

ПРАЗДНИЧНЫЕ ГРАДУСЫ

В ОТЛИЧИЕ ОТ МАРТИНИ С ВОДКОЙ, ПРОЧНО АССОЦИИРУЮЩЕГОСЯ С ДЖЕЙМСОМ БОНДОМ, ИЛИ КОКТЕЙЛЯ COSMOPOLITAN, РАСТИРАЖИРОВАННОГО ИЗВЕСТНЫМ СЕРИАЛОМ, НАПИТКИ, КОТОРЫЕ ТОЛЬКО ВЫВОДЯТСЯ НА РЫНОК ИЛИ ДОЛЖНЫ ЗАВОЕВАТЬ НОВУЮ АУДИТОРИИ И СЛОМАТЬ СТЕРЕОТИПЫ, НУЖДАЮТСЯ НЕ ТОЛЬКО В РЕКЛАМЕ, НО И В EVENT-МЕРОПРИЯТИЯХ. РОССИЙСКИЙ ОПЫТ ПРОВЕДЕНИЯ ТАКИХ МЕРОПРИЯТИЙ ЗАНЯЛ ДОСТОЙНОЕ МЕСТО В МИРОВОЙ EVENT-КУЛЬТУРЕ. ЕВГЕНИЯ СМЕЛЯНСКАЯ

БАРНОЕ ДЕЛО Культура потребления алкогольных напитков в России развивается стремительно, а качество мероприятий — в развлекательном или бизнес-сегменте — растет год от года, полагают эксперты. Серьезные ожидания связаны сегодня с отечественной барной и коктейльной культурой. Например, в сентябре 2011 года в столице в МВЦ «Крокус-Экспо» впервые пройдет Moscow Bar Show — международная профессиональная выставка последних достижений алкогольного бизнеса и барной индустрии. Идея принадлежит информационному проекту ПИР и создателю знаменитого London Bar Show Энди Бишопу. Господин Бишоп создал лондонский проект в 2000 году и руководит им до сих пор. За годы существования London Bar Show объединил тысячи барменов, дизайнеров интерьера и барменеджеров со всего мира, предлагая не только площадку для коммуникации, но и образовательные программы. Сегодня London Bar — одно из культовых мероприятий, поэтому появление выставки под брендом такого уровня в Москве говорит о многом.

По мнению Александра Кана, Bartender Brothers, шеф-миксолога ресторанов «Мечта», появление Moscow Bar Show — это знак доверия к барной индустрии в России. Кстати, «репетицией» новой выставки стал «ПИР. Индустрия гостеприимства» в сентябре 2010 года, куда вместе с Энди Бишопом приехали выдающиеся деятели мировой барной индустрии, например ведущие эксперты США по водке Анастасия Миллер и ее муж Джаред Браун, британские звезды Шон Кларксон — один из самых успешных дизайнеров интерьеров, Энди Пирсон — знаменитый миксолог, один из лучших барменов Великобритании, Эрик Ю — владелец знаменитых на весь мир баров и ресторанов.

«Moscow Bar Show впервые проводится в России, потому что в нашей стране очень активно развивается барная индустрия, и мы возлагаем большие надежды на русскую коктейльную культуру», — говорит Александр Кан, который и сам вносит немалый вклад в развитие индустрии в России.

Например, он организует Absolut Bar — мероприятие для лучших бар-менеджеров двух столиц и городов-миллионников, которое проходит летом и зимой в Москве и Санкт-Петербурге. «Обычно мы собираем барменов за городом в неформальной обстановке, — объясняет господин Кан. — Для начала мы разминаемся, например стреляем по мишеням из пистолетов и ружей, а затем проводим психологические игры между барменами и разнообразные мастер-классы. Кроме того, мы запускаем мотивационные программы для участников. Победители получают ценные призы, от билетов на Depeche Mode или A-Ha до поездки в Absolut Academy в Стокгольме».

ПО НАПИТКУ И ПРАЗДНИК В Ялте обещают вот-вот открыть «Винный театр» — дегустационный дом с кинозалом, музеем вина и погребом. Гости «театра», который разместится в одном из старинных особняков города, смогут круглый год угощаться крымским вином, изучать историю местного виноделия, а также брать уроки в школе сомелье.

Кстати, дегустацию — стандартный маркетинговый ход — можно превратить в шоу. Например, перевести ее в формат фестиваля. Так, в ноябре 2011 года Киев превратится в столицу виноделия — здесь пройдет фестиваль вина Wine Fest, который совместит в себе гастрономическое шоу, профессиональные дегустации и различные перформансы.

«Конечно, стиль праздника и мероприятия во многом зависит от самого напитка. У каждого напитка есть свой характер, — говорит представитель компании Nemiroff в России. — Когда он создается, в его рецептуру, форму бутылки, дизайн этикетки и колпака закладывается основа коммуникации с будущим потребителем, то есть у каждого напитка есть своя концепция, своя идея, в которой он доносит, для чего он нужен потребителю. И конечно же, у каждого напитка свой индивидуальный потребитель».

Например, виски — напиток терпкий, насыщенный, ароматный — понятен не каждому: в нем есть и строгость, и целая буря чувств, и некий снобизм. Шотландцы своим детищем гордятся и всячески чувствуют: с наступлением весны в стране начинается череда тематических фестивалей и праздников. Первым стартует The Spirit of Speyside Whisky Festival, который проходит в начале мая, за ним — Feis Ile — a festival of Malt and Music. В сентябре программу завершает Autumn Speyside Whisky Festival. В программе фестивалей веселье конкурсы, приемы и обеды в вискикурнях, шотландские вечеринки с музыкой и танцами, специальные меню в ресторанах, конкурсы и соревнования, показ мод килт (шотландских юбок), посещение музея виски и конкурс на самое быстрое сооружение бочки, выставки и вечера народной шотландской музыки.

За пределами Шотландии виски уважают за строгость и выдержанность, так что и праздники устраивают под стать. Например, в российской столице ежегодно проходит фестиваль «Вода жизни», посвященный шотландскому «эликсиру молодости». Однако шумных застолий тут не видно, на первом месте — дегустации и мастер-классы от виски-гуру.

Мексиканская текила ассоциируется с риском, авантюрой и бурными эмоциями, поэтому и мероприятие, посвященное этому напитку — Международный фестиваль текилы, — проходит в Лас-Вегасе под ритм живой музыки, салсы и острых мексиканских закусок.

Праздники и фестивали алкогольных напитков проводятся практически в каждой стране, однако никому не удалось превзойти французских виноделов. С их легкой руки дегустация молодого вина Beaujolais Nouveau превратилась сначала в самый большой праздник Бургундии, затем в национальный праздник «Новый винный год», который был растиражирован по всему миру. Все гениальное просто: первую бутылку можно открыть только после двенадцатого удара колокола церкви Святого Николая городка Божо в ночь на третий четверг ноября. И все это на фоне праздника, музыки, флешмобов с «купанием» в молодом вине. Кстати, в ресторанах и бистро организуют самые разные конкурсы: на «золотую бутылку», на «лучший кувшин», а в магазинах развешивают таблички «Le Beaujolais Nouveau est arrive!» («Прибыло Божоле Нуво!»). Ажиотаж подхватили и на книжном рынке: на свет появились путеводители по бистро «Божоле», издаваемые во всем мире.

Правда, по мнению Александра Кана, самое лучшее шоу — и самое интересное событие в мировой барной культуре — проходит в Новом Орлеане. «Каждый год в июле бармены со всего мира едут в Новый Орлеан на Tail of the Cocktail — главный барный event в мире, — рассказывает Александр Кан. — Там проходят мастер-классы от самых известных в мире деятелей индустрии, показываются самые последние барные тренды, а вечером во всех барах устраивают такие шоу, что описать их словами не представляется возможным — их нужно видеть».

КЛИЕНТ ПЕННОГО РОЗЛИВА Производители пивной продукции предпочитают масштабные проекты. Например, в 2011 году компания «Балтика» дала рождение фестивалю музыки и отдыха «Мосты», где помимо музыкальной программы была представлена фотовыставка, посвященная 50-летию первого полета человека в космос. Гости фестиваля увидели уникальный фоторепортаж посещения Юрием Гагариным завода «Карлсберг» в Копенгагене.

Между тем на всех площадках работали рейды общественного контроля «Пивной дозор», ограничивающие доступ несовершеннолетних к пиву. «Дозорными выступили как неравнодушные сотрудники компании, так и музыкальные хедлайнеры», — вспоминает Сергей Кузнецов. Кроме того, производители не упускают из виду очевидный тренд: сегодня модно быть гурманом, знатоком вкусов и послекусий. Поэтому мастер-классы сомелье пользуются успехом.

Так, «Балтика» на фестивале «Мосты» организовала курс лекций «Пивной сомелье». Эксперты, среди которых был один из основателей шотландской пивоварни BrewDog Мартин Дики (Martin Dickie), рассказали публике

о коллаборационистском пивоварении, пивных мифах, исторических сортах пива и законе о чистоте пива.

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ОЛИМП Профессиональные встречи, обмен опытом, признание коллег — элементы, необходимые любой бизнес-среде, и алкогольная отрасль не исключение. Например, изготовители водочной продукции активно участвуют в международном независимом дегустационном конкурсе Чикагского института тестирования напитков ВТИ (The Beverage Testing Institute), обладающего одним из лучших в мире комплексов тестовых лабораторий и штатом беспристрастных дегустаторов высшего класса. Также дегустационные конкурсы проводит Международный институт вкуса и качества со штаб-квартирой в Брюсселе — конкурс The Superior Taste Award, профессиональные сообщества (дегустаторов, сомелье, технологов), а также профильные издания.

В России одно из самых заметных профессиональных событий для представителей рынка продовольствия — выставка «Продэкспо», крупнейший международный форум в России и Восточной Европе, который существует уже 18 лет и проходит в феврале. Кстати, здесь вручается одна из наиболее престижных наград — «Лучший продукт» в отдельной номинации «Ликероводочная продукция». А в конце зимнего сезона культурной столицей виноделия станет Одесса, где ежегодно проходят специализированные выставки «Вино и виноделие»: здесь собираются около сотни компаний из Украины, Италии, Молдавии, Белоруссии, Румынии, Германии, Франции, Болгарии. А почитатели крепких напитков могут заглянуть на выставку «Высокий градус», которая проводится в городе в это же время, в начале февраля, на Морском вокзале, и принять участие в международном дегустационном конкурсе «Одесский залив». В меню — вина, коньяки, бренди, водки, настойки, ликеры, наливки, бальзамы, коктейли. Иными словами, ценителям есть где отвести душу, а профессионалам — пообщаться с коллегами и обменяться опытом на международной конференции «Маркетинговые стратегии в продвижении алкогольной продукции».

Если же вам больше по душе международные форумы на европейских просторах, добро пожаловать в Канн на TFWA World (TFWA — Tax Free World Association), которая проводится Всемирной ассоциацией беспошлинной торговли. Каждую осень в город съезжаются представители индустрии розничной торговли, агенты, дистрибуторы и журналисты. Экспоненты выставки TFWA World представляют ведущие марки вин, алкогольных напитков, табачной продукции и других товаров duty-free — около 3 тыс. брендов более чем от 500 компаний со всего мира. ■



ДЕГУСТАЦИЮ — СТАНДАРТНЫЙ МАРКЕТИНГОВЫЙ ХОД — МОЖНО ПРЕВРАТИТЬ В ШОУ. НАПРИМЕР, ПЕРЕВЕСТИ ЕЕ В ФОРМАТ ФЕСТИВАЛЯ