

ВЕРВЕР

Weekly

НОВОСТИ
ПИВНЫЕ СОБЫТИЯ
ПИВНЫЕ КОНКУРСЫ
ИНТЕРВЬЮ
АНАЛИТИКА
ПИВНОЙ ТУРИЗМ
ДЕГУСТАЦИИ
ПРОМОАКЦИИ
ПИВНЫЕ ВАКАНСИИ

18+

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПИВНОЕ ОБОЗРЕНИЕ

№ 3 (18)
март-апрель 2020

НОВОСТИ



Пивовары России попросили поддержки у правительства

Руководство Союза российских пивоваров направило письмо премьер-министру России Михаилу Мишустину, в котором просит не вводить ограничения на продажу алкогольной продукции, в частности пива, в период пандемии коронавируса.

По мнению авторов письма, введение ограничительных мер может привести к разорению большинства пивоварен, росту безработицы и к росту потребления населением суррогатного алкоголя.

Союз российских пивоваров, который является крупнейшим некоммерческим объединением участников пивоваренной отрасли России, попросил премьер-министра ввести в России на время борьбы с пандемией коронавируса единые федеральные правила оборота пивоваренной продукции, которые поддержат легальных производителей пива и защитят потребителей от нелегальной, опасной для здоровья алкогольной продукции.

Как говорится в письме пивоваров, ограничительные меры, которые касаются оборота пивоваренной продукции, уже введены в Республике Башкирия, Республике Крым, Республике Саха (Якутия), Чеченской Республике, Красноярском крае, Ленинградской области, Пермском крае, Кемеровской области. В ряде регионов идет ускоренная разработка нормативных актов по ограничению легальной торговли пивоваренной продукцией.

По мнению руководства Союза российских пивоваров, подобные действия могут усугубить положение предприятий отрасли, которые с начала марта 2020 года уже потеряли значительную часть сбыта из-за закрытия предприятий общественного питания, в том числе гостиниц, баров, ресторанов, кафе. При этом подавляющее большинство из почти 1,5 тыс. российских пивоваренных предприятий относится к субъектам малого и среднего бизнеса.

(Продолжение на стр. 4)

ДАНИИЛ БРИМАН: «СОЮЗ РОССИЙСКИХ ПИВОВАРОВ ВЫСТУПАЕТ ЗА ЧЕСТНУЮ КОНКУРЕНЦИЮ!»

Нынешний год, скорее всего, станет непростым как для всей отечественной экономики, так и для пивоваренной отрасли, которая с начала 2010-х годов формирует порядка 1% российского ВВП. Чтобы узнать, к чему готовиться пивоварам в 2020 году и что стоит за инициативами Союза по введению минимальной розничной цены на пиво и сохранением действующих российских пивоваренных стандартов, главный редактор газеты Beer Weekly пообщался с председателем совета Союза российских пивоваров Даниилом Бриманом.

– Сейчас всех интересуют прогнозы. Что ждет отечественных пивоваров в условиях разворачивающейся борьбы с пандемией коронавируса? – Пандемия создает абсолютно непредсказуемые ситуации, и пивовары, как и производители многих других групп товаров, увы, никак не могут повлиять на этот процесс. Поэтому сейчас правильнее взять паузу и не совершать каких-то поспешных движений.

(Продолжение на стр. 2)

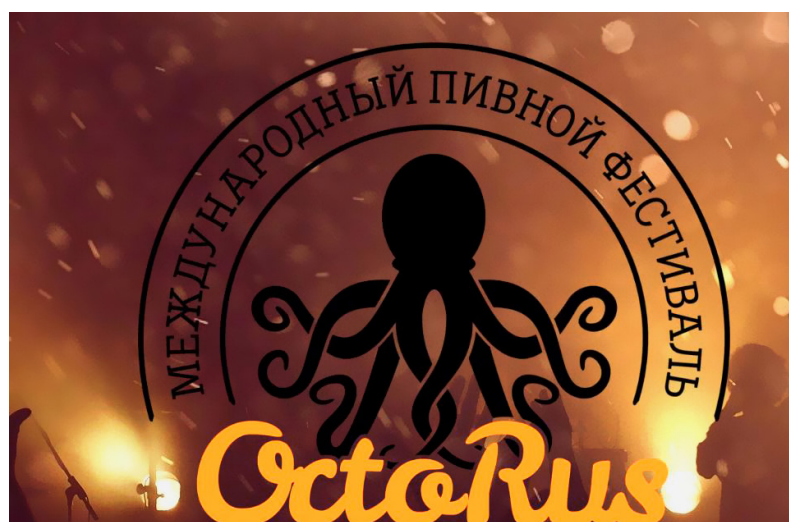
Со 2 по 5 июля 2020 года в благоустроенном коттеджном поселке Ольгино на берегу Волги в Конаковском районе Тверской области будет проходить 1-й Международный пивной фестиваль OctoRus.

На берегу Волги на площади 17 га разместятся более 10 тематических площадок. Так, в частности, в Business Zone будут расположены представительства пивоваренных заводов, а в Conference Zone создадут все условия для деловых встреч, переговоров, семинаров и конференций.

Fast Zone будет представлять собой открытую территорию, на которой будут продаваться пиво, фастфуд и сувенирная продукция. На площадке Food Zone организуют выставку фермерских продуктов и продажу пива навынос.



В ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТИ ПРОЙДЕТ ПЕРВЫЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ПИВНОЙ ФЕСТИВАЛЬ



– Непосредственно в Beer Zone пивовары будут разделены на отечественный и импортный шатер. В них же будет организована продажа закусок от нескольких шеф-поваров.

Будет на фестивале OctoRus и музыка. Для этого возведут сцену в Show Zone. Для любителей спортивных состязаний – мини-футбола и армрестлинга – откроется площадка Sport Zone, а для детей – Kid Zone с мини-каруселями, тиром и кегельбаном.

А начнется фестиваль с парада участников, в котором примут участие пивовары, сыровары и шеф-повара.

(Продолжение на стр. 2)

НОВОСТИ



Федерация рестораторов и отельеров обратилась к участникам рынка

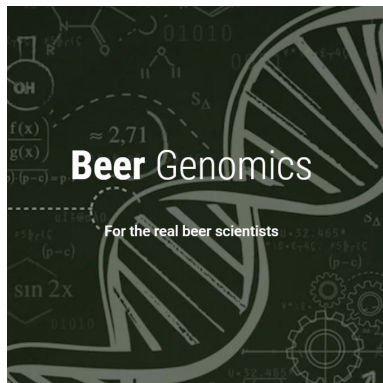
В связи со сложившейся ситуацией, вызванной распространением коронавирусной инфекции, Федерация рестораторов и отельеров России обратилась с открытым письмом к участникам рынка.

Уважаемые арендодатели, уважаемые представители банковского и финансового сектора, уважаемые поставщики товаров, услуг и сервисов!

Просим вас с пониманием относиться к обращениям рестораторов и отельеров по вопросу отсутствия возможности в полной или частичной мере исполнять свои обязательства и совместно выходить на оптимально возможные решения: отсрочка, реструктуризация платежей или что-то иное. Мы прекрасно понимаем, что у вас также есть свои обязательства, именно поэтому считаем важным договариваться и объединять усилия по выходу из сложной ситуации.

(Продолжение на стр. 3)

НОВОСТИ

«Роснано» поможет
крафтовым пивоварам

Биолаборатория Beer Genomics, которая входит в дочернюю компанию ФИОП «Роснано» – группу «ТехноСпарк», начала предоставлять услугу изготовления пивных дрожжей для крафтовых пивоваров, которые испытывают проблемы с поставками импортного сырья.

Предприятие запустило лабораторию, которая размножает необходимый объем дрожжей из 10-миллилитрового образца оригинальных жидких дрожжей за 1 неделю. Лаборатория не только выращивает дрожжи, но и консультирует пивоваров по технологии производства. Дрожжи являются главным компонентом пива. В массовом пивоварении, как правило, используют сухие дрожжи, тогда как крафтовые пивовары предпочитают жидкие. Однако большую часть штаммов этих дрожжей завозят из-за рубежа, а в связи с профилактикой распространения коронавируса во всем мире международные поставки штаммов происходят с задержками. «Крафтовое пивоварение – это зачастую малый бизнес, для него перебои в поставках могут быть критичными. А размножение дрожжей и контроль качества продукции – технологичный процесс, требующий специальных знаний, оборудования, квалификации и вложений в лабораторию, на которые у малого бизнеса нет денег», – сказала директор Beer Genomics Юлия Долгополова, отвечая на вопрос о значимости проекта. По ее словам, все сотрудники лаборатории соблюдают карантинные меры, установленные в Москве в связи с распространением коронавирусной инфекции, однако находятся в удаленном доступе для решения рабочих вопросов и готовы провести консультации по видеосвязи. Входящая в инвестиционную сеть ФИОП группа «ТехноСпарк» осуществляет полный цикл венчурного строительства: от создания стартапов до их продажи. Сфера деятельности «ТехноСпарка» – логистическая робототехника, системы хранения энергии, медицинское хай-тек оборудование, алмазная оптика, индустриальная микробиология, аддитивные технологии, гибкая электроника и другие. Группа занимает первое место в национальном рейтинге наиболее эффективных технопарков и является частью глобальной сети стартап-студий Global Startup Studio Network (GSSN).



(Продолжение, начало на стр. 1)

Во-первых, пока мы не понимаем, насколько долго продлится пандемия и каковы будут ее последствия в целом для российской и мировой экономики. Во-вторых, многое зависит от ситуации с падением цен на нефть и вызванным ею падением курса рубля: насколько этот процесс будет долгим и когда произойдет корректировка.

Распространение эпидемии, снижение цен на нефть усугубляются падением курса рубля. Пивовары обеспечены отечественным солодом, но, к примеру, хмель 90% производителей получают из-за рубежа. Также не секрет, что оборудование любого пивоваренного предприятия на 90% произведено за рубежом. Это означает, что запасные части и комплектующие пивоварам, так же как и хмель, приходится покупать за пределами страны.

В таких условиях очевидно, что все участники российского рынка пива неминуемо столкнутся с определенными трудностями. Преодоление этих трудностей будет во многом зависеть и от того, насколько быстро отрасль сможет консолидироваться под эгидой Союза российских пивоваров и выработать адекватные меры на обозримую перспективу.

– В феврале этого года, когда, по большому счету, про коронавирус в России никто еще и не думал, Союз предложил правительству РФ ввести минимальную розничную цену (МРЦ) на пиво и заявил о необходимости внесения изменений в технический регламент ЕАЭС «О безопасности алкогольной продукции», который был принят в декабре 2018 года и должен вступить в силу в январе 2021 года. В нынешних условиях Союз по-прежнему настаивает на данных инициативах?
– Безусловно, да. Позиция Союза остается неизменной по обоим вопросам.

(Окончание, начало на стр. 1)

Первый день по тематике будет раковарным. Гостям обещают минимум 20 рецептов приготовления раков. Все это можно будет попробовать. А если вы не любите раков, то, как заверяют организаторы, мясо тоже будет! Дегустации пива, вкусная закуска, детский городок и лимонадный фестиваль, спортивные соревнования, множество активностей для гостей – все для того, чтобы ни одному посетителю не пришлось скучать!

На территории 1-го Международного пивного фестиваля OctoRus разместятся:

- более 50 гастрономических точек, с гастрощоу от специально приглашенного сербского шеф-повара;
- более 50 точек дегустаций более 200 сортов пива от отечественных и иностранных пивоваров со специальными фестивальными сортами (18+);
- более 20 музыкальных групп разной направленности, которые выступят на трех сценах;
- более 50 точек развлечений для всей семьи, в том числе детский го-

ДАНИИЛ БРИМАН: «СОЮЗ РОССИЙСКИХ ПИВОВАРОВ ВЫСТУПАЕТ ЗА ЧЕСТНУЮ КОНКУРЕНЦИЮ!»



В ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТИ ПРОЙДЕТ ПЕРВЫЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ПИВНОЙ ФЕСТИВАЛЬ



родок со своим Лимонадным Фестивалем;

– СырФест с дегустацией и продажей сортов сыра, приготовленных специально для гостей фестиваля. Богатый призовой фонд, предоставленный спонсорами и партнерами фестиваля, будет разыгран среди активных гостей.

Каждый день будет насыщен спортивными соревнованиями по армреслингу, дартсу, водному футболу. В течение 4 дней пройдет ретротурнир по футболу, в рамках которого будет разыгран Кубок фестиваля (с призами от генерального спонсора), а его кульминацией станет гала-матч между победителем турнира и ветераном футбола.

Подробнее о фестивале на сайтах:
www.octorus.ru
и www.octorusfest.ru

МРЦ – это единственный механизм быстрого наведения порядка, особенно в сфере оборота пивоваренной продукции. Кроме того, МРЦ даст возможность потребителю выбирать пиво не по его дешевизне, а по таким показателям, как вкус и качество. По-

бы то ни было консультаций с представителями пивоваренной отрасли России. Разработчики документа привлекали экспертизу Союза российских пивоваров на начальных стадиях, но затем проект регламента претерпел значительные изменения, которые не были согласованы

Транснациональные компании, в то время входившие в Союз, продвигали идею поддержки принятого документа, который позволит называть пивом любой продукт, в котором в каких-то пропорциях присутствуют солод и хмель. Однако большинство членов Союза высказывались за корректировку ряда положений регламента и, например, определения понятия «пиво».

Россия обладает собственной историей пивоварения, и мы богаты нашими собственными пивоваренными традициями, которые сегодня, как никогда ранее, нуждаются в сохранении и защите. Данная позиция – позиция здравого смысла – окончательно возобладали в феврале на общем собрании членов Союза. Она была оформлена, согласована, после чего Союз выступил с соответствующей инициативой в публичном пространстве.

– Правильно ли предположить, что с минимальной розничной ценой ситуация внутри Союза складывалась аналогично?

– Абсолютно! Только градус дискуссии, которая шла в Союзе в течение двух лет, был гораздо выше. Предложение обсудить возможность введения МРЦ на пиво внесли несколько 100-процентно российских компаний. Оно стало ответом на начавшийся в 2015 – 2016 годах ценовой демпинг.

Независимые участники рынка фиксировали, что в торговых сетях пиво продается существенно ниже себестоимости. Причем со скидками продавалась продукция как крупных, так и небольших производителей. Ситуация стала усугубляться драматически: одни объявляли скидки, другие объявляли скидки в ответ и так далее. Плюс сильное давление на легальных производителей оказывали (и продолжают оказывать) недобросовестные игроки, которые не платят акциз с произведенной продукции и таким образом имеют возможность продавать ее дешево.

В итоге на рынке сложилась ситуация, когда пиво в легальной рознице можно купить дешевле питьевой воды. Это нонсенс! Поэтому ряд членов Союза в 2017-м году и сказал: «Коллеги, ситуация с неадекватно низкими ценами приобретает лавинообразный характер. Это ненормально! Вода – это просто один из компонентов пива, а некоторые продают пиво дешевле воды! Давайте это обсудим...»

– И как после этого развивалась ситуация?

– В течение двух лет мы обсуждали, пытались найти решение проблемы, но ситуация не двигалась с места. Во многом тому виной была позиция российских подразделений крупных международных компаний.

(Продолжение на стр. 4)



верьте, российским пивоварам есть что предложить широкой публике, которая пока вынуждена идти на поводу маркетинговых технологий и покупать пиво или по безумным акционным скидкам, или пиво, оказавшееся в торговой точке без уплаты акциза, что, к сожалению, не редкость.

Тема технического регламента ЕАЭС «О безопасности алкогольной продукции» и связанная с ней судьба российских стандартов пива тоже очень важны. Вопросы технического регулирования весьма специфичны, но они напрямую касаются всех без исключения потребителей: от ценителей и гурманов пива до менее искушенных рядовых поклонников нашего напитка. Союз российских пивоваров считает своей обязанностью не допустить ухудшения стандартов, их «размывания», результатом которого станет возможным называть пивом продукцию, имеющую к пиву, мягко говоря, отдаленное отношение.

– Почему инициативы по МРЦ и техническому регулированию появились только в феврале этого года? Что мешало направить эти предложения раньше, например, в течение 2018 года, когда, к слову, шла работа над техническим регламентом «О безопасности алкогольной продукции»?

– Если позволите, начну с технического регламента. Работа над ним шла с 2011 года, но он был принят вообще без каких-

с российскими пивоварами.

Итак, документ был принят в декабре 2018 года. Следующий год ушел на подготовку: формировались рабочие группы по корректировке регламента, велась шлифовка позиции самого Союза российских пивоваров по техрегламенту.



(Окончание, начало на стр. 1)

К сожалению, сейчас мы получаем информацию от рестораторов и отельеров о порой категорических отказах в диалоге с использованием аргумента, что вместо одного придет другой. Такое отношение считаем контрпродуктивным и нерациональным как в краткосрочной, так и в среднесрочной и долгосрочной перспективах. Бизнес-сообщество рестораторов договорилось, что не будем пользоваться финансовыми проблемами своих коллег для захода на новые места. К тому же отсутствие сотрудничества и поиска оптимальных решений только усугубит ситуацию в отрасли, что скажется на всех.

Отдельно обращаемся к коллегам из «Яндекс.Еда!» и «Delivery Club».

Считаем важным выступать в партнерских отношениях в сложившейся ситуации. Просим вас на этот сложный период снизить действующий процент за обслуживание для ресторанов. Сейчас важно также учитывать, что покупательная способность населения будет падать, в связи с чем необходимо не допустить роста цен.



ФЕДЕРАЦИЯ РЕСТОРАТОРОВ И ОТЕЛЬЕРОВ ОБРАТИЛАСЬ К УЧАСТНИКАМ РЫНКА

УВАЖАЕМЫЕ КОЛЛЕГИ, УВАЖАЕМЫЕ ПАРТНЕРЫ!

В текущей ситуации уже сейчас важна солидарность в борьбе как с распространением вируса, так и с его экономическими последствиями. Необходимо поддержка друг друга. От этого будет зависеть, насколько быстро мы сможем вернуться к нормальному функционированию бизнеса по завершении пандемии, в чем, мы уверены, заинтересованы абсолютно все. Рассчитываем на ваше понимание, поддержку и сотрудничество.

Сфера гостеприимства одной из первых входит в кризисное состояние. Ситуация в ресторанном и гостиничном бизнесе меняется молниеносно – не просто каждый день, она меняется каждый час. В

НОВОСТИ



Прибыль АО «Томское пиво» выросла на 197 млн рублей

Согласно отчету о финансовых результатах, чистая прибыль ОАО «Томское пиво» в 2019 году увеличилась на 197 миллионов рублей.

Как следует из документа, выручка пивзавода по итогам года составила 5,21 миллиарда рублей. По сравнению с 2018 годом, этот показатель снизился примерно на 20 миллионов рублей. Чистая прибыль «Томского пива» за отчетный период составила 1,72 миллиарда рублей, что больше показателей 2018 года на 197 миллионов рублей.

По информации пояснительной записки к годовой бухгалтерской отчетности, дебиторская задолженность предприятия за 2019 год увеличилась и составляет 1,22 миллиарда рублей. Сохраняется и кредиторская задолженность в размере 607 миллионов рублей.

ОАО «Томское пиво» – томское предприятие по производству пива и безалкогольных напитков (кваса, газированных напитков и минеральной воды «Чажемто»). До 2013 года завод возглавлял Иван Кляйн. После того как его избрали мэром Томска, управление бизнесом перешло к его супруге Галине.

этой ситуации мы адаптируемся, ищем решения, как работать в условиях постоянного сокращения гостей и, соответственно, оборотов при текущих наших обязательствах перед нашими сотрудниками, перед вами – нашими партнерами и перед государством.

Мы пока еще держим руку на пульсе, следим за поступающей информацией и ситуацией на рынке и ожидаем мер поддержки со стороны правительства Российской Федерации. Также мы надеемся на ваше понимание и партнерство.

Всем желаем здоровья и скорейшего выхода из кризиса нам всем!

Федерация рестораторов и отельеров России

НОВОСТИ



Производство крафтового пива в России выросло на 20%

В России рекордно вырос объем производства крафтового пива. В 2019 году этот показатель увеличился почти на 20%. Это позволило производителям крафта занять 3,39% от общего пивного рынка. В 2018 году этот показатель составлял 2,9%.

В 2019 году увеличилось и общее количество предприятий, производящих пиво, сидр, медовуху. Число таких компаний достигло отметки 1355, что на 47 единиц, или на 3,59%, больше, чем в 2018 году. При этом необходимо отметить, что наибольшую часть из них составляют предприятия, производство которых не превышает 300 тыс. дал. Если в прошлом году таких было 1221, то в нынешнем их численность выросла до 1278.

Всего же в течение прошлого года было произведено более 26,038 млн дал крафтового пива и сидра, тогда как в 2018-м этот показатель составлял 22,452 млн дал.

Член президиума «ОПОРЫ РОССИИ» Алексей Небольсин рассказал о том, что принес прошедший год пивному рынку: «Раз в год, в начале февраля, после свода всех данных по производству и продажам пива, сидра, медовухи, мы подводим итоги прошедшего года. Всего пива, пивных напитков, сидра, пуаре, медовухи произведено за 2019 год – 767839394,76 дал, что на 0,73% меньше, чем в 2018 году. Причина тому однозначна и ясна – «никакое лето» и рост продаж в 2018 году в связи с ЧМ по футболу.

(Окончание, начало на стр. 1,2,3)

Тем временем терпение малых и средних производителей иссякало, ведь в условиях ценового демпинга именно они только и делают, что балансируют на грани банкротства. А угроза банкротства ставит малого пивовара перед непростым выбором: закрыть предприятие и обанкротиться или начать поиск, скажем так, путей и схем оптимизации. Кто-то выбрал второй вариант, и это привело к возникновению теневого рынка пива, которого не было ни в царской, ни в советской, ни в современной России. И сейчас мы видим, что именно ценовой демпинг стал основным драйвером роста теневого рынка пива.

Итак, после двух лет неопределенности мы решили обсудить указанную проблему в формате открытой дискуссии с последующим голосованием на общем собрании членов Союза российских пивоваров, состоявшемся в Москве 11 февраля 2020 года.

Уже на стадии обсуждения стало ясно, что большинство членов Союза высказываются за применение инструмента минимальной розничной цены как способа ограничения демпинга и борьбы с теневым рынком.

Представители транснациональных компаний, не желая доводить дело до голосования, поставили ультиматум: либо Союз не ставит вопрос МРЦ на голосование вообще и соглашается с позицией крупных транснациональных компаний, либо транснационалы выходят из Союза.

– Развязка той истории получила широкое освещение в СМИ...

– Да. Собрание проголосовало за МРЦ... И после того, как были объявлены результаты голосования, наши коллеги-транснационалы демонстративно покинули зал, чем вызвали абсолютное недоумение оставшихся.

Разные позиции, мнения и точки зрения есть всегда, но это не повод нарушать Устав нашей организации, ставить какие бы то ни было ультиматумы другим членам.

Вообще, было похоже, что поведение транснационалов в тот день следовало четкому плану: «давайте не будем обсуждать вопрос МРЦ...», «хорошо, давайте обсудим, но не будем ставить на голосование...», «если вы настаиваете на голосовании по МРЦ, мы предупреждаем, что можем выйти из Союза по итогам голосования...», «ах вы за МРЦ?! Тогда мы уходим...». Ушли... У нас еще продолжалось общее собрание, а они уже начали кампанию в СМИ

ДАНИИЛ БРИМАН: «СОЮЗ РОССИЙСКИХ ПИВОВАРОВ ВЫСТУПАЕТ ЗА ЧЕСТНУЮ КОНКУРЕНЦИЮ!»



в связи со своим выходом из Союза. Что ж, у нас демократическая организация. Если вы согласны с позицией большинства – работайте с нами, не согласны – идите своим путем.

– Что получил Союз после выхода трех компаний?

– Самое главное, что у Союза появилась абсолютно понятная большинству отечественных пивоваренных компаний повестка.

Наши приоритеты – сохранение в интересах потребителей традиций российского пивоварения, борьба с нелегальным рынком пивоваренной продукции и создание таких условий, в которых будет возможно гармоничное развитие не отдельных компаний, а всех добросовестных производителей пива.

– Уже есть понимание, какова должна быть минимальная цена в розни-

це за литр, скажем, светлого лагера?

– На данном этапе мы понимаем, что в сегодняшних реалиях рынка минимальная розничная цена за литр должна быть и у светлого, и у темного лагера! Причем эту точку зрения разделяют другие союзы и ассоциации участников пивоваренной отрасли. Но за МРЦ ратуют не только пивовары. Так, крупнейшая ассоциация малого и среднего бизнеса «ОПОРА РОССИИ» ранее уже высказывала созвучную позицию.

Сейчас Союз ведет работу с экспертным сообществом, чтобы впоследствии совместно с представителями государственных регулирующих органов выработать методологию расчета МРЦ. Надеемся на поддержку правительства в этом вопросе, поскольку борьба с серым рынком позволяет увеличить доходную часть бюджета страны, что

никогда не лишне, тем более в современных экономических реалиях.

– Вернемся к техническому регулированию. Почему вы говорите о том, что сейчас особенно важна защита российских пивоваренных традиций и существующих пивоваренных ГОСТов?

– Все очень просто. Выступая за поддержку технического регламента, транснациональные компании предприняли попытку переписать действующий ГОСТ на пиво.

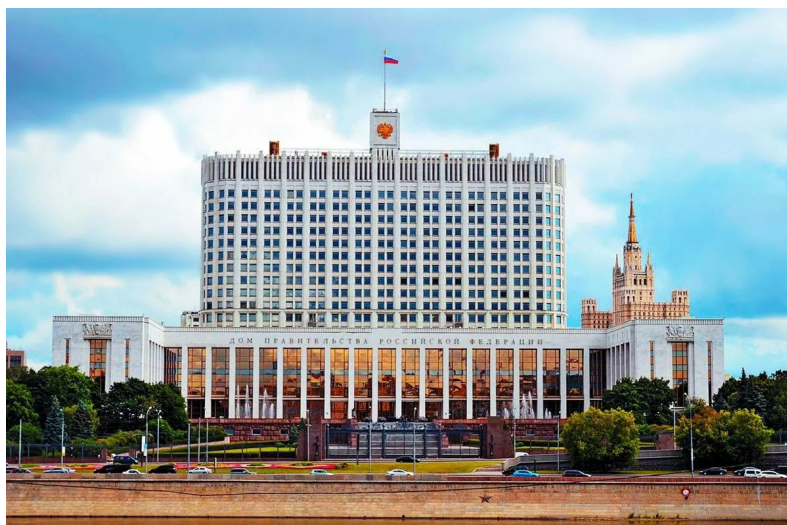
Безусловно, можно иметь замечательное желание выпускать на территории России различные международные бренды, но для этого не нужно ставить все с ног на голову в выверенном российском ГОСТе под предлогом его унификации с требованиями технического регламента ЕАЭС, вступающим в силу уже в январе 2021 года.

(Окончание, начало на стр. 1)

«Запреты на продажу алкогольной продукции, в том числе пива, уничтожают не только пивоваров, каждый из которых вложил в создание производств десятки миллионов рублей, но и рабочие места сотен тысяч россиян, занятых в других сферах», – говорится в письме.

По данным Союза пивоваров, одно рабочее место в пивоварении создает порядка 10 рабочих мест в смежных отраслях: сельском хозяйстве, логистике, торговле, производстве упаковки. В пивоварении напрямую занято порядка 40 тыс. человек. Это означает, что еще 400 тыс. человек имеют работу благодаря пивоварам. Кроме того, запреты региональных властей приведут к сокращению вклада пивоваренной отрасли в экономику России, который с начала 2010-х годов, по оценке Института экономической политики им. Е.Т. Гайдара, ежегодно составляет порядка 1% ВВП, а также к снижению объемов посту-

ПИВОВАРЫ РОССИИ ПОПРОСИЛИ ПОДДЕРЖКИ У ПРАВИТЕЛЬСТВА



паемых в региональные бюджеты налогов.

«При этом декларируемые региональными властями цели по снижению потребления алкогольной продукции гражданами не будут достигнуты, поскольку население имеет все возможности быстро переключиться на нелегальную крепкую алкогольную продукцию (типа «настойки боярышника»), потребление которой сопряжено с риском для жизни и способно усугубить и без того высокую нагрузку на отечественную систему здравоохранения», – говорится в письме.

Как отметил директор Центра ис-

следований федерального и региональных рынков алкоголя «ЦИФРРА» Вадим Дробиз, недельный всплеск продаж алкоголя был зафиксирован перед введением режима самоизоляции, сейчас роста продаж алкогольной продукции нет.

«В данной ситуации ограничение официальных продаж алкоголя служит исключительно стимулом к развитию нелегальных продаж. Наиболее целесообразно – перестать ограничивать продажи и разрешить доставку алкоголя. Потому что тому, кто хочет, легально или нелегально, бутылку все равно привезут», – считает он.

Большинство членов Союза российских пивоваров уверено: любое манипулирование с существующей пивоваренной терминологией недопустимо, оно не приведет ни к чему, кроме дискредитации пива как продукта. Итак, крупные компании с международным участием предложили новую редакцию ГОСТа. Мало того что норматив содержания солода в «пиве» по этому «ГОСТу» существенно снижен, так и само понятие «солод» запрятано где-то в глубине документа. Проект «ГОСТА» начинается с перечня определений разрыхлителей, стабилизаторов, ферментов, добавок, сиропов и так далее. Солод, как я уже говорил, где-то там на энной позиции, внутри этого длинного списка «улучшителей» пива.

Однако любое пиво – это только солод, хмель, вода и пивные дрожжи. Конечно, есть определенные стили пива, которые предполагают, что в них можно добавлять пшеничный, светлый, темный, карамельный, но опять же солод. Допустимо добавлять другие интересные натуральные компоненты: цедру, кориандр или, скажем, корицу. Но в предложенном «ГОСТе» речь идет о полном изменении рецептуры пива. Мотивируется это примерно следующим образом: в Мексике варят пиво вот так, а в Японии вот эдак.

Российские пивовары с огромным уважением относятся к коллегам из Мексики, Японии и других стран. Но мы с трудом представляем, чтобы в Мексике, где активно используется кукуруза, вдруг начали менять законы, чтобы использовать в пиве рожь, потому что рожь используется для варки пива в России. Также маловероятным видится сценарий, когда в Японии, где в основе рецептуры находится рис, вдруг начинают обсуждать, что хорошо бы в ингредиенты пива добавить гречку, потому что в России эта крупа очень популярна.

А у нас почему-то возможны попытки подмены понятий. Предложенный транснационалами «ГОСТ» направлен, в первую очередь, против потребителя. Если с ним согласиться, то завтра любой компот можно назвать пивом только потому, что там есть какой-то процент солода и сколько-то добавлено хмеля. Но это ненормально, и Союз российских пивоваров выступает против попыток ломки системы пивоваренных ГОСТов и настаивает на сохранении основ и традиций отечественного пивоварения. Наши тра-

диции и основы пивоварения никоим образом не препятствуют ни развитию новых для России стилей пива, ни любым творческим экспериментам пивоваров.

Инновациям есть место в пивоварении, но пусть пиво остается продуктом, где основным сырьем выступают вода, солод (не менее 80%), хмель и дрожжи, а не ферменты, сиропы и прочие мало-понятные вещества.

– В России есть региональные пивоварни, которые добиваются действительно уникального, неповторимого вкуса пива. Должно ли отечественное пиво последовать примеру отечественного вина и стать неким локальным защищенным продуктом?



– Конечно, да. Вы абсолютно верно подметили. В пиве как раз вода играет невероятную роль. Россия – страна с богатейшим водным бассейном, поэтому российское пиво, если оно сварено с хорошим, качественным сырьем, с соблюдением классической технологии, великолепного качества. Неслучайно многие российские производители получают награды на самых престижных мировых конкурсах, а иностранные туристы отмечают великолепное качество нашего пива! Это заслуга малых и средних региональных пивоваренных компаний, которые сохраняют самобытность, ту стилистику пива, которая десятилетиями складывалась у них в регионах. Причем десятилетия – это не предел исторических традиций. В России сохранились заводы с более чем 100- и даже 200-летней историей.

Можно перечислить много российских городов, где есть свой завод с великолепным качеством пива, которое связано с неукоснительным соблюдением

классической технологии и рецептуры.

– Поговорим о крафте. Многие производители в России сейчас называют свое пиво крафтовым. Это тренд? Это дань моде? Или это маркетинговый ход?

– Это и тренд, и дань моде, и маркетинговый ход. Рискну предположить, что крафт вообще имеет все шансы стать одним из символов пивоварения наших дней.

Время крафта – это когда на рынке есть много независимых пивоварен, которые предлагают потребителю абсолютно разные стили пива. Время крафта – это смелые творческие поиски сотен пивоваров.

Крафтовики работают на благо всей

Руководство крупных компаний прекрасно понимает, что новый тренд создает новые возможности. Поэтому они тоже не прочь не только попробовать свои силы в сегменте крафта, но и получить в нем свою долю.

– То есть они хотят стать такими же гибкими, как и крафтовые пивоварни?

– На мой взгляд, такими же гибкими большинство гигантов все равно быть не сможет: у них есть и технологические ограничения, и общемировые стандарты. Но, разумеется, они стараются найти себя в этом сегменте. Нередки случаи, когда крупные компании покупают пивоваренное оборудование для мини-завода, устанавливают его отдельно, чтобы небольшими партиями варить новые сорта пива.

Другое дело, что ведение гигантского промышленного производства и небольшого пивоваренного бизнеса – это совершенно разные и подчас несовместимые направления деятельности. Хотя на рынке есть примеры и успешного симбиоза крафтовых варок с производством массового продукта.

– Планирует ли Союз российских пивоваров расширять сотрудничество с объединениями крафтовых пивоваров?

– Да, планирует. Союз последовательно выступает за максимальное объединение участников пивоваренной отрасли в своих рядах: одна отрасль – один Союз. В Союзе всегда звучал голос малых пивоваров, но при этом выход из Союза трех транснациональных компаний не означает, теперь Союз представляет интересы лишь малых и средних производителей пива. В наших рядах по-прежнему остаются более 30 заводов мощностью несколько миллионов декалитров пива в год. А это без малого треть из почти 100 членов Союза.

Повторюсь, что теперь члены Союза едины в повестке дня. Союз не будет поддерживать увеличение акциза на пиво, Союз против ужесточения правил и нормативов торговли пивом в многоквартирных жилых домах, Союз против введения маркировки пивоваренной продукции, Союз против лицензирования производства и оборота пивоваренной продукции, Союз за унификацию требований к производству и обороту пивоваренной продукции на федеральном уровне. И, как мы уже обсуждали выше, Союз за минимальную розничную цену на пиво и сохранение нынешних пивоваренных стандартов.

НОВОСТИ

В Гродно продали здание пивоваренного завода

В Гродно был продан комплекс зданий местного пивоваренного завода, построенного на месте дворца Сапегов-Огинских. Объект ушел с молотка за 1,36 млн рублей.

В комплекс входит 14 помещений, три из которых представляют собой историко-культурную ценность. Новым владельцем гродненского пивоваренного завода стала белорусско-польская компания.

Бывший пивоваренный завод располагается в очень живописном месте, неподалеку от набережной Немана. Долгое время он оставался невостребованным.

На предприятии выпускали пиво с 1868 по 2007 год. После этого завод закрыли из-за обветшалости зданий.

Пивзавод в Гродно – архитектурный памятник XVII века, бывший дворец рода Огинских. С 1868 года владельцем здания стал австрийский купец Осип Кунц.

Именно он и открыл здесь небольшой пивоваренный завод. В то время в городе действовали около 10 небольших пивоварен, поэтому Кунцу необходимо было выдерживать немалую конкуренцию. Активное производство пива началось после установки солодовенной башни в 1877 году.

Гродненское пиво всегда воспринималось на территории Беларуси как эталонное. На протяжении 100 лет работники завода, пережившего обе мировые войны и революцию, создавали здесь свои династии пивоваров.

Со временем оборудование устарело, а технологии не обновлялись. К 90-м годам прошлого века качество гродненского пива стало снижаться, завод начал терять свои позиции. В 2007 году компания «Балтика» рассматривала покупку гродненского завода с целью его реконструкции. Однако конфликт в руководстве белорусской компании застопорил процесс, итогом которого стал отказ от идеи приобретения этого пивзавода.

Пивоваренная компания «Балтика», входящая в Carlsberg Group, начала выпуск нового пива «Хмель&Friends», в основе рецептуры которого лежит технология сухого охмеления с купажем из трех сортов хмеля.

Первый розлив этого пива состоялся 20 марта на заводе «Балтики» в Санкт-Петербурге. Новый сорт уже появился на полках магазинов в двух стилях: светлый и венский лагер.

Бренд «Хмель&Friends» призван объединить в себе лучшие традиции крафтового пивоварения и истинно «балтийское» скрупулезное отношение к качеству. Уникальный, харизматичный вкус нового лагера достигается благодаря особой рецептуре. В ее основе лежит технология сухого охмеления – способа, при котором ароматный хмель задается в процессе брожения. Таким образом, сусло «настаивается» на хмеле, благодаря

«БАЛТИКА» НАЧАЛА РОЗЛИВ ЛАГЕРА «ХМЕЛЬ&FRIENDS»

чему содержащиеся в нем эфирные масла сохраняются и раскрываются во вкусе пива «Хмель&Friends» насыщенным и свежим букетом.

«Хмель&Friends» ориентирован прежде всего на мужскую аудиторию 25–35 лет, которая обращает внимание на интересные концепции и оригинальный подход к пивоварению. Знакомство с новым пивом от «Балтики» станет интересным опытом как для любителей лагера, так и для ценителей необычных сортов.

Создание нового бренда связано с интересом потребителя к крафтовому продукту. Сейчас «Хмель&Friends» разливается в двух стилях:

– Pale lager, или светлый лагер. Нефильтрованное пиво с насыщенным золотистым цветом. Имеет яркий хмелевой аромат, раскрывающийся цитрусовыми и цветочными нотами. Это пиво обладает богатым вкусом с легкой солодовой сладостью и выраженным хмелевым послевкусием.

– Vienna lager, или венский лагер. Нефильтрованное пиво с насыщенным темно-янтарным цветом. Вкус раскрывается деликатно выраженными оттенками хлебной корочки и имеет легкий фруктовый аромат. Бархатистое тело этого лагера отлично сочетается с приятной хмелевой горечью

и мягкими пряными и цветочными оттенками в послевкусии.

Разливается новый продукт на двух площадках: в Петербурге и Туле. Это связано с наличием особого оборудования, необходимого для сухого охмеления.

Банка «Хмель&Friends» имеет объем 0,45 л и обладает лаконичным и брутальным дизайном, который отлично подчеркивает выверенность оригинальной рецептуры и качество продукта. Кроме того, на лицевой стороне банки обозначены самые важные для пива характеристики: экстрактивность начального сусла, цветность, горечь и процент содержания спирта.

НОВОСТИ

BevialeMoscow2020
КВЦ «Сокольники», Москва, Россия | 24-26 Марта

НОВЫЕ ДАТЫ ВЫСТАВКИ

2-4 сентября 2020

#bevialemoscow2020

Выставку Beviale
Moscow переносят на
сентябрь 2020-го

В связи с растущим распространением эпидемии коронавируса (COVID-19) и недавно опубликованными ограничениями на въезд для граждан Китая, КНДР, Италии, Ирана, Франции, ФРГ, Испании, а также в связи с указом №12 от 05 марта 2020 г. мэра Москвы Сергея Собянина, компания Nurnberg Messe приняла решение перенести проведение выставки. Beviale Moscow 2020 пройдет со среды, 2 сентября, по пятницу, 4 сентября, 2020 года.

Условия проведения выставки и договоренности с площадкой остаются прежними – выставка пройдет в павильонах 4 и 4.1 в КВЦ «Сокольники».

Безопасность участников выставки, посетителей и сотрудников является приоритетом и обязательством для компании Nurnberg Messe. Осознавая эту ответственность и после тщательного рассмотрения и оценки текущей ситуации, руководство компании Nurnberg Messe приняло решение принять необходимые меры по соблюдению этих обязательств.

После многочисленных переговоров с партнерами и национальными союзами было принято решение о проведении выставки в вышеупомянутые даты. Руководство выставки приносит свои извинения в связи с переносом Beviale Moscow 2020 и надеется на понимание со стороны ее участников.

INDIA PALE ALE – КОРОЛЬ ХМЕЛЯ
ИЛИ «ПИВО ДЛЯ ДВОРЯНСТВА»?

Легенды рассказывают, что India Pale Ale, или, как его сегодня называют, IPA, появился тогда, когда британцам приходилось транспортировать свое пиво в Индию. Тогда они решили добавить к обычному элю больше хмеля, чтобы пиво не портилось, потому что хмель, как известно, хороший консервант.

режный (West Coast), левобережный (East Coast) и другие. Соответственно, так и называются IPA, VIPA, DIPa, NEIPA и т.д. Прочность (ABV): 5 – 7% (тяжеловесные представители: дабл или трипл ИПА достигают 10% и 12% соответственно). Горечь (IBU): 40 – 80 IBU.

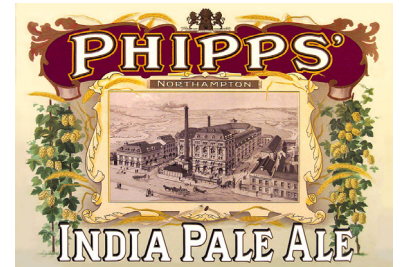
India Pale Ale (IPA) влюбляет в себя после первого глотка в пабе и вызывает желание сразу заказать еще

История пива IPA

История IPA, можно сказать, благородного происхождения. В XIX в., когда Англия владела многими колониями, IPA зародился как напиток для подданных короны в Индии, где пиво выполняло две основные функции – борьбы с дефицитом питьевой воды и утоления жажды по родине. IPA достаточно хорошо выдерживал долгий транзит с Туманного Альбиона к берегам Индии и довольно быстро завоевывал сердца местных англичан.

India Pale Ale называли «пивом для дворянства». Но это был лишь маркетинговый ход, когда пиво появилось. В Индии этот стиль не слишком хорошо продавался. В то же время в Великобритании он стал стандартом.

Кроме благородной цели утоления тоски по Англии, в появлении India Pale Ale также есть меркантильные моменты. Известно, что Англия кроме пивоварения славилась угледобычей. Так, в XVIII в. промышленники Туманного Альбиона научились добывать кокс из угля. Местные пивовары сразу же увидели в этом выгоду – начали сушить на нем солод. Таким образом, высушенный солод стал основой Октябрьского эля, который традиционно варился осенью, а потом год настаивался



вался в деревянных бочках с добавлением хмеля. Именно этот крепкий, 8 – 12% хмельной, Октябрьский эль можно назвать отцом IPA.

Никто точно не может сказать, кто впервые сварил IPA. Сам термин вошел в обиход после упоминания в австралийской газете в 1829 году, где написано, что истоки India Pale Ale расположены в небольшом городке Burton upon Trent и сварили его примерно в 1820 году. Несмотря на невиданную популярность стиля, много пивоваренных компаний начали заявлять о своем авторстве стиля. Например, йоркширцы вообще заявили, что сварили IPA еще в 1700 году. Правду об этом мы, пожалуй, так и не узнаем.

Кстати, современные пуританцы (в основном британцы) ностальгически вспоминают прошлое и говорят, что теперь IPA – это уже не IPA (так и говорят: «ИПА уже не тот»), а какая-то бурда:



Что такое IPA?

India Pale Ale (индийский светлый эль, АйПиЭй или просто ИПА) – это хмельной, горький и один из самых популярных сортов пива. Часто человек знакомится с крафтовым пивом именно из-за любви к АйПиЭй, а у пивоваров и крафтовых пабов всегда есть место для собственного IPA. Кто-то останавливается на этом, а кто-то идет дальше и пробует соур, ламбик, стаут и т.д.

Варка India Pale Ale – это праздник для хмеля. Хмель ощущается от первого вдоха до последнего аккорда послевкусия. Но по-разному, потому что ИПА бывают всякие: дабл (империал), трипл, блэк, новоанглийский, американский, британский, правобе-

режный (West Coast), левобережный (East Coast) и другие. Соответственно, так и называются IPA, VIPA, DIPa, NEIPA и т.д. Прочность (ABV): 5 – 7% (тяжеловесные представители: дабл или трипл ИПА достигают 10% и 12% соответственно). Горечь (IBU): 40 – 80 IBU.

Несмотря на предположения пивоманов о дополнительных ингредиентах, удивительный вкус IPA достигается классической четверкой ингредиентов: вода, дрожжи, солод и хмель. Но новички обычно все равно долго сомневаются, что обычный хмель может давать такой изысканный аромат.



В САМАРЕ ПРОЙДЕТ ФИНАЛ КОНКУРСА «ЛУЧШИЙ ПИВОВАР»

14 – 15 июня 2020 года в Самаре в рамках конкурса профессионального мастерства «Лучший по профессии» планируется впервые провести финал конкурса «Лучший пивовар».

Партнером конкурса станет пивоваренная компания «Балтика», которая входит в Carlsberg Group. Соглашение об этом компания подписала с правительством Самарской области.

«Балтика» поддержала конкурс в год своего 30-летия. Пивовары и технологи компании войдут в качестве экспертов в жюри, помогут сформировать объективные критерии отбора и оценки, проведут образовательные сессии для специалистов и студентов профильного направления.

«Для нас важно рассказать о многогранной профессии пивовара, обеспечить развитие отрасли. Carlsberg



Group, частью которой является «Балтика», всегда считала это одной из своих приоритетных задач. В частности, в 1883 году в лаборатории Carlsberg в Копенгагене открыли чистую культуру дрожжей.

Это перевернуло мир пивоварения и позволило получать пиво ста-

бильного качества, полностью контролируя вкус и аромат напитка», – поделился вице-президент ООО «Пивоваренная компания «Балтика» по работе с органами государственной власти и корпоративным отношениям Алексей Кедрин.

Инициатором проведения конкурса

выступило правительство Самарской области, предложив новую номинацию в рамках «Лучший по профессии». Инициатива была поддержана Министерством труда РФ и Министерством промышленности и торговли РФ.

«Наш регион славится не только нефтехимическими предприятиями, предприятиями ракетостроения, но и давними традициями пивоварения. И то, что здесь соберутся профессионалы, участники этого рынка, – это замечательное событие не только для представителей отрасли, но и для всех жителей региона. Уверен, что количество участников будет очень велико, ведь только на территории губернии работает больше 50 пивоваренных компаний, – сказал первый вице-губернатор, председатель правительства Самарской области Виктор Кудряшов.

Чтобы принять участие в конкурсе, нужно иметь российское гражданство, стаж работы пивоваром от трех лет и возраст не менее 21 года. Кандидатуру может выдвинуть любая организация вне зависимости от правовой формы и формы собственности, зарегистрированная в стране. Конкурс включает в себя два этапа. Региональный – состоит из всех субъектах России до 29 мая. Федеральный этап пройдет 14 – 15 июня в Самаре. Возможно, региональные этапы пройдут в режиме онлайн.

Лучший пивовар получит 300 тыс. рублей, серебряный призер – 200 тыс. рублей, бронзовый – 100 тыс. рублей. Получить больше информации о конкурсе можно на сайте Министерства труда, занятости и миграционной политики Самарской области trud.samregion.ru в разделе «Деятельность» – «Конкурсы».

хмель HE английский, варят его в Англии, слишком карбонизированный, даже дрожжи, по их мнению, уже не те.

Секреты охмеления

Для охмеления Индийского светлого эля используют горький, ароматический и универсальный хмель. Степень охмеленности зависит от того, ког-



да добавили хмель: в начале варки, в конце или его добавляли в течение всей варки. Хмель, добавленный в начале, дает насыщенную горечь и минимум аромата, в конце – насыщенный аромат и минимум горечи. Вот пивовары и ищут идеальный баланс. Если вы, скажем, когда-нибудь пили Minute IPA от DogfishHead, то наверняка обратили внимание на цифры на этикетке – 60, 90, 120. Они обозначают время варки, соответственно, и степень охмеленности.

Каждая пивоварня пытается сварить неповторимый Индийский пейл-эль с собственным «почерком». Но основа неизменна – это хмель.

Если после приготовления напитка создателю кажется, что необходимый ароматный концепт не достигнут, можно использовать метод сухого охмеления – добавление порции хмеля в ферментационный танк. Собственно, это и делали при настаивании Октябрьского эля.

Каким бывает IPA?

Ароматными видами пива считаются Harvest Ales и Wet Hop Ales. В них для сухого охмеления используют очень свежие, невысушенные шишки хмеля, чтобы достичь максимума вкуса. Получается оксюморон – dry-hopped with wet hops – «сухое охмеление мокрым хмелем».

Сейчас рынок Индийского эля представлен американским, британским и имперским IPA.

Британские IPA традиционно изготавливают исключительно из местного сырья с максимальным соблюдением исторически правильной рецептуры. Их слабым местом можно назвать то,

что ароматность английского хмеля значительно уступает американскому и новым сортам хмеля из Океании – Австралии и Новой Зеландии. Такой недостаток компенсируется травяными и цветочными тонами.

Американским IPA называют любое пиво, аромат которого создан душистым американским хмелем, что даже в малом количестве начинает доминировать над другими сортами. Американский хмель в умелых руках дает превосходный баланс вкуса: сладкий солод и хвойно-цитрусовый аромат. В имперском или дабл IPA (ИПА или DIP) добавляют как минимум вдвое больше американского хмеля, чем в классический IPA. Зародился этот стиль в 1990-х благодаря американским пивным экспериментаторам.

Imperial IPA делают на: West Coast IPA – сухое и очень охмеленное пиво. При варке используется только хмель семейства «каскад»;

East Coast IPA – вкус этого пива обеспечивает солод, оно менее горькое.

Стоит упомянуть также бельгийский IPA – изготавливается из американского ароматного хмеля, но с использованием местных пивных дрожжей. Black IPA – это разновидность Double West Coast IPA с темными видами солода. Session IPA – пивной стиль, который еще формируется, берет свое начало с 2010-х, когда пивовары экс-

периментально стремились достичь максимального аромата и вкуса из американских хмелей. Но при этом увеличивали прочность и в результате получили десертное пиво. Оно пользовалось популярностью недолго, так как не подходило для общепринятого формата общения в пабе – быстро выносило. Тогда начались эксперименты

по сохранению вкусовой палитры со снижением прочности до 3 – 4%. Эксперименты эти продолжаются.

В зависимости от территорий, где выращен хмель, существуют также японские IPA, тихоокеанские IPA и т.д. Но такая географическая классификация пива широко не используется.

Современные IPA нужно пить как можно быстрее (в смысле не большими глотками сразу ко дну, а за минимум времени от даты изготовления). Хотя здесь есть свои нюансы. Часто на этикетках не указывают даже срок годности, только дату изготовления. Это связано с катастрофически быстрой потерей горечи и распадом веществ, которые дарят аромат. Возникает вопрос: «Почему пиво, транспортировавшееся в Индию, выдерживало 6-месячную перевозку?» Все просто, тогдашние пивовары на выходе получали, мягко говоря, слишком горькое пиво, а за время транспортировки горечь приходила к допустимому уровню. Современные пивные художники искусно жонглируют с горечью, давая нам возможность пить пиво сразу после его рождения.

В целом среди крафтового пива IPA чувствует себя уверенно, но производители не спешат массово выводить его на рынок – ведь рядовой гражданин все еще отдает предпочтение желтой воде.

Материал подготовлен при содействии магазина «Бир Маркет «Арбатский».

<https://www.tbsmarket.ru>



НОВОСТИ



HEINEKEN ВЫПУСТИЛ ФРУКТОВОЕ ПИВО

Российское подразделение международного концерна HEINEKEN запускает в продажу фруктовое пиво с натуральным соком – три новых вкуса под брендом Dr. Diesel.

В линейке представлены три необычных и непохожих друг на друга сочетания вкусов: Wild Mix – яркий вкус манго и красного апельсина, Hot Mix – сладость сочной вишни и персика, Cool Mix – освежающее сочетание лайма и киви. Они такие разные, но все-таки они вместе! Уже знакомая потребителю концепция бренда теперь приобрела новый взгляд и подачу.

Фруктовые новинки Dr. Diesel Mix для российского рынка уникальны – HEINEKEN делает ставку на натуральность продукта, которая призвана привлечь внимание потребителей.

«Разнообразие и сочность вкусов – настоящий потребительский тренд на рынке пива, – говорит Раина Шкутова, директор по маркетингу HEINEKEN в России. – Пиво с добавлением натурального сока Dr. Diesel Mix – это максимально насыщенный фруктовый вкус и натуральность. Это инновация для современной, готовой к экспериментам молодежи, которая осознанно подходит к своему выбору».

Рынок фруктового пива в России продолжает уверенно развиваться. По данным Nielsen, за 2018 – 2019 годы сегмент вырос на 40% и продолжает расти. Вкусовые сочетания, представленные в линейке Dr. Diesel Mix, выбирают 78% потребителей, согласно исследованию потребительских предпочтений TURF.

10 февраля 2020 года в Санкт-Петербурге состоялся конкурс пивных сомелье Beer Sommelier Competition-2020, организованный Петербургской ассоциацией сомелье совместно с компанией Chef & Sommelier.

По словам организатора конкурса – президента Петербургской ассоциации сомелье (ПАС) Александра Рассадкина, главная идея конкурса заключалась в том, чтобы применить опыт организации конкурсов винных сомелье к пиву и привлечь к этому соревнованию представителей пивной индустрии.

В конкурсе приняли участие действующие сомелье и члены ПАС. Общее число участников составило 30 человек из 4 городов России.

Финал конкурса состоялся в Санкт-Петербурге в ресторане Social Club. Он начался с задания «Картинки». Финалистам нужно было узнать на слайдах известных пивоваров, критиков, логотипы пивных брендов и другие,

КТО СТАЛ ЛУЧШИМ ПИВНЫМ СОМЕЛЬЕ?

связанные с пивом события и изображения.

Затем участники перешли к индивидуальным заданиям, в рамках которых им необходимо было обслужить 4 гостей, один из них заказывал пиво «с крана». После этого последовало задание подготовить рекомендацию бельгийских традиционных сортов пива и блюд к ним для гостей, собирающихся в Бельгию.

Завершила финал слепая дегустация. Участникам нужно было определить 6 сортов пива: Wit, Dunkel Weizen, Oud Bruin, IPA, IPL и томатный Gose. С последним заданием лучше всех справился Максим Гребеник из Екатеринбурга, который в итоге и занял первое место. На втором и третьем местах сомелье из Санкт-Петербурга Марина Тонкова и Вероника Вильчик. Победитель и призеры получили в награду поездку в Бельгию.



КТО ПОБЕДИЛ НА КОНКУРСЕ «РОСГЛАВПИВО – ГЛАВНОЕ ПИВО РОССИИ»?

Напомним, что в ходе двухдневной дегустации, состоявшейся в комплексе зданий Московского государственного университета пищевых производств 6–7 февраля 2020 г., международное экспертное жюри, состоящее из 75 человек, произвело оценку 418 образцов от 143 пивоваренных компаний.

6 и 7 февраля 2020 года в Московском государственном университете пищевых производств состоялся 4-й конкурс пивоваренной продукции «РОСГЛАВПИВО – Главное Пиво России». Международное экспертное жюри, состоящее из 75 человек, произвело оценку 418 образцов от 143 пивоваренных компаний России.

Это совместный проект Союза производителей ячменя, солода, хмеля и пивобезалкогольной продукции России и Союза независимых пивоваров Германии. Это соревнование является национальным этапом ведущего мирового конкурса пивоваренной продукции European Beer Star: «Пиво – звезда Европы». Открыл конкурс ответственный секретарь экспертного жюри конкурса, президент Союза производителей ячменя, солода, хмеля и пивобезалкогольной продукции Александр Мордовин. В своем выступлении он отметил, что этот конкурс использует многолетний опыт проведения престиж-



ного конкурса European Beer Star, организатором которого выступает Союз независимых пивоваров Германии, старейший и крупнейший отраслевой союз пивоваров в мире. Он обратил внимание на то, что на конкурс «РОСГЛАВПИВО 2020» было представлено 418 образцов пивоваренной продукции от 143 отечественных и зарубежных компаний – представителей малого, среднего и крупного пивоваренного бизнеса.

Ректор Московского государственного университета пищевых производств Михаил Бальхин отметил высокую значимость конкурса, который направлен на улучшение качества выпускаемой продукции. Это подтверждает и тот факт, что в этом году количество образцов увеличилось на 30% по сравнению с прошлым годом. Значимость конкурса подчеркивает и состав международного жюри.

Первоначально планировалось, что церемония награждения победителей конкурса «РОСГЛАВПИВО – Главное Пиво России» пройдет 24 марта на центральной площадке выставки BeviALE Moscow 2020 в КВЦ «Сокольники».

Однако, учитывая постановление мэра Москвы Сергея Собянина о запрете публичных мероприятий общей численностью более 50 человек, награждения победителей конкурса «РОСГЛАВПИВО – Главное Пиво России» было перенесено на более поздний срок.



ВЫСШЕ ЗОЛОТЫЕ НАГРАДЫ

РОСГЛАВПИВО – ДВОЙНОЕ ЗОЛОТОЕ	«Честер Айриш Стаут», Chester Pub Brewery г. Орел
РОСГЛАВПИВО – ВЫБОР ПОТРЕБИТЕЛЯ	«Наша марка 77», «Pivzavod 77», г. Москва
РОСГЛАВПИВО – ЗНАК КАЧЕСТВА ПИВА	Rewort Brewery, г. Сергиев Посад Московская область

ЗОЛОТЫЕ НАГРАДЫ КОНКУРСА

Категория 1 Пилснер (Немецкий стиль) (29 образцов)	«Ретро Классическое», ООО «Основа», г. Красноярск
Категория 2 Пилснер (Чешский стиль) (39 образцов)	«Камчатское светлое», АО «Камчатское пиво», г. Петропавловск-Камчатский
Категория 3 Светлое/Лагер(33 образца)	«КРЫМСКАЯ РИВЬЕРА», АО «Пивобезалкогольный комбинат «Крым», г. Симферополь, Республика Крым
Категория 4 Темное пиво (35 образцов)	«Сесслер ред», ООО «Первая Ремесленная Пивоварня», г. Новосибирск
Категория 5 Светлый эль (18 образцов)	«Чешский эль светлый», ООО «Курская пивоваренная компания», г. Курск
Категория 6 Крепкий лагер (19 образцов)	«КРЫМ КРЕПКОЕ», АО «Пивобезалкогольный комбинат «Крым», г. Симферополь, Республика Крым
Категория 7 Новый стиль Пэйл эль (24 образца)	«MIR in Beer», Pivzavod 77, г. Москва
Категория 8 Индийский Пэйл эль (20 образцов)	«Fridtjof N», Rewort Brewery, г. Сергиев Посад, Московская область
Категория 9 Портер (21 образец)	«Черный балтиец», Pivzavod 77, г. Москва
Категория 10 Пшеничное дрожжевое светлое (25 образцов)	«НОВОВАР «Пшеничное», ООО Тольяттинский Пивобезалкогольный Завод «Татищев», г. Тольятти, Самарская область
Категория 11 Пиво с травами и пряностями (12 образцов)	«Грейп Эль», ООО «Китежбру», г. Городец, Нижегородская область

ЗОЛОТЫЕ НАГРАДЫ КОНКУРСА

Категория 13 Пиво с использованием альтернативного зернового сырья (13 образцов)	«Междуреченское Жемчужина Кузбасса», ОАО «Славянка», г. Новосибирск
Категория 14 Красный и янтарный лагер (12 образцов)	«Свое красное», ООО «Свои да наши», г. Ярославль
Категория 15 Сладкий стаут (10 образцов)	«Sacred Duality», Rewort Brewery, г. Сергиев Посад, Московская область
Категория 16 Немецкий стиль Келлербир светлое (11 образцов)	«Немецкое светлое», ООО «БрауМастер», г. Архангельск
Категория 17 Немецкий стиль Келлербир темное (9 образцов)	«Немецкое Черное», ООО «БрауМастер», г. Архангельск
Категория 18 Немецкий стиль Келлерпилс (8 образцов)	«Хмелефф», АО «Русская пивоваренная компания «Хмелефф», г. Рязань
Категория 19 Бельгийский стиль Дуббель (12 образцов)	«Black Polly», ООО «ПИВОВАРЕННЫЙ ЗАВОД «КАНЦЛЕРЬ», г. Воронеж
Категория 21 Специальное медовое пиво (10 образцов)	«Поручик Ржевский медовое с розмарином, грейпфрутом и гранатом», ООО «Пиво-медоваренный завод Эрнста Клейна», г. Ржев, Тверская область
Категория 23 Европейский стиль Мягкий лагер (18 образцов)	«Немецкое», ООО ВПБЗ «Дарьял», г. Владикавказ
Категория 24 Сухой стаут (10 образцов)	«Честер Айриш Стаут», Chester Pub Brewery, г. Орел

ЛУЧШИЙ ПО ПРОФЕССИИ ПИВОВАР

Васеев Вадим Евгеньевич	Пивовар ООО «БирМайстер», г. Липецк
Соловьев Алексей Юрьевич	Главный пивовар «Pivzavod 77», г. Москва
Гущин Роман Олегович	Коммерческий директор Крафтовой пивоварни «Rewort Brewery», Московская область, г. Сергиев Посад
Федорова Елена Михайловна	Технолог пивоварения «Chester Pub Brewery», г. Орел
Семенов Роман Владимирович	Исполнительный директор / Технолог ООО «Вагант-РР», Ивановская область, п. Лежнево