

МОЛОЧКО

от бешеной коровки

*За что
я люблю
Александра
Гаркушу
и не люблю
собирать грибы*

Один идёт в лес и приносит полную корзину белых.

Другой находит одни мухоморы.

Честное слово, я в своём журнале стараюсь пропагандировать только белые – только настоящее! Ни за какие деньги не отрекламирую какую-нибудь подмосковную поганку.

То ли дело великий Гаркуша, глава Тюменского «Бената», и без шуток такой же великий сибиряк Аркадий Арзуманян – он теперь глава Торгового Дома «Бенат»...

Право слово, молодцы! Тщеславные. По хорошему завистливые. Работящие. Лёгкие на подъём. И т. д.

Виктор Сурков – большой хозяин Иткульского спиртзавода.

Даже отпуск свой проводит дома, на Алтае. Конфетка, а не завод!

А сколько желающих отобрать у него эту конфетку!

Или вот мой любимый крещёный татарин из Мамадыша Николай Захаров (Татарстан), я о нём в каждом номере стараюсь сказать доброе слово.

Кто же ещё ему такое-то скажет!

Или вот совсем уже для меня непонятное – новый директор Московского «Кристалла» Игорь Алёшин! Насколько я не люблю вконец раздрызганный «Кристалл», настолько уважаю Игоря свет Олеговича. Русский мужик. Патриот. Бугай. Умница, хотя и мент, питерский специалист по борьбе с бандитами – «полкаш». Воровать явно не умеет. Откровенен, как ребёнок. Выпьёт бокал вина, а веселится и всех веселит, словно бочку выдул! Ну, как после этого критиковать столичный «Кристалл», который... ну, и так далее...

Славные, добрые, порой слишком уж добрые люди! Начнёшь с такими ругаться по поводу бардака в отрасли, а они тебе нарочито спокойно-то и говорят, что всё будет хорошо, всё в порядке...

– Ну, как же в порядке, когда столичная «Синергия» буквально угробила Мариинский завод!

– Зато родилась Сибирская Водочная Компания во главе с Алёшей Крупиным, – успокаивают тебя эти, блин, либералы. – Ты ведь уважаешь Алёшу?

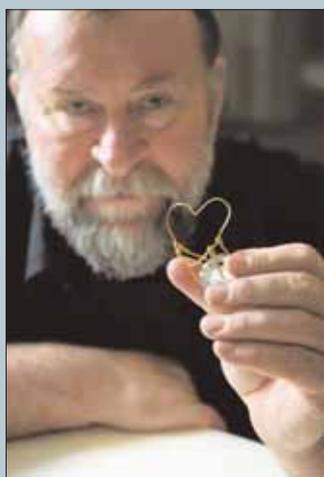
– Алёшу я уважаю, но посмотри, сколько вокруг мухоморов!

– А ты на них не смотри, не смотри... Хочешь, чтобы от кого-то чесночком не пахло, – отойди в сторону, вот и не будет пахнуть...

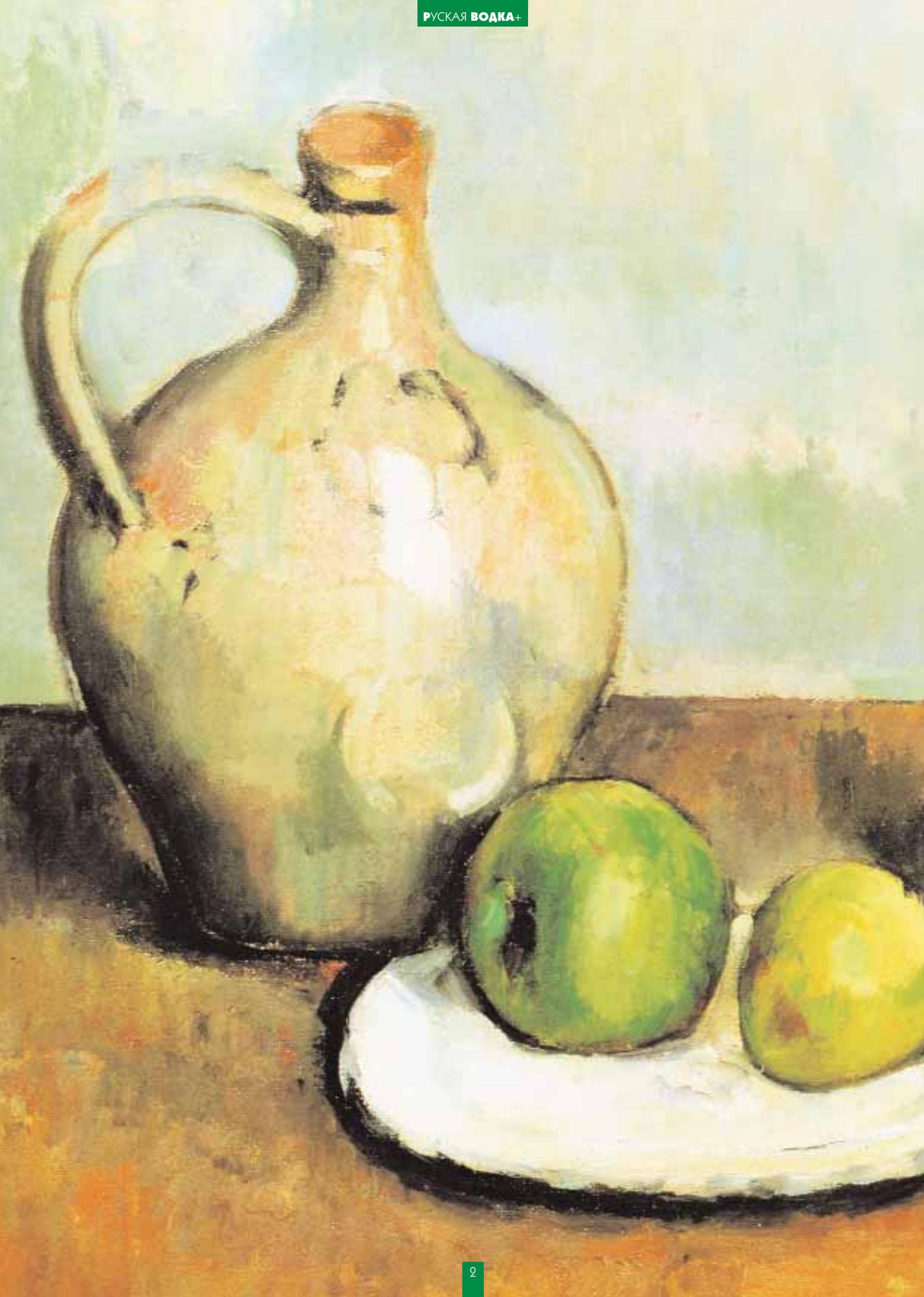
В итоге я сжал зубы и рассказываю в этом журнале только о хороших и очень хороших людях. Включая – берегись! – включая кабардино-балкарских водочников Тембулата Эркенова («ЗЭТ-Алко») и Алима Башорова («Велес»). Знаете, какие у них заводы XXI века?

Ну, а все эти... мухоморы я пошибаю в следующем журнале!

Пусть только попробуют баловать с «молочком от бешеной коровки», как называют палёную водку! Да и не палёную тоже.



Николай КРИВОМАЗОВ
Редактор. Главный
grazdanin@pochta.ru

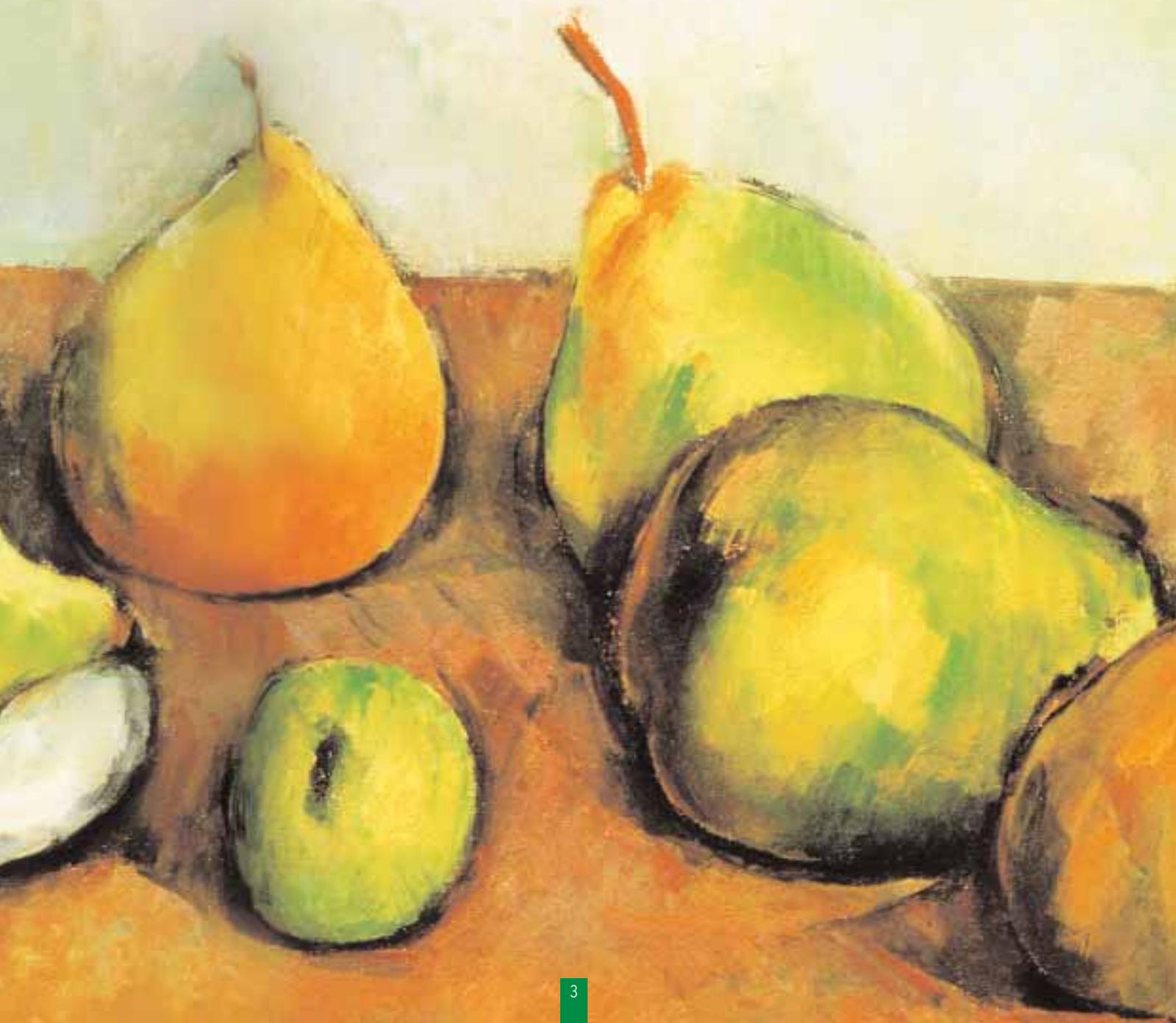




Жюри

Бархатный сезон в Сочи – с картины Сезанна

Стр. 65



МЫ НЕ РЕКЛАМИРУЕМ МЫ ПРОСВЕЩАЕМ

Журнал выходит 6 раз в год
Учредитель и издатель
ЗАО «Издательский дом
«Гражданин»

Главный редактор
Николай КРИВОМАЗОВ
Исполнительный директор
Людмила КРИВОМАЗОВА
Фотоателье
Евгений ЕВТЮХОВ

Адрес для корреспонденции:

Москва, 129515, а/я 44
ИД «Гражданин»

Телефоны:
(495) 617-3040, 616-5316

E-mail:
grazhdanin@pochta.ru

Мнение редакции
большой частью
совпадает
с мнением авторов

Журнал зарегистрирован
в Комитете РФ по печати.
ПИ № 77-1426

Тираж 7.000
Первый завод — 2.000
Цена договорная

Отпечатано в ООО «Директ-Консалт».
Заказ № 612.

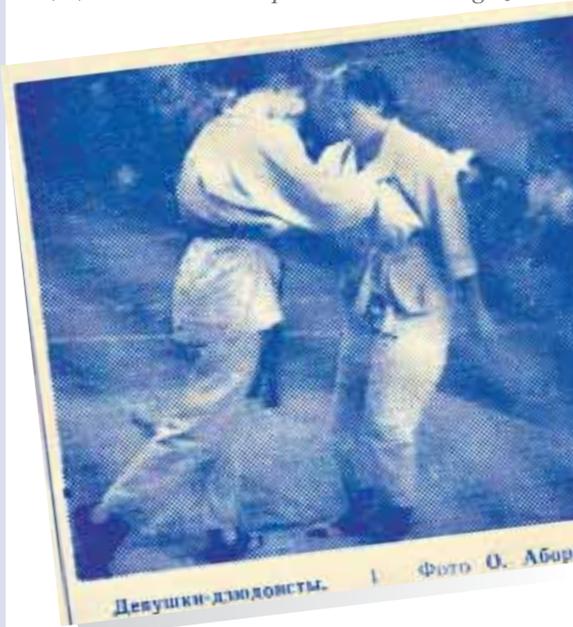
РУССКАЯ ВОДКА

5 (53) 2008

Int'l Spirits Business Magazine

ЧАПКА
1992-1996
РУССКАЯ
ВОДКА
1996-1999

С 2000 г. выходит
как «Русская водка плюс»



22 Светлана Менщикова — чемпионка Курганской области по дзюдо — стала президентом «Реалко», купила два курганских завода и печёт пироги в русской печи

СОДЕРЖАНИЕ

Учимся Семь заповедей Вадима Касьянова	10
Скандалим Раскается ли «Синергия»?	11
Спорим Вадим Дробиз: всё не так	14
Переезжаем Тюменский Бенат и его домовая	16
Гуляем Иткуль — 140 лет: жизнь открытых людей	24
Разбираемся Главная тайна кабардинской водки	34
Секретничаем Кремлевское застолье Людмилы Рязанцевой	62
Соревнуемся И всё-таки — Сочи!	65
Рискуем С «Русской валютой» (Мамадыш) по Нью-Йорку	80
Назад в прошлое Альберто Бертани (Polaris): мой дедушка изобрёл Ламбруско	90



«ЯНТАРНАЯ ГРОЗДЬ»
Георгия ИВАНОВА,
винный спонсор
«Русской водки».
Вино со всего света
и с собственных
виноградников,
коньяки с вершин
Армении,
шампанское
без посредников
и «без булды» — это
«Янтарная гроздь»
Георгия Иванова —
алтайского
старовера,
полковника —
десантника и просто
хорошего человека.
Звоните в Москву и
зарабатывайте на его
доброте:
922-22-24

Мир, труд, май
Это гораздо лучше, чем война, безработица и середина ноября

Руслан Хапачев, двухметровый (метр девяносто три) кабардинский красавец, джигит, и донской казак Михаил Лозовой. В общем, два москвича казацкого розлива. Это фирма «Гарант Трейд». Это к ним вы будете звонить по московским телефонам: 670-27-48 и 670-19-37, чтобы заказать без посредников кабардинской водки от фирмы «Велес».

«Велес» – знаменитый городок Прохладный. Знаменитый прежде всего тем, что здесь, в Прохладном, в Нальчике – в общем, в «кабарде» одно время работало, страшно сказать – 172 водочных завода! **Прописью: сто семьдесят два!**

Словно какая-то водочная «антанта» шла отсюда по стране, сметая на своём пути всю продукцию легальных водочных заводов и отменяя любую логику Кремля (если таковая имеется).

Единственное, что хоть как-то могло оправдать «кабардинскую», так это то, что по стране в те страшные годы ЕБН работало 1600 «авз»! 1600 так называемых заводов России супротив каких-то 147 заводов СССР. Только вокруг Москвы спряталось 120 легальных нелегалов. (К чести своей «Русская водка» ни разу не рекламировала подобные заведения. Хотя деньги за их рекламу «нелегалы» давали куда большие, чем несчастные «легалы»).

Сегодня стараниями прежде всего нового президента КБР А. Каноква число кабардинских заводов снизилось в **десятки раз**. Стали платить налоги. Пошло качество, которое, к слову, здесь всегда было «выше крыши», одна водичка с Эльбурса чего стоит. Просто они обычно не платили налоги. Сегодня говорят, НЕЛЬЗЯ НЕ ПЛАТИТЬ. Чего до конца не сделано ни в КБР, ни по всей стране.

Ну, так вот. Едва кабардинские заводы хоть как-то ОТКРЫЛИСЬ для посторонних, «Русская водка» тут как тут! Что-то увидели, что-то не удалось увидеть – НЕ ДАЛИ... По сути, мы опишем только два завода: «ЗЭТ-Алко» Тембулата Эркенова и «Велес» Алима Башорова.

Алим БАШОРОВ: «Нас четыре брата. Один – строитель, Хусейн всё это построил. Другой, Муса, – это качество. Мы с ним всегда говорим: не жалейте наших денег в борьбе за качество! Третий – Хамид. Его и так все знают... Мы второе десятилетие на алкогольном рынке. Никто не скажет про нас плохого слова... Сегодня некоторые водочники говорят: **мы делаем деньги, а не водку**. Но так не бывает. Сначала дело, а потом и деньги придут... Этому нас научила матушка Шаймат Хаширвна, простая колхозница, и отец Тогид Олиевич, сорок лет механизатором, кавалер ордена Ленина. Они дали нам образование, дали характер...

Ну, а главная тайна кабардинской водки заключается в том, что **нелегальная водка не имеет национальности**. Те же подмосковные заводы – они гнали и «кабардинскую», и «осетинскую», и «грузинское вино», и «молдавский коньяк».

А настоящая кабардинская, либо настоящая осетинская от нашей любимицы Заремы Дзуцевой, она, поверьте, не имеет равных. А теперь пора отвечать на вопрос наших героев, изображённых на фотографии. **Не слишком ли заказной** весь этот разговор о кабардинской водке? Дескать, **за денежки нынче и сильную кислоту распишут, как божий нектар!**

Спрашивай – отвечаем: в этой командировке мы порой чувствовали себя, как Штирлиц в бункере Гитлера, какая уж тут «заказуха»... Примерно так мы и ответили Руслану Гумаровичу и Михаилу Юрьевичу.

– Ну, и кто был Штирлицем? – довольно ехидно спросили оба.

...В общем, ступайте на стр. 34 и ловите нас на неправде.

Первые три читателя, поймавшие нас на неправде, получат по ящику «Велеса». **Только хрен вам, а не призы!** Мы пишем только правду – единственная наша валюта.

главная тайна Кабардинской ВОДКИ

*или о том, как пишется
заказные статьи*



Конец фильма: весь фильм двое – она и он – никак не могут соединиться в любовных объятиях.

Все им помогают, все жалеют.

И вот, наконец, «хеппи энд»: счастливая пара отправляется в свадебное путешествие на океанском корабле!

Все их провожают, весело машут руками...

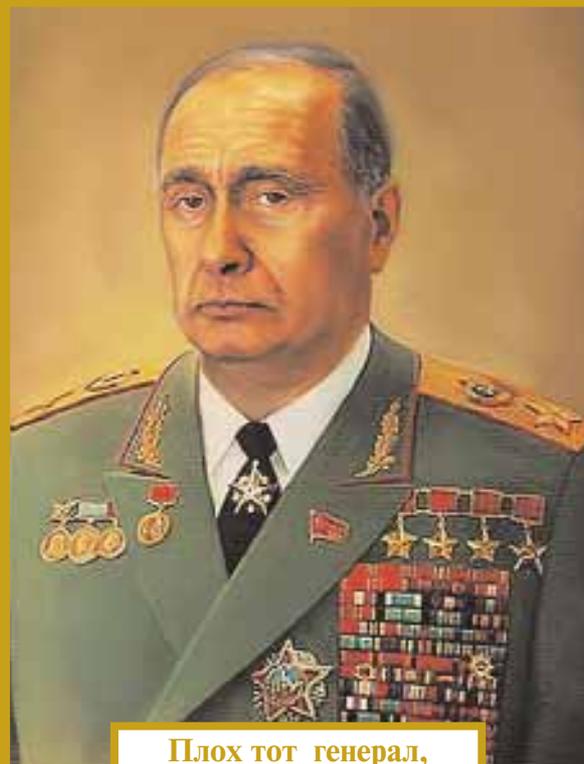
Камера медленно отъезжает...

На борту корабля написано «Титаник».

О чем не подумал, чего не додумал Ильич, стоя на носу своей «Авроры»?



АВРОРА



Плох тот генерал, который не мечтает стать маршалом

Владимир: фильтруем золото

После каждой выставки в Москве и Питере, в Новосибирске или Сочи глава «Технофилтра» (tehnofilter@mail.ru) Владимир Тарасов со своей командой усаживаются за общий стол, заваривают чайку и начинают считать золотые медали участников очередной выставки. Ведь добрая половина золотоносных производителей оснащена владимирскими фильтрами.



ОСЕННИЕ ИМЕНИННИКИ

октябрь

1 – Валерий Арбузов, Костромской ЛВЗ, ныне завод в простое. В умышленном?

8 – Владимир Виноградов, «Столичный трест». Не столько водка «Виноградов», сколько громадное сельское строительство в Липецких краях!

11 – Валерий Бобченко, прежний глава калужского «Кристалла». Где тот «Кристалл»?

20 – Юрий Верясов, создатель и «убивец» новосибирского ВИНАПа.

29 – Николай Сорокин, ЛВЗ «Глазовский», Удмуртия – удачливая водка «Калашников» и др.

ноябрь

2 – Геннадий Губрий, последний успешный директор чудного Лужковского завода! Ныне – глава администрации здесь же, в Суворовском р-не Тульской обл.

2 – Владимир Пекарев, создатель Черноголовки. Успехов тебе, Владимир Янович!

24 – Николай Белокопытов, Уралалко, Пермь.

26 – Владимир Чурочкин, Этанол, Ливны, Орловская область.

За что мы аплодируем Тамазу Кончошвили, Владимиру Джанчава и Левону Коберидзе

На осенней сочинской выставке абхазское вино собрало все престижные награды. Зал устроил овации сухумским виноделам!

Но именно в тот момент – воистину момент истины! – мы вспомнили... грузинских виноделов...

Тамаз Кончошвили, глава «Киндзмараули» – это Телави, который в фильме «Мимино» перепутали с Тель-Авивом... Прости, Тамаз, что никак не соберёмся к тебе в гости!

А какие бы золотые награды набрал лучший в Европе винзавод «Бадагони» (Кахетия) и его великий создатель **Владимир Алексеевич Джанчава!**

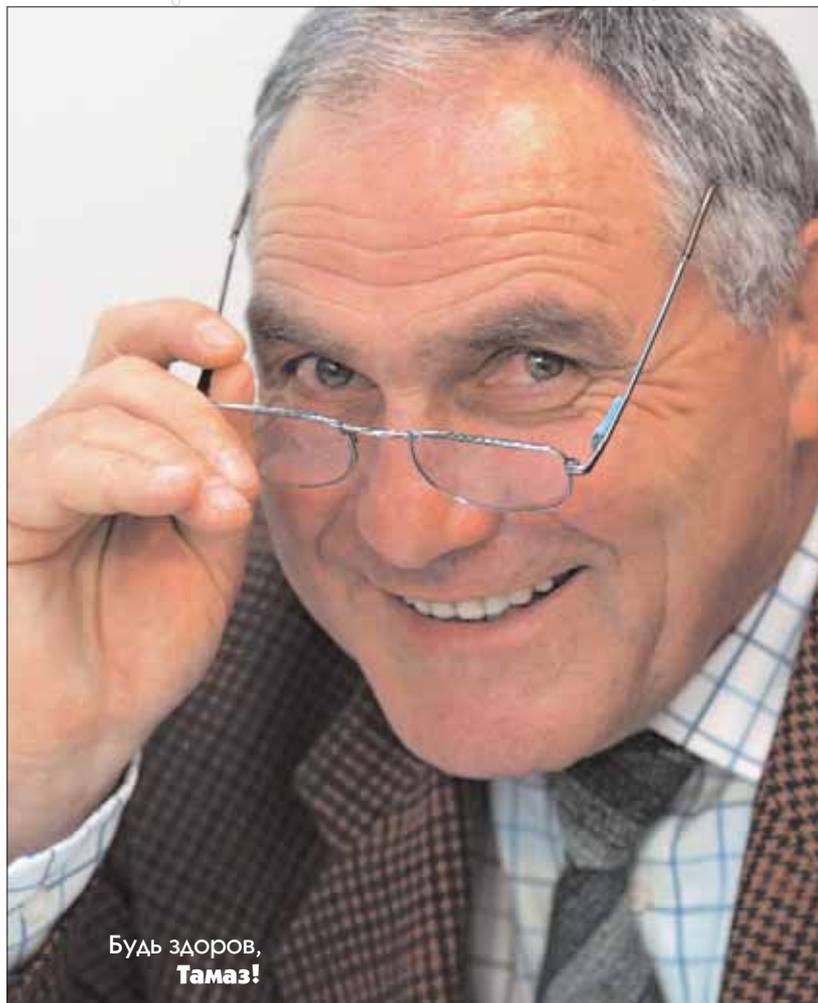
Или вот президент грузинских виноделов **Левон Коберидзе...** Говорят, одно время батона Левон собирался даже в президенты Грузии... А что? – Из виноделов получаются отличные президенты!

Вот мы и говорим: **если бы грузинские виноделы выставили свою продукцию в Сочи рядом с абхазским вином – овалции были бы вдвое длиннее – «мамой клянусь»!**

Итоги сочинской выставки на стр. 65



Сосо и его вино



Будь здоров, Тамаз!



Состоялось награждение **Геннадия Никитченко и Вианора Тания** Дипломом и медалью «Почётный гражданин» – это награда Издательского дома «Гражданин» (издатель журналов «Гражданин» и «Русская водка»).

Г. Никитченко и В. Тания – защитники Абхазии в войне 1993 года.
Будьте здоровы, друзья!

Фотозагадка



Что бы это значило?

Первые три читателя «Русской водки», правильно угадавшие, что изображено на этом снимке, получают бесплатную подписку на наш журнал и по ящику французского вина. Правильные ответы про Ларису Симонову и её французское вино на стр 78.

Старая сказка на новый лад

Волк и семеро козлят, краткое содержание:

Волк и семеро козлят.
Волк и шестеро козлят.
Волк и пятеро козлят...

Книга о вкусной и здоровой пище
– Ням-ням. Ням-ням.
Ням-ням.

Репка
– Ы-ы-ы!
– Ы-ы-ы-ы!
– Ы-ы-ы-ы-ы!
– Ы-ы-ы-ы-ы-ы!
– Ы-ы-ы-ы-ы-ы-ы!
– Чпок!

Кино «Челюсти»
– Ням-ням. Ням-ням.
Ням-ням.

Детский стишок «Идёт бычок качается»
– Му-у-у! Топ-топ-топ.
Хрясь!

Из почты главного редактора

Анна Каренина
–Ту-тууууу! Хрясь!

Му-Му
– Гав-гав!
– Буль-буль.

Царевна – лягушка
– Ква-ква!
– Чмок-чмок.

Преступление и наказание
– Тук-тук-тук.
– Кто там?
– Хрясь!

Красная Шапочка
– Тук-тук-тук.
– Кто там?
– Ням-ням!

Прислала
Елена Синёва, Пенза

Академик Львов: Рублёвка как способ ликвидации всеобщей бедности

Минул год, как не стало нашего друга, академика Львова, с которым мы, чего греха таить, не только выпивали, но и всюю крыли существующую власть. Вот только одна из великих мыслей Дмитрия Семёновича.

– Итак, Рублёвка, где живут олигархи и прочие. Рублёвка – это Одинцовский район Московской области. Вот ты – олигарх, занимаешь 50 гектаров земли по рыночной цене 80–100 тысяч долларов сотка. Так заплати государству

2–3% налога от стоимости своего участка! Налог размером 2% от этой рыночной стоимости, принятый практически во всём мире, составит 12 миллиардов долларов в год. С одного-единственного района. А сколько денег нужно, чтобы сегодня ликвидировать официальную бедность в России? Знаете, очень солидная цифра – целых 8–9 миллиардов долларов. Вот и закройте баланс...

Пример с Рублёвкой показывает, насколько глубоко зашло социальное расслоение в нашем обществе. Но при этом у нас ещё действует плоская шкала подоходного налога, все и миллиардеры, и нищие, – обязаны платить государству 13% от своих доходов. Поэтому

при сложившейся системе распределения национального богатства бороться с бедностью невозможно: увеличивая доходы беднейших 60% населения, условно говоря, на рубль, мы одновременно на восемь-десять рублей увеличиваем доходы и без того богатых 10%.

Что же касается 1% сверхбогачей, то их доходы вырастают сразу на 300–400 рублей! Понятно, что в таких условиях инфляция съедает этот «бедный» рубль плюс ещё десять-двадцать копеек имевшихся ранее у большинства нашего населения доходов. Проблема не в том, что при заявленном экономическом росте богатые становятся ещё богаче, а в том, что бедные становятся ещё беднее.

Русские хмельные фамилии

Брагин, Бражников, Винокуров, Водопьянов, Гуляев, Кабаков, Кирюхин, кстати: Кривомазов – выпил и намазал криво, Петров-Водкин, Пивоваров, Похмелкин, Рюмин.

Украинские хмельные фамилии

Брагинский, Винский, Кабачник, Наливайко, Непийпиво, Похмельюк, Хмельницкий.

С уважением – Нина Михайловна... Пьяных, Калуга

Финский парадокс. Когда бензин дороже водки

Расскажу, как финны «обогащаются» за счёт России. Многие по привычке говорят, что финны по дешёвке надираются в России и увозят нашу (прибалтийскую) водочку, которая в том же Хельсинки стоит чёрт знает, сколько! Наверное, это правда. Но надираются они ещё и потому, что оказались за границей – чем же ещё заниматься! А приличная водочка сегодня и у них, и у нас стоит примерно одинаково – 10–12 евро. Так что причислить полтора миллиона финнов, ежегодно направляющихся в Россию, к любителям спиртного нельзя. Почти половина этих туристов относятся к категории «бензиновых». В основном это жители приграничных районов, пересекающие нашу границу по многообразным визам и дальше Выборга не доезжающие. А многие из них прекращают знакомство с Россией ещё раньше, развернувшись на первой же приграничной бензоколонке. Зарубежный автотурист имеет право залить в России 50-литровый бак бензина и ещё наполнить 10-литровую

запасную канистру. Чистая прибыль, если сравнить наши и финские цены, составляет 50 евро. Легальный блок сигарет – ещё 20 евро. Затем в машину загружают наше пиво и дешёвые безалкогольные напитки и отбывают на родину с наваром от 100 до 200 евро.

Бензиновым туризмом промышляют не только финны, но и приграничная Норвегия, эти набегают на Кольский полуостров. Периодически газеты этих стран пугают своих автовладельцев, что русский бензин не соответствует европейским нормам. Плюс приграничные наши владельцы манипулируют с октановым числом – бодяжат, вот и выходят из строя заморские движки.

А в начале осени-2008 финские эксперты заговорили о новом витке «алкоралли». Финны повезли из России ещё больше. Процентом на десять. По мнению финского департамента социального надзора и здравоохранения, причиной стало повышение акциза на алкоголь в начале года. Крепкие алкогольные напитки в Финляндии подорожали на 10,5%, а сидр и пиво средней крепости – на 3,5%. Вот так «нежные финны» отреагировали на крохотный, вроде бы, рост цен.

Выборг. Г. Ант

И ещё раз про футболку

– Дорогой, где ты был?
– Бегал.
– Странно, но футболка сухая и совсем не пахнет.
– Ты знаешь, дорогая, я бегал в другой футболке!

– Дорогой, где ты был?
– У соседки.
– Странно, но футболка пахнет, как будто ты бегал.

В.А., Москва

ЧТО ЗА МУЖИК, ЭТОТ КАЙШЕВ



Новый председатель правительства Карачаево-Черкесии в вопросах и ответах

КТО ОН

Отвечает Ю. Илиади, сотрудник Греческого посольства в Москве:

– Владимир Григорьевич – грек. Русский грек. Но всё равно – грек. А Греция, как известно, родина демократии. Поэтому Кайшев – это человек, знающий цену демократии. Но он знает и то, отчего рухнула греческая империя. Поэтому любит порядок. Только так «новую Россию» можно удержать от гибели, которая не миновала советскую империю.

ЧТО ОН ЗА МУЖИК

Отвечает очевидец тех лет:

– Дело молодое... Это было в те годы, когда Владимир исполнял обязанности генерального директора первого в СССР, да и в Европе помидорного совхоза-гиганта. Как раз в Черкесии. Комбинат «Южный», Усть-Джегута. Я свечку над его головой не держал, но там были и угрозы, было, похоже, и оружие в опасных руках... В общем, Кайшев повёл себя как мужик! И жив остался, и негодяя наказал. Думаю, теперь в Черкесии уважают своего нового премьера ещё больше.

ЗАЧЕМ ЕМУ ЭТО НУЖНО

Рассказывает ближний помощник (помощница). Потому что «девчата» плакали, провожая своего любимца.

– Если он что-то пообещает, то непременно сделает. Или не станет обещать. Добрый и жёсткий. Совсем не начальник – человек.

А ведь говорят, что в такой должности трудно оставаться человеком.

Что касается нового назначения, то эта новость стала неожиданной не только для тех, кто работал с первым пищевиком России (руководитель Департамента пищевой, перерабатывающей промышленности и детского питания Министерства сельского хозяйства РФ). На наш взгляд это было неожиданным и для самого Кайшева.

ПОЧЕМУ ОН СОГЛАСИЛСЯ

Отвечает грузчик ресторана «Парус» в Ессентуках, ныне на пенсии.

– Ну, во-первых, я думаю, «партия сказала «Надо». Во-вторых, Карачаево-Черкесия – родные для него края. Он родился неподалёку, на Ставрополье, в станице Суворовская Предгорного района. Учился – здесь же, в Краснодарском политехе. Начинать лаборантом в политехе. А потом мы с ним рядом вкалывали. Он экспедитором, а потом – кладовщиком ресторана «Парус» в Ессентуках. Мы с ним на ручках ещё сражались. Он – побеждал, силен мужик! Снова ушёл в Черкесию – директором горглодоовощторга. Потом помидорный гигант. Он и сегодня снабжает Москву и ещё 30 регионов. Генеральный на Минераловодском спиртзаводе и, наконец, Минсельхоз. С весны этого года – действительный государственный советник РФ 2 класса, я за ним с малых лет слежу!

Окончание на стр. 10

«Русской водки»

Пили в море-окияне...

Научное судно не первый месяц болтается в море. Народ потихоньку начинает пить. Капитан решил это дело пресечь, и собирает всю команду на планёрку.

– Значит, так, в связи с участвовавшими случаями пьянства, приказываю всю водку – за борт!

Повисла гробовая тишина. И вдруг откуда-то с задних рядов доносится:

– А что, дело говорит капитан – действительно, давно пора всю её за борт!

И тут народ взорвался от возмущения:

– А вам, водолазам, вообще слово не давали!

Виктор Дерев, Мурманск

Просто анекдот от Кайшева

У плохой жены муж покупает водку, у хорошей – ликёро-водочные заводы.

В тюрьме:

– За что сидишь?

– За взятку.

– А бесплатно сесть не пробовал?

КАЙШЕВ

Из почты
главного редактора
«Русской водки»

ЧТО ЗА СТРАНА ТАКАЯ, КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕСИЯ?

Доля республики в населении России – 0,3%, в объёме промышленного производства РФ – 0,1%, а в валовой продукции сельского хозяйства – 0,4%. Производит лакокрасочные материалы, некоторые стройматериалы (известь, цемент, гипс, фарфоровую строительную керамику), лекарства, сахарный песок, резинотехнические изделия. И тем не менее, вступая в должность, Кайшев сказал: «Мы все вместе выведем республику в число одного из самых лучших регионов России». На чём держится его оптимизм. Здесь – песенный и денежный Домбай. Всемирно известный «Меркурий» – вода, водка, а теперь и автосборка удивительных вездеходов. Два медных ГОКа – Урулпский и Зеленчукский, им есть куда развиваться. Село даёт треть валового продукта. А в горах, на альпийских лугах – полутонкорунные и грубошерстные породы овец. Здесь гуляет самая ценная в стране карачаевская овца и бесценные лошади карачаевской породы. Есть совместные предприятия. Больше всего их создано с Турцией (45,4%), с Германией (15,9%), США (15,9%). Теперь наверняка будет сотрудничество и с Грецией.

ЧТО ЗА ЛЮДИ ЖИВУТ В ЭТИХ КРАЯХ

Мы уже рассказывали в своём журнале об Адыгах. В этом номере журнала мощно идёт Кабардино-Балкария. Теперь пришла очередь и Карачаево-Черкесии. Между тем все они (почти все) – из великого рода адыгов. В своё время правили даже Египтом. Конечно, они уже не те, что в Египте, но всё-таки!

Из очерков давних лет

Нравы здесь чисто рыцарские. Рыцарство составляет предмет славы каждого; роскошь не вкралась между народом. Золото и серебро ставит он ни во что; напротив того, всякие доспехи и оружие считает драгоценностью. Здесь найдёте большое сходство с нравами спартанцев.

При воспитании детей, приучают их быть смелыми, добрыми, живыми и проворными. По прошествии семи лет учат владеть конём, стрелять из лука и ружья.

Храбрость горцы ставят в ряду высоких достоинств и предпочитают смерть плену, в мнении их постыдному. Черкеса можно взять в плен разве только тяжело-раненного, безоружного или мертвого, – что представляет иногда неудачу в битве, и то редко, потому что они тела убитых и раненых своих товарищей спешно увозят или относят в безопасные места.

Обычаи предков сохраняются с точностью.

ЧТО ДАЛЬШЕ

Николай Кривомазов, главный редактор журналов «Гражданин» и «Русская водка»:

– Два моих таких разных «на вкус» журнала едины в главном. Национальное достоинство («Гражданин») и национальное застолье («Русская водка») – вот те «киты», на которых держится моя всё ещё великая Россия.

Кайшев одним из первых ввёл термин «продовольственная безопасность» России. Она для него важнее даже военной безопасности. На пустой желудок толковым Гражданином не станешь. А голодный Гражданин – опаснее военной бомбы.

Второе его достоинство – он умеет поднимать людей на самые большие дела. Под его командой объединились все русские и советские греки. Он вывел их на сотрудничество с великой Грецией. Ему пожимали руки первые греки – патриарх, президент, премьер...

Надеюсь, мы ещё расскажем в наших журналах об этой ТРИЕДИНОЙ связке: народ – президент КЧР Борис Эбзеев – премьер Владимир Кайшев.

Я промолчу, кто наливал,
когда Россию пропивали

Честность – это когда хочешь
сказать одно, а говоришь
правду

Одноклассники. ру – здесь
президент находит своих
премьеров

Объединение банков
«Обьебанк»

Горбачев выносил сор
из избы, пока избы не стало

Если власть пошла навстречу
народу, то столкновение
неизбежно

Кто не работает,
того не съешь

Не путайте тех, кто отдохнул
и набрался сил, с теми,
кто «отдохнул
и сильно набрался»

«Кто не рискует – тот не пьёт
шампанское!» – с этим,
как правило, согласны
3 из 10 выживших

Если ежедневно отдавать
ужин врагу, можно
приобрести друга

Дети – наше будущее, а дети
на стороне – ещё и прошлое

Если регулярно добавлять
в пищу «фейри», то не только
тарелки, но и унитаз будет
идеально чистым

Вы уберёжете себя от
множества ненужных хлопот,
если сожжёте мосты сразу,
как только подойдёте к ним

Если улитку напугать, то она
сразу прячется в раковину.
У неё там водка и нож.

– Расскажи что-нибудь
весёлое!

– Из своей жизни?

– Нет – весёлое

Как говорит Наташа
Королёва, «Я – человек,
измученный Тарзаном»

– Уберите камеру! Я сказал,
уберите камеру!!!
– Сейчас! Вот уже парашу
выносим!

Дмитрий Добров, в недавнем прошлом — классный журналист «Коммерсанта», а ныне крупный общественный деятель «Росспиртпрома» и Союза производителей алкогольной продукции (СПАП), опубликовал на сайте «spar» предельно откровенный, но в то же время неожиданно задушевный разговор с коммерческим директором группы компаний «Русский Алкоголь» Вадимом Касьяновым — с человеком, который **ВСЕГО ЗА ПЯТЬ ЛЕТ СДЕЛАЛ МИЛЛИОНЫ. ТОЧНЕЕ МИЛЛИАРДЫ.** (Выручка «Русского алкоголя» за прошлый год — 8,9 млрд руб). Мы специально подчёркиваем эту цифру, потому что в отличие от многих других деятелей отрасли, которые говорят: **«МЫ НЕ ДЕЛАЕМ ВОДКУ — МЫ ДЕЛАЕМ ДЕНЬГИ»**, Вадим Касьянов думает всё же не только о деньгах...
Вот и вся разница.

По мнению В. Касьянова, коммерческого директора «Русского Алкоголя» и создателя локомотивов бизнеса группы - брендов «Зелёная марка» и «Журавли», столь существенный рост капитализации компании объясняется грамотными действиями собственника, который подобрал квалифицированный менеджмент, выделил средства на развитие, но при этом никогда не вмешивался в операционную деятельность компании.

«Русский Алкоголь» создан в сентябре 2003 года. В его состав входят: «Топаз» (Пушкино, Московская область), «Первый купажный завод» (Тула), «Браво премиум» (Санкт-Петербург), «Ушба» (Грузия), «Сибирский ЛВЗ» (Кольцово, Новосибирская область). Выручка компании в 2007 году увеличилась на 41,27% и составила 8.9 млрд руб. В 2007 году компания реализовала 11,2 млн дал продукции (чуть менее 10% от суммарного легального производства водки и АВИ в России). Основные марки: «Зелёная марка», «Журавли», «Маруся».

— Про успех «Зелёной марки» сказано уже немало. Вы сами, на момент её разработки, предполагали, что в итоге получится?

— Я был уверен в успехе, и было бы странно, если бы я сам не верил в успех. Был у меня случай: приходит сотрудник и говорит: «Я не верю, что «Журавли» пойдут». И это притом, что сейчас «Журавли» в деньгах приносят больше, чем «Зелёная марка». Вот спрашивается, зачем компании нужен человек, который ещё в начале реализации проекта начинает сомневаться в успехе? Мы многое делали в первый раз, — не только в рамках компании, но и на водочном рынке. Ясно, что определённые опасения у сотрудников компании были. Тут ничего удивительного нет, скорее наоборот, эти опасения закономерны. Я в этих случаях говорил: «Понимаю, вы это никогда не делали, но так ведь и я никогда этого не делал, будем вместе приобретать бесценный опыт». А вообще, помимо 4Р, речь о которых идет в учебниках маркетинга, у нас было еще несколько необходимых вещей — инвестор, классная команда и относительно благоприятная рыночная среда (так как у всех наших конкурентов были ощутимые проблемы в маркетинговых коммуникациях).

— То есть никакого элемента удачи в успехе марки и компании в целом не было?

— Класс всегда бьёт удачу. Повторюсь, у нас классная команда, в чем заключается безусловная заслуга главы «Промышленных инвесторов» Сергея Генералова. У нас правильная система бизнеса, при которой все занимаются своими делами и не лезут в чужие. Ни для кого не секрет, что на водочном рынке решение о том, как будет выглядеть этикетка или бутылка, нередко принимается на самом верхнем уровне. Результат этого налицо — такое понятие, как бренд, на рынке, зачастую, отсутствует.



Вадим Касьянов
Русский алкоголь

Семь заповедей, которые почти никто не соблюдает

- 1. Стране не нужны люди, которые ещё в начале реализации проекта начинают сомневаться в успехе.**
- 2. Бренд «Русская водка» — без хозяина.**
- 3. Знай себе цену. Я, например, никогда не стану хорошим гендиректором. Или финансовым. Но зато я полностью отвечаю за маркетинг.**
- 4. Занимайся архитектурой бренда. Главное, правильно её выстроить.**
- 5. Будь интересен всем и каждому. Нас любая аудитория интересуется.**
- 6. Классная работа всегда «бьёт удачу».**
- 7. Если мы будем бездействовать ещё хотя бы пять лет, то потеряем конкурентные преимущества.**

В нашей компании каждый занимается своим делом. Вот, например, я вряд ли стал бы хорошим гендиректором. Или, например, финансовым директором. Но зато я полностью отвечаю за маркетинг, и последнее слово в этом направлении – мое. Хотя, безусловно, другие в «Русском Алкоголе» очень часто с моими решениями не согласны. Маркетинг это управление бизнесом. Мы создали систему бизнеса, которая оказалась жизнеспособной. И в этом заслуга, не только моя, но и всех сотрудников компании.

– Хорошо, вернёмся к «Зелёной марке». То, что она представляет собой сейчас, сильно отличается от первоначального варианта. Это была «плановая» эволюция, или пять лет назад вы даже не представляли, как будет выглядеть марка в 2008 году?

– Конечно, сейчас можно рассказывать, что я знал абсолютно всё заранее. Но это было бы неправдой. Безусловно, что-то я знал – например, когда делал «Зелёную марку», я знал, что вслед за ней выйдут «Журавли» и «Маруся». Знал, в общих чертах, как они будут выглядеть. Всё остальное приходило со временем. Менялся потребитель, менялись условия бизнеса в стране. Я, в конце концов, тоже менялся.

Собственно говоря, создавая бренд, ты придумываешь некую оболочку, которую потом тебе предстоит наполнить содержанием. На первоначальном этапе совершенно не обязательно знать, каким будет это содержание, но потом, шаг за шагом ты делаешь его всё более и более эмоционально наполненным.

ДЛЯ ЯСНОСТИ. 11 июля польская компания Central European Distribution Corporation (CEDC) и инвестфонд Lion Capital LLP (Великобритания) объявили о закрытии сделки по приобретению 90% акций группы компаний «Русский Алкоголь» - ведущего оператора отечественного водочного рынка. В ходе сделки инвесторы оценили компанию более чем \$730 млн, притом, что еще пять лет назад стоимость компании не превышала \$25 млн. Именно за столько, по слухам, группа «Промышленные инвесторы» Сергея Генералова купила завод «Топаз», ставший основой для формирования «Русского Алкоголя».

– Иными словами, сначала стаканы, потом деревянные ящики, потом коллекция одежды «Телага»?

– Да, совершенно верно. Именно построение этой оболочки, которая должна быть понятна потребителю, быть эффективной и дешёвой в реализации. Это и называется архитектурой бренда. Главное, правильно её выстроить. Мы постоянно вносим какие-то дополнения или изменения, которые зачастую кажутся весьма незначительными, но являются очень важными для потребителя. Вот, например, на нашем рекламном постере был изображён мужчина на фоне старых фотографий, а сейчас – на нейтральном фоне. Именно из таких деталей и состоит наша работа. И я считаю, мы все делаем правильно. Хотя, каждый раз, когда я вношу какие-то серьезные изменения в бренд, все вокруг говорят: «Ну, всё, Касьянов сошел с ума, и сейчас у него всё рухнет». А у нас всё по-прежнему растёт. Слава Богу, сейчас я могу себе позволить обращать поменьше внимания на эти замечания.

Как раз с помощью всех этих атрибутов, к которым можно отнести и ящики, и телеги, и «кепку» на бутылке, мы и общаемся с потребителем. И общаемся продуктивно.

Приезжал к нам как-то дистрибутор из Магадана, и рассказывал, что «Зелёная марка» выглядит именно так, как в его представлении должна выглядеть настоящая водка. Вот это заявление и есть пример того, что всё, что сделано, сделано абсолютно правильно.

– Так и ваши конкуренты тоже считают, что всё делают правильно. Строят архитектуру бренда, продумывают кампанию...

– Не уверен. Мы стараемся дать людям ощущения, атмосферу, создать благоприятное эмоциональное поле. Что было до «Зелёной марки»? «Гжелка? На мой взгляд, это довольно циничное отношение к потребителю. Половина успеха этого бренда – заслуга бренда завода «Кристалл». «Флагман»? В данном случае, речь идёт о настойчивом «впаривании» потребителю марки. «Ты не хочешь? Как ты не хочешь? А ну бери!».

И потом, давайте вспомним, что обе эти марки выходили на рынок в условиях практически полного отсутствия брендируемого алкоголя. На мой взгляд, в методике построения маркетинговых коммуникаций наших конкурентов были слабые места, которыми мы воспользовались. Мы были первые, кто захотел прислушаться к потребителю и предложить ему то, что нужно. По крайней мере на момент выхода «Зелёной марки», это был единственный бренд, который уважал потребителя.

– Насколько на «Зелёной марке» сказало появление похожих брендов, и как вы решали эту проблему?

– Практически никак не сказало. Говорить о том, что появление какой-то водки, похожей на нашу, привело к потерям, можно было бы только в том случае, если бы наши продажи снизились. Однако у нас до сих пор идёт рост. Но мы, конечно, внимательно следим за ситуацией – как я уже говорил, бренд эволюционирует. Мы постоянно на шаг, а то и на два обгоняем подобных плагиаторов. Мы первые разработали фирменную укупорку «кепка» специально для бренда. И сделали это, учитывая не только внешние характеристики, но, думая о потребителе, пытаясь предложить ему одновременно удобное и красивое решение.

– В основе бренда «Зелёная марка» лежит апелляция к временам 70–80-х годов, когда деревья были большими, трава зелёной и мы моложе. То есть к тому, что волнует человека за сором. А более молодая аудитория вас не интересует?

– Нас любая аудитория интересует. Именно поэтому было принято решение объединить идею водки от «Главспирттреста» и «Зелёной марки». «Главспирттрест» – это для людей старшего поколения, а «Зелёная марка» – это обращение к более молодым.

Сейчас все исследования показывают, что если раньше ядро нашей аудитории составляли мужчины за 40, то теперь мы знаем, что это мужчины за 30. Мы не только не растеряли старых потребителей, но и приобрели новых. А вообще, мне кажется, что наш бренд аполитичен. Ни в одном из видов коммуникации с потребителем, мы никогда прямо не указывали на советский период.

Сейчас активно развиваются «Журавли». Скажите мне, что в них от той эпохи?

– Что будет с марками дальше?

– Мы будем наполнять их смыслом. Выражаясь научным языком, сейчас будет проведена оптимизация портфеля брендов. Будут запущены новые марки, которые начнут выпускаться на заводе в Новосибирске.

– Придут ли на рынок иностранные компании? И вообще, каков ваш прогноз по развитию рынка? Согласны ли вы с мнением о сокращении числа участников рынка за счет влияния розницы, и в первую очередь сетевой? Ведь тому же «Перекрёстку» или «Копейке» не выгодно иметь дело с сотней производителей, им нужно пять-шесть поставщиков с хорошо продающейся продукцией...

– Крупные западные компании придут на российский рынок в тот день, когда будут приняты все те предложения, на которых настаивает СПАП.

Ну, а что будет с рынком, я, если честно, прогнозировать не берусь. Прогнозы можно давать лишь в том случае, если есть какие-то постоянные факторы его существования, какие-то прозрачные тенденции. А у нас, что ни месяц, то новые открытия. Вот, например, откуда ни возьмись, в Осетии или Кабардино-Балкарии появились три завода с объёмом выпуска 200 тыс. дал в месяц. Откуда они появились? Что выпускают? Никто не знает.

Сейчас у ряда операторов рынка появились экстрараденги от использования схем с растворами. Деньги эти могут быть выведены на Багамы, или, если их владельцу захочется чего-то прекрасного, вложены в продвижение какой-либо водочной марки. Это разве рыночная ситуация? – Нет. Поэтому предположить, что будет дальше, очень сложно.

С сетями всё тоже неоднозначно. Я могу с уверенностью заявить, что сети, вопреки рыночной логике, не переориентировались на ходовые марки. Многие заинтересованы в маркетинговом бюджете компаний, а не в продажах. Поэтому очень часто бывает, что кто-то платит за полку, и марка стоит мёртвым грузом в течение полугода.

Мы постоянно говорим о нарушениях правил свободной торговли администрациями регионов – о региональном сепаратизме. И решение этой проблемы пробуксовывает уже который год. Местные власти под предлогом защиты своего производителя, по сути, устанавливают свои, нерыночные и неконституционные правила игры. Недавно ФАС вмешался в ситуацию в Татарстане, но таких регионов десятки. Яркий пример – ситуация в Астрахани, и с этим надо что-то делать. Если мы будем бездействовать ещё хотя бы пять лет, потеряем конкурентные преимущества. Мы должны заняться популяризацией российской водки, культуры её питья, защитой интересов отечественных производителей. Ведь сейчас бренд «русская водка» – без хозяина. Водка – не лес, который срубишь и затем ждёшь, когда он вырастет; не нефть, которая в обозримой перспективе может закончиться. Водка – промышленный продукт на долгие годы, обеспечивающий большое количество занятых в отрасли людей.

**День отошёл,
неясен и мутен.
Вечер пришёл, забредив.
Двое в комнате:
Я и Путин.
Видимо, я – Медведев.**

Дмитрий Быков

Глухих

АЛК ГОЛЬ

уволен

Проблемы остаются?

В четвёртом номере «Русской водки» мы опубликовали фельетон «БОЙТЕСЬ ГЛУХИХ» – открытое письмо к канцлеру Оксфордского университета – с вопросом: сдаст ли глава «Синергии» в своём Оксфорде «Зачёт по гуманизму»? Дело в том, что «Синергия» – едва ли не самая удачливая фирма в этом незадачливом и неудачном алкогольном мире России! Но, какой ценой растёт «Синергии»? Так в Архангельске с приходом «Синергии» состоялось ИЗГНАНИЕ ИЗ ОБЛАСТИ сына прежнего директора завода Лосева. Да и тамошняя водка «Русский лёд» оказалась нашим независимым экспертам весьма и весьма проблематичной. О чём мы и написали в большой, пространной, аргументированной статье «Русский лёд» растаял в Сочи». Кстати (вернее, некстати) директором там стал некто Глухих, которого с покупкой Мариинского ЛВЗ «Синергия» перебросила туда же – в Мариинск Кемеровской области. ...Журнал с фельетоном «БОЙТЕСЬ ГЛУХИХ» подписан в печать 26 июня 2008 г. А через несколько недель директора Глухих с треском выперли из директоров! Ну, что ж... Как говорится, меры приняты. Что дальше? А «хрен его знает», что дальше!

После нашей аналитики «Русский лёд» растаял в Сочи» «Синергия» прислала смешной ответ: ЗАТО, МОЛ, ПРОДАЖА ВОДКИ » РУССКИЙ ЛЁД» У НАС РАСТЁТ... Как будто в «Синергии» не знают, что сегодня народ пьёт ТО, ЧТО ЕМУ НАЛИВАЮТ.

А мальчик-пиарщик от «Синергии» ляпнул в ответ и вовсе невообразимое: мы, мол, вообще НЕ ДЕЛАЕМ ВОДКУ – МЫ ДЕЛАЕМ ДЕНЬГИ. Вскоре этого наивного мальчика в «Синергии» не стало, а новые «мальчики» и вовсе отмалчиваются...

*Из последних писем в наш журнал:
«Чего вы прицепились к этой «Синергии»?
Неужели вам неясно, что высокая капитализация
нужна им для того, чтобы
ВЫГОДНО ПРОДАТЬСЯ КОМУ УГОДНО»?*

Итак, сдаст ли глава «Синергии» г. Мечетин в своём Оксфорде зачёт по гуманизму? Поживём – увидим... Гуманизм – это, прежде всего, любовь к людям. Извините, к кадрам. А КАДРЫ РЕШАЮТ ВСЁ. Так говорят все умные люди. Даже будущие выпускники Оксфорда.



неуд?
Зачётная книжка студента
Оксфордского университета
Мечетина (главы «Синергии»)
в строке «Экзамен
по гуманизму»
остается незаполненной

Ваши Дробиз гуманитет иначе

И всё-таки русскую водку мы про... проспали!

Компания Intangible Business опубликовала ежегодный рейтинг самых сильных брендов алкогольной отрасли. На самом же деле это, видимо, рейтинг цен на алкогольные бренды. Сила западных брендов не в правде, а в деньгах – вопреки идеям фильма «Брат».

Список возглавила водка Smirnoff. Следом идут Johnnie Walker, Bacardi, Martini, Hennessy, шведская водка Absolut, ставшая французской. Затем – Jack Daniels, Chivas Regal, Baileys и Ballantines.

В водочный список, помимо Smirnoff и Absolut попал Grey Goose. «Серый гусь» по нашим, по русским меркам, отвратителен и на вкус, и на вид, но ему прочат самые радужные перспективы – попал, что называется, в колею этот «Серый гусь»! Следом идут: Stolichnaya, Finlandia, SKYY, Ketel One. Таким образом, исходя из трёх известных ценовых ориентиров (Абсолют, Грей Гус, Кетел Уан), попробуем выставить свои ориентиры цен на водочные мировые бренды:

Smirnoff – 15 млрд долларов,
Absolut – 8,5 млрд,
Grey Goose – 4,2 млрд,
Stolichnaya – 2, 6 млрд,
Finlandia – 2, 4 млрд,
SKYY – 2,0 млрд,
Ketel One – 1, 8 млрд.
Наш, а теперь уже не наш «Парламент» стоит около 175 млн. «Зелёная марка» и «Пять озёр» должны стоить дороже.
Российский вариант «Столичной» стоит очень мало (перспектив у него нет).
«Флагман» и «Беленькая» – не дороже 30 млн долларов каждый бренд. «Белуга» – не дороже 5 млн. Самый дорогой бренд России – «Русский стандарт» должен стоить больше 1 млрд, но о его оценке какой-либо компанией не слышно.

Алкогольной госкорпорации не будет

«Российское правительство не обсуждает возможность создания госкомпании по производству алкогольной продукции». Такое заявление министра сельского хозяйства Гордеева вызывает больше вопросов, чем ответов. А что такое Росспиртпром (РСП), как не госкомпания по производству спирта и алкогольной продукции? Следует ли понимать это заявление, что дни РСП сочтены? Или кто-то хотел бы создать ещё одну государственную алкогольную госкомпанию? В противовес или дополнение к РСП? Неужели у кого-то есть ещё желание поиграть в Госкорпорацию на поле алкогольного рынка? Причина в другом: ни в одном государстве так неумело не регулируют легальный алкогольный рынок, засаживая его периодически в кризис, как у нас! Ницё государство не занимается разорением легального алкогольного бизнеса так настоячиво, как в России.

А «ихняя» пресса обсуждает только алкоголизацию. Эта тема там «мягкая», для власти «приятная», она подчеркивает решимость власти бороться с этой проблемой без победы, то есть вечно (очень удобно для получения поддержки электората, обычная форма отчета власти). У нас же всё иначе: нервирова и доводя легальный алкогольный бизнес до экономических кризисов, власть толкает бизнес на страницы в СМИ в поисках защиты. И этот информационный защитный напор (а поскольку каждая мера государства к позитивным результатам не приводит, а только ухудшает позиции легального водочного бизнеса) вызывает у государства всё новые «прогрессивные» мысли.

Сколько пьют на Земле

Пройдёмся по потреблению основных водочных стран.

Россия – около 120 млн декалитров (легальной – в расчёт идёт только легальный продукт).

США – около 44 млн.

Украина – около 30 млн (украинский экспорт учтён в России).

Польша – около 23 млн.

Великобритания – около 8 млн.

Германия – около 4,5 млн, Канада – около 3,5,

Болгария – около 2,

Чехия – около 2 млн, Румыния – около 1,5,

Словакия – около 1,2, Ирландия – около 1 млн,

Венгрия – около 1 млн,

Греция – около 0,5, Китай – не более 0,5 млн декалитров (именно водки, а не просто крепкого алкоголя. Местный «Маотай» – это именно «маотай», а не водка).

Эти основные страны дают примерно 240 млн декалитров, хотя есть еще и страны СНГ, которые мы приучили к водке (Казахстан, Грузия, Армения, Белоруссия, Молдавия – это ещё 30 млн).

Все оставшиеся страны не дадут более 50 млн. Если прибавить нелегальную российскую водку, то получим исковую мировую цифру почти в 370 млн декалитров – СЕМЬ С ПОЛОВИНОЙ МИЛЛИАРДОВ ПОЛМИТРОВОК В ГОД ВЫПИВАЮТ НА НАШЕЙ ГРЕШНОЙ ЗЕМЛЕ, НА КОТОРОЙ ЖИВЁТ 5 МИЛЛИАРДОВ ВЫПИВОВ – полторы бутылки на брата в год.

Есть такая профессия — себя от Родины защищать

На первый-второй рассчитайся

Лидером первого полугодия стал подмосковный «Топаз». Московский «Кристалл» на втором месте — убрали, наконец-то, с лидеров рынка полугосударственное предприятие. Третий — «Омсквинпром» (вполне заслуженно). Четвёртый — Ульяновский «Кристалл» (ГРОСС), пятый — «Традиции качества». Серьёзные изменения в группе лидеров: отстали «Веда» и «Ост-Алко». Если же говорить о группах компаний — производителей и компаниях — владельцах брендов, то: «Русский алкоголь» — первый Синергия — вторая Алкогольные заводы Гросс — третьи Башспирт, впервые обошедший по итогам полугодия старого соперника Татспиртпром — четвёртый. Затем — Винэксим: «Путинка» — наш государственный рулевой б — компания «SPI» (ничего ей не делается)

7 — «Урожай» (пока в руках нового собственника каких-либо изменений незаметно, и это хорошо)
8 — «Веда», серьёзно потерявшая свои лидерские позиции
«А, может, и «не надо гнаться за объёмами? — заявил от лица питерских водочников В. Грабар («Ладога»). — Пора сосредоточиться на высокомаржинальных продуктах». Далее — Группа «Ост-Алко», «Союз-Виктан». И т.д.

Мудрость по-кабардински

В то время как все российские регионы жаждут вернуть себе кормушку по созданию региональных систем проверки качества алкогольной продукции, есть в России «оазис», чиновники которого отменили декларацию на розничную продажу алкоголя. Декларирование — такой же красивый термин, как любая форма отчета чиновников или государства о

Просто
анекдот
Вопрос-загадка

Какую премию получил некто Чубайс, уходя с поста главного энергетика России?

27 долларов?
27 тысяч долларов?
27 миллионов долларов?

Ответ: \$27 млн

проделанной работе по наведению порядка на алкогольном рынке.

Итак, правительство Кабардино-Балкарии на своем заседании 11 июля отменило своё постановление «О декларировании розничной продажи алкогольной продукции на территории Кабардино-Балкарской Республики», а также проголосовало за соответствующие изменения в Административном кодексе КБР. Как пояснили в пресс-службе главы КБР, теперь предпринимателям, имеющим лицензию на розничную продажу алкоголя, не нужно представлять в Минэкономразвития декларацию, в которой они указывали объём продаж, виды продукции и другую информацию. Соответственно будут внесены изменения и в Административный кодекс КБР, предусматривавший санкции за непредставление декларации, добавили в пресс-службе.

Мы не собираемся здесь злословить по поводу кабардинской водки. Но ведь регион нашёл гениальное решение проблемы! Точнее — не самой проблемы (декларирование не способно решить никакие проблемы само по себе), а подхода к ней... Значит, не бояться, что их инициативу расценят в Москве как ослабляющую линию партии. И если теперь предпринимателям по всей России начать обращаться в суд по поводу абсурдных антиалкогольных региональных популистских решений: то по запрету ночной торговли алкоголем, то по переносу объектов торговли алкоголем не на 50 м от детских садов, а на 100 м...

Чиновникам некогда думать о серьёзных проблемах, если государство покровительствует нелегальному рынку водки и ЛВИ, поэтому остается заниматься всякой несерьёзной деятельностью на этом поприще. Посмотрим, станет ли пример КБР примером для всей страны, хотя алкогольный Кавказ — это регион со своими законами, куда российская федеральная власть старается не лезть. О чём и рассказывается в этом номере «Русской водки» — экспедиция в Кабарду называется «ГЛАВНАЯ ТАЙНА КАБАРДИНСКОЙ ВОДКИ».



Все действительно не так: Ярмош уходит. Первый спиртовик России со своей фирмой «Спирт» оказался не нужным нынешним спиртовикам. Ну-ну, ребята... Круто начинаете...