

ВИННЫЙ *FAMILY* *OFFICE*



Алексей Левичев, директор по маркетингу виноторговой компании MBG, – о семейном подходе в бизнесе, отношении премиальных клиентов к российской продукции и о вине, которое разлетается «с колес».

В этом году виноторговой компании MBG исполняется 30 лет. Примерно столько и современному российскому виноделию. Вы были свидетелями взросления отечественного рынка вина. Поэтому интересна ваша оценка – появляется ли больше российских вин в премиальном сегменте?

Действительно, за эти годы мы успели поучаствовать в становлении российского виноделия и одними из первых, больше 10 лет назад, начали работу с такими уже известными сегодня хозяйствами, как «Усадьба Дивноморское», «Лефкадия», Alma Valley. Такое сотрудничество как раз и приводит к улучшению качества российских вин, росту их узнаваемости среди винной публики. В последние 5 лет отношение даже самых взыскательных клиентов к российскому вину меняется. Вероятно, потому, что на рынок стали выходить винодельни высокого уровня, а их серьезные вина чаще появляются в винных картах лучших ресторанов, винотеках и личных коллекциях энтузиастов.

Какие хозяйства стали главными звездами вашего портфеля за 30 лет?

Многие виноделы стали частью нашей большой семьи. Прежде всего это маркизы Антинори (Antinori), бароны де Лядусет (de Ladoucette), глава дома Taittinger Кловис Теттенже и его команда, сицилийцы Кузумано (Cusumano). Этот список можно продолжить сотней имен дорогих нам партнеров. Не бывает и года, чтобы кто-то из них не порадовал нас письмом, что какой-то из винтажей, к сожалению, очень ограничен к продаже, но мы, как лучший клиент, имеем право на свой лот.

Расскажите, пожалуйста, о коллекции компании Limited Edition. Как давно существует проект, какие вина входят в коллекцию?

После пандемии 2020 года мы поняли, что паттерны потребления меняются, работа на рынке с учетом сокращающихся аллокаций требует иного подхода. Поэтому мы выделили в отдельный список вина, которые вынуждены реализовывать аккуратно как с точки зрения дистрибуции, так и по уровню цены. Ключевая идея – дать клиенту гарантию, что, насколько бы вино ни было ограничено по предложению, мы сможем привезти его под заказ. Поскольку это лучшие вина наших партнеров, мы тщательно выверяем ценовое позиционирование в соответствии с темпом продаж и возможностями поставок. Быть официальным поставщиком Tignanello, Solaia, Baron de L или Comtes de Champagne Taittinger, безусловно, налагает дополнительные обязательства.

Почему премиальные клиенты должны выбирать именно MBG? Какие сервисы вы предлагаете?

Нашей компании уже несколько десятилетий, а это значит, что премиальные клиенты всегда получают от MBG экспертизу от профессионалов рынка. К работе с партнерами у нас семейный подход, и такой же – внутри компании. В итоге многие сотрудники работают в MBG десятилетиями, что приводит к формированию крепких связей с клиентами. Могу сравнить это с винным family office: клиенты не переходят от менеджера к менеджеру, а остаются с одним специалистом зачастую на всю жизнь. Разумеется, всесторонняя экспертиза включает в себя актуальные знания обо всем, что происходит в мире вина. Коллеги помогут заложить «фундамент» винного погреба, дадут рекомендацию, как увеличить его «капитализацию» (разумеется, с учетом того, что продажа алкоголя физическими лицами в России запрещена). Команда MBG также организывает поставки под запрос, находит редкие винтажи, устраивает посещение известных винных хозяйств.

В какие вина из вашего портфеля вы бы посоветовали вкладываться прямо сейчас?

Для таких запросов мы и создали раздел Limited Edition. Ежегодно откладываем несколько актуальных винтажей, чтобы наши клиенты могли приобретать эксклюзивные релизы по выгодным ценам чуть дольше, чем в Италии или во Франции. Скоро в MBG придет Solaia 2021 года – на всю Россию выделили всего 330 бутылок. Предположу, что три четверти нового поступления разлетится буквально «с колес». Одно из лучших, на мой вкус, вин в нашей коллекции – Guado al Tasso, получающее рейтинги 95+ от мировых критиков. ■



На правах рекламы

