лесных опушек. Навстречу едет взвод уборочных машин — их фары едва справляются с туманом и заполняют салон автомобиля мягким, тёплым светом. Урожай в разгаре. Это можно понять и с закрытыми глазами: стоит плотный запах прессованного, едва начавшего брожение винограда, прелой листвы, грибницы.

Мэтр-де-ше Жюли Ландро не сразу обращает на меня внимание — суетится с пробирками в лаборатории **Camus**. Они работают со 120 виноградарями со всех шести терруаров Коньяка — те шлют образцы виноградного сока и ждут добро на старт сбора. Жюли смотрит на показатели кислотности, сахара, потенциального алкоголя. В Коньяке, как, впрочем, и во всей Франции, сезон в этом году не задался: потери оценивают в 30%. Поражённый ботритисом, милдью виноград теряет в кислотности, вкусоароматической сложности — о-де-ви получаются слабенькими. Некоторые недостатки можно частично устранить в процессе дистилляции, сняв больше «голов» или увеличив температуру перегонки, однако полностью аламбиком их не скрыть. Впрочем, шарантцы, в отличие от соседей бордосцев, не сильно переживают, если урожай не задался, ведь ассамбляж всегда можно сбалансировать выверенной пропорцией разных терруаров, миллезимов, чтобы создать качественный продукт, соответствующий стилю дома.



Бренд-амбассадор Camus Фредерик Дезозье во время мастер-класса по ассамбляжу



Фото из кабинета Жюли Ландро, где она колдует с разными о-де-ви для создания идеального ассамбляжа

Это ключевая задача Жюли, реализовать её позволяют богатый дегустационный опыт и наука. Окончив химфак, в 2007 году она устроилась в независимую лабораторию, где анализировала о-де-ви с помощью хроматографии. В 2011-м **Camus** пригласили её с нуля создать собственную лабораторию, в 2016-м она стала отвечать за дистилляцию, а в 2020 году вступила в должность мэтр-де-ше.

Помимо выбора даты сбора, лаборатория помогает оценить качество о-де-ви до того, как шарантские аламбики начнут перегон в больших объёмах. Берётся 700 мл вина и проводится двойная дистилляция. С помощью хроматографии оценивается ароматический потенциал полученного о-де-ви, устанавливаются возможные дефекты. Есть проблемы и недочёты? Можно устранить их, скорректировав процесс дистилляции. Данные о вкусоароматической экспрессии также помогают при выборе бочки для выдержки. Так, спирты с высоким содержанием сложных эфиров следует отправить в новый дуб, чтобы ускорить эволюцию.

Та же хроматография помогает исследовать спирты, находящиеся на выдержке. Она улавливает загрязнения, те же фталаты — соединения, попадающие в спирты из пластиковых труб, помогающих транспортировать о-де-ви из одной ёмкости в другую. Эти компоненты не обнаружить ни на вкус, ни на запах, а вот в лаборатории — запросто. Некоторые страны, например Китай, требуют сертификаты, подтверждающие отсутствие фталатов, для допуска продукции на свой рынок.

«Новые технологии появляются, но они всё ещё являются лишь моими инструментами. Никакое оборудование не может точно предсказать, как о-де-ви будет развиваться, какой профиль продемонстрирует через пять лет. Что уж говорить о подборе ассамбляжа!» — рассказывает Жюли и с азартом смотрит на ряды бутылочек на своём рабочем столе. Признаётся, что с ростом тренда на персонализацию у неё серьёзно прибавилось работы: были времена, когда новый ассамбляж создавался раз в два-три года, сегодня же ежегодно надо выдавать порядка 25. Дело в том, что в 2018 году Сирил Камю, возглавляющий коньячный дом в пятом поколении, создал творческую мастерскую **Les Ateliers Camus**. Она занимается созданием лимитированных коллекций *(Cuvée 4.186, Légion d'Honneur),* эксклюзивных коньяков по заказу брендов и частных лиц, а также аукционных арт-шедевров в сотрудничестве с великими домами, такими как **Baccarat** и **Bernardaud**. Обратиться в Ателье может любой, даже если речь об одной бутылке, например, к юбилею. Те совместно с мэтр-де-ше создадут эксклюзивный ассамбляж, подберут декантер, выгравируют нужные слова и дату, вручную зафиксируют на ней кожаный чехол.

Ни одно из произведений не покидает Ателье без визы Сирила, даже если речь о единственной бутылке, кастомизированной для частного клиента. Он живёт в Шанхае, но раз в месяц приезжает в Шаранту на разведку. Работа с текущими рынками, привлечение новых, тактическое и стратегическое управление компанией — всё на нём. Помогает 25-летний сын Райан, отвечающий за развитие бизнеса. К семейному делу готовится подключиться и 21-летний Марк, учащийся в колледже Бэбсон, который окончил его отец. Самому младшему из сыновей Сирила скоро исполнится пять лет — он мил, но от бизнеса пока далёк.

Помимо задачек от Ателье, у Жюли ещё масса обязанностей по основной линейке **Camus**, которая тоже активно расширяется. Сейчас она вносит последние штрихи в ассамбляж коньяка, вдохновлённого





Сухой погреб Camus, где уни блан, фоль бланш и фолиньян воспитывают преимущественно в 350-литровых бочках

фантастическим романом Жюля Верна «Плавучий остров». Говорит, релиз уже на следующей неделе на выставке в Лондоне — надо поторопиться! Это будет стопроцентный фоль бланш с 65-летними о-де-ви из Гран-Шампани и 25-летними из Бордери.

Интересно, что обыватели все ещё полагают, что Гран-Шампань — самая престижная зона производства. Магическое Champagne в названии делает своё дело. Однако в отличие от Бордо, где действует наполеоновская классификация, в Коньяке нет официальных дегустационных комитетов, которые бы определяли лучшие крю. Лучший коньяк — тот, что нравится потребителю. Впрочем, самым востребованным терруаром негласно считается Бордери, на который приходится всего 5% площади всего аппелласьона Cognac. Лозы здесь растут на виноградниках, окружённых лесами, с глинисто-известковыми почвами, богатыми кремнием и терпеноидами. О-де-ви отличаются ароматической насыщенностью, яркими цветочными, дымчатыми нотами, похожими на те, что мы находим в пуйи-фюме. Знатоки охотятся за ними, а коньячные дома стремятся увеличить долю Бордери в своих ассамбляжах — отсюда самый высокий ценник на гектар во всём регионе. **Camus** гордятся, что у них в собственности целых 188 га в этой зоне, они единственные, кто создаёт XO и VSOP на 100% из Бордери.

Работа с живой водой и ангелами

В палитре Жюли, как и у большинства коньячных мэтров, доминирует уни блан, но она с любовью, вниманием относится и к другим сортам. Например, фоль бланшу — этому чувствительному к болезням сорту, у которого в регионе скромная доля 0,5%, — Camus выделили 5%, считая его выдающимся инструментом для создания ароматных, сложных о-де-ви. Кроме прочего, Жюли давно работает с коломбаром, с 2018-го экспериментирует с монтисом *(Montils)*, а с 2023-го — ещё и с фолиньяном. Последний, признаётся, поставила бы в моносепаж. На первых порах после дистилляции он пугал зелёной, овощной ароматикой, однако после выдержки в новом дубе раскрылся мягким цветочно-ванильным букетом. Но бюро бдит: по закону этот сорт может составлять максимум 10% в ассамбляже. Благо творческие задумки, выходящие за рамки традиционных категорий, можно реализовывать в Les Ateliers. **Camus** также экспериментируют с устойчивыми к милдью и оидиуму сортами, такими как видаль *(Vidal)*, кусия *(Coutia)* и люминан *(Luminan)* — они были разрешены к посадке Национальным межпрофессиональным бюро коньяка в 2024 году.

В течение двух часов после механического сбора ягоды отправляются в пневматический пресс, а после — на ферментацию в сталь. Полученное вино не фильтруют, в перегонный куб сначала заливают верхнюю часть без осадка и только после того, как оно закипит, всё остальное — так твёрдые частицы не оседают на дне и не пригорают. После повторной дистилляции Жюли отделяет 20 литров первой фракции — каждый в отдельную ёмкость. Важно виртуозно разделить «головы», так как один литр может демонстрировать ароматическую сложность, концентрацию, а другой — дефекты. Второй будет перегнан, а первый интегрирован в основную фракцию дистиллята для последующей выдержки. Благодаря работе с осадком коньяки **Camus** отличаются ароматической глубиной, плотностью.

Для воспитания о-де-ви Жюли использует в основном 350-литровые бочки, сотрудничает с тремя бондарнями, работающими с дубом из Лимузена и Тронсе. Мягкое, деликатное влияние бочки — в ДНК **Camus**, поэтому выбор всегда в пользу мелкозернистой

У Сирила Камю каждый день новые идеи. Из последнего — винификация Бордери на диких дрожжах. Кто знает, вдруг терруар заговорит на новом языке?

древесины лёгкого обжига. Главная задача — сохранить сортовую ароматику, терруарные нюансы, не перекрыть их танинами и ванилью. Чем более ароматные спирты, тем более мелкое зерно и слабая обжарка.

У **Vicard** заказывает бочки Eco 3, создаваемые из дубовых клёпок нестандартных размеров, оставшихся от основного производства: их обычно выкидывают, а здесь решили дать им вторую жизнь. По словам Жюли, у них лучше воздухообмен, соответственно, растёт доля ангелов — коньяк развивается быстрее. Семейная бондарня **Navarre** помогает ей обновлять старый парк, счищая верхний слой древесины и экспонируя тот, что почти не взаимодействовал с о-де-ви. Снабжает **Camus** и молодой бренд **Vinéa**, которые разработал уникальную технологию обработки бочек керамическим нагревателем: он глубоко прогревает древесину, но в то же время исключает агрессивные дымные ароматы, неизбежные при обжарке на открытом огне.

Большинство о-де-ви отдыхают в сухом погребе с каменными стенами, примыкающем к офису Жюли. *«Я не регулирую температуру и влажность в погребе, давая возможность о-де-ви взаимодействовать с дубом без вмешательства. "Доля ангелов" сегодня составляет около 3%, при этом ещё в 2010-х годах ежегодно испарялось всего около 2% спиртов. Привет изменениям климата»*, — говорит она.

Часть о-де-ви зреет на острове Олерон в Приморской Шаранте, что, полагает Жюли, придаёт им йодистый характер. Она также экспериментирует с совсем нестандартной выдержкой. Так, для создания **Caribbean Expedition** отправила четырёхлетние спирты на Барбадос — те провели 45 дней в трюмах парусного корабля, а затем ещё полтора года в дистиллерии на карибском острове. В морском путешествии благодаря влажному климату они развивались быстрее — получился любопытный результат.

На мощностях **Camus** в Коньяке также ассамблируется и бутилируется ирландский виски, созданный и выдержанный на частном острове Ламбей с финишем в бочках из-под о-де-ви. Производство принадлежит семье Баринг, с которой сотрудничают **Camus**. Морской характер спиртов плюс экспертиза Жюли — так родился полнотелый, искрящийся тонами инжира и мускатного ореха **Lambay Malt**, а также многослойный, яблочно-шафранный **Lambay Single Malt 20 YO**, 18 лет отдыхавший в бочках из-под бурбона и финально оформленный в бочках из-под коньяка **Camus**.

В общем, мадам мэтр-де-ше не грозит соскучиться — тем более, признаётся Жюли, у Сирила Камю каждый день новые идеи. Из последнего — винификация Бордери на диких дрожжах. Кто знает, вдруг терруар заговорит на новом языке?

Декантер воспоминаний

День пролетел. Смеркается. Подъезжаем к Château du Plessis. Это имение в сердце Бордери, построенное в XVIII веке, в 1863 году приобрёл Жан-Батист Камю, основатель коньячного дома. С того момента и вплоть до конца XX века в нём жили несколько поколений семьи: достраивали, модернизировали шато в соответствии с модой своего времени. Тут и две обитые плющом башни, и неоклассицистический симметричный фасад, и каминная под куполом с витражами в стиле ар-нуво, и вестибюль с фамильной портретной галереей, и камерная столовая с 250-летней историей, говорящим паркетом, винтажным сервировочным комодом, и сложносочинённый, многоуровневый сад — трушное шато. Сегодня здесь останавливаются партнёры, друзья дома, а сами Камю обосновались в имении неподалёку.

Старинные зеркала, тусклый свет свечей, пропитанный запахом старого паркета воздух — ожидаешь классическую каминно-сигарную церемонию. Но **Camus** — одни из тех, кто решил кардинально сменить взгляд на коньяк, чтобы смахнуть пыль с категории и пополнить ряды его почитателей.

На аперитив сервируют островное кюве **Ile de Ré** прямиком из морозилки. Забываешь, что пьёшь коньяк: сдержанная холодом, ставшая почти неощутимой спиртуозность, нежная текстура, сложность. Думал, что истории про йод и соль — чистой воды маркетинг, а нет: и в аромате, и во вкусе от них не увернуться. Оно и ясно — представьте, сколько их содержится в



В СОЮЗЕ С АТЕЛЬЕ

Один из недавних проектов Жюли — коллекция Hommage à la Nature. Этот коньяк вдохновлён четырьмя элементами: землёй, водой, огнём и воздухом. Так, в его основу легли спирты с глинисто-известнякового терруара Бордери, разбавленные минеральной водой из местного источника взамен дистиллированной, выдержанные в повторно обожжённой бочке размером 35 литров и мануально оксидированные.

Главная задача — сохранить сортовую ароматику, терруарные нюансы, не перекрыть их танинами и ванилью.





Декантеры, созданные в коллаборации с Baccarat, готовятся к кастомизации в Les Ateliers Camus







Утро в Château du Plessis



Одна из пяти частей гастроперформанса с Camus XO



Редактор SWN Яков Лысенко с бренд-амбассадором Camus Фредериком Дезозье

известково-песчаных почвах, на которых растут лозы уни блана на омываемом Атлантическим океаном острове. В 2010 году в результате мощного шторма виноградники оказались на 50 см в морской воде. Ягоды собрали, о-де-ви получились невероятно солоноватыми — их отправили отдыхать в дуб. Спустя 10 лет нырнули в бочку и были поражены балансом — сверкала терруарная печать. На их основе создали кюве **Dark & Stormy.** Эти коньяки — результат партнёрства **Camus** с кооперативом виноградарей Иль-де-Ре, который объединил все виноградники острова. Те самостоятельно собирают урожай, делают вино, проводят двойную дистилляцию, а **Camus** отвечает за красивую упаковку и дистрибуцию. От **Ile de Ré** не оторваться и в чистом виде, при этом хорош он и в паре с имбирным пивом.

За ужином коньяк категории **XO** *[семейный портрет всех коньячных терруаров],* самому старому о-де-ви которого вообще-то 35 лет, **Camus** подают со льдом, в чистом виде, слегка подогретым, в дымной оболочке, в чашке только что выпитого эспрессо — оммаж старой шарантской традиции. И он раскрывается с новой стороны в каждой вариации, при этом не теряя благородства, сложности. В своих пяти обличиях XO этой осенью выступает в парижском étoilé-ресторане **Akrame**, который в партнёрстве с **Camus** запустил пейринг-сет.

Конкуренция со стороны виски, рома в США, байцзю в Китае поджимает, продажи резко упали после пандемийного бума: количество проданных в 2023-м бутылок снизилось с 212 млн до 165 млн в сравнении с предыдущим годом. Коньяку важно привлечь внимание любым способом. Отсюда экосертификаты, натуральные дрожжи, альтернативная выдержка, персонализация, арт-коллаборации, заигрывания со звёздными миксологами и шеф-поварами. Эти ставки должны сработать, по крайней мере заинтересовать джензи. Они, в контраст своим родителям, перестали бежать, в их фокусе — осознанность, размеренность. Коньяк никогда никуда не спешил, это медитативный напиток для вдумчивых. В артси-упаковке, минималистичном, модном декантере он становится ещё и доступной роскошью, арт-объектом, украшающим консоль в гостиной и собирающим комплименты гостей.

Утром за полчаса до отъезда гуляю по затянутому густым туманом парку Château du Plessis. Сосновая, берёзовая аллеи, столетний дуб, багряные каштаны — концентрированный подлесок с мягким торфяным флёром. Выдержанные ассамбляжи Бордери удивительно точно транслируют осеннюю Шаранту. Увожу декантер воспоминаний в Париж. Возвращаться к нему, меняться с ним.



История граппы **от низов к вершинам** свежим взглядом

В этом году ушёл из жизни великий дистиллер Бенито Нонино: он умер 7 июля 2024-го в возрасте 90 лет. По этому поводу некролог вышел даже в американской газете The Times, не говоря уже об алкогольной прессе.

ФОТО: АНДРЕЙ КОВАЛЁВ





Прошло несколько месяцев, и для некролога поздновато, но мы попросили рассказать что-нибудь **очень личное о революциях в граппе, совершённых Нонино, бренд-амбассадора Simple Spirits Валерию Плотникову,** которая совсем недавно побывала в хозяйстве Nonino во Фриули.

Италия! Страна, где фразу «some food, some drinks» я слышала чаще, чем приветствия, и именно там все речи о блюдах и напитках звучат как приглашение к бесконечному гастрономическому путешествию.

После плотного обеда в Милане, состоящего из пяти курсов, я пришла на ужин-знакомство к Франческе Нонино *[глобальный амбассадор дома Nonino]*. К моему неудивлению, она встретила меня словами: *«О, Валерия, твой аперитив уже тебя ждёт!»* На столе стоял только что приготовленный коктейль **Paper Plane** на основе **Amaro Nonino Quintessentia®** в сопровождении тонко нарезанного, словно лепестки розы, прошутто, которое таяло во рту. Именно в такие моменты ты понимаешь, что Италия — это не просто страна вкусной еды и напитков, а настоящий рай для гурманов. Но знаете ли вы, что итальянская гастрономия и виноградарство претерпели значительные изменения за последние 50 лет? Вопреки распространённому мнению, такие известные блюда, как тирамису и панеттоне, являются относительно недавними изобретениями.

Эти изменения были обусловлены экономическими преобразованиями, произошедшими в Италии в 1950–1960-х годах. Они привели к появлению полномасштабного среднего класса, который мог позволить себе питаться вне дома и желал более изысканной пищи. То же самое произошло и с граппой. Исторически считавшаяся грубым напитком для бедняков, она была преобразована семьёй Нонино, которая, по их собственным словам, *«превратила Золушку в королеву спиртных напитков»*.

Во время моего весеннего визита на дистиллерию **Nonino** я имела честь отведать несметное количество этого восхитительного итальянского дистиллята. Я была поражена его универсальностью. Граппа не имеет стереотипов употребления, и глоток этого напитка уместен в Италии в любое время дня и в сочетании с любой едой. Она прекрасно дополняет утренний кофе и канноли, является идеальным сопровождением к обеду с местным ризотто, оживляет коктейли и аперитивы в сочетании с тоником, оливками и сыром. А как дижестив выдержанная граппа от пяти лет и старше просто бесподобна!

Начало пути к уникальному дистилляту

Чтобы понять уникальность граппы, производимой домом **Nonino**, мы должны погрузиться в её богатую историю.

Граппа производится путём ферментации отжатых кожицы, косточек и гребней винограда — остатка, известного как выжимка. Её история берёт своё начало на Ближнем Востоке, граппа была известна ещё до появления спиртных напитков на базе зерна. В XIV веке её производство уже было широко распространено в альпийских регионах Италии. К XIX веку граппа прочно ассоциировалась с городом Бассано-дель-Граппа в Венето и соседним Фриули, где насчитывалось около 200 тыс. дистилляторов.

На протяжении многих поколений граппа оставалась напитком низших и средних сословий, в простонародье — грубым самогоном, содержащим до 60% алкоголя по объёму. Обычно её употребляли как дижестив после обильной еды или в качестве бодрящей «коррекции» к кофе перед работой холодным утром.

Но всё изменилось 1 декабря 1973 года благодаря усилиям семьи Нонино. В этот год Бенито Нонино, вдохновлённый своей женой

ФОТО: ВАЛЕРИЯ ПЛОТНИКОВА







Джаннолой, начал экспериментировать с производством граппы. Он создал новую, более мягкую и ароматную граппу, которая отличалась от всего, что было до этого, и главное — она была исключительно из одного сорта винограда.

Уже будучи на производстве, стоя прямо напротив ферментационных стальных чанов *(о которых так много слышала и рассказывала на своих тренингах)*, где таинство граппы берёт своё начало, я слушала увлекательную историю Элизабетты Нонино, одной из сестёр-владелиц, о том, как зародилась эта инновационная идея.

«В виноделии доминировало невежество в отношении отходов. Выжимки состояли из хаотичного сочетания кожуры красного и белого винограда, зачастую собранной в жалком пересушенном состоянии, — начала Элизабетта. — *Моя мать Джаннола Нонино обратилась к жёнам местных фермеров, зная их стремление выйти из финансовой тени мужей. Она предложила им вознаграждение за отдельное хранение различных видов кожуры и сбор её в свежем, влажном виде».*

Ключевой особенностью производства граппы **Nonino** является незамедлительная герметизация сырья, без допуска его контакта с кислородом более четырёх часов. Этот тщательно выверенный подход обеспечивает максимальное сохранение органолептических свойств продукта, создавая насыщенную основу, из которой впоследствии рождается ароматный дистиллят. Этот дистиллят гармонично воссоздаёт нюансы виноградного сорта, использованного в конкретной моносортовой граппе.

Пиколит, Аньелли и смелость идти против системы

История дома Нонино — это история не просто о граппе, а о страсти, преданности и смелости идти против системы, даже если это система самого европейского международного сообщества. Бенито Нонино — дистиллер, муж Джаннолы и отец семейства, человек, о котором я слышала меньше всего, как оказалось, посвятил всю свою жизнь созданию этого совершенного продукта.

Его первым грандиозным заявлением стала граппа из винограда сорта пиколит — кстати, именно её я так мечтала попробовать на производстве и удостоилась этой чести под завершение нашей прогулки, в специальном дегустационном зале за столом с белой скатертью и закусками в лучших традициях итальянского аперитиво.

Ранее виноград сорта пиколит играл известную роль в производстве королевских десертных вин. Нонино перевели граппу из категории простого сельскохозяйственного дистиллята в сферу изысканных напитков, которыми восхищаются знатоки всего мира, именно тем, что смогли создать моносортовой дистиллят из этого сорта винограда.

Сейчас суперпремиальную граппу **Grappa Cru Monovitigno® Picolit** можно встретить на полках в бутиках **SimpleWine**.

Когда Бенито удвоил количество перегонных кубов в своей дистиллерии с 12 до 24 в 1983 году, кто мог бы подумать, что спустя год к ферме Нонино подъедет шофёр с заказом для Джанни Аньелли, легендарного главы Fiat? Этот момент ознаменовал события, на которые Нонино работали годами.

И именно Бенито, всегда сдержанный, но невероятно решительный, подарил миру первый дистиллят из цельного винограда —

ФОТО: АНДРЕЙ КОВАЛЁВ; ВАЛЕРИЯ ПЛОТНИКОВА





Ùe, который сейчас мы знаем как аквавит **ÙE® Monovitigno® La Malvasia di Nonino**.

В этом году Бенито Нонино ушёл из жизни. В свой последний день он попросил отвезти его на дистиллерию — это был не просто жест, это был прощальный взгляд на его жизнь, полную достижений, на дело, которому он посвятил её всю. Бенито Нонино, великий мастер граппы, оставил нам не просто напиток, а наследие, живущее через его семью и их непрекращающееся стремление к совершенству.

Пальманова: город-звезда и его гастрономические сокровища

Сегодня семейное дело продолжают дочери Бенито и Джаннолы: Кристина, Антонелла и Элизабетта. Последняя и встретила меня прекрасным майским днём на железнодорожной станции Червиньяно — Аквилея — Градо в пригороде Пальмановы*.

Сегодня Пальманова является памятником архитектуры и историческим наследием, привлекающим туристов со всего мира. Но я не увидела там ни толп туристов, слоняющихся по пустынной, идеально выверенной в своей шестиугольной форме Пьяцца-Гранде, ни потока автомобилей с желающими осмотреть достопримечательности. А когда мы присели на неотменяемый итальянский обед в любое время дня в ресторане на той самой площади, которая уносит нас во времена Венецианской республики, я увидела множество припаркованных велосипедов, специальные велостоянки, объявления на разных языках «С велосипедом в ресторан нельзя», ну и, конечно, людей в специальной велоформе, спокойно обедающих на шикарной веранде ресторана в центре исторического наследия.

Оказалось, что Пальманова известна не только своими виноградниками региона Фриули, граппой и архитектурой: через городок проходят нескольких живописных и богатых культурными традициями велосипедных маршрутов. Одним из самых известных является велосипедная дорога Ciclovia Alpe Adria Radweg *[Альпы — Адриа Радвег]*, которая соединяет Зальцбург с Градо. Этот маршрут, проходящий через Пальманову, ведёт велосипедистов по историческим достопримечательностям, таким как римские руины Аквилеи, и заканчивается в городе Градо, расположенном в лагуне устья Изонцо.

Запах Северной Италии: реальный мир дистилляции Нонино

От Элизабетты я и услышала множество историй, которые рассказала вам выше: о регионе и городе, о граппе и о самой семье Нонино, заочно познакомилась со всеми сёстрами и после плотного и ошеломительно вкусного обеда, доев свой десерт — тирамису в сопровождении дижестива **Grappa Monovitigno® Il Merlot di Nonino**, — я вслед за хозяйкой отправилась на производство.

По пути на дистиллерию мы проезжали открыточные виды синеющих вдали Альп, виноградники и лес, деревья в котором были посажены предыдущими поколениями семьи Нонино.

И вот дорога приводит нас к асфальтированной площади, справа от которой крытый большой ангар, а слева по периметру 50 стальных ёмкостей по 25 тыс. литров для ферментации виноградного сырья — их я уже упоминала в начале рассказа. На каждой нанесено изображение виноградной лозы в своём цвете — от светло-зелёного до тёмно-коричневого, что обозначает различные сорта винограда. Масштабы, конечно, поражают.

После рассказа о том, как сырьё попадает в чаны и герметизируется, сколько времени нужно для ферментации, и прочих технических подробностей, которыми я не буду вас мучить, мы проследовали в помещение, где творится магия дистилляции.

Первое впечатление — это запах: воздух пропитан густым, тёплым ароматом свежего

*** Пальманова — уникальный городок в Северо-Восточной Италии, известный своей необычной «звёздной» формой, закрепившейся из-за того, что «идеальная» фортификационная крепость Пальмановы была построена в форме звезды. Город был основан в 1593 году венецианцами для защиты от вторжений Османской империи. Планировка Пальмановы поражает симметрией: город представляет собой девятиугольную звезду с тремя кольцевыми укреплениями. Каждая улица и площадь продуманы до мелочей, что символизирует идею гармонии и порядка, присущую эпохе Возрождения.**

ФОТО: ВАЛЕРИЯ ПЛОТНИКОВА; SIMPLE GROUP



#BeBrave

Франческа, внучка Джаннолы и дочка Кристины, — **амбассадор дома Nonino в мире** — рассказывает о том, как традиции виноделия и забота об окружающей среде влияют на развитие бренда, а также о создании новых напитков.

Франческа, дом Нонино пережил серьёзную потерю: ушёл из жизни ваш дедушка, Бенито Нонино. Расскажите нам, как семья справилась с этим и как его наследие отразится на дальнейшем развитии Нонино?
Да, это большая потеря для всех нас. Бенито был не просто дедушкой, он был душой нашей дистиллерии, мастером-дистиллером, передававшим знания из поколения в поколение. Его ценности, его дух продолжают жить в каждой бутылке с этикетками **Nonino**. Мы, все его дочери и я, решили отпраздновать его жизнь и творчество, устроив ритуал прямо на его дистиллерии. Было очень трогательно видеть, сколько людей пришли, скольких он вдохновил.

На чём сейчас сосредоточено новое поколение Нонино?
Мы всегда стремимся к устойчивому развитию и замкнутому циклу производства. Недавно мы придумали удобрять выжимками от винограда, который был использован при производстве граппы, почву в саду моей бабушки — теперь у неё самые вкусные и большие помидоры! Мы уверены, что это происходит благодаря любви, которую мы вкладываем в создание нашей граппы.
В этом году мы также запустили проект **Farina Nonino — Green Spot**! Это инновационная идея, которая родилась в результате сотрудничества с исследователем Нинной Грануччи и Стефано Черчеллеттой из некоммерческой ассоциации ReGeneration Hub Friuli. Теперь из выжимок винограда можно создавать муку с помощью нового особого процесса ферментации, на который мы получили пять патентов! Мука сохраняет полезные свойства виноградных кожиц, а хлеб из неё получается удивительно вкусным.
На нашей дистиллерии мы на 100% работаем артизанальными методами, и граппа **Nonino** уже сейчас является удивительным воплощением экономики замкнутого цикла. В то же время мы продолжаем совершенствовать нашу производственную цепочку в направлении ещё большей экологичности. Например, сейчас фокус на упрощении погрузочно-разгрузочных работ, использовании солнечной энергии.

Что нового из области граппы?
Каждый год мы предлагаем новую граппу Riserva или виноградный дистиллят из наших погребов для выдержки. В этом году отмечаем 40-летие создания виноградного дистиллята ÙE® выпуском виноградного дистиллята Verduzzo 30-летней выдержки.
Мы очень гордимся нашим методом дистилляции и процессом выдержки. Каждый год наш офис наводняют сотни пузырьков с образцами граппы для создания идеальных ассамбляжей. Мне нравится дегустировать эти образцы вместе с моей мамой. Мы видим, что каждый образец, даже если он из одного сорта и выдержан в одинаковых барриках, демонстрирует свои нюансы. Это настоящее волшебство!

Какие у вас планы по расширению присутствия Nonino в мировой коктейльной культуре? Возможно, мы увидим новые коктейли с вашими продуктами, которые вызовут сенсацию?
Моя семья, особенно моя тётя Антонелла, продвигает движение **#BeBraveMixGrappa**. Многие знаменитые бармены, в том числе Симоне Капорале, Сальваторе Калабрезе по прозвищу Маэстро, Моника Берг, Алекс Кратена и Йорг Майер, экспериментируют с продуктами **Nonino**, создавая необыкновенные оригинальные коктейли. Быть смелым и выходить за рамки общепринятых тенденций, заново открывая новые вкусы и ингредиенты, — это прекрасный способ создавать уникальные коктейли, которые представляют собой живой культурный опыт. Изначально коктейли были придуманы для того, чтобы замаскировать вкус некачественных дистиллятов сахаром и ароматизаторами, но сегодня качество продуктов, с которыми могут работать бармены, определяет совершенно иной подход к миксологии.
Взять наш амаро — **Amaro Nonino Quintessentia®**. Австралийский бармен Сэм Росс одним из первых пошёл против традиции пить амаро неразбавленным, создав то, что можно назвать первым по-настоящему культовым коктейлем Amaro: **«Бумажный самолётик»** *(The Paper Plane)*. Это невероятно, потому что этот коктейль так просто приготовить, но он сочетает в себе триединство вкусов: сладкий, кислый и горький! После сенсации с этим коктейлем я начала замечать, как всё больше барменов стали включать наш амаро в свои версии Negroni, Old Fashioned, Spritz. Все коктейли с Amaro Nonino становятся вкуснее!

ФОТО: ВАЛЕРИЯ ПЛОТНИКОВА







винного сусла, который буквально обволакивает пространство. Чувствуются сладкие, насыщенные нотки винограда, переплетённые с лёгким брожением, запах созревших плодов с тонами сливы, спелого яблока и груши. Этот запах, одновременно сильный и мягкий, теперь навсегда в моих воспоминаниях связан с Северной Италией.

Четыре женщины, одна страсть

Я с колоссальным любопытством рассматривала это место и вслушивалась в рассказы Элизабетты. Она раскрыла мне до мелочей весь процесс производства, который проходит в медных кубах, работающих по системе паровой перегонки. Медные кубы уникальны тем, что они обеспечивают лучший теплообмен и стабилизацию температуры, а это позволяет наиболее полно извлечь ароматические вещества и смягчить дистиллят. Медь также очищает дистиллят от нежелательных соединений, что придаёт готовому продукту необычайную чистоту и мягкость.

Особое внимание необходимо уделить тому, что дистилляция осуществляется мастером-дистиллером вручную *(иногда это делают сами сёстры Нонино)*. Мастер контролирует процесс отрезки «головы» и «хвоста» — это начальные и конечные фракции дистиллята, которые могут содержать вредные и неароматные компоненты. Только «сердце» дистиллята, самая чистая и ароматная его часть, используется для создания граппы.

Во время экскурсии по дистиллерии я испытывала невероятное чувство восхищения от осознания, как одна семья может перевернуть целую промышленную отрасль! Те самые 12 перегонных кубов, о которых я рассказывала в начале, превратились в 66. 30 из них делятся на три части на территории дистиллерии, и каждые 10 кубов именуются в честь одной из трёх сестер, которые сейчас стоят у руля производства, а все остальные кубы вот уже больше полувека продолжают свою деятельность под именами Бенито и Джаннолы Нонино.

Эти четыре женщины — Джаннола, Кристина, Антонелла и Элизабетта — символ силы и решительности. Их уникальный подход и постоянное стремление к инновациям позволяют создавать такие продукты, как джойелло *(Gioiello® Acquavite di miele di Acacia — к сожалению, не представлен в России)*, дистиллят из мёда. Также у каждой из сестёр есть свой личный рецепт граппы, которым занимается только она, — и именно поэтому есть то самое разделение кубов на предприятии и каждая может творить свою историю для общего благополучия компании. И конечно, как символ нового поколения, — Франческа Нонино, внучка Бенито, с которой мне посчастливилось лично познакомиться в Милане, — красивая, разговорчивая и экспрессивная итальянка. Возможно, именно своей красотой и харизмой Франческа покорила сердце современного мира и стала главным инфлюенсером граппы в социальных сетях. Сейчас Франческа является глобальным представителем дома Нонино в медиапространстве и занимается маркетингом предприятия.

Нониноленд: где граппа обретает свой характер

Продолжили погружение в мир граппы мы уже на фазенде **Nonino** в деревне Персереано, близ Павии-ди-Удине. Это место окружено живописными виноградниками региона Фриули, зелёными холмами, а сама усадьба украшена старинной архитектурой в стиле типичных итальянских агроусадеб, что создаёт атмосферу традиционного поместья, где природа и мастерство сливаются воедино. Территория включает несколько исторических зданий и погребов, которые стали настоящими сокровищницами для выдержки премиальных дистиллятов **Nonino**.

Главная часть — это погреба для выдержки, где хранятся дубовые и фруктовые бочки, заполненные ценнейшими ликёрами и граппой. Атмосфера вокруг этих помещений спокойная, но пропитанная ощущением важности процессов, которые там происходят.

На фазенде размещены несколько специально оборудованных погребов, где происходит натуральное старение граппы и ликёров. В каждом из них находятся бочки из различных пород дерева, таких как дуб, акация, вишня, груша и даже редкий ясень. Бочки сделаны с особой тщательностью и предоставляют дистилляту возможность впитывать уникальные ароматы древесины. В погребах хранится более 2620 бочек с драгоценной граппой **Nonino** и ликёрами.

ФОТО: АНДРЕЙ КОВАЛЁВ; ВАЛЕРИЯ ПЛОТНИКОВА

История дома Нонино — это история не просто о граппе, а о страсти, преданности и смелости идти против системы.







Выдержка происходит под строгим контролем, и здесь кроется особенность **Nonino**. Все погреба с дистиллятами на выдержке находятся под надзором государственных органов. Бочки запираются на замки с пломбами, которые устанавливаются и опечатываются итальянскими таможенными и налоговыми службами. Эти пломбы необходимы для того, чтобы контролировать процесс выдержки и гарантировать, что никакие внешние вмешательства не будут влиять на качество продукта. Это также означает, что доступ к погребам можно получить только в присутствии инспекторов, что подчёркивает исключительность и тщательность подхода к созданию выдержанной граппы и ликёров **Nonino**.

Вкус традиций: Amaro Nonino Quintessentia® Riserva — сокровище для коллекционеров

Одним из ярчайших примеров искусства выдержки **Nonino** является прибывший в этом году в Россию эксклюзивный продукт — ликёр **Amaro Nonino Quintessentia® Riserva 24 months**, ставший настоящей сенсацией среди ценителей премиальных ликёров. Это традиционный ликёр по старинному рецепту семьи, приготовленный на основе виноградного дистиллята, полученного методом двойной дистилляции в паровых кубах, и сбора альпийских трав, кореньев, специй, ягод и фруктов. Точная рецептура травяного сбора держится в секрете.

Одной из ключевых особенностей этого напитка является технология его выдержки. **Nonino** используют бочки из французского и славонского дуба малого объёма, каждая из которых добавляет уникальные нюансы к вкусу. Процесс выдержки продолжается не менее 24 месяцев, что позволяет напитку приобрести неповторимую мягкость и сложную ароматику, отличающуюся тонкостью и богатством вкусового букета, который включает в себя мёд, миндаль, карамель, цветы и травы и отголоски древесной ванили.

В Россию **Nonino Riserva** прибыл лимитированным выпуском — всего 40 бутылок, что делает его ещё более желанным для коллекционеров и любителей редких спиртных напитков. Каждая бутылка готова стать украшением частной коллекции. Заказать этот эксклюзивный продукт можно только через интернет-витрину **SimpleWine**.

Встреча с легендой: Джаннола Нонино — сердце семейного бизнеса

Я была под впечатлением от того, как всё выверено, ведь каждая деталь на фазенде говорит о высоком уровне мастерства и уважении к традициям.

Напоследок мы заехали в офис компании **Nonino**, где мне удалось посмотреть на процессы розлива продукта и упаковки, а также заглянуть в отдел маркетинга и познакомиться с коллегами. Но самое важное: в коридорах компании нас совершенно случайно встретила та самая Джаннола Нонино — легендарная фигура итальянского виноделия и вдохновительница, чья энергия буквально наполняла пространство. Синьора невысокого роста, но с необычайно сильной харизмой. Её глаза сияли живостью и неподдельной радостью, как у человека, который проживает каждый момент с полной самоотдачей. Она приветствовала меня как давнюю знакомую или даже любимую родственницу и, смеясь, крепко обняла, восхищённо теребила мои белые волосы, говоря с очаровательной итальянской эмоциональностью: «*О, какая ты bella!*» Её голос звучал тепло, и я ощущала её радость, словно перед ней стояла ещё одна внучка, часть её большой семьи.

И пожалуй, это самое тёплое воспоминание, которое я увезла с собой в тот день из Фриули, места, где рождается лучшая граппа в мире — граппа, созданная семьёй, семьёй **NONINO**.

ФОТО: ВАЛЕРИЯ ПЛОТНИКОВА; SIMPLE GROUP

Люди не читают рекламных объявлений как таковых. Они читают то, что их интересует, но иногда этим оказываются и рекламные объявления.

Говард Госсидж
американский рекламист
владелец рекламного агентства

К сожалению, с вступлением в силу Федерального закона Российской Федерации от 20 июля 2012 г. № 119-ФЗ мы не можем воспроизвести эту страницу Simple Wine News в электронной версии издания.

Бумажный Simple Wine News доступен в лучших ресторанах и винных магазинах России.

Еще больше материалов читайте на swn.ru

simple wine news

Как **руби, тони и фино** зажигают в барах

Каролина Бредфорд собрала **мнения о тренде на креплёные вина в коктейлях** и описала **маршрут по барам** — специалистам в этой теме *(а заодно это просто наш очередной информативный обзор концептуальных баров страны)*.

Креплёные вина утвердились как прообразы дижестива, красивого завершения трапезы. Хересы, порто, мадера, марсала и другие подобные напитки часто обладают сладковатым и в то же время терпким вкусом. Они нравятся и дамам, и господам, хороши в паре с едой и без неё. Особый повод угоститься бокалом креплёного не нужен — это дело настроения и порыва души. Однако креплёные вина обретают поистине другую жизнь, когда приходят они — бартендеры! Давайте узнаем, как старые добрые хересы и порто проявляют себя в руках креативных ребят по ту сторону бара.

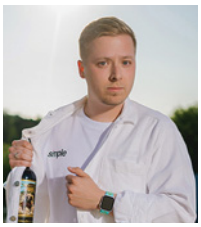


Bamboo, бар «Вино и другие лекарства»



Christopher Columbus, The Nest

Говорят бренд-амбассадоры Simple Spirits



Максим Курохтин

Использование портвейна в коктейлях началось ещё с того момента, когда белое крепкое и плотное португальское вино разбавляли тоником. В наши дни это традиционный коктейль **Porto Tonic**: белый порто и тоник в пропорции 1:1 или 1:2, его украшают долькой лайма и веточкой розмарина.

Касаемо трендов — мы наблюдаем отход от осветления напитков и возвращаемся к текстуре и цвету. В этом контексте портвейн даёт коктейлям текстуру, плотность и сладость. Снова становятся популярными коктейли-флипы в альтернативу сауэрам. Если сауэры готовятся на белке, то для приготовления флипов используется желток. Один из самых популярных коктейлей — **Porto Flip**. Все ингредиенты смешиваются в шейкере, и получается коктейль с достаточно плотной текстурой, во вкусе напоминающий ягодный пирог. Кроме того, актуализируется работа с кислотами, которые также присутствуют в портвейнах. Поэтому для большинства барменов они могут стать альтернативой многим ингредиентам при создании коктейля.

Моя рекомендация коктейлей для тех, кто хочет попробовать портвейн в новом амплуа:

PORTO FLIP

- Бренди — 15 мл
- Порто Barros Ruby — 60 мл
- Яичный желток

Все ингредиенты смешать в шейкере со льдом, отфильтровать и подать в бокале олд фэшн.

«НЕГРОНИ ПО-ПОРТУГАЛЬСКИ»

- Barros Ruby — 20 мл
- Barros Tawny — 20 мл
- Carpano Bitter — 15 мл
- Hoppers Mandarin — 30 мл

Смешать все ингредиенты в смесительном бокале со льдом, отфильтровать в олд фэшн на лёд, украсить апельсиновой цедрой.



«Гранатовый негрони», LÚNA Lounge & Bar



Pedro Manhattan, Clovelly Pub

ФОТО: АРХИВЫ ПРЕСС-СЛУЖБ



Александр Герега

Два фактора способствуют востребованности креплёных вин как коктейльного ингредиента: общий рост популярности категории креплёных и ароматизированных вин и продолжающийся тренд на Low-ABV напитки и коктейли. В хересах и порто бармены могут найти новые решения для своих коктейлей. Эти напитки служат интересной альтернативой тем же самым вермутам, порой даже ликёрам, предоставляя ароматические и вкусовые ноты, которых в стандартных рецептах просто не найти: грибные и сырные ноты, минеральность, элегантную сухость, приятный бочковой танин. Буквально несколько капель правильно подобранного хереса или порто могут до неузнаваемости изменить привычную классику и помогают создавать совершенно новые авторские коктейли.

Мой выбор коктейлей:

PEDRO MANHATTAN — твист на классику

- Xepec Valdespino Pedro Ximénez — 30 мл
- Виски Dé Danann — 60 мл
- Angostura Bitters — 1 дэш

Смешать все ингредиенты в смесительном бокале со льдом, отфильтровать в коктейльную рюмку.

JARDIN — авторский

- Xepec Valdespino Fino — 10 мл
- Джин Hoppers Mandarin — 45 мл
- Кордиал C.O.D.E «Груша/тимьян» — 25 мл

Смешать все ингредиенты в смесительном бокале со льдом, отфильтровать в коктейльную рюмку.

Маршрут

БАРЫ И РЕСТОРАНЫ В РАЗНЫХ ГОРОДАХ, ГДЕ КРЕПЛЁНЫЕ ВИНА И КОКТЕЙЛИ С НИМИ УЖЕ ПОПАЛИ В СЕРДЕЧКИ ГОСТЕЙ.

МОСКВА

Flâner

Кривоколенный пер., 7

Заведение транслирует философию фланёра — человека, наслаждающегося моментом и открывающего новое. Бар приглашает гостей прогуляться по миру через выбор алкоголя и коктейлей, а креплёные вина погружают в атмосферу Испании и Португалии. Сейчас они популярны благодаря возрождению интереса к традициям, а также привлекают своим насыщенным вкусом. Великолепное решение — это применять их в коктейлях. Такие напитки получаются простыми, минималистичными, но в то же время обладают глубиной. Любимые коктейли среди гостей Flâner — **Bamboo**, **Adonis** и **Porto Tonic**.

«Гастродача Вселуг»

Холодильный пер., 3

Коктейльная карта отражает философию проживания лучших моментов жизни — здесь и сейчас! Она наполнена страстью к путешествиям и познанию нового. Команда бара самостоятельно создаёт рецептуры для джинов и дистиллятов из трав, кореньев, цветов, ягод и фруктов, которые они открыли в путешествиях вместе с друзьями из RussiaDiscovery.
Креплёные вина в основном используют, чтобы подчеркнуть глубину и тело коктейлей. Также для модификации вкусов своих дистиллятов в состав базы добавляют херес, получая вкусоароматическую эссенцию.

The Nest

Сретенский б-р, 1

В The Nest этой осенью сезонная коктейльная карта, посвящённая великим путешественникам, состоит из пяти напитков. Каждый из них отражает особый путь известных героев-первооткрывателей. В приключения стоит отправиться вместе с **Christopher Columbus** *(джин на печёных яблоках, испанский бренди, купаж хересов Tío Toto Fino и Pedro Ximénez, кленовый сироп)*. Хересы отлично балансируют друг друга и дополняют яблочно-коричный вкус. Яблоки запекают в духовке с корицей и настаивают на них джин. Ещё один герой карты — это **Fernando Cortez** *(текила, мескаль, порто Barros Ruby на кофейных зёрнах, гранатовый кордиал, шоколадный ликёр, эссенция чили)*. Порто смешивают с кофейными зёрнами и настаивают в су-виде для получения лёгкой кофейной ноты.

Rebecca Bistro

Ефремова ул., 10, корп. 1

В карте можно обнаружить разнообразие авторских коктейлей, акцент в которых делался на визуал и использование малоизвестных широкой публике брендов. Ценители винтажа и элитарного алкоголя выбирают портвейн Barros LBV в чистом виде. Однако большинство отдаёт предпочтение коктейлю **Josephine**. Сочетание порто Barros White, персика, крапивы и сухого игристого вина создаёт тонкий и элегантный вкус. Коктейль, его подача и общая атмосфера заведения придают портвейнам флёр роскоши, оставляя в памяти приятные эмоции от посещения.

Padron

Страстной б-р, 7, стр. 1

За барной стойкой, напоминающей лиссабонский трамвайчик, вам приготовят коктейли с отсылками к культурно-историческому наследию Испании и Португалии. Например, **«Афонсо»**, названный в честь первого правителя Португалии — Афонсо Первого *(дон Афонсу Энрикеш)*, готовится на основе выдержанного рома с добавлением груши и портвейнов Porto Barros Ruby и 40-летнего Porto Vista Alegre. Коктейль выдерживается в винтажной дубовой бочке, которую бережно пополняют бармены, никогда не позволяя ей опустеть больше чем на одну треть. Именно благодаря этому методу, называемому solera, напиток со временем становится мягче из-за «женитьбы» спиртов.

Fullmoon

Малая Никитская ул., 16/5

Атмосфера ресторана пронизана восточной философией с отсылками к минимализму и необарокко. Японская кухня, современный бар, чайная комната объединены в дизайнерском двухэтажном пространстве. Команда бара рекомендует **оммаж на классический Bamboo**, полюбившийся гостям ресторана. Берём херес Valdespino Manzanilla и сухой вермут Carpano, оливковый и лимонный биттеры, дополняем тоником. Гарнируем оливкой и веточкой розмарина. Напиток, отвечающий всем последним тенденциям — сухой, лёгкий и свежий Low-ABV-коктейль.

Bamboo.Bar

Пресненская наб., 8, стр. 1

В обширной коктейльной карте порядка 100 наименований, включая классику и авторские вариации. Безусловный лидер по запросам гостей — это **Lychee Sour**: за месяц бармены Bamboo.Bar готовят более 1500 бокалов этого коктейля «на каждый день» на основе порто Barros, базилика, ягод личи и сухого джина. Другой элегантный напиток для великолепного вечера — коктейль **Guyana Gold**, рекомендация для истинных поклонников хереса. В его составе Pedro Ximénez и Fino Inocente от Valdespino, а также ром, выдержанный в дубовой бочке.

Бар «Вино и другие лекарства»

Комсомольский пр-т, 42, стр. 1

В баре представлены преимущественно классические коктейли, которые чрезвычайно требовательны к исходному продукту. Поэтому выбор шеф-бармена падает на такие позиции креплёных вин, как хересы Tío Toto или Valdespino и вермуты Carpano и Carlo Alberto Riserva. Сухие напитки, к примеру, **Bamboo**, со скрипучей свежестью фино Tío Toto и шафрановым послевкусием Carlo Alberto Riserva Extra Dry снова обретают популярность в руках гостей бара «Вино и другие лекарства».

Clovelly Pub

Сретенский б-р, 1

Креплёные вина хороши и в дижестивных коктейлях, которые станут красивым акцентом после ужина с вином. В Clovelly Pub рекомендуют завершать вечер такими коктейлями, как **Pedro Manhattan** с хересом педро хименес El Candado от Valdespino и бурбоном или **Adonis** с изящным сочетанием сладкого вермута Carpano Antica Formula и сухого хереса Tío Toto Fino. Помимо классических коктейлей креплёные вина особенно удачно играют в сезонных предложениях. Например, в прошедшем летнем сезоне здесь сервировали **спритц** с молодым и сочным KWV Classic Muscadel, ревенем и игристым вином.



Josephine, Rebecca Bistro



Fernando Cortez, The Nest



Коктейль «Афонсо» выдерживается в винтажной бочке, Padron



Adonis, Clovelly Pub

КОКТЕЙЛЬ № 4

из авторской коктейльной карты «Гастродачи Вселуг»

Основой является джин с вялеными томатами, сыром пармезан и оливками, три вида итальянских вермутов Carpano и херес Valdespino Fino. Подаётся с пеной из кокоса и чипсом из яблока с опалённым сыром.



Коктейль № 4, «Гастродача Вселуг»



Lychee Sour, Bamboo.Bar

ФОТО: АРХИВЫ ПРЕСС-СЛУЖБ

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

Faro Coctelerìa

Маяковского ул., 18

Коктейльный бар от создателей Imbibe bar с фокусом на страны Южной Европы: Португалию, Испанию, Италию. В меню можно найти коктейли с использованием специалитетов этих стран — хересов, портвейнов, вермутов и других креплёных вин, а также большую коллекцию джинов и джин-тоников в испанском стиле. Ребята создают особую атмосферу при знакомстве с креплёными винами и коктейлями на их основе.

Imbibe

Жуковского ул., 6, лит. А

Классический коктейльный бар Петербурга, прославившийся своим подходом к созданию напитков и рок-н-ролльным гостеприимством. При конструировании миксов команда опирается на сочетание трендов, собственного стиля и необычных вкусов.



Лионел Рабеаривелу,
шеф-бармен Faro Cocteleria и Imbibe Bar:

Интерес и любовь к креплёным винам в наших барах объясняется простым фактом: это вкусно! Это категория очень интересных, самобытных продуктов. Нас однозначно привлекает разнообразие вкусов, от кислотных и гастрономических сухих хересов до ярких, сладко-пряных оттенков портвейна и мадеры. Особенно интересно наблюдать, как эти напитки раскрываются в коктейлях. Это настоящий источник вдохновения для смешивания. Мы считаем эту категорию недооценённой и малоизвестной. Поэтому нам очень нравится не только работать с нею, но и знакомить наших гостей.

¡Por favor!

Зодчего Росси ул., 2б

Первая испанская бодега Петербурга. Аутентичный локальный бар с южным флёром, внушительной коллекцией европейских напитков и небольшим, но тщательно выверенным меню. Основные акценты — на алкоголе: два шкафа испанского вина, отменный андалузский херес и авторские коктейли, на которые вдохновили путешествия по Средиземноморью. Попробуйте всем известный **Tinto de Verano**. Коктейль из красного креплёного вина KWV Classic Cape Ruby, мятного ликёра и лимонно-лаймовой содовой. Настоящий must have в бодеге!

Коктейльное бюро «Авангард»

Жуковского ул., 33

*«Так как мы современный коктейльный бар, мы с удовольствием используем креплёные вина и вермуты в смешанных напитках. Сейчас популярны Low-ABV и аперитивные коктейли, а креплёные вина — отличный инструмент для их приготовления. Нашу карту открывают два коктейля на основе этих продуктов. Первый — это **Black Adonis** с хересом Tío Toto Manzanilla и вермутом на чёрном кардамоне. А второй напиток — летний хит под названием **Siberian Cobbler** на основе хереса Tío Toto Oloroso с облепиховым цитрусовым миксом и ликёром из сосновых шишек»,* — рассказали нам в «Авангарде».

«ЭтоБар»

Владимирский пр-т, 14

Концепция бара предполагает через алкогольные напитки совершать исторические путешествия, а их неотъемлемой частью являются креплёные вина. Команда с горящими глазами рассказывает гостям об особенностях этих напитков: *«Мы создаём атмосферу, в которой интересно открывать новые вкусы и прокачивать культуру потребления».* Среди коктейлей наиболее популярны **«Ацтекский негрони», «Порто флип», твисты на «Нью-Йорк сауэр»**.

Harvest

Добролюбова пр-т, 11

Порто и херес играют одну из ключевых ролей в барной карте знаменитого ресторана: они становятся идеальным гастрономическим сопровождением для многих блюд. Также в Harvest можно попробовать коктейль **Linderez** на основе сухого хереса Valdespino — в меру сладкий, с цветочно-ванильными оттенками и ощутимой сухостью. Коктейль отлично подойдёт в качестве дижестива либо сопровождения к десертам.

ПЕРМЬ

Gatsby's bar&grill

Советская ул., 48

Портвейн Barros используют во многих авторских коктейлях в «Гэтсби». Один из них, **«Дух экстаза»**, посвящён ярчайшему явлению автодизайна XX века — автомобилям Rolls-Royce. По сей день статуэтки на капоте этих машин *(статуэтка и называется «Дух экстаза»)* вручную полируют черешневой косточкой. Коктейль — твист на негрони, где вермут заменили портвейном тони от Barros, чтобы придать напитку более яркий ягодный профиль с оттенками сухофруктов. Завершает вкусовую палитру добавление черешни и небольшого количества орехового ликёра.

ЕКАТЕРИНБУРГ

Бар «Сплетни»

Куйбышева ул., 61

В коктейльном баре «Сплетни» пользуются популярностью южноафриканские креплёные вина KWV. Этому есть объяснение. Во-первых, они самодостаточны как напитки в чистом виде. Линейка представлена винами Classic Cape Ruby, Classic Cape Tawny и Red Muscadel. Во-вторых, они являются хорошим компонентом для коктейлей, так как придают приятный ягодный танинный вкус. Очень востребован **лонг-дринк** на основе пряного рома, кордиала «Гибискус» и KWV Classic Cape Ruby.

Бар «Черновик»

Радищева ул., 41

Имея длительный стаж сомелье, совладелец бара «Черновик» Тимур Сауле-баев решил в своём проекте собрать роскошную коллекцию креплёных вин и мистелей. В карте бара можно выбрать из нескольких наименований пино де шарант, поммо де норманди, ратафии, мадеры, порто, хереса. *«Это очень гастрономичная категория, можно играть со сладостью и кислотностью, хорошо сочетая с разными блюдами»,* — говорит Тимур. Для фанатов коктейлей каждый месяц здесь обновляются **тематические «дропы»**: 5–6 коктейлей, объединённых одной идеей.



Black Adonis, коктейльное бюро «Авангард»



Коктейль из меню бара «Сплетни»



LÚNA Lounge & Bar

Радищева ул., 27

В этом проекте и портвейн, и херес пользуются популярностью, занимая большую долю именно в коктейлях. Команда делает прекрасные **твисты на «Негрони», «Манхэттен», «Нью-Йорк сауэр»** и другую классику. **«Гранатовый негрони»** стал одним из фаворитов среди гостей. Он готовится на основе текилы, настоянной на гранате, с добавлением амаро, биттера Carpano и портвейна Barros Ruby.

Gavi

Горького ул., 26

В Gavi креплёные вина всегда можно найти в карте дижестивов, они идеальны для завершения ужина в ресторане классической итальянской кухни. Иногда они могут даже заменить десерт. На креплёных винах в Gavi также готовят коктейли, которые подают как спейшл во время фестивалей трюфеля и гребешка. В зимний период гостей согревает глинтвейн с портвейном. А сицилийская марсала используется при приготовлении канноли, рецептом которых когда-то любезно поделился с Gavi итальянский шеф-повар Лоренцо Нери.



Коктейль «Дух экстаза», Gatsby's bar&grill



Tinto de Verano, ¡Por favor!



Коктейль «Хардин», гостевая смена Matsu izakaya & Faro & Simple Spirits (Александр Герега)



Linderez, Harvest

ФОТО: SIMPLE GROUP; АРХИВЫ ПРЕСС-СЛУЖБ



Коктейль «Мулета», гостевая смена Matsu izakaya & Faro & Simple Spirits (Александр Герега)



Cityscape, Cocos



Твист на коктейль Manhattan, Nobody Knows I Suppose

НОВОСИБИРСК

Nobody Knows I Suppose

Красный пр-т, 22

Nobody Knows вдохновлён узкими улочками портового Лиссабона, поэтому здесь было не обойтись без широкого выбора портвейна и других креплёных вин, который, согласно концепции, постоянно обновляется. Но некоторые любимые позиции команды константны. *«Нам нравится* ***вариация Bamboo*** *с хересом Valdespino Contrabandista и парой дэшей Angostura Cocoa. А также* ***твист на Manhattan*** *с равными частями KWV Classic Cape Tawny и красного вермута»,* — рассказывают в легендарном новосибирском спикизи.

HIDE

Коммунистическая ул., 35

В Hide по традиции коллекционируют джин *(его здесь более 250 наименований),* в баре сильна также чайная история, а в последнее время миксологам стало интересно работать с креплёными винами, которые своеобразно и заметно меняют профиль напитков: добавляя 5–10 мл в коктейль, можно сделать его намного суше или слаще, с нотами фруктов. Один из популярных коктейлей — всеми любимый **Pedro Manhattan** — готовят с хересом Valdespino Pedro Ximénez, виски Dé Danann и биттером Angostura.

ШЕРЕГЕШ

Ресторан «Горный»

Кемеровская обл., пос. Шерегеш, Олимпийская ул., 4/7

После активного дня на склонах многие гости ищут праздничную и одновременно расслабляющую атмосферу. Здесь любовь к креплёным винам — не только вопрос вкуса, но и желание создать воспоминания, которые останутся надолго. Насыщенные и сложные ароматы портвейнов и хересов подчёркивают специфику кухни, а их ассоциация с традициями и высоким качеством завершает образ потрясающего вечера на горнолыжном курорте. Гости наслаждаются не только спортом, но и высокой культурой вина, дегустируя хересы Valdespino и порто от Graham's.

СОЧИ

Cocos

Воровского ул., 3

В известнейшем сочинском баре авторская коктейльная карта этого года называется Local People. Команда через коктейли рассказывает не только о местных южных ингредиентах, но и о личностях, которые живут на юге и делают мир вокруг себя лучше. Один из самых популярных коктейлей, **Cityscape**, посвящён творческому человеку, гедонисту и создателю новостной страницы о городе «Сочи Онлайн». В составе коктейля домашние редистилляты ванили и бобов тонка, кордиал из жжёного сахара демерара и красного винограда, херес амонтильядо Valdespino и красное вино.

«Кашалот»

Орджоникидзе ул., 24

Первый устричный бар в Сочи славится не только обилием устриц и других морепродуктов, но и современным баром, в котором каждый напиток способен раскрыть все прелести блюд. В новой барной карте появился **«Зелёный гимлет»**. В его состав входят джин,





Коктейль «Ифрит» из меню бара «Хабл Бабл»



Le Merce, Barceloneta

ароматизированный крыжовником, кордиал из корня сельдерея, сухой херес и ликёр зелёного яблока. Гастрономичный коктейль, отлично дополняющий устрицу.

«Хабл Бабл»

Орджоникидзе ул., 24

Кальянный и сигарный клуб, в котором создали коктейль для подачи с сигарами. Назвали его **«Ифрит»** — в честь мифического существа, разновидности джиннов. Коктейль на основе порто тони с добавлением испанского бренди и сладостью ореха макадамии подаётся с монетой из горького шоколада. Это сочетание, отлично подходящее для лёгких и средних по крепости витол.

Barceloneta

Несебрская ул., 6

Концепция бара Barceloneta связана с Испанией, и вновь здесь креплёные вина — важные герои в карте. Обладая насыщенным вкусом и ароматом, они прекрасно дополняют многие коктейли или являются базовым ингредиентом. Один из наиболее популярных коктейлей — **Le Merce** на основе хереса мансанилья, который придаёт напитку приятную сухость и утончённость.

Это сочетание, отлично подходящее для лёгких и средних по крепости витол.







ФОТО: SIMPLE GROUP; АРХИВЫ ПРЕСС-СЛУЖБ

Крепкие амбиции ЮАР

KWV — пионеры качественного виноделия ЮАР — сегодня пишут её новую эноисторию. В интервью SWN главный винодел Джастин Корран рассказал **об обновлённом образе креплёных вин,** заинтересовавшем модных миксологов и сомелье, **о виноделах-авангардистах, самых прогрессивных южноафриканских категориях и уходе от классической сортовой палитры.** Текст: Яков Лысенко



KWV уже более 100 лет. Давайте выделим ключевые этапы истории хозяйства.

История **KWV** началась в 1918 году. Изначально мы были кооперативом, гарантирующим южноафриканским виноградарям ежегодный доход от урожая. Благодаря успешному экспорту бренди мы неплохо заработали и начали активно инвестировать в развитие компании. В 1930 году построили наш знаменитый «соборный погреб» с высоким куполообразным потолком, окнами с витражами. Затем в 50-х мы получили государственный мандат на регулирование и контроль винодельческой индустрии всей Южной Африки. В частности, нашей задачей было развитие в стране винной культуры: публикация книг, проведение дегустаций. В 90-х **KWV** инвестировала в другие компании, постепенно начала доминировать на локальном винном рынке. После того как ЮАР стала полноценной демократией, **KWV** прекратила выполнять функции кооператива, перейдя в разряд частных компаний. В 2016 году её купили Vasari Group и превратили в глобальный бренд, предлагающий высококачественные вина по оптимальным ценам.

Когда началась ваша винная история?

К команде **KWV** я присоединился в 2020 году. Глобально же моя винная история началась после того, как я переехал из Восточного Кейпа, где родился и вырос, в Западный, поступив в Университет Стелленбоша на факультет винных биотехнологий. В этом окружённом виноградниками городе, где всё так или иначе связано с вином, я и развил любовь к нему. Учился бы в другом месте, думаю, у меня не было бы такого уважения и интереса к вину, как сейчас.



ФОТО: KWV

Почему?
Тогда винная культура была развита только в Западном Кейпе, в других регионах у меня просто бы не было возможности расширять свой дегустационный опыт, расти профессионально. Впрочем, там и сегодня всё на начальных этапах. Поэтому мы продолжаем реализовывать историческую миссию **KWV** — вовлекать в вино как можно больше жителей Африканского континента.

Насколько креплёные вина популярны в вашей стране?
Не так, как раньше, но это всё ещё значимая категория, которая отлично работает в зимний сезон. В холодное время намного приятнее наслаждаться креплёными винами.

Что важно учитывать при выращивании винограда для креплёных вин?
Виноград должен быть выращен таким образом, чтобы вино получилось концентрированным, насыщенным, отлично сочеталось с добавляемым виноградным спиртом. Нам повезло: у нас очень солнечный климат, нет проблем с созреванием. В то же время важно сохранить в ягодах достаточный уровень кислотности, чтобы вино демонстрировало не только спелые фруктовые тона в аромате и вкусе, но и свежесть, а также сохраняло способность к выдержке.

У ваших партнёров порядка 400 виноградников. О каких терруарах речь?
Вокруг Паарля, одного из трёх старейших основанных европейцами городов, расположенного в самом центре Западного Кейпа, у нас есть разнообразные терруары: гранитные, сланцевые, песчаные. Также мы работаем с участками, расположенными на западном побережье, где сильно морское влияние благодаря холодному антарктическому течению. Там мы выращиваем белые сорта, которым важно созревать в прохладной среде и сохранять кислотность.

Метод производства схож с португальскими портвейнами. Чем принципиально отличается ваш подход?
Да, процессы всё те же, что в Португалии, однако мы не можем называть наше вино портвейном. Расскажу о нашем трио.

Кюве **Muscadel**, созданное на основе сорта красный мускат, обладает ярчайшим цветочным, фруктовым характером. Для его создания мы добавляем виноградный спирт на раннем этапе, чтобы сохранять сортовую экспрессию, свежесть, частично выдерживаем на протяжении года в стальных ёмкостях. Как он хорош в молодости немного охлаждённым, как элегантно стареет!

Наш **Cape Ruby** очень похож на классический портвейн, однако для его создания мы используем шираз и пинотаж. Ферментируем их с активной экстракцией, чтобы извлечь максимум танинов и вкусо-ароматических соединений. Мы контролируем процесс ферментации до достижения определённого уровня сахара и добавляем виноградный спирт, чтобы сохранить оставшуюся сладость. Крепим мы вино на кожице, что усиливает экстракцию, придаёт руби интересную структуру. После пресса вино выдерживается

В ЮАР ещё в XIX веке сложилась традиция создания креплёных вин в стиле порто. Всё началось в регионе Калицдорп, однако сегодня португальские сорта, такие как турига насьональ и тинта баррока, выращивают и в Паарле, и в Стелленбоше. С 2012 года южноафриканцы не используют слово Port на своих этикетках: от Cape Ruby до Cape Vintage Reserve. Хотя для них часто используют португальские автохтоны, другие международные сорта не запрещены: можно встретить бленды с ширазом, каберне совиньоном, мерло. Есть поле для экспериментов.



в бочках в течение 6–8 месяцев, а затем разливается по бутылкам. Оно раскрывается ягодным букетом, у него освежающий сбалансированный вкус с приятной терпкостью.

Процесс создания **Cape Tawny** схожий, но мы выдерживаем его в бочках на протяжении целых 8–10 лет. Вино светлеет, приобретает ореховые ноты и элегантную гамму сухофруктов. Мы делаем ассамбляж разных винтажей, чтобы добиться нашего стиля — деликатного, комплексного. Самый старый тони на выдержке — 1980 года, мы добавляем его в новые купажи, чтобы привнести сложности.

Насчёт бочек какая у вас философия?
Мы работаем преимущественно с французским дубом. **Руби** отправляем в 300-литровые бочки, которые ранее использовались для выдержки вина. Мы не хотим мощного влияния дуба, нам лишь нужно смягчить текстуру, сохранив сортовые свежесть и фруктовость. Для **тони** используем 300- и 500-литровые бочки. Ещё у нас есть 5000-литровая бочка со старыми урожаями, которую мы формируем aka солера, доливая каждый год молодой винтаж. Она также даёт креплёному вину мягкое дубовое касание, позволяет ему медленно эволюционировать.



ФОТО: KWV

За что вы любите креплёные вина?
Как правило, в них есть сладость, а к ней у всех есть слабость. Знакомиться с этой категорией я рекомендую с **Muscadel**, сервируя его слегка охлаждённым, — отличный аперитив. У **Ruby** также довольно фруктовый характер, но при этом у него более плотное тело, интереснее структура — он прекрасный гастрокомпаньон. **Tawny** — самый сложносочинённый благодаря длительной выдержке. После великолепного ужина сесть в кресло и расслабиться с бокалом тони — одно из величайших удовольствий.

Мне нравится слегка охлаждать креплёные вина перед подачей, сервировать их в глубоких бокалах для бренди, чтобы дать возможность максимально раскрыться аромату.

С какими блюдами вы бы подавали руби?
В осенне-зимний период мы часто готовим мясные рагу, с ними руби справится на ура. Он также интересно выступает в паре с выдержанными, мощными сырами и десертами из тёмного шоколада.

С коктейлями креплёные вина работают?
Да, это новый бурно развивающийся тренд. Являясь большим







фанатом коктейля **«Олд фэшн»**, я был поражён, каким крутым он получается, если добавить к виски немного тони. Это великолепный дуэт. Пофантазировать можно и на аперитивную тему с мускателем. Добавить содовой, льда — и получается лёгкий, освежающий коктейль. Добавить крепкую базу, а также немного гренадина — тут уже более основательный, комплексный напиток. Креплёное вино предоставляет широкое поле для экспериментов.

Вы наверняка часто сталкиваетесь с винами из разных регионов Южной Африки. В каких из них сейчас происходят самые захватывающие эксперименты?
Учитывая разнообразие терруаров Южной Африки, много где сегодня интересно. Взять тот же **Свортленд**, регион, в котором работает много наших поставщиков. Это очень старый винодельческий регион, но сегодня он становится всё популярнее благодаря молодым виноделам, которые проявляют творческий подход, выходят за рамки, экспериментируют, создавая замечательные вина. Они путешествуют по другим винодельческим странам, возвращаются с новыми знаниями и вдохновением, оживляют Свортленд.

В Западном Кейпе есть ещё одна любопытная зона, образовавшаяся вокруг деревушки **Сирес** высоко в горах. Традиционно там выращивали вишню, сегодня же процветают самые высокие в стране виноградники. Зимой в Южной Африке мало где выпадает снег — в этой же зоне сугробы. Там работают с сира, пино нуаром, совиньоном блан, шардоне. С виноградников на высоте 1000 метров над уровнем моря получаются невероятные вина. Сирес — молодой аппелласьон, который активно набирает обороты.

Энтони Мюллер недавно опубликовал статью о Южной Африке в Wine Advocate, отметив, что будущее её виноделия «никогда не представлялось таким светлым и полным жизни». Какие основания у этого заявления?
Из-за предыдущего политического режима мы были в значительной степени закрыты для мира. Прошло больше 30 лет с тех пор, как с нас сняли санкции. За это время виноделы новой волны много путешествовали, набирались опыта, интегрировали его на собственных виноградниках, в погребах, изучали местные терруары, экспериментировали. И сегодня мы наблюдаем результаты их труда — огромный интерес к южноафриканским винам.

Раньше казалось, что святой Грааль виноделия находится, скажем, во Франции. Теперь же мы уверены, что можем создавать великие вина, отражающие нашу уникальную идентичность. То, что у нас есть творческие виноделы, привязанные к нашему терруару, желающие быть оригинальными, не копировать вина других стран, делает Южную Африку очень привлекательной.

Каберне совиньон, мерло, шенен блан, шардоне, совиньон — на них вы уже набили руку. Но есть ли сорта, к которым вы сегодня присматриваетесь с особым интересом?
Исторически мы испытываем сильное французское влияние в сортовом вопросе. Тем не менее есть ряд любопытных средиземноморских сортов, с которыми работают в Греции, Испании, Италии и которые могли бы дать интересные вина у нас. Мы успешно экспериментируем с ассиртико, мы поняли, что темпраниьо прекрасно проявляет себя в нашем климате. Есть сорта с юга

Не думаю, что креплёные вина вернутся к тем же объёмам продаж, что были до 60-х годов. Но зато ***уровень их качества значительно вырос*** *в последние годы,* ***сегодня мы пьём лучшие креплёные вина за всю историю.***





Франции, которые совсем непопулярны, но энтузиасты пробуют, создают превосходные вина — так, в фокусе сегодня танна и пикпуль. Есть ощущение, что они могут ещё лучше транслировать наш терруар, чем те же каберне совиньон, мерло, шардоне и совиньон блан.

А что про автохтоны скажете?
Пинотаж, выведенный путём скрещения пино нуара с сенсо в начале XX века южноафриканским профессором Авраамом Перольдом, остаётся нашей визитной карточкой. Потребовалось много времени, чтобы понять, в каких регионах его лучше всего выращивать, как с ним лучше всего работать. За последние годы качество пинотажа значительно улучшилось.

Хозяйства, подход которых вам интересен?
Недавно был на большой дегустации вин молодых виноделен. Мой абсолютный фаворит — хозяйство **Fram**, расположенное в горной зоне в городке Пикетберх в Западном Кейпе. **Rustenberg Wines** — классики из Стелленбоша, которые создают захватывающие вина.

Самые популярные сегодня категории вин в стране?
В первую очередь мощными темпами растёт категория кап классик — игристых вин, произведённых традиционным методом. Мы используем те же сорта, что в Шампани, выдерживаем на осадке минимум 15 месяцев. Они представляют собой отличное соотношение цены и качества.
Кроме того, активно растёт спрос на субтильные, питкие красные вина на базе пино нуара, сенсо, не требующие долгой выдержки. У нас жаркий климат, летом люди хотят лёгких, освещающих вин, приятных ягодных ароматов, а не тяжеловесных каберне совиньонов. Эта категория сделала серьёзный качественный рывок в Свортленде, Хемель-эн-Аарде и других относительно прохладных зонах — потрясающие образцы.

Тренды, как известно, цикличны. Вернут ли креплёные вина былую славу?
Раньше они пользовались большой популярностью, так как технология производства продлевала их срок годности и облегчала транспортировку. С развитием современных винодельческих технологий мы научились создавать высококачественные тихие и сладкие вина с огромным потенциалом к выдержке, без потери в качестве пересекающие континенты на пути к конечному потребителю. Не думаю, что креплёные вина вернутся к тем же объёмам продаж, что были до 60-х годов. Но зато уровень их качества значительно вырос в последние годы, сегодня мы пьём лучшие креплёные вина за всю историю. Мы наблюдаем премиализацию категории, возрождение интереса к ней. Многие топовые рестораны возвращают добрую традицию употребления креплёных вин как аперитива или в паре с десертом. Серьёзный рывок в качестве позволяет постепенно увеличивать объёмы производства, хоть и не до исторических максимумов. И отлично — лучше немного, но высочайшего качества.

ФОТО: KWV

ДЕРЕВЕНСКИЙ РЕСТОРАН
СЫРОВАРНЯ
СЫРНАЯ ЛАВКА

ЗАМЕДЛИТЬСЯ И НАСЛАДИТЬСЯ ВКУСОМ: ДЕРЕВЕНСКАЯ КЛАССИКА И СЕЗОННЫЕ ПРОДУКТЫ В «СЫРОВАРНЕ»



ТРОФЕИ из Мексики



О мексиканском алкоголе сегодня рассказывает Андрей Коробков, амбассадор команды «Следуй за Кроликами», агавовый энтузиаст, лучший бартендер 2022 года по версии премии «Пальмовая ветвь».

Hola, Amigos! Меня зовут Андрей Коробков, и я работаю в барной индустрии уже семь лет. Я родом из города Новокузнецка, где текилу из 100% агавы наливают только в трёх барах города. В 2018 году мне посчастливилось попасть в одну из лучших барных команд мира — **El Copitas Bar**. Именно там я ближе познакомился с текилой, мескалем и их агавовыми «братьями». Эти напитки для меня стали намного ближе и понятнее после поездки в Мексику в июле 2021 года. Тогда я впервые побывал в Мехико-Сити, Оахаке и Гвадалахаре. Посмотрел своими глазами, как растёт агава, и пообщался с химадорами. Участвовал в производстве мескаля **Macurichos** и даже рубил агаву на поле. Провёл с нашим баром три гостевые смены в трёх разных точках страны, где было выпито *(в образовательных целях, конечно же)* десятки литров мескаля. После этой поездки я окончательно и бесповоротно влюбился в родину текилы и стал главным фанатом дымного и копчёного мескаля. Если вы никогда не пробовали мескаль на вкус, представьте деревенский самогон с ярким копчёным оттенком, солоноватым послевкусием и крепостью чуть выше, чем у водки. Это невероятно гастрономично! Моя статья — первый шаг в мир агавовых напитков для тех, кто хочет с ними познакомиться поближе, но пробовал лишь текилу с солью и лаймом. Надеюсь, что смогу передать любовь, энтузиазм и большой интерес через следующие строки.
Приятного чтения и nos vemos pronto!

Агава используется людьми Мезоамерики более 9000 лет. Из неё изготавливают верёвки, ткани, а её острые шипы применяются в качестве игл, тогда как в древности они были предметом ритуалов и использовались в народной медицине.

Как в Мексике появился алкоголь?

Эрнан Кортес, оказавшийся в ацтекском Теночтитлане в 1520 году, был потрясён богатством этой развитой цивилизации. На пиру, устроенном правителем Монтесумой II, испанцев развлекали музыкой и танцами, угощая шоколадом и блюдами из куропаток и индейки.
Хотя Кортес уже знал о табаке с Карибов, огромный ассортимент тропических продуктов сильно впечатлил его. Особенно привлекли внимание ацтекские шоколадные напитки со сложным этикетом приготовления. Некоторые рецепты включали священные грибы теонанакатль, но в основном готовили шоколад с чили и ароматными цветами. Питьё считалось важной частью ацтекских ритуалов, а популярным алкоголем был сок агавы — октли *(пульке)*, к которому причастны боги Сенцон Тоточтин, символизирующие радость и наслаждение.
Вдобавок к октли ацтеки знали два других алкогольных напитка, которые продолжают производить и сегодня. Например, племя тараумара на севере Мексики варит тесгуино — кукурузное пиво. А в южных районах особым уважением пользуется бальче — медовый напиток, обладающий горьким вкусом, который готовят лишь по особым случаям, чтобы задобрить богов.

ФОТО: ИЗ ЛИЧНОГО АРХИВА АНДРЕЯ КОРОБКОВА



ИЛЛЮСТРАЦИЯ: МАША БОЙНОВА

Ацтеки серьёзно относились к алкоголю. Хотя алкоголь на праздниках не считался пороком, чрезмерное употребление вызывало общественное осуждение. Люди в состоянии опьянения подвергались наказаниям.

В Мехико сохранились традиционные места производства пульке и его старинные ритуалы: пение и заговоры, как в древности, когда божество Майяуэль покровительствовало его производству. Будучи ритуальным напитком, пульке должен был готовиться с соблюдением обрядов, иначе он терял свои свойства через день.

Ацтеки серьёзно относились к алкоголю. Хотя алкоголь на праздниках не считался пороком, чрезмерное употребление вызывало общественное осуждение. Люди в состоянии опьянения подвергались наказаниям: знатные могли быть казнены, а крестьяне — стрижены налысо и лишены имущества. Однако у тех, кого стоило считать совершеннолетними, имелось право на публичное распитие октли после достижения полного календарного цикла, что соответствует 52 годам. Ацтеки осознавали, что молодые люди подвержены излишествам и агрессии, тогда как пожилые обладают способностью к самообладанию и ценят своё достоинство.

Кто такая Майяуэль?

Майяуэль *(исп. Mayahuel)* — в ацтекской мифологии богиня, олицетворяющая плодородие, которая подарила людям агаву *(магуэй)* и великолепный напиток пульке *(октли)*. Майяуэль обладала четырьмя сотнями грудей, с помощью которых кормила 400 детей, известных как Сенцон Тоточтин или «400 кроликов», — покровителей опьянения. Это не только подчёркивало её статус богини плодородия, но и намекало на изобилие молочного сока агавы. Плоды агавы сравнивали с её грудями, а их кончики ассоциировались с сосками. Главным её отпрыском считался бог пульке Оме Точтли. Обычно Майяуэль изображалась в виде обнажённой женщины, сидящей среди кустов агавы или на спине черепахи, держа чашу с пульке.

Согласно одной из легенд ацтеков, Майяуэль была супругой простого крестьянина. Однажды она увидела на поле своего мужа странного кролика, который игриво резвился и совершенно не боялся людей. Приглядевшись, женщина заметила, что кролик грызёт листья агавы. Заинтригованная, Майяуэль принесла листья домой и, используя их сок, создала ароматный хмельной напиток. Благодаря этому изобретению после своей смерти она стала богиней, супругой бога Патекатля, или Шочипилли.

По другой легенде, Майяуэль была возлюбленной бога ветра Эекатля, а по третьей — заточена на небесах своей бабушкой Цицимитль. Оттуда её похитил Кецалькоатль, преобразившись в ветер, чтобы люди узнали её секрет и научились изготавливать октли, а также танцевать и петь. Цицимитль отправила за ними демонов, и хотя Кецалькоатль превратил себя и Майяуэль в ветви дерева, демоны всё же распознали её и разорвали. Позже Кецалькоатль закопал её кости в земле, и именно из этих останков выросла агава.

Пульке

Пульке появился более тысячи лет назад в Центральной Мексике. Этот молочно-белый напиток крепостью от 3 до 8% с вязкой текстурой и кисловато-дрожжевым вкусом изготавливается из сока агавы американской.

Производство пульке требует терпения и аккуратности. Из сердцевины агавы вырастает соцветие, где накапливается сахар. Затем его срезают и внутри агавы создают небольшой жёлоб для сбора сладкого сока. Его собирают стальными черпаками, через бамбуковые трубки или тарелки из тыквы и оставляют на ферментацию в специальных чанах до двух недель. Важно, чтобы во время этого процесса не произошло прокисания: производители следуют множеству суеверий и ритуалов, чтобы сохранить качество напитка.

К сожалению, сбор сока разрушает саму агаву, которая должна расти примерно 12 лет, прежде чем даст возможность получить пульке. После ферментации сок обычно отправляется на продажу в бочках, но его нужно употребить быстро, иначе он может испортиться.

До испанского завоевания считавшийся священным пульке могли пить лишь избранные. После колонизации он стал доступен широкой публике и к концу XIX века достиг пика популярности. Но в XX веке пульке начал уступать место европейским напиткам, таким как пиво и вино. В последние годы пульке пытаются вернуть на рынок, фасуя его в банки для увеличения

ЭТАПЫ ПРОИЗВОДСТВА МЕСКАЛЯ

1 **СБОР.** Срезают листья и центральный стебель агавы с помощью инструмента коа. Их важно собрать до цветения растения, чтобы сохранить сахар для будущего алкоголя.

2 **ЗАПЕКАНИЕ.** Агава запекается тремя способами: в земляных ямах *(5–7 дней)*, в каменных печах *(до 3 дней)* или в автоклаве *(18 часов)*. Это помогает расщепить сахара.

3 **ИЗМЕЛЬЧЕНИЕ.** Цель — извлечение сока. Используются ручные инструменты, тахона, механические измельчители или конвейеры.

4 **ФЕРМЕНТАЦИЯ.** Микроорганизмы превращают сахар в алкоголь, процесс длится от 3 до 10 дней и может проходить в различных ёмкостях, от кожи животного и дерева до бетона и стали.

5 **ДИСТИЛЛЯЦИЯ.** Классическая перегонка. В зависимости от стиля используют либо филиппинский горн, либо медный аламбик, либо колонну непрерывного действия.

6 **ВЫДЕРЖКА.** Обычно не используется, так как мастера считают продукт уже идеальным.

7 **РОЗЛИВ.**

срока хранения, однако это приводит к потере характерных вкусовых качеств. Если производителям удастся решить проблему транспортировки, этот уникальный напиток может вновь стать популярным не только в Мексике, но и за её пределами.

Мескаль

Мескаль получается в результате дистилляции сока агавы. Название имеет корни в языке науатль: melt — «агава», ixcalli — «приготовление пищи», что в совокупности переводится как «приготовленная агава».

Мескаль может быть создан лишь из определённых видов агавы и только на территории десяти мексиканских штатов, включая Оахаку и Мичоакан.

С XVIII века производство мескаля стало развиваться благодаря появлению медных перегонных кубов, привезённых испанцами. Колониальные власти пытались его ограничить под предлогом защиты общественного здоровья и ради экономических интересов. Несмотря на эти запреты, качество и традиции производителей мескаля сохранились до наших дней, передаваясь из поколения в поколение.

Мескаль — это всегда про ремесленников, ручной труд и крафтовость. Уникальность его заключается в том, что, несмотря на весь человеческий прогресс и современные технологии производства, при создании аутентичного мескаля ты всё равно обязан запекать агаву в подземных ямах. Отсюда уважение к этому напитку со стороны индустрии гостеприимства.

КУЛЬТОВЫЕ БРЕНДЫ МЕСКАЛЯ:

● MONTELOBOS ● DEL MAGUEY VIDA ● DERRUMBES ● BRUXO ● LA ESCONDIDA ● ROOSTER ROJO ● PERRO DE SAN JUAN

Текила

Город Текила был основан в 1530 году Христофором де Окате. Конкистадоры не оценили местные агавовые напитки, предпочитая бренди. Но в 1758 году семья Куэрво начала массовый выпуск алкоголя из голубой агавы в окрестностях Текилы. В 1795 году заработала первая фабрика. Первоначальное название напитка — **Mezcal Vino de Tequila** *(«мескальное вино из Текилы»)* — позднее сократилось до просто текилы. Так появилась новая категория, где в процесс производства были внесены определённые изменения по сравнению с мескалем.

Когда в 1821 году Мексика стала независимой страной, предприниматели всё активнее внедряли современные методы дистилляции. В 1836-м текила завоевала первую награду в Чикаго. Но и в XX веке интерес к ней оставался невысоким, вплоть до 1940-х годов, когда гусеница, помещённая в бутылки, привлекла внимание потребителей: она служила индикатором крепости напитка — если она не растворялась, то текила была достаточно сильной.

С 1964 года бренд **Jose Cuervo** активно завоёвывал рынок в США. Новой важной вехой в популяризации текилы стали Олимпийские игры в Мехико в 1968 году. Производство текилы быстро росло, но это негативно сказалось на качестве. В 1978 году правительство сделало название «текила» интеллектуальной собственностью страны, закрепив за мексиканскими производителями уникальное право на использование бренда «текила».

Конец 1990-х — начало 2000-х годов стали золотым временем для текилы в мировом масштабе, особенно в США, что привлекло внимание крупных компаний к её производству.

КУЛЬТОВЫЕ БРЕНДЫ ТЕКИЛЫ:

● OCHO ● FORTALEZA ● ARETTE ● KAH ● ROOSTER ROJO ● EL TESORO ● CASCAHUÍN ● EL TEQUILEÑO

ДОБАВКИ В ТЕКИЛЕ

ТЕКИЛА — свежий, хрустящий и чистый напиток. Если в букете текилы из только что открытой бутылки вы чувствуете землистость и цитрусовые оттенки — большая вероятность, что в ней нет добавок. Если же вы ощущаете ванильный аромат — скорее всего, внутри есть добавки. Какие? Чаще всего основными являются три: экстракт дуба, карамель и глицерин. Многие производители используют добавки для маскировки нежелательных вкусов, усиления цвета и создания более объёмной консистенции во рту.

Гровер и Скарлетт Саншагрин, основатели некоммерческой платформы **Tequila Matchmaker**, утверждают, что около 70% текилы на рынке имеет добавки и что до 80% текилы, которую они тестируют, не может быть сертифицировано как «100% без добавок». Свой проект Саншагрины придумали, чтобы рассказать потребителям о том, что находится в их текиле, в том числе о том, какая агава используется для её производства, об источнике воды, условиях ферментации и дистилляции.

Однако Tequila Matchmaker оказался вовлечённым в продолжающуюся вражду с **CRT** *(мексиканским агентством по контролю за производством текилы)*.

В начале 2024 года в доме Саншагринов был совершён обыск по ордеру, основанному на жалобе CRT, осудившего их инициативу. В заявлении организации говорится: *«Мы считаем, что любая схема, предлагаемая на рынке для "сертификации", "проверки" или "подтверждения" на любом языке, что определённый бренд не содержит добавок, представляет собой действие, противоречащее хорошим обычаям и практике, и вызывает путаницу у потребителей текилы»*.

Как бы то ни было, в Мексике действительно существуют и те, кому выгодно производить текилу с добавками, и те, кто борется за чистоту продукта и прозрачность информации о его производстве.

ТИПЫ ТЕКИЛЫ ПО СРОКУ ВЫДЕРЖКИ:

— **Plata *(Silver)*, или Blanco:** выдержка до 2 месяцев
— **Joven:** молодая невыдержанная текила, часто ароматизированная
— **Gold:** Blanca, подкрашенная для имитации выдержанной
— **Reposado:** выдержка от 2 до 12 месяцев
— **Añejo:** выдержка от 12 до 36 месяцев
— **Extra Añejo:** выдержка более 36 месяцев



НЕХВАТКА АГАВЫ

Агава для текилы растёт в среднем 5–8 лет. Это означает, что, как только агава созревает, её собирают и на то же место сажают новый побег. Отсюда и получается, что каждые 5–8 лет в Мексике цена за 1 кг агавы испытывает огромные скачки. Например, когда выросло много агавы и рынок переполнен, её стоимость может составлять около 2 песо за килограмм. Но когда наступает кризис и производители чувствуют нехватку, цена поднимается до 25 песо за килограмм. Космический разбег обуславливается тем, что нет единого контролирующего органа, который курировал бы все поля агавы и выдавал указания, кому и когда нужно засеивать.

Интересно, что в 1980-х кризис был спровоцирован трендом на сироп из агавы, который является натуральным заменителем сахара. Один молодой человек по имени Хулио Бермехо придумал для своего отца, у которого был сахарный диабет, твист на коктейль «Маргарита». Этим напитком стала Tommy's Margarita на основе текилы, сока лайма и сиропа агавы. Отец — собственно Томми — был несказанно счастлив, а сын стал легендой мировой барной индустрии и одним из самых уважаемых агавовых энтузиастов в мире. Кстати, на фотографии я вместе с Хулио Бермехо в 2018 году во время его путешествия в Россию.

ИЗ ЧЕГО ПЬЮТ АГАВОВЫЕ

ХИКАРА
Маленькая чашка из плода дерева кресценция *(или калебас)*. Он внешне похож на скорлупу ореха. Маленькие плоды используют для создания «шотов» для крепких напитков, а более крупные — под супы и рагу. Часто на обратной стороне рисуют животных и символы города или штата, откуда родом изделие.

КОПИТА
Глиняная чашка объёмом 40–60 мл, из которой чаще всего в Мексике пьют алкоголь, с узорами внутри.

ВЕЛАДОРА
Стопка объёмом 80 мл с крестом на дне. Раньше веладоры стояли в церквях в качестве подсвечников. Их стали воровать и использовать как посуду для агавовых напитков.

ЧЕМ ОТЛИЧАЕТСЯ ПРОИЗВОДСТВО МЕСКАЛЯ И ТЕКИЛЫ:

❶ Агаву для мескаля «принято» запекать в подземных ямах, а для текилы — в наземных печах. Отсюда у мескаля дымный оттенок.

❷ Для текилы используют только голубую агаву, а для мескаля разных видов агавы насчитывается до 70.

❸ Текилу чаще выдерживают, чем мескаль. Это связано с тем, что мескаль, как традиционный и исторический напиток Мексики, должен получаться с первого раза. А если вдруг ты отправляешь его на выдержку, значит, он не получился. С текилой рамки не такие жёсткие, потому что это один из главных экспортных продуктов страны.

Сотол

Сотол изготавливают из сока пустынного растения дазилирион *(«пальма с высокими тонкими листьями» — на языке местных)*, которое распространено в горной местности штата Чиуауа. Как и агава, он является суккулентом из семейства спаржевых. Дазилирион созревает лишь раз в 10–15 лет, что делает сотол редким напитком. Но в отличие от агавы после цветения это растение не погибает, а продолжает своё развитие. Дазилирион ярко демонстрирует особенности почвы, на которой произрастает, предпочитая самые разнообразные каменистые условия.
Сотол, произведённый из сырья, выращенного в лесных районах, обладает ароматами сосны, мяты и эвкалипта. В то время как сорта из пустынь имеют более минеральный, землистый и кожаный вкус.
Производство дистиллята также разрешено в штатах Коауила и Дуранго.

КУЛЬТОВЫЕ БРЕНДЫ СОТОЛА:
● ONÓ ● SIEMPRE ● NOCHELUNA

Райсилья

Дистиллят крепостью выше 50%, известный как райсилья, родом с солнечного юго-запада штата Халиско и живописного региона Баия-де-Бандерас в соседнем Наярите.

Этот ароматный напиток подвергается перегонке всего один раз, что отличает его от текилы. Изготавливают райсилью только из сорта агавы максимилиана. Официальный статус напитку был присвоен в 2019 году, а до этого его производство представляло собой что-то вроде полномасштабной подпольной империи с фокусом на уклонении от налогов.
Райсилья считается разновидностью мескаля и близкой родственницей текилы, но её отличают более яркие фруктовые и цветочные оттенки вкуса.

КУЛЬТОВЫЕ БРЕНДЫ РАЙСИЛЬИ:
● LA VENENOSA ● ESTANCIA ● LA REINA

Баканора

По технологии производства баканора аналогична мескалю, но она изготавливается исключительно в штате Сонора *(DO)* с применением уникального сорта агавы — Agave angustifolia. Напиток производится кустарными методами в таких населённых пунктах, как Сауарипа *(Sahuaripa)*, Аривечи *(Arivechi)*, Кумпас *(Cumpas)*, Уасабас *(Huásabas)*, Моктесума *(Moctezuma)*, Баканора *(Bacanora)* и Сан-Педро-де-ла-Куэва *(San Pedro de la Cueva)*. В последние годы к нему значительно растёт интерес.

По преданию, мексиканские крестьяне в древние времена прибегали к употреблению баканоры с таинственной целью «уйти в небытие».

Реклама стимулирует сбыт хорошего товара и ускоряет провал плохого.

Альфред Политц
американский социолог

К сожалению, с вступлением в силу Федерального закона Российской Федерации от 20 июля 2012 г. № 119-ФЗ мы не можем воспроизвести эту страницу Simple Wine News в электронной версии издания.

Бумажный Simple Wine News доступен в лучших ресторанах и винных магазинах России.

Еще больше материалов читайте на swn.ru

simple wine news

Angostura отмечает **всего лишь 200**

«Ангостура» в честь важного юбилея Дома выпускает лимитированную коллекцию своего легендарного биттера — **Angostura 200 Year Anniversary Limited Edition Bitters**.





ANGOSTURA 200 YEAR ANNIVERSARY LIMITED EDITION BITTERS *

Однажды 200 лет назад ароматические биттеры Angostura® стали пионерами в этой категории. В ознаменование исторического релиза и отдавая дань наследию компании, Дом выпустил лимитированный релиз биттера, созданного на основе выдержанного рома, — всего 120 тыс. бутылочек, сохранивших фамильные черты: этикетку «с чужого плеча», на этот раз чёрную, и квадратноплечий силуэт.

Купаж у этого эликсира очень сложный, с удивительно насыщенным вкусом — он же должен запомниться!

Этот новый вкусовой профиль призван преобразить категорию биттеров. Роскошная золотисто-янтарная настойка со знакомым сладким вкусом аниса и специй изготовлена из идеальной смеси выдержанного рома Angostura® с корнем дягиля, римской полыни и мускатным орехом, который, обладая знакомой пряностью и пикантностью, придаёт аромату уют и вызывает приятное чувство ностальгии. Angostura® Aged Rum усложняет купаж, привнося древесные и растительные ноты, уравновешивая характер трав.

* Новинка в скором времени поступит в Simple.

Славная история Дома **Angostura** началась аккурат в 1824 году, когда его основатель доктор Иоганн Зигерт впервые произвёл ароматические горькие настойки в городе Ангостура в Венесуэле, который сегодня называется Сьюдад-Боливар. То были времена освободительных от испанского владычества войн. Настойки изначально предназначались в качестве лекарственного средства страдающим от тропической лихорадки солдатам. По мере того как распространялась молва об уникальном вкусе Amargo Aromatico, они вскоре завоевали отменную репутацию среди закалённых моряков как согревающее дополнение к их напиткам: пуншам, ромам и другому алкоголю, — а также помогающее при морской болезни. Так в 1830 году наладился экспорт в Великобританию, тогдашнюю владычицу морей. Ещё через 20 лет стимулирующий напиток Зигерта стал популярным и в США — благодаря распространению коктейльного поветрия. В 1870-х годах сыновьям доктора Зигерта пришлось покинуть Венесуэлу. Они перебрались на Тринидад и Тобаго, на самые южные из Карибских островов, не забыв про родительские рецептуры. Начиналась компания Зигертов как семейная дистиллерия. Быстро она стала производителем изысканного рома и, что немаловажно, уникального биттера **Angostura® Bitters**, тонкости приготовления которого по сей день держатся, само собой, в секрете. Биттер и дал имя компании в 1904 году. Со временем она перешла от наследников в руки их кредиторов и семейный статус утратила. Но не качество продукта и не рынки — а они успешно расширялись. Сегодня штаб-квартира компании находится в Лавентиле, на карибском острове Тринидад. Биттер Ангостура® считается одной из его жемчужин. Новый юбилейный биттер произведён на единственной сохранившейся винокурне в Тринидаде и Тобаго, пестующей традиции и качество производства напитков.

ФОТО: ANGOSTURA®





В связи с юбилеем Дома по всему миру проходят торжества и презентации **Angostura 200 Year Anniversary Limited Edition Bitters**. В рамках празднования своего **200-летия** компания **Angostura Holdings Limited** объявила о создании Фонда **Angostura Foundation**, который в сентябре провёл благотворительный аукцион, предложивший сотням гостей три лота:

— картину известного местного художника Кибве Лорейле с надписью Джона Гордона Зигерта, праправнука изобретателя настойки Angostura®, и восковой печатью, специально изготовленной к 200-летию дома;

— коллекционную золотую монету, выпущенную монетным двором Скоттсдейла в США: на аверсе её — логотип Angostura®, а на реверсе — изображение основателя Дома доктора Иоганна Зигерта;

— бутылку рома **Cusparia** под номером 200: в серии всего 1824 бутылки, и все цифры не случайны.

Вырученная сумма в 534 000 долларов передана в **Credo Foundation for Justice**, занимающийся спасением детей, пострадавших от насилия. Эта акция продолжает приверженность **The Angostura Foundation** своей социальной составляющей, направленной на интеграцию семейных ценностей, обучение и развитие молодёжи.



Бутылка рома Cusparia
под номером 200 из серии «1824»,
что намекает на год рождения Дома



Генеральный директор Angostura Limited Лоран Шун:

«Для любой компании перешагнуть 200-летний рубеж является невероятным достижением. Мы хотели использовать юбилейный момент для создания уникального биттера для особых случаев, который побудит потребителей разнообразить свои коктейли, привнося в них особый колорит истории».

ФОТО: ANGOSTURA®

Реклама помогает повысить уровень жизни, повышая уровень желаний.

Э. Маккензи
американский писатель и философ

К сожалению, с вступлением в силу Федерального закона Российской Федерации от 20 июля 2012 г. № 119-ФЗ мы не можем воспроизвести эту страницу Simple Wine News в электронной версии издания.

Бумажный Simple Wine News доступен в лучших ресторанах и винных магазинах России.

Еще больше материалов читайте на swn.ru

simple wine news

Загадки по-ирландски

Что представляет собой сегодня индустрия виски в Ирландии и на что обратить внимание при выборе бутылки? На эту интереснейшую тему редактор **SWN** Валерия Труфакина поговорила за дегустацией вполне доступных образцов айришей с весёлой компанией виски-экспертов.

Какой-то десяток лет назад при словах «ирландский виски» моментально всплывали ассоциации: зелёное яблочко, лёгкость, понятность. Так вот, об этом забудьте. Всё изменилось. Теперь ассоциативный ряд определяет не единственный бодро раскрученный бренд на букву J, а несколько направлений движения виски-индустрии Зелёного острова.

На недавно прошедшем **Bar Convent Berlin** Питер Куни *(Boann Distillery)*, человек с солидным виски-прошлым, провёл мастер-класс под говорящим названием «Ирландский виски: величие, падение, воскрешение и революция». Эти четыре слова как раз и отражают суть того, что происходит с ирландским виски. После золотой эры XIX века, почти гибели индустрии в XX-м из-за сухого закона в США и завоевания рынка шотландцами, когда в Ирландии осталось буквально две дистиллерии, к началу XXI века стали появляться новые или возрождаться старые бренды айришей. А мы как раз наблюдаем период революции в положительном ключе: производство ирландского виски ширится и цветёт, это сейчас особый бурный мир.

Пик интереса к виски и, соответственно, цен наблюдался в 2022 году, даже с учётом проседания в связи с ковидом. Но после этого момента пошёл откат, что было видно и по аукционам, и по продажам мировых гигантов. В целом как категория виски всё равно растёт, хотя и не такими темпами. И самыми быстрорастущими сегментами остаются американские виски и pot still. Второе — это чисто ирландская история.

Ирландцы наступают

На 2024 год в стране насчитывалось 60 дистиллерий — то есть предприятий, обладающих собственными мощностями и производящих виски. Причём 25–30 производителей появились буквально за последние три года. Что до брендов, то только лишь одна **Great Northern Distillery** выпускает порядка 550 марок, и общее число ирландских наименований уже не поддаётся счёту.

И тут надо понимать одну ирландскую тонкость: не все из новичков имеют собственные виски. Во-первых, спиртам ещё менее трёх лет. Во-вторых, часть из этих самых новичков, познав прелесть использования покупных спиртов, не спешат пересаживаться на собственное производство и вновь добиваться успешности. Есть примеры и от обратного — самые сообразительные говорят: *«А мы не хотим возиться с собственным производством, спиртов в лёгком доступе гигантски много. Мы сначала найдём своего потребителя, сделаем бренд, завоюем рынок, а потом купим*



ФОТО: ТАТЬЯНА ПЛАТОНОВА

какой-нибудь хиреющий заводик, если нам понадобится гостевой дом или взбредёт заняться собственной дистилляцией и выдержкой».

Тут ещё есть вопрос лицензирования — правила лейблинга в Ирландии достаточно свободны, и часть зависших проектов спокойно бутилирует под своими ирландскими брендами чужие спирты. Вот пример: **Kilbeggan Distillery**, существующая с 2007-го, — это просто игрушечное производство-музей. Есть и перегонные кубы — и новый, и старый антикварный, так что сколько-то продукта в неделю перегоняется. Но при этом все прекрасно знают, что сам бренд **Kilbeggan** выпускают на **Cooley Distillery.**

Поэтому с ирландскими цифрами надо быть осторожными. Например, нет никакого скачка по росту продаж ирландцев в мире. Наоборот, в 2023 году продажи упали примерно на 14%, при том что на основном рынке, в США, падение составило аж около 18%. И до 80% продаж составляет продукция бренда **Jameson** — хотя на той же самой **New Midleton Distillery** существуют такие мощные ребята, как **Powers** или **Redbreast**. Сколько на остальных приходится, вообще неясно. Продажи лет за шесть изменились на считанные литры, несмотря на бешеный бум строительства производств.

И не без тревожных звоночков при революции, что классически естественно — два предприятия недавно выставлены на продажу: **Listoke Distillery** и **Powerscourt Distillery**. Причина? Скорее всего, много вкладывались в собственные спирты, заморозив капиталы минимум на три года.

Ирландские тренды

1 ПРЕМИУМИЗАЦИЯ

Весьма болезненная тема для ирландцев — цены, они просто нереальны для такого количества релизов, особенно никому не известных марок. Покупатель, стоя перед полкой с батареей непонятных названий с конскими ценниками, чешет, скажем, затылок, вздыхает и берёт привычный скотч. А ирландцы сидят на своих спиртах, поступиться монетками не хотят.

В Ирландии сегодня 60 дистиллерий, причём 25–30 из них появились буквально за последние три года.

Как отмечает Алексей Неаронов, ситуация очень напоминает так называемый кризис Паттисона в Шотландии конца XIX века, который инициировал снижение цен на виски и обрушил каскадом закрытия и сокращения производства во всей шотландской индустрии виски. И сейчас в Ирландии, кажется, ляжет не так одна костяшка — всё покатится. Хотя, возможно, многие и устоят: не все вкладывались в собственные дистиллерии,

УЧАСТНИКИ ИРЛАНДСКИХ ДЕБАТОВ И ДЕГУСТАЦИИ:



АЛЕКСЕЙ НЕАРОНОВ (АН)
АВТОР «КРАТКОЙ ЭНЦИКЛОПЕДИИ ЦЕНИТЕЛЯ ВИСКИ»



НИКИТА КУРОЧКИН (НК)
КОМПАНИЯ AST



ДАНИИЛ ВИННЕР (ДВ)
«БРЮС БАР»



АЛЕКСАНДР СКРИПКИН (АС)
WE WHISKY CLUB



СЕРГЕЙ РАКОВСКИЙ (СР)
КОМПАНИЯ LADOGA



МИХАИЛ САМАРИН (МС)
«ВИПЭИ ВИСКИ»



ВАЛЕРИЯ ТРУФАКИНА (ВТ)
SWN

держали-бутилировали чужое.
Многие бренды хотят выпускать меньше, но дороже — уходя в премиальный сегмент. Это касается всего мира, но в Ирландии хорошо заметно: бренды стараются быть красивыми и дорогими, и у них нет другого пути. Нельзя сделать дешёвый приличный ирландский виски — потому что нереальные налоги, Ирландия входит в топ-5 самых дорогих стран, где производят алкоголь. И у новичков на рынке нет шанса поразить всех доступной ценой. С другой стороны, возвращаясь к началу, ты не можешь с неизвестным брендом заломить 180 евро за бутылку — получается просто замкнутый круг.
Пример — опытный Марк Ренье, известный со времён работы на **Bruichladdich**, выводя в 2020-м на рынок свой **Waterford**, расположившийся на берегу реки Шур в Уотерфорде на юго-востоке Ирландии, с красивейшими синими бутылками, удерживает цену 60–80 евро. И у него тоже проблемы с продажами — при добротной продуманной истории и имени владельца. Каковы же шансы у новичков — вопрос риторический.
Одно из направлений премиумизации — возвращение к историческим истокам производства, отсюда просыпающийся интерес к pot still. Не так резво, как нам бы хотелось: около десятка производств пока выступают с этим стилем.

2 ФИНИШНЫЕ ДОВЫДЕРЖКИ

Снова ничего нового: шотландцы уже успешно пошли этим путём, выступив с премиум-тюнингом подавляющего большинства брендов. Если бочки из-под хереса и порто когда-то были вынужденной мерой, по бедности, со временем они стали фирменной фишечкой многих вкусов. И пошло-поехало — нет предела фантазиям, только цена забавной бочки из-под сотерна, коньяка, красного вина, пряного рома или айсвайна.
Например, дистиллерия **Boann Distillery** со своим брендом **The Whistler Irish Whiskey** объявила о революции в мире финишей — виски с довыдержкой в бочке из-под виски, такого как **Laphroaig**, например. Будьте уверены, поклонники тут как тут. Давно уже никто не содрогается от копчёно-торфяных нюансов в айришах.
Вся проблема ирландцев — в культивировании ими же долгое время создававшейся специфичной ирландскости, выраженной в лёгкости пития. И даже в любезности к коктейльной теме. И в простоте. Но финиши предполагают вдумчивое употребление, роскошь деталей, уважение к атмосфере, в

SINGLE POT STILL — традиционный для Ирландии с конца XVIII века стиль виски, для производства которого использовался ячмень — микс соложённого обычно без использования торфа и зелёного несоложёного; допускалось другое зерно, как овёс и рожь. Двойная или тройная дистилляция, минимальная выдержка в дубе три года.
Год назад категория пот стилл поменяла свою структуру, хотя это пока не утверждено правительством ЕС. И теперь Single Pot Still должен состоять из минимум 30% соложёного ячменя, минимум 30% несоложёного и максимум 30% других зерновых культур, например овса или кукурузы. Пропорции, естественно, значительно влияют на вкус. Овёс придаёт супермягкость, кукуруза — сладковатость. Производитель обычно формулу не раскрывает. Поэтому очень трудно определить, что такое сингл пот стилл во вкусе: допустим, общее — это минеральность, кофейно-сливочная нота, текстурность. Но теперь чётко сказать «пот стилл — он вот такой» невозможно. Важно и то, в каких бочках виски воспитан: можно просто не почувствовать за агрессивной бочкой, сингл молт это или пот стилл.

ФОТО: ТАТЬЯНА ПЛАТОНОВА

Будем вкладываться в премиум, рассуждать о достоинствах pot still и выбирать между финишем в экс-коньячном или постбордоском дубе.

конце концов. А то, что пишут ирландцы на этикетках, никак не помогает потребителю понять, что же он в итоге получит. Опять же, за немаленькие деньги. И вот такие детали выбивают с полки быстрее всего.

Наши и ваши «ирландские» проблемы

Оставим в покое цены, вернёмся снова к теме лейблинга — пиши что хочешь на этикетке. Они и пишут. Даже в нашей слепой дегустации, казалось бы, были вопросы с правильной расстановкой бутылок — этикетки в этом деле путали следы.

Люди с более или менее структурированным подходом и более или менее академическим взглядом, как наши участники, говорят о том, что пестрота безыдейных надписей на айришах поражает и раздражает. Невозможно привести ирландцев, в первую очередь новичков, к какой-то единой классификации, схеме или теме.

Вполне возможно, от этого сумбура выиграют старички и крупнячки, как **Old Bushmills Distillery** и **New Midleton Distillery**. И даже таким солидным брендам, не имеющим собственного производства, зато обладающим мощной идеей и концепцией, как **Kinahan's**, **Writers' Tears** и **The Irishman**, это может быть на руку. А вся юная пена просто растает, уйдёт в историю.

Пусть вас не обольщает цифра «60 производств» — на самом деле подавляющее большинство брендов составлены из спиртов всего лишь нескольких дистиллерий. Мы все пьём в основном **Cooley**, **Bushmills**, **Great Northern**, **Midleton** или **West Cork**. Скорее всего, по местоположению винокурни мы поймём, какие у неё спирты, — ввиду логистики.

Алексей Неаронов предполагает: *«Ирландцы просто не нашли своё место. Вот у японцев имидж очень дорогих виски: просто так сложилось, хотя в сегменте массового производства встречается абсолютный треш — но потребители готовы давиться за японскую надпись, и возникает много новых проектов. Шотландцы очень просто сделали с точки зрения лейблинга, жёстко обязав производителей писать категории и регионы производства».* Так и есть — берёшь бутылку и понимаешь: вот бленд или сингл молт с Айлы или Спейсайда, что уже подразумевает определённую стилистику и некоторую региональную специфику, хотя это и условно. А в Ирландии — полнейший беспорядок. Вы же сталкивались с бутылками, где надписи гласят о бленде сингл молт и пот стилл или блендед сингл молт плюс зерновой, пот стилл плюс зерновой — и это всё может называться просто **Irish Whiskey**? И совершенно непонятно — откуда взялось, почему столько стоит и при чём тут какая-то транслируемая на контрэтикетке древняя история, если спирты с другой дистиллерии. И нет японского чуда с «изысканным» и «роскошным» виски, ведь айриши всегда были про «бухнуть». То есть ирландцы оказались зажатыми в этих зыбких рамках и не смогли организоваться. И нет пока ответа на вопрос, почему они не хотят ужесточить правила выноса на бутылку, дать структуру потребителю — который, чуя подвох и обман, предпочтёт взять подешевле, с нижней полки: это же давно изученное поведение! Ведь эти меры могли бы потянуть вверх всю отрасль.

Опять-таки, кто в выигрыше? Марки, которые хорошо известны на рынке, зарекомендовавшие себя. В том числе правильным выходом в люди. Известный кейс с маркой, якобы принадлежащей бойцу Конору Макгрегору, **Proper Twelve** *(он там амбассадор)*, которая рвёт танцпол в Германии, России, США и полностью игнорируема в Англии. Виски ассоциируется с конкретным лицом, неважно, что внутри. Правильная дифференциация от других непонятных бутылок — конкурентное преимущество. Большинство же делают стандартную этикетку, заливают некие спирты — и остаются непризнанными.

Что в итоге

Вполне возможно, всё к лучшему: на рынке останутся айриши, которые теперь будут обладать новой группой потребителей, готовой вкладываться в премиум, рассуждать о достоинствах pot still и выбирать между финишем в экс-коньячном или постбордоском дубе.

Иными словами, среди айришей мы выбираем бренды, но не красивые этикетки. К счастью, в нашем распоряжении виски, которые наверняка останутся: они уже состоялись, выйдя на наш рынок в нынешних условиях — очевидно, импортёры их выбрали осмысленно и намеренно.

УСЛОВНЫЕ ОБОЗНАЧЕНИЯ

НАИМЕНОВАНИЕ | % КРЕПОСТЬ | ТИП ДИСТИЛЛЯТА | ВЫДЕРЖКА/ДОВЫДЕРЖКА | ₽ ЦЕНА ПО ДАННЫМ ИНТЕРНЕТ-ВИТРИН | ИМПОРТЁР

ВИСКИ POT STILL









Writers' Tears Single Pot Still Irish Whiskey

% 46%

сингл пот стилл тройной дистилляции

с довыдержкой в бочках из-под марсалы и хереса педро хименес

₽ 18 490

Simple

Writers' Tears — серия от семейного бренда Walsh Whiskey, воссоздающая рецепты «золотой эры» айришей XIX века, сопровождавших жизнь великих ирландских писателей — Джеймса Джойса, Бернарда Шоу, Сэмюэла Беккета. Есть финишная довыдержка.

ВТ: Сладкие карамелизированные дольки красных яблок, фирменная пот-стилловская щепотка специй во вкусе обволакивается бархатистостью и сладостью хереса и тянется в послевкусии.
НК: Заварной крем с робустой, дубовые истории. Сливочность во вкусе и приятная горчинка в конце. Гастрономично.

Dingle Bealtaine Single Pot Still Irish Whiskey

% 52,5%

сингл пот стилл тройной дистилляции

7 лет, довыдержка в бочках из-под шираза

₽ 13 290

«Арома»

Первая в этих краях дистиллерия за сто лет, Dingle, — с атлантического побережья Ирландии. Основатели — трое пивоваров-крафтеров, покусившихся в 2012-м на крепкий ассортимент. Виски получился тоже крафтовым, из трёх медных кубов, изготовленных под заказ медниками Forsyths в Шотландии. Dingle — из тех немногих ирландских заводов, которые не покупают и не продают спирты, это всегда 100% Dingle. Bealtaine — древний кельтский праздник, означающий конец весны, очищение.

ВТ: Сладость фиников и изюма в аромате под шоколадом и ванильным кремом. Тёплый вкус с плотной текстурой сиропа, вишня в шоколаде, карамелька, и на финише — орехи в сливках. Хит для кофе по-ирландски.
МС: Яркий аромат, всё, что должно быть в айрише. Насыщенный стиль, яркий, глубокий.

Dingle Single Pot Still Batch №5 Irish Whiskey

% 46,5%

сингл пот стилл, без холодной фильтрации

6 лет, только бочки из-под бурбона

₽ 13 190

«Арома»

Пятый специальный релиз. Используется кристально чистая вода из собственной скважины глубиной 240 м.

ВТ: Красивый объём, тона засахаренного имбиря, малины, мяты, белого шоколада и марципана, на финише акценты трав.
ДВ: А какие красивые ножки! Сложный, богатый аромат с нотами шербета, кокоса, солёной карамели, даже рогалики с корицей. Под коктейльную тему его.

The Irishman Founder's Reserve Caribbean Cask Finish Irish Whiskey

% 46%

бленд сингл молт и сингл пот стилл

6–9 лет, полгода в бочках из-под карибского рома

₽ 10 490

Simple

Основатель The Irishman, ставшего символом ренессанса айришей в XXI веке, Бернард Уолш — продолжатель традиций и мастер экспериментов с дубом, в его коллекции бочки из Испании, Франции, Китая, США и Италии. В 2008 году он выпустил первый за 50 лет ирландский бочковой single pot still виски, произведённый методом тройной дистилляции.

ВТ: Объём и насыщенность этого виски с характером покоряют. Тона экзотического рома, абрикоса и летних фруктов. Тропики во вкусе, на финише — ноты инжира и банана.
АН: Виски с характером, яркой тональностью. Это запоминается.

И ДИКОВИННЫЕ ДОВЫДЕРЖКИ



Bushmills 16 YO Rare Single Malt Irish Whiskey

% 40%

сингл молт

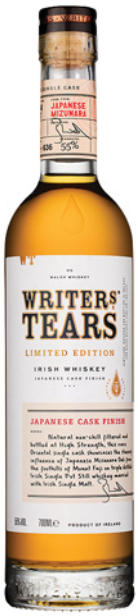
16 лет, финиш в бочке из-под порто

₽ 18 200

AST

Напомним, Old Bushmills — первая в мире дистиллерия, получившая в 1608 году официальную лицензию. Культовое североирландское производство полного цикла.

ВТ: Насыщенный фруктово-сладкий вкус, на финише читаются солодовые оттенки. Мягко, чуть пряно.
НК: Шикарный виски. Бархатистый, с нотами десерта и красных ягод. Единственный образец в сете с указанием возраста, да ещё и 16 лет! Даже жалко, что крепость всего 40%.



Writers' Tears Japanese Cask Finish Irish Whiskey

% 55%

бленд сингл пот стилл и сингл молт, тройная дистилляция, финиш в японском дубе мидзунара

₽ 13 490

Simple

ВТ: Деликатность и гармония. Аккуратные оттенки зелёных фруктов с нюансами ванили и гвоздики. Экзотика пряного кокоса. Послевкусие тонкое и сложное.
AC: Импонируют лёгкие специи и пряности. Интересные впечатления.



The Whistler Imperial Stout Cask Finish Irish Whiskey

% 43%

бленд пшеничный виски 50%, солодовый 35%, зерновой 15%

4 года в бочках из-под бурбона и 12 месяцев в бочках из-под ирландского стаута

₽ 7292

LADOGA

Дистиллерией Boann Distillery владеет семья Куни, более 40 лет связанная с индустрией ирландского виски. Бренд The Whistler назван в честь патриарха семьи Пэта Куни, известного своим мастерством свиста — нынче его мелодии звучат в помещениях винокурни с утра до вечера.

ВТ: Если вы знаете, что такое стаут, вы не удивитесь нотам обжаренного кофе, шоколада и какао. Сливочно и обаятельно.
НК: Всё слаженно, гармонично, неназойливо. Хорош в сольной программе. Отличная пара к пиву. Что примечательно, здесь, в отличие от многих виски с выдержкой в пивной бочке, действительно чувствуется влияние стаута.



The Whistler The Good, The Bad and The Smoky Blended Malt Irish Whiskey

% 48%

блендед молт

довыдержка 12 месяцев в 125-литровых бочках из-под торфяного Laphroaig

₽ 9880

LADOGA

ВТ: Мягкий, мелодичный, тонкий торф для поклонников, он неожиданно солирует в компании с дымком костища. Угольки и во вкусе, пряные специи, карамелька.
AC: Неожиданно. Предупредить бы надо. Ничего ирландского тут, но интересно.



The Whistler Mosaic Marsala Cask Single Grain Irish Whiskey

% 46%

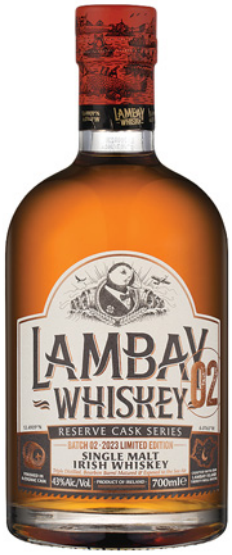
однозерновой

довыдержка в бочке из-под марсалы

₽ 6586

LADOGA

ВТ: Нечасто мы встречаем достойные single grain виски премиального уровня, да ещё и из Ирландии. Цитрусовая тональность от цедры до ломтиков апельсина обнимает и освежает. Довольно ярко, обволакивающе, абрикосы в меду уходят в пряные специи на финише.
АС: Я же говорил, Сицилия! Тоффи и орехи в шоколаде. Текстура интересная, мягко согревает виски.
НК: Очень редкий образец действительно хорошего зернового виски. Вот что значит хорошая бочка!



Lambay Reserve Cask Series Single Malt Irish Whiskey

% 43%

односолодовый, тройная дистилляция

довыдержка в бочках из-под коньяка Camus первого и второго пассажа

₽ 12 490

Simple

Островок Ламбей восточнее Ирландии, принадлежащий Александру Барингу, — родина этого виски, созданного в коллаборации с Сирилом Камю. Бренд был задуман как экстраординарный для самых требовательных ценителей виски. Это второй ограниченный релиз, выдержан непосредственно на острове Ламбей. Выпущено всего 18 000 бутылок.

ВТ: Его нельзя назвать островным в полном смысле, но йод, соль и ноты мяты приметны в аромате, на фоне какао и кедра. Во вкусе поджаренные хлебцы, перец и мускатный орех. В послевкусии снова солоноватость. Хорош в компании с шоколадом.
ДВ: Интересно, что коньячность никак не проявляется в органолептике, но она грамотно и тонко повлияла на огранку виски.



Bagots Single Malt Irish Whiskey

% 43%

односолодовый

комбинация европейского дуба и бочек из-под мадеры

₽ 7910

AST

Дублинская Bagot & Hutton 100 лет назад была успешной дистиллерией, но потом замерла. В 2015 году бренд снова появился, и новые владельцы не дали ему затеряться на шустро растущем рынке. При этом очень по-ирландски звучит главный девиз компании: «Ничего обычного».

ВТ: Приятная мягкость в компании тонов персиков в карамели, с цитрусовыми нюансами и ореховым послевкусием — ненавязчивый и дружелюбный персонаж.
АН: Очень чистое звучание. Тот случай, когда новый игрок, за которого вообще не стыдно. Вкусный, понятный, солидный.



Element R/1.0 Fusion Series Irish Whiskey

% 43%

купажированный, тройная дистилляция

выдержка в бочках из-под бурбона, стаута и сладкого вина из муската

₽ 6050

AST

Проект Element задуман с целью создавать виски совместно с потребителями, оформлять вручную, в уникальном дизайне и традиционном ирландском стиле. Словом, регулярные тестирования, новаторская миксология, дух приключений.

ВТ: Фрукты и ещё раз фрукты плюс карамель и кофе латте — на фоне обожжённого дуба. Мягко, с оттенками солода. На финише специи с кремом.
НК: Обманчивая лёгкость и нежность вкуса. Такая классическая неоирландия на максималках. Дизайн бутылки впечатляет.

Вести бизнес без рекламы —
все равно что подмигивать девушке
в полной темноте.

Стюарт Хендерсон Бритт
социальный психолог

К сожалению, с вступлением в силу Федерального закона Российской Федерации от 20 июля 2012 г. № 119-ФЗ мы не можем воспроизвести эту страницу Simple Wine News в электронной версии издания.

Бумажный Simple Wine News доступен в лучших ресторанах и винных магазинах России.

Еще больше материалов читайте на swn.ru

simple wine news

Барная гонка: продолжение

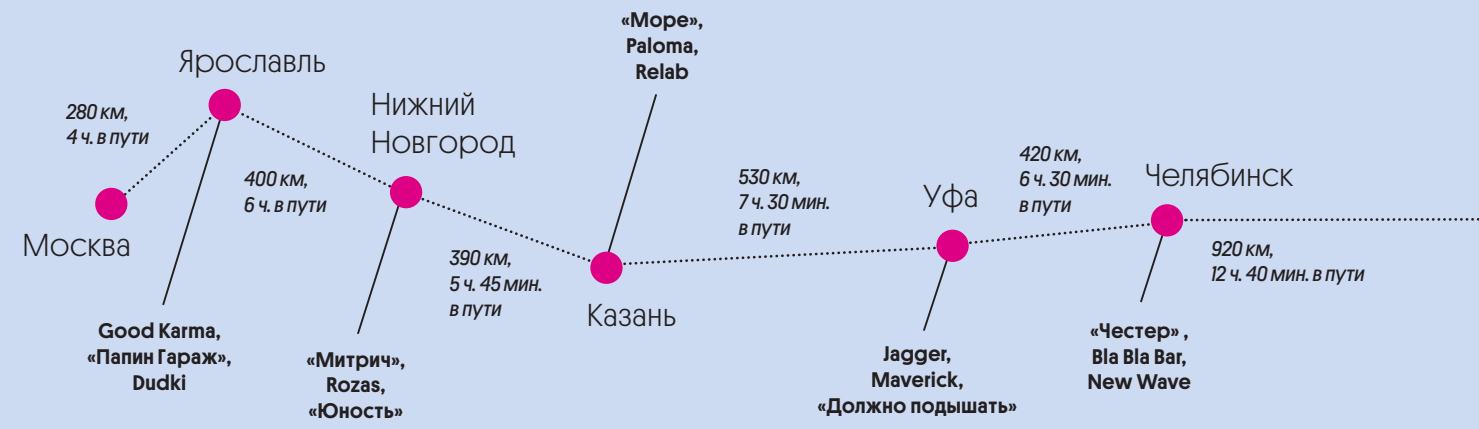
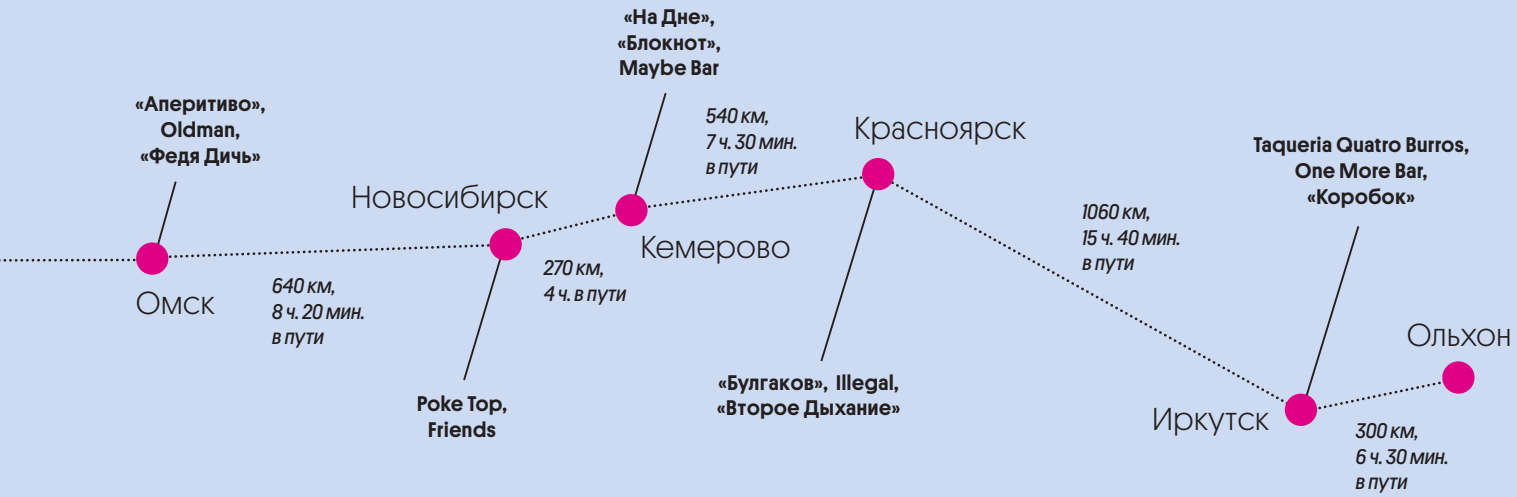




ФОТО: ВАЛЕРИЯ ПЛОТНИКОВА

Это продолжение нашумевшего блокбастера* о путешествии девяти отважных амбассадоров компании **Simple**, которые **смогли преодолеть почти 6000 км на машинах Tank** по российским дорогам от Москвы до острова Ольхон — и за 40 дней не поубивать друг друга. Откуда я это знаю? Потому что я — одна из них, Валерия Плотникова, единственная девушка в команде и очевидец, не побоюсь этого слова, безумного приключения, в которое мы отправились.



На фото на соседней странице (слева направо): Артём Кубрак, Кенан Ассаб, Константин Плесовских, Дэнис Вальдес, Валерия Плотникова, Сергей Шигин, Валерий Расин, Александр Герега, Александр Глазунов

Сегодня я пишу эту статью уже из Москвы, а не из Уфы, Челябинска, Омска, Новосибирска или какого-то другого города нашего тура.

Наша авантюра, экспедиция **Simple Spirits Academy** *(SSA)*, завершилась 19 июля 2024 года, когда вся команда покинула остров Ольхон. Это был момент, полный противоречий. С одной стороны, мы ждали его: выдохнуть, завершить путь, но с другой — осознание того, что всё закончилось, накрыло нас волной грусти. Это одно из тех редких событий, когда ты рад, что «всё закончилось», но слёзы наворачиваются на глаза оттого, что «это закончилось», и самое печальное — больше не повторится...

И правда, не повторится. За три месяца, что прошли с момента окончания нашего путешествия, многое изменилось: состав команды, идеи и ценности. И возможно, мы больше никогда не объявим о новом туре под флагом Simple Spirits Academy. А значит, эта статья будет скорее ностальгическим воспоминанием в духе доброго поучительного драмеди о том, что с нами происходило, какие сложности встречались на нашем пути и как нас всех сделало лучше это путешествие. Эта статья — скорее эпилог, чем просто забавные заметки о том, «как это было».

Но прежде чем мы перейдём к финалу, предстоит обсудить ещё семь городов нашей удивительной страны.

Первую часть репортажа «с колёс» я закончила на том, как мы «перевернули понедельник», — теперь уже можно сказать, что гостевая стена в тот понедельник в казанском баре More была одной из самых фееричных, масштабных, шумных и весёлых гостевых за весь тур. В поддержку этому событию в ту ночь с 17 на 18 июня случилась сильнейшая гроза и ливень стеной, который наводнил улицы столицы Татарстана. Так мы с гостями и коллегами оказались заперты в баре на долгие часы и с удовольствием проводили время в классной компании под весёлую музыку, допивая текилу Rooster Rojo, шоты Fernet и коньяк Camus.

* был опубликован в летнем «коктейльном» выпуске SWN



Ожидание парома для переправы на Ольхон



Сергей Шигин прощается с Дэнисом Вальдесом, который улетает на работу в Москву



Лекция в Уфе в баре The Bar



18 июня

10:00

Казань

Команда полна энергии и готова выдвигаться в Уфу, наш следующий город. Но не всё идет по плану: после феноменальной ночи мы потеряли самого эксцентричного участника нашей команды, Александра Глазунова, амбассадора «Онегина». Среди команды живёт мем о Сашином кредо: «*Я решил так рано не приезжать*», и теперь вы понимаете, почему он оказался не с нами в этот момент.

Однако именно в таких ситуациях проявляются настоящий командный дух, ответственность и взаимовыручка. Мы не могли просто уехать без Александра, но и нарушать расписание тура было нельзя. В итоге решили разделить силы: Валера как старший амбассадор и «организатор этого цирка» остался в Казани, чтобы дождаться Сашу и разобраться с ситуацией, а остальные отправились в Уфу по графику.

Казалось бы, мелочь, но именно такие моменты оставляют важные следы в памяти. Взаимопонимание, умение поставить себя на место другого — это то, что скрепляло нашу команду на протяжении всего пути. Ведь это универсальный принцип для любой группы людей, объединённых общей целью, — будь то бармены, амбассадоры или коллектив в любой другой сфере. Сила команды заключается в единстве перед трудностями, а не в том, чтобы противостоять друг другу.

Это был только третий город в нашем туре, но мы уже чувствовали, что путь впереди будет непростым — как физически, так и морально. Для многих из нас это путешествие не было единственным проектом: кто-то совмещал поездку с удалённой работой в Москве, а, например, Дэнис Вальдес каждые несколько дней возвращался в столицу для работы. В дальнейшем мы не раз поддерживали друг друга, нашли возможность устроить мини-отпуск практически для каждого из нас с возвращением в Москву на несколько дней. Благодаря усилиям Сергея Шигина мы скорректировали график так, что каждый получил день отдыха в последующих городах, и это в конце путешествия стало просто спасением для наших внутренних интровертов, а взаимная поддержка на лекциях и гостевых сменах помогала нам продолжать этот путь вместе, несмотря на различия в характерах и личных амбициях.

Но не думайте, что дальше всё будет гладко, — вовсе нет.

14:22

Набережные Челны, трасса М-7 (Е017)

Встречаем Сашу и Валеру в «Бакинском дворике» с таким восторгом, будто они ушли за хлебом и вернулись через десять лет. Мы реально успели соскучиться за пару часов разлуки, потому что в таких трипах чувствуешь единство сильнее, чем когда тебя запирают в баре в грозовой ночи. Команда снова в сборе — обедаем отличной бакинской кухней, хохочем до слёз над всей ситуацией и двигаем дальше.

ФОТО: ВАЛЕРИЯ ПЛОТНИКОВА

Если кратко, «КУБ» — это квинтэссенция современной Уфы: живой, дышащей, творческой и, что важно, пьющей с изяществом.

19 июня

11:00

Уфа, бар The Bar

Дождь, похоже, был подписан на наш тур — пытался догнать нас и здесь. Город встретил нас прохладной предгрозовой атмосферой.
В Уфе произошло непоправимоу: время сдвинулось на два часа вперёд, и шестерёнки наших биологических часов заскрипели, ведь теперь подъём в восемь утра означал подъём в шесть, а приехать на площадку к десяти означало сами догадываетесь что. Тяжело соскребая себя с кровати 19 июня утром, все ярко почувствовали смену часового пояса.
Тот роковой день начался в баре **The Bar**, где уже собрались представители местной барной тусовки, готовые впитывать новые знания, как пропавшие в пустыне.
Местное комьюнити заинтересовано в вопросах развития барной культуры в Башкортостане. Было приятно видеть такую явку на лекциях с самого утра и ощущать оживлённую коммуникацию аудитории.
Первым стартанул наш самый педантичный оратор — Сергей Шигин, разложил по полочкам всё про саке, рис и всю эту «ебуту»*. Местные бармены слушали внимательно, жуя каждое слово, будто речь шла не о рисе, а о самых экзотических деликатесах.
Дэнис Вальдес, как всегда, увлекал своими историями про ром и текилу, Александр Литвинов сделал разбор идеального джина, а Валерий Расин выкатил на суд публики новинку — джин **Hoppers**, личную гордость компании **Simple**. Каждый делился своим опытом, а местные, судя по реакции, уже готовы были открывать новые бары и проводить местные Barback Games прямо здесь и сейчас.

20:00

Бархоппинг в «КУБе»

Честно говоря, на бархоппинг мы шли как на каторгу *[и к этому мы с вами ещё вернемся]*. Ну, думали, походим, выпьем по коктейлю, пару дежурных улыбок — и в гостиницу отсыпаться. Но тут нас ждал сюрприз. Оказывается, в Уфе умеют делать развлечения душевные и со вкусом. Попав в **«КУБ»**, мы поняли: этот вечер будет удивительно приятным.
Творческий квартал **«КУБ»** — это такой уникальный арт-хаб в центре Уфы, который работает по законам гравитации. Он притягивает всех: от студентов с горящими глазами и местных завсегдатаев до туристов вроде нас, ищущих место, где можно немного забыться, но без похмелья наутро. Сочетание баров, мастерских и выставок здесь в странном, почти космическом балансе. Каждый нашёл своё: кто-то остался доволен походом в винный бар, кто-то *[это я]* восторгался тем, что мы попали на джазовый концерт у веранды **BBQ** бара **Maverick**, все вместе мы кучу времени потратили на посещение волшебной лавки. Да, вот такие мы взрослые люди.
И хоть нам хотелось быстрее сложить свои головы на подушки, мы с удовольствием побегали по барам, заскочили в фотобудку для женихов и невест и, конечно, нафоткались всей командой, потому что в таких местах иначе нельзя. Барная культура в «КУБе» — это не банальные кафешки, это целое искусство, часть городской жизни, а может даже, её смысл.
Если кратко, *«КУБ»* — это квинтэссенция современной Уфы: живой, дышащей, творческой и, что важно, пьющей с изяществом.

23:30

Рождение общественного порицания

Эту историю нельзя замалчивать, потому что именно она родила легенду, которая смешила нас потом во всех городах. Я ведь не зря нагнетала атмосферу в описании этого дня в Уфе — он стал переломным моментом всего путешествия. После бархоппинга мы вернулись в отель измученные, на взводе и злые. Вместо того чтобы спокойно разойтись по номерам и лечь спать, мы решили устроить собрание прямо в вестибюле отеля.
Местный барчик с футбольной трансляцией Евро-24 быстро превратился в «лобное место» — не хватало только костра и факелов.
Там каждый смог высказать накопленное недовольство, выплеснуть всю злость и главное — быть услышанным. Мы договорились о правилах и придумали последствия для тех, кто вздумает «косить». Назвали это сурово и звучно: «общественное порицание». Это когда вся команда собирается и хором тебя ругает за совершённый проступок. А ты, как настоящий «взрослый человек», должен молча выслушать, желательно не смеясь и с виноватым лицом. Тогда наказание считается исполненным.
Этот вечер стал нашей эмоциональной разрядкой. Мы наконец-то выпустили пар, осуществили некое перемирие и создали мирную легальную возможность по-честному выговориться, если кто-то из нас решит косячить.
И знаете что? После этого всё реально стало гораздо лучше. Мы продолжили наш путь ещё через шесть городов, но я больше не помню ни одного серьёзного спора или ссоры. Зато появилось море шуток про «общественное порицание», которое сделало наши дни куда легче и веселее.

20 июня

22:00

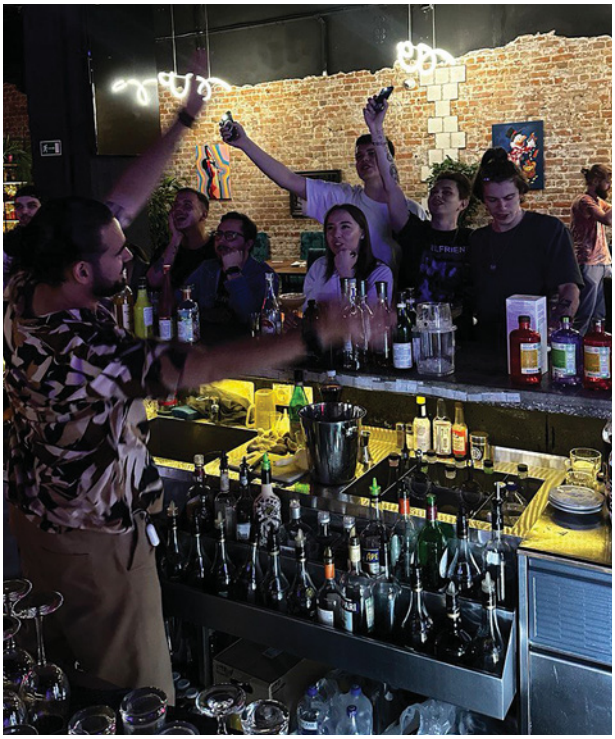
Гостевая смена команды SSA в баре The Bar

Валера Расин внезапно возомнил себя Шефом на вечер и превратил бар в свой личный ресторан-театр. Стоя в центре, он раздавал команды с таким пафосом, что Гордону Рамзи осталось бы лишь нервно курить в сторонке. *«Команда, два Fernandito, три коктейля на джине Cross Keys и один на Camus!»* — разрывался довольный Валера.
«Да, Шеф!» — отзывались мы хором, явно поддавшись его веселью и этому новообретённому безумию. К концу вечера весь бар уже скандировал: *«Да, Шеф!»* на любое указание, и это стало каким-то абсурдно прекрасным ритуалом. Оказалось, что это мечта Валеры: открыть бар, где все работают чётко, как на кухне, где его зовут шефом и где никто не спорит, но все кричат. Ну что ж, теперь вы знаете, какой у нас в команде бескомпромиссный тоталитаризм имени Валерия Расина.

* Ябута *(Yabuta)* — аппарат, который отделяет *(выжимает)* саке от риса, в котором оно варилось *(саке касу)*.



Константин Царевич и «серый волк»



Импровизированная гостевая смена в Челябинске

Этот вечер был как ураган — громкий, быстрый, и в нём всё пролетело мимо нас как одно мгновение. *«Спасибо, Уфа! Вы шикарная публика, умеющая отдыхать как надо. Продолжайте в том же духе, а мы катим дальше».*

22 июня

9:57

Челябинск

Я поворачиваюсь и вижу: Константин Плесовских подъезжает к бару на железном волке, полный величия. Ну по крайней мере, он так думал. На самом деле Костя оседлал памятник челябинскому Хатико — псу, который мирно стоит прямо напротив дверей **Bla Bla Bar**, где мы этим прекрасным утром собрались на обучение.

11:10

Мы собрались, а публика… нет.

Тут стоит уточнить: 22 июня — это суббота. И вот мы пытаемся собрать барменов на обучение после пятничной ночи, когда они часа четыре как отбили последние «Негрони» и начали отходить от смены. Ожидать в это утро сто человек бодрых слушателей — как минимум наивно. Но у нас в зале собрались около десяти героев, которые так преданно рвались к знаниям, что некоторые даже не успели протрезветь. И да, глаза у них блестели — от усталости или любви к делу, это мы уже не разбирали. Но все они пришли изучить что-то новое…

И тогда вместо того чтобы вещать, как перед зрительным залом, мы сказали: *«Да ну его!»* Собрали всех за одним большим столом и в этой уютной, почти домашней обстановке начали беседу. Позже публика подтянулась, и мы перешли к стандартному формату выступления, но знаете что?

Тут не лекции были нам важны, а то, что люди собрались. Да, конечно, не все были на твёрдых ногах с самого утра, но те, кто пришёл и остался с нами до конца, доказали, что челябинские бармены готовы учиться и развиваться, даже когда глаза ещё слепнут после ночи за стойкой.

20:00

Бархоппинг по-челябински

Кто бы мог подумать, что в нашем списке любимых баров страны внезапно появится новый фаворит… в Челябинске. Да-да, именно там, в городе, про который с юных лет мы слышали стереотипы о суровых мужиках в красных труселях и метеоритах, которые приземляются на заднем дворе. Когда слышишь «Челяба», на ум приходит что-то дикое и провинциальное типа медведя с балалайкой, но в этот раз нас опять ждали неожиданные открытия.

Первые разведчики по тропе челябинского барного движения — наши непотопляемые герои Валерий Расин с напарником Константином Плесовских, ребята настолько опытные, что не побоялись пойти и проверить качество работы ночных учреждений города Челябинска. Утром они вернулись с отчётом, в котором была представлена статистика драк перед клубами и количество вызванных скорых — всё как положено. Так что на бархоппинг мы шли с предвкушением…

Челябинская Кировка — это местная «барная миля». Очень удобно: не надо шататься по городу, выискивая, где выпить. Все бары по одному маршруту — удобно, компактно и без необходимости пользоваться лишний раз такси.

Но у нас, как всегда, был особый случай — бар **«Популист»**. Он не вписался в этот барный кластер, но оказался настоящей жемчужиной. А теперь — короткая заметка о том, как должно быть в баре: за стойкой нас встретила девушка, кажется, Дарья *[ну или нет. Не помню, я блондинка, у меня память-то девичья]*. Главное, что это был бармен, а не просто человек, который наливает. Её энергия — нечто невероятное. Она, как хозяйка вечера, с улыбкой встретила нашу шумную банду. Умело балансировала между ответами на

ФОТО: ВАЛЕРИЯ ПЛОТНИКОВА

наши бесконечные вопросы *(а мы не самая спокойная компашка)*, приёмом заказов, приготовлением коктейлей, кухней — и всё это без стандартного барного заезженного сторителлинга, а наоборот, очень лаконично и естественно.

В «Популисте» сошлось всё: люди, вкус, атмосфера. И что самое важное — нас с Дэнисом и Серёжей Шигиным очень порадовали безалкогольные коктейли. Мы ведь в этом трипе были «безалкогольным патрулём», и вообще, мы уже давно тестим такие штуки по всей стране. И знаете что? Тренд б/а спиритов сильно набирает обороты, и это уже не просто лимонады и компоты, а Настоящие, Качественные Коктейли No-ABV, и по вкусу такие, которые могут тягаться с алкогольной классикой. Мы-то знаем, как оценить.

В общем, из бара «Популист» мы уходили довольные, с чувством *«Какие замечательные бары в Челябинске, а вы говорили!»*

А вот дальше пошло всё под откос. Мы пришли в бар **New Wave**, а нас туда просто не пустили. Сказали, мол, «мест нет», хотя зал полупустой. Мы с амбассадорами пытаемся объяснить охраннику/хосту/фейсу *(да кто его там разберёт)*, что нам надо всего десять минут, мы команда Simple и снимаем кино. Хотим просто глянуть, что у них за бар такой, и заодно снять пару кадров для фильма, который выйдет по итогам нашего путешествия. *«Мест нет, и у нас тут никто не стоит»*, — твердил охранник, как зацикленный.

Ладно, позиция у них такая, что ж поделаешь. Но вот беда — мы видим эти пустые столы и стулья глазами, прямо перед носом. Уже давно выпили бы по напитку и отправились дальше. *[А это была коротенькая заметка о том, как в баре быть НЕ должно.]*

Но справедливость всё-таки восторжествовала. Из-за стойки нам машет бармен, узнавший Дэниса, и зовёт нас поближе. Радостный такой, угощает нас шотами. Ну ладно, зашли на пять минут, посмотрели, что да как. Бармен, красавчик, максимально сгладил весь этот цирк. Ситуация была спасена, но осадочек остался. Вот вам и вывод по данной теме: бар делают люди.

И если хоть кто-то из них не настроен на то, чтобы создать атмосферу для гостей, то в заведении начинаются серьёзные проблемы. Не важно, кто это — бармен, официант, менеджер или охранник на входе. Каждый должен быть в теме, «сечь поляну».

И я не говорю о том, что нельзя отказывать гостю, я говорю про то, что отказывать тоже нужно уметь правильно.

Помните фразу «Театр начинается с вешалки»? Так вот, бар начинается с телефонного звонка для резерва. Или, как в данном случае, с лестницы, и если хост на входе не задаёт нужного тона, дальше всё идёт наперекосяк.

22:40

Спасительное «ФортеПьяно»

Череда разочарований продолжалась… Я не буду углубляться в подробности, но в какой-то момент у нас возникло чёткое ощущение: *«Нам в этом мире уже всё понятно»*. Выходит, «Популист» был скорее исключением, чем нормой для Челябинска?

Под конец вечера нам предложили заглянуть в рюмочную, которая не числилась в нашем списке для бархоппинга. Местные посоветовали её нам как настоящую находку. У входа нас ожидал владелец — Сергей Ефимов, который со сдержанным азартом распахнул двери в заведение. И тут же, как по щелчку, нас окутала атмосфера, в которой переплетались лучшие традиции винтажной гостиной с живой энергетикой квартирника.

Публика излучала бодрость. Пританцовывая, я пробиралась сквозь толпу, где вместе с вокалистами зал голосил: *«И снова седая ночь! И только ей доверяю я…»* Кажется, ещё чуть-чуть — и кто-то вот-вот порвёт баян от всей этой феерии.

Меня как магнитом притянуло к сцене. И вот спустя несколько песен я обнаруживаю себя среди толпы, поющей хиты девяностых в унисон, а вокруг меня довольные лица, хмельные улыбки.

Остальная команда тем временем развлекается на летней веранде. Просто пройдя через заднюю дверь рюмочной, ты попадаешь в просторный двор, утопающий в зелени ветвей. Здесь располагается танцпол, и вечер раскрашивается яркими цветами световых бочек.

Когда я наконец добралась до веранды, половина наших амбассадоров уже устроили шальные пляски, другие же, за большим столом с шумной компанией, оценивали блюда, приготовленные, казалось бы, не в рюмочной, а в гастробаре, и пробовали местный «челябинский виски» — такого мы ещё не видели.

Как итог: бар **«ФортеПьяно»** — это рай для ценителей крафтовых напитков и живой музыки, место для творчества, общения и душевного отдыха. Бар, который сделал всю оставшуюся ночь и куда ещё пару дней мы возвращались как к себе домой с огромным удовольствием.

23 июня

Гостевая смена в Челябинске

Помните, я рассказывала, что дождь гнался за нами по всем городам, но не успевал догнать? Так вот, в Челябинске ему это удалось.

В последний день наших лекций ливень стоял с утра до вечера, затопив бар, где должна была пройти наша гостевая смена. Узнали мы об этом в самый последний момент, прямо перед завершением обучающего дня. Ситуация нестандартная, но решение было найдено молниеносно. Повезло, что было воскресенье и Bla Bla Bar, где мы читали лекции, в этот день не работал. И мы решили устроить гостевую смену прямо на месте. Зачем менять локацию, если под боком идеальная стойка? К тому же, наши слушатели — те герои, что не сдались и все два дня провели с нами, несмотря ни на что, — заслужили шоу, и кстати, их было уже под 30 человек.

В общем, всё пошло по плану, только хаотичнее. Я с Вальдесом пулей залетела за барную стойку, Валера Расин отправился на диджейку, чтобы создать правильное настроение. Александр Герега и Сергей Шигин соорудили себе импровизированную дегустационную комнату. Александр Литвинов и Константин Плесовских остались в зале, развлекать гостей и отвечать на вопросы. Ну а наш оператор Артём Кубрак запечатлел всё это великолепное, хоть и немного сумбурное шоу на свою камеру. Так что у нас есть видеодоказательство, что гостевая смена в Челябинске состоялась!

11 октября

Москва

В очередной раз пересчитав знаки в своей статье, я поняла: всех страниц этого журнала точно недостаточно, чтобы вместить всё, что с нами произошло за полтора месяца. Никаких шансов описать все дороги, события, яркие воспоминания, эмоции, через которые мы прошли. Я уже не говорю о трансформациях команды и каждого из нас.

После Челябинска мы отправились в **Омск**, где нас встречали ребята из бара **Pine** — легендарного места, настоящей Мекки коктейльной культуры города. Затем наш путь пролегал через Новосибирск, Кемерово, Красноярск и Иркутск, а финальной точкой







Отдельного упоминания заслуживает второй полуфинал Всероссийских игр барбеков — **Barback Games Russia 2024**. Это российский этап международных соревнований для барменов, организованных при поддержке бренда **Fernet-Branca**.
Город Красноярск, represented by команда бара **Illegal**, а в частности Владимиром Верещагиным и Романом Куликовым, стал звездой сибирского полуфинала, самого душевного из полуфиналов. Организаторы устроили настоящий праздник для всех участников, и эта атмосфера навсегда оставила в моей памяти мысль о том, что Красноярск — один из немногих городов России, куда я хочу возвращаться снова и снова.

стал Ольхон *(и про него точно нужно писать отдельный разворот)*.
В каждом городе нас ожидало что-то особенное. Например, в **Новосибирске** мы попали на акустический концерт нашего коллеги и друга Сергея Горобца. Помимо того что Сергей бармен и совладелец нескольких баров, он ещё и талантливый вокалист, участник группы Porto — судя по названию, в нём все-таки больше бармена. Концерт проходил в баре **«Нюра»** — одном из любимых мест нашей команды в Новосибирске, которым сейчас руководит Евгения Петрушева.
Новосибирск славится своим крепким барным комьюнити и множеством достойных проектов. Например, отсюда известная по всей стране группа **Friends Orchestra**. В баре **Friends** мы и провели два лекционных дня и устроили гостевую смену.
После Новосибирска мы отправились в **Кемерово** — город, который хранит в себе отголоски советских улиц из детства, с их особым очарованием и атмосферой. Там в расписании мне выпал съёмочный день с Кубраком, и мы полдня бродили по историческому центру. Я словила ощущение, будто ты пронесся на машине времени в прошлое, где знакомые архитектурные решения и улочки вызывают ностальгические чувства. Здесь много знаковых мест: Театр драмы имени Луначарского, памятник шахтёру, стадион «Химик».
Но самое большое очарование в Кемерове — это вкусные рестораны с их домашней атмосферой и сытными блюдами. А ещё там очень круто развита барная культура, но она скрыта от глаз людей во дворах барного кластера. Лидером индустрии считается бар **Blocknot**, где мы провели внеплановую гостевую смену. Просто потому что любим ребят и хотели поработать с ними и порадовать их гостей! Мы также были в восторге от баров **List** и **Maybe**, последний спрятался в настоящем гараже *(точное месторасположение — тайна, которую я вам не раскрою)*.
Невероятное впечатление на нас произвёл **Красноярск** — настоящая гастрономическая столица Сибири. Огромный привет и искренняя благодарность команде **Illegal Bar** — это настоящие патриоты своего города и своего дела. Их гостеприимство было таким, что с ними, пожалуй, может потягаться только «легендарный ярославский хват» Романа Визе.
В Красноярске мы также познакомились с одними из лучших ресторанных холдингов страны, такими как **Bellini Gastronomic Ecosystem**. Их ресторан **«Чешуя»** впечатлил нас не только кухней *(су-шеф лично провёл нам целую экскурсию по цехам кухни, показал и рассказал, как всё устроено)*, но и чётко отлаженной системой управления, организацией труда и сознательностью сотрудников — это место точно заслуживает специальной, шестой звезды Мишлен.
Ещё одно запоминающееся место — бар **«Булгаков»**, принадлежащий **Berrywood Family**, где нам выпала честь провести гостевую смену. Такая слаженная работа официантского состава, как там, — редкость. Представьте — в зале около 100 посадок, и у официантов была чёткая цель: *«Сегодня у нас гости из Simple, и мы продаём коктейли от амбассадоров бренда»*. Спустя 40 минут у нас закончились буквально все заготовки! Вот это я понимаю — сервис!
Дальше был **Иркутск**, а этот город славится баром **Humble**, где мы провели нашу финальную гостевую смену Simple Spirits Academy 3.0.
А затем нас ждал **Ольхон**. Кажется, было бы несправедливо оставить вас без подробностей о поездке по этим значимым для рассказа городам. Но я также считаю — неправильно делиться всем, пока не выйдет фильм о нашем путешествии, который не покладая рук снимал наш оператор Артём Кубрак.
Две статьи такого размера — это уже серьёзный спойлер. Но, поверьте мне, это не тот случай, когда книга лучше, чем экранизация. В своих статьях я открываю вам мир нашего путешествия с одной стороны, рассказывая о поездке через призму собственного восприятия. А вот фильм — это нечто иное. В каждом городе мы брали интервью у наших коллег, расспрашивали об их проблемах и трудностях барной культуры в регионах, находили неожиданные решения, знакомились с новыми персонажами и снимали города и бары такими, как их видят профессионалы этих местностей. Так что рассказать вам всё я не могу и не хочу! Фильм должен выйти этой осенью, и ждать осталось совсем недолго. Stay tuned.

ФОТО: АРТЁМ ГЕЙНЕГА; ВАЛЕРИЯ ПЛОТНИКОВА

FINE RARE WINE

издание о великих и редких винах

Главное издание на русском языке для винных коллекционеров и ценителей редких образцов Fine & Rare Wines









Купить один выпуск или подписаться на год можно через вашего менеджера **SimplePrivé**.

18+



EKONIVA®
ЭКОНИВА
НАШИ СЫРОВАРНИ

Dürr

НОВОЕ ПОКОЛЕНИЕ СЫРОВ РОССИИ

Твердые сыры Dürr, уникальные по своей технологии и рецептуре, созданы компанией «ЭкоНива» – крупнейшим производителем* молока в России. Название получили в честь основателя и президента компании Штефана Дюрра, родом из Германии.



РУЧАЮСЬ ЗА КАЧЕСТВО НАШИХ ПРОДУКТОВ

Stefan Dürr

ШТЕФАН ДЮРР, ПРЕЗИДЕНТ ГК «ЭКОНИВА»

Узнать об экскурсии на сыродельный завод «ЭкоНивы» в Черноземье.

* Рейтинг Национального союза производителей молока (СОЮЗМОЛОКО), Milknews и Streda Consulting «Топ-30 крупнейших производителей молока России – 2023».