

Restoranoved Review

Ресторановед ревью Еженедельная интернет-газета 28 января 2020

Выставка Horeca By Kazan — после переезда на новую площадку запланированы смена даты и расширение тематики экспозиции и образовательной программы



стр. 8

Зачем гости ходят в кафе и рестораны

стр. 5



«Cost in use» — главный принцип рациональной экономии

стр. 4

Основатель LavkaLavka Борис Акимов стал топ-менеджером «Азбуки Вкуса»

Сервис электронных чаевых может появиться в СБП

Минпромторг предложил снизить госпошину за лицензию на продажу алкоголя

Около 1500 магазинов, торгующие разливным пивом в жилых домах, могут закрыться в Подмоскowie

Участники конкурса «Мастера гостеприимства» смогут одержать победу в отдельных номинациях

Ресторан Пола Бокюза лишили третьей звезды «Мишлена»

Гастроли шеф-поварам Макса Штиглия

В кафе и ресторан за скидками

«ВкусВилка» от «ВкусВилла»

Starbucks порекомендовал клиентам пить кофе без молока

Мясной гастромакет Meatbox откроется в Петербурге

Лучшим шеф-поваром года Европы стал Нико Ромито

Основатель LavkaLavka Борис Акимов стал топ-менеджером «Азбуки Вкуса»



Стоявший у истоков фермерского кооператива LavkaLavka Борис Акимов перешел на работу в «Азбуку вкуса». Там он займется развитием

собственных брендов сети и выводом на рынок небольших хозяйств.

По словам Бориса Акимова, он полностью вышел из бизнеса LavkaLavka, а проектом теперь самостоятельно занимается один из

его партнеров. Господин Акимов добавил, что остается одним из совладельцев компании, имеющей права на торговую марку, не получая никакой прибыли.

Как отмечают в «Азбуке вкуса», сегодня в сети представлены фермерские продукты с собственного производства в Мосальске Калужской области, а также сыры, мясные и рыбные деликатесы, вина и пр. независимых поставщиков. Один из первых проектов Бориса Акимова на новом месте, – мосальский стейк, который производится на ферме «Азбуки вкуса». Продукт должен стать символом территории, как, например, флорентийский стейк для Флоренции. На упаковке также нанесен QR-код, который позволяет проследить все этапы производства.

В «Азбуке вкуса» видят растущий спрос на натуральные продукты и планируюткратноувеличитьвыручкуотфермерскогонаправлениявближайшиедва-тригода

Сервис электронных чаевых может появиться в СБП

Сейчас оставить чаевые могут держатели карт Visa более чем в 100 ресторанах, введя сумму в POS-терминале.

В частности, как сообщили в Национальной системе платежных карт (оператор СБП и карт «Мир»), оставлять электронные чаевые можно будет при помощи QR-кода в разработанной Банком России СБП.

Visa запустила сервис электронных чаевых еще летом 2019 г. За перевод безналичных чаевых не надо платить эквайринг. Сумму вознаграждения посетитель может сам ввести в терминале, а затем сде-

лать два платежа одновременно – в адрес ресторана и на счет официанта. В декабре средняя сумма вознаграждения составила около 150 руб.

Mastercard также работает над



запуском в России платформы для приема безналичных чаевых. Платформу планируют запустить до конца 2020 г. Способ оставления чаевых может быть похож на тот, который реализован у Visa: официант вводит на POS-терминале нужную сумму, а посетитель кафе просто прикладывает к нему карту для списания денег.

Эксперты считают, что с появлением электронных чаевых выиграют все участники: у клиентов появится больше возможностей отблагодарить специалиста, у официанта – получить бонус, а у финансовых организаций прибавится безналичный оборот.

Минпромторг предложил снизить госпошлину за лицензию на продажу алкоголя

Минпромторг РФ подготовил пакет законопроектов, которые предполагают снижение стоимости госпошлины за лицензию на продажу алкогольной продукции за каждый магазин или общепит с 65 тыс. до 20 тыс. рублей

Об этом ТАСС сообщил статс-секретарь, заместитель министра промышленности и торговли РФ Виктор Евтухов.

«Минпромторгом России подготовлен пакет законопроектов, в том числе предусматривающий установление размера госпошлины за лицензию на торговлю алкоголем на каждый магазин или пункт общепита в размере 20 тыс. рублей в год на один объект. Исключения предполагаются только для организаций потребительской кооперации, которые будут платить 20 тыс. рублей в год за лицензию, в которой может быть несколько обособленных подразделений», – сказал он.

Как следует из распоряжения кабмина от 17 января 2020 года N



19-р, законопроекты будут внесены в правительство в марте 2020 года, в мае того же года в Госдуму, а уже в июле – августе 2020 года могут быть рассмотрены в Совете Федерации.

Замглавы Минпромторга РФ напомнил, что размер государственной пошлины за предоставление (продление) лицензии на розничную продажу алкоголя в настоящее время не зависит от количества обособленных объектов (помещений), имеющих у организации и составляет 65 тыс. рублей за каждый год действия лицензии. «Таким образом, создается ситуация, когда крупная торговая сеть (к примеру, из 10 магазинов) и один сельский магазин платят государственную

пошлину в одном и том же размере, что приводит к неравным условиям», – пояснил Евтухов.

Недостовверные сведения в поданных документах или наличие у заявителя задолженностей, например, по налогам может стать основанием для отказа в выдаче лицензии на торговлю алкоголем. По словам замглавы Минпромторга, чтобы снизить риски для заявителей в отказе в получении лицензии «пакетом» законопроектов предполагается скорректировать основания для отказа таким образом, чтобы устанавливалось «наличие только неуплаченного в установленный срок административного штрафа».

Около 1500 магазинов, торгующие разливным пивом в жилых домах, могут закрыться в Подмосковье

В Подмосковье ожидается массовое закрытие магазинов разливного пива в жилых домах.

Ограничивающий торговлю напитком закон, должен вступить в силу с 1 июня 2020 года. Запрет относится к магазинам со входом со двора или торца дома, а также в помещениях, переведенных в нежилые. Разливное пиво будет

нельзя продавать в жилых домах.

Общественная организация «Опора России» попросила руководителя Федеральной антимонопольной службы (ФАС) Игоря Артемьева проверить, не противоречат ли закону о конкуренции региональные ограничения на торговлю пивом в Московской области.

За девять месяцев 2019 года на

территории Московской области продано свыше 35 млн декалитров пива. Это 7,2% продаж в РФ, Вместе с Москвой область занимает 1-е место по продажам.

Министр потребительского рынка и услуг Подмосковья Владимир Посаженников заявил, что многие жители региона жалуются на ночную торговлю алкоголем в магазинах, расположенных в жилых домах.

«Cost in use» — главный принцип рациональной экономии

Поддержание высоких стандартов гигиены свидетельствует об уважительном отношении заведений общественного питания к своим клиентам. И далеко не всегда такой подход требует от рестораторов больших затрат.

Уже более пятидесяти лет на рынке профессиональных гигиенических решений для предприятий сегмента HoReCa работает торговая марка Tork компании Essity. Термин «cost in use», который можно трактовать как «стоимость в использовании», наиболее точно характеризует продукцию Tork, с которой затраты на поддержание чистоты в ресторанах сокращаются в разы. Почему продукция высокого качества экономически более выгодна, чем дешевая продукция, рассказываем далее.

Универсальность

В качестве расходных материалов для работы с продуктами, вытирания рабочих поверхностей и рук повара могут использовать множество материалов с ограниченной областью применения. В большинстве своем они не являются взаимозаменяемыми, поэтому увеличивают затраты на поддержание гигиены на кухне.

Нетканый материал Tork для кухни за счет своей многофункциональности позволяет сделать работу поваров быстрой и комфорт-



ной, ведь он одинаково успешно может использоваться для самых разных операций. «Полотенце шефа», как часто называют нетканый материал Tork для кухни сами повара, хорошо справляется с процеживанием жидкостей, подходит для натирания столового стекла и приборов, обладает высокой впитываемостью, быстро сохнет и не размокает в растворе с моющим средством, деликатно вытирает поверхность, не оставляя разводов и царапин, а плотность материала позволяет прихватывать горячую посуду и инвентарь. Все это подтверждают тестирования продукта, проведенные российскими поварами в 2014–2019 гг [1].

Незаменимым помощником на кухне также может стать протирочная бумага Tork Reflex, которая при вытирании мокрых рук лучше впитывает влагу и не рвется во влажном состоянии. Протирочной бумагой удобно пользоваться в процессе приготовления пищи: в горячем цеху – для устранения лишнего жира с уже готовых блюд, в холодном – для высушивания полуфабрикатов. Помимо идеального удаления с поверхности продуктов капель жира и воды, повара отмечают, что Tork Reflex не оставляет частиц материала на продуктах, руках, рабочих поверхностях, кухонном инвентаре.

Контроль расхода продукции

В целях экономии в ресторанах часто вводят строгие нормативы расхода гигиенической продукции. Для всех бумажных и нетканых материалов Tork разработаны специальные диспенсеры, которые позволяют рационально использовать их. Этого удается достичь благодаря функции полистового отбора: за один раз повар получает ровно столько продукта, сколько это необходимо для совершения одной операции – вытереть руки, протереть поверхность стола и т.д. Таким образом, расход материалов оптимизируется, а затраты на их закупку существенно снижаются.

Большой популярностью среди поваров пользуется настенный диспенсер Tork Reflex с центральной вытяжкой. Возможность отрывать бумагу по одному листу дает видимую экономию расходования продукции. А за счет обновленной конструкции с вращающимся носиком, поварам удобно отбирать бумагу под любым углом.

Идеальным решением для гостевой зоны ресторана является настольный диспенсер для салфеток Tork Xpressnap. Стопка салфеток на столике или на барной стойке – самый нерациональный способ их использования, ведь посетители часто берут их пачками, не считая. Однако, как показывает практика ресторанов, использование диспенсеров Tork Xpressnap с полистовым отбором позволяет снизить расход салфеток до 25%, а

Restoranoved Review

Еженедельная интернет-газета Проект журнала «Ресторановед»

E-mail: media@restoranoved.ru

тел.: 8-800-222-2652 (звонок по России бесплатный)
(812) 493-4404

также устранить беспорядок и организовать пространство.

Долговечность и износостойкость

Одним из основных принципов экономии продукции является ее прочность и износостойкость. Противоударный, небьющийся пластик, из которого сделаны настольные и настенные диспенсеры Tork, позволяет использовать их в течение длительного времени. Вращающийся носик, встроенный в конструкцию Tork Reflex, обеспечивает возможность доставать материал под любым углом и снижает

риски поломки диспенсера, а герметичность диспенсеров защищает материалы от влаги, грязи и брызг.

Продуманный дизайн диспенсеров также влияет на их срок службы – персонал более бережно обращается с оборудованием, которое выглядит презентабельно. Обтекаемые гладкие формы диспенсеров значительно упрощают их уборку, позволяя поддерживать их внешний вид в хорошем состоянии долгие годы.

Таким образом, главный принцип рациональной экономии – это не стоимость продукции, а ее ка-

чество и утилитарные характеристики, такие как универсальность использования, технологии, позволяющие контролировать расход продукции, а также долговечность и износостойкость оборудования. Над всем этим работает компания Essity, создавая под торговой маркой Tork экономически эффективные решения в области профессиональной гигиены.

[1] В 2014 году продукты Tork для HoReCa были протестированы шеф-поваром Андреем Маховым. В 2019 году продукты протестировали повара, входящие в Национальную гильдию шеф-поваров России.

Зачем гости ходят в кафе и рестораны

«РБК» выпустило исследование «Ресторанные тренды 2019–2020 годов», для которого аналитики опросили более 3,8 тысячи россиян с различным уровнем дохода в возрасте от 18 до 54 лет из Москвы, Санкт-Петербурга и других городов.

Ходить в рестораны и кафе или не ходить?

За последние пять лет доля тех, кто ходит в рестораны, чтобы провести время с друзьями или семьей значительно снизилась (пять лет назад их было 54%, сейчас – 39%).

Намного меньше опрошенных отмечают в кафе праздники (38% в 2014 году против 20% в 2019-м). Тем не менее, россияне стали чаще посещать точки общепита для того, чтобы сэкономить время (пять лет назад так ответили 15% опрошенных, сейчас – 20%).

Многие ответили, что посещают рестораны «для того, чтобы побаловать себя» (около 39%), и «просто для того, чтобы поесть» (37%). Чаще всего вариант «побаловать себя» выбирали опрошенные с заработком до 20 тыс. руб. в месяц – среди них так ответили 46%.

20% опрошенных посещают заведения общепита, чтобы разнообразить свое меню, а 10% ходят в рестораны, чтобы попробовать

кухню других народов (среди тех, кто зарабатывает более 75 тыс. руб., так ответили 15%). 9% участников опроса ходят в кафе и рестораны, потому что не хотят готовить самостоятельно, а 4% проводят там деловые встречи (таких больше всего среди людей с относительно высоким заработком – 11,4%).

Что мы едим?

Самой популярной национальной кухней у гостей остается русская, которую предпочитают 68% опрошенных. Итальянскую, европейскую, кавказскую и японскую кухню выбирают примерно по трети участников. Выбор зависит от возраста: клиенты постарше чаще берут русские, кавказские, украинские, узбекские блюда. Молодым людям больше нравится итальянская, японская, американская, французская, корейская и мексиканская еда.

Что следует учесть ресторанам?

Больше половины (54%) опрошенных хотели бы видеть в заведениях более низкие цены, еще 41% респондентов не хватает блюд по акциям в меню. Качество еды считают недостаточно высоким 39% россиян. 40% мужчин желают видеть порции побольше, тогда как женщины интересуются программами лояльности и опциями здорового питания. Среди других предложений гостей – больший выбор блюд (30%), более качественный сервис (27%) и создание сервиса доставки (19%).



Участники конкурса «Мастера гостеприимства» смогут одержать победу в отдельных номинациях

«Трек конкурсных проектов стартует 1 февраля, каждый участник сможет загрузить свою презентацию в личный кабинет. Конкурсанты также могут проверить свои силы в одной из номинаций партнеров, это возможно на этапе загрузки проектов в личный кабинет. Для этого необходимо указать название одной из номинаций в презентации. Выбор отдельной номинации не является обязательным условием конкурса», – говорит руководитель направления по работе с партнерами АНО «Россия – страна возможностей» Антон Сериков.

«У участников есть отличная возможность заявить о своем проекте не только в «Треке проектов», но и в конкретном направлении. К тому же, это шанс получить гранты на реализацию своей идеи, помощь от наставников – сильнейших специалистов тревел-индустрии и стажировку в крупнейшей компании страны, – рассказал руководитель конкурса «Мастера гостеприимства» Евгений Малыгин. – Наши партнеры – это крупные игроки индустрии гостеприимства, у которых есть возможность вывести проекты конкурсантов на новый уровень. Они заинтересованы в смелых идеях и нуждаются в способных управленцах».

Выступая в качестве организатора, отдельную номинацию заявили представители Министерства природных ресурсов. Участники смогут представить проекты в направлении экологического туризма. Победители номинации получат возможность прохождения стажировок на базе национальных парков. Кроме того, сотрудники Минприроды России выступят в качестве наставников конкурсантов, а также в качестве экспертов будут привлечены к отбору и оценке конкурсных проектов и войдут в состав жюри на финале.



Любители необычных маршрутов смогут одержать победу в номинации «Лучшие авторские туры» от российского сервиса путешествий Туту.ру. Партнер конкурса выберет победителя среди тех, кто представит уникальный маршрут по одному из регионов России. Лучший автор тура получит полный комплект рекламного продвижения по всем каналам сервиса (соцсети, поисковики, СМИ), специальное размещение на платформе «Туту Приключения», кураторство и помощь в создании фото/видео контента для рекламы тура.

Номинацию «Образовательные проекты в ресторанно-гостиничной индустрии» учредила компания METRO Cash&Carry. Помимо крупного денежного приза (1 млн рублей), эксперты METRO примут участие в работе полуфиналов конкурса.

Проекты в направлении молодежного туризма оценит туроператор Coral Travel. Победители в этой номинации смогут принять участие в выездном туре Coral Business School, обучающие мероприятия которой получили широкую известность в туристическом бизнесе и помогли тысячам специалистов вести бизнес эффективнее.

Всероссийский профессиональный конкурс «Мастера гостеприимства» стартовал 13 ноября. Цель проекта – раскрытие

потенциала профессионалов, формирование новых традиций, повышение стандартов сервиса и престижа профессий в сферах туризма и гостеприимства. В ходе конкурса, кроме знаний и компетенций участников, будут оцениваться их авторские проекты в сфере гостеприимства. Лучшие получают поддержку и будут реализованы в регионах России. Соорганизатором конкурса выступает Общенациональный союз индустрии гостеприимства (ОСИГ).

Победителями станут 50 конкурсантов. Все они смогут участвовать в программе наставничества с лидерами индустрии и представителями органов государственной власти. 25 из них также получат сертификат на специальную образовательную программу в московской школе управления «Сколково». При этом все финалисты могут получить приглашения на стажировки в органы государственной власти, ведущие компании и организации.

Конкурс «Мастера гостеприимства» проходит в несколько этапов: регистрация и отборочный этап, региональные полуфиналы и финал. По итогам заявочной компании, на конкурс зарегистрировались более 20 000 участников.

Отборочный этап (онлайн-тестирование) конкурса стартовал 17 января. В рамках него эксперты конкурса будут оценивать общие и профессиональные знания, интеллектуальные способности и управленческие компетенции.

Региональные полуфиналы будут проводиться с февраля по апрель в 9 регионах России. Финал состоится в апреле 2020 года и соберет 200 отраслевых специалистов. Победители получают в наставники именитых рестораторов, отельеров и управленцев

в сфере гостеприимства.

Лучшие проекты конкурса могут быть реализованы при поддержке Федеральной пассажирской компании, Ростуризма и Министерства природных ресурсов и экологии РФ.

Участники также смогут выиграть бизнес-курс английского языка от школы Skyeng, обучение в школе туризма Travel Business School, поддержку лучших проектов от российского сервиса путешествий № 1 Туту.ру, 1 млн рублей от компании METRO Cash&Carry, сертификаты на обучение от Академии Слетать.ру, участие в выездном тренинге от Coral Business School и многое другое.

Подробнее о конкурсе: <https://welcomecup.ru/>

Автономная некоммерческая организация (АНО) «Россия – страна возможностей» была создана по инициативе Президента РФ Владимира Путина. Ключевые цели организации: создание условий для повышения социальной мобильности, обеспечения личностной и профессиональной самореализации граждан, а также создание эф-

фективных социальных лифтов в России. Наблюдательный совет АНО «Россия – страна возможностей» возглавляет Президент РФ Владимир Путин.

АНО «Россия – страна возможностей» развивает одноименную платформу, объединяющую 23 проекта: конкурс управленцев «Лидеры России», студенческая олимпиада

«Я – профессионал», международный конкурс «Мой первый бизнес», всероссийский конкурс «Доброволец России», проект «Культурный код», проект «Профстажировки 2.0», фестиваль «Российская студенческая весна», всероссийский конкурс «Мастера гостеприимства», «Грантовый конкурс молодежных инициатив», конкурс «Цифровой прорыв», профессиональный конкурс «Учитель будущего», портал Бизнес-навигатора МСП, конкурс «Лучший социальный проект года», всероссийский проект «РДШ-Территория самоуправления», соревнования по профессиональному мастерству среди людей с инвалидностью «Абилимпикс», всероссийский молодежный кубок

по менеджменту «Управляй!», Российская национальная премия «Студент года», движение «Молодые профессионалы» (WorldSkills Russia), благотворительный проект «Мечтай со мной», всероссийский конкурс «Лига вожатых», конкурс «Моя страна – моя Россия», международный инженерный чемпионат «CASE-IN» и «Олимпиада Кругового движения НТИ. Junior».

Общенациональный союз индустрии гостеприимства (ОСИГ) – всероссийское межотраслевое объединение профессиональных сообществ, организаций и специалистов, занятых в сфере туризма и гостеприимства. Союз создан летом 2019 года, за несколько месяцев работы он объединил более тысячи профессионалов сферы туризма и гостеприимства, в его состав уже входят 12 крупных отраслевых ассоциаций.

В сентябре 2019 года президент ОСИГ Грант Бабасян назначен руководителем рабочей группы «Развитие сервиса и кадровое обеспечение сферы туризма» Координационного совета по развитию туризма в РФ.

Ресторан Пола Бокюза лишили третьей звезды «Мишлена»



L'Auberge du Pont de Collonges. расположенный в Лионе, имел высшую награду справочника с 1965 года. Бокюз управлял заведением до своей смерти в 2018 году.

Причина противоречивого решения авторов Красного гида – то, что «качество еды больше не соответствует уровню трех звезд».

Сообщается, что семья знаменитого кулинара расстроена этим решением.

Новости вызвали споры и критику в сообществе. Критик Перико Легасс назвал решение «абсурдным и нечестным» и даже заявил, что справочник мертв.

«Конечно, отклик был эмоциональным. Качество кухни ресторана изменилось, но оно по-прежнему остается превосходным», – прокомментировал глава гида Michelin Гвендал Пулленик.

Выставка Horeca By Kazan – после переезда на новую площадку запланированы смена даты и расширение тематики экспозиции и образовательной программы



В 2020 году выставка пройдет под новым названием – TATARSTAN HOSPITALITY EXPO. Horeca by Kazan и в новые даты – с 20 по 22 апреля, на уже освоенной ранее площадке – Kazan Expo.

Уже 5 лет в Татарстане проходит профессиональное крупное событие для ресторанного и гостиничного бизнеса. В этом году организаторы добавляют новый блок экспозиции и образовательной программы – блок по туризму. Планируется проведение круглых столов и обсуждений важных вопросов взаимодействия предпринимательского сообщества, решение актуальных вопросов, подписание соглашений.

«Важно, чтобы индустрия туризма начала работать с ресторанами и шеф-поварами также

плотно, как и с гостиничным рынком. Ведь еда притягивает людей и является залогом приятного впечатления о городе, регионе и стране в целом! Наша задача – выстроить фундамент для активного и плотного взаимодействия как на государственном, так и на бизнес-уровне», – отмечает Генеральный продюсер выставки Марина Бурага.

Кроме того, в рамках выставки в Казани – городе с тысячелетней историей – будут обсуждаться вопросы адаптации традиций и превращения этнической и национальной культуры в тренд внутреннего и международного туризма, в том числе на примере опыта Республики Татарстан.

Образовательная программа, как и всегда, обещает быть максимально актуальной для

менеджеров и владельцев бизнеса индустрии гостеприимства, шеф-поваров, барменеджеров и т.д.

Что будет интересного в рамках экспозиции? Стенды производителей из разных регионов России, призванные популяризовать локальных производителей – как крупные промышленные предприятия, так и небольшие фермерские хозяйства – регионального уровня, чтобы показать возможности региональных продуктов, найти новые пути партнерства, коллаборации и т.д.

Кроме того, организаторы планируют несколько интерактивных зон и инсталляций в тематике гостеприимства. «Мы строим несколько зон, которые помогут более глубоко погрузиться в особенности и нюансы профессий в

индустрии гостеприимства. Например, лаборатория еды, где проводятся эксперименты с продуктами – чтобы научиться лучше разбираться в ингредиентах и их взаимодействии друг с другом», – рассказывает Марина Бурага.

Стать участником экспозиции вы можете оставив заявку на сайте выставки (horeca-kazan.ru).

Кстати, там уже открыта регистрация для посетителей выставки!

Самый приятный отзыв 2019:

Оксана Градова, один из лучших отельеров в России, Генеральный директор нескольких объектов люксовой сегмента, спикер HORECA by Kazan 2019:
«Эмоции не купишь ни за какие деньги. Когда я ехала в Казань, я даже не подозревала, что меня там ждёт. Я ехала с обычным настроением,



как и ездил в любой город нашей страны... Сегодня я улетаю домой в абсолютном восторге и таком настроении, которого у меня давно не

было... Когда я дочитала семинар, я впервые увидела такую заинтересованность людей. Обычно все сразу же просят посмотреть прямо сейчас их отель: «А, скажите, как именно его продать», «Ой, а посмотрите Инстаграм, что там нужно изменить», ну и так далее. А здесь нет. Здесь людям было реально интересно узнавать ещё и ещё об отельном бизнесе страны. И это меня подкупило вдвойне.

Далее можно бесконечно перечислять работников ресторанов, магазинов, помощников на форуме, водителей. Они все были абсолютно счастливыми людьми. При выходе я получала только: «Всего доброго», «Хорошего Вам вечера», «Возвращайтесь, пожалуйста, мы будем Вам очень рады», «Надеемся, Вы прекрасно провели время». Я постоянно находилась в атмосфере счастья, душевного спокойствия и комфорта».



Справка о выставке:

Даты проведения: 20-22 апреля 2020 года

Место проведения: Казань Экспо

Сайт выставки: horeca-kazan.ru

Участие в экспозиции: expo@horeca-kazan.ru

Генеральный продюсер: bm@horeca-kazan.ru

Выставка проводится с 2016 году ежегодно в г. Казани. Общий трафик за 4 года проведения: более 20000 человек, которые в том числе прошли бесплатное обучение в рамках деловой программы выставки. Ежегодно она строится несколькими потоками по ключевым направлениям: отельеры, рестораторы, шеф-повара, барменеджеры, кейтеринг, кондитеры, диджитализаторы, сомелье и т. д.

В рамках выставки ежегодно проводятся профессиональные конкурсы, отборочные туры, первенства для профессионалов индустрии.

Гастроли шеф-поварам Макса Штигля

Начало года в The Ritz-Carlton, Vienna будет ознаменовано гастролями известного шеф-повара из Бургенланда Макса Штигля, который будет готовить свои фирменные блюда для гостей Dstrikt Steakhouse совместно с командой и шеф-поваром ресторана Штефаном Цубером.

Макс родом из Словении, он получил свою известность благодаря приверженности философии разумного потребления, концепции «от носа до хвоста», суть которой заключается в использовании при приготовлении туши всего животного, а не только отдельных его частей. В своем ресторане Gut Purbach он готовит уже более десяти лет, руководствуясь убеждением, что в животном нет несъедобных частей, есть неправильное их приготовление. Гурманы со всего мира приезжают в Бургенланд, чтобы попробовать его мясное меню на ежегодном «Sautanz» – местном празднике, уходящем своими корнями в далекое прошлое. Праздник проводится в конце осени. Свинью забивают, а потом готовят ее вместе с гостями.

Меню, которое Макс разработал для Dstrikt Steakhouse, включает классические блюда из его ресторана Gut Purbach, а выбор винного сопровождения Штигль полностью доверил признанной сомелье Синди Кретчмар. Особой изюминкой меню,



доступной по предварительному заказу, является «курица в пузыре». Авторство этого необычного блюда принадлежит одному из величайших поваров всех времен – Фернану Пуанту, который считается родоначальником кулинарного направления nouvelle cuisine. Он разработал уникальную технику приготовления в 1930-х годах в своем легендарном ресторане «Le Pyramide» в Вьенне, Франция, где «курица в пузыре» по сей день присутствует в меню.

Макс Штигль является автором нескольких книг, посвященных его кулинарной философии. Будучи участником проекта Smart Kitchen, спонсируемого властями Вены, он регулярно проводит обучение для молодых поваров использованию ингредиентов для приготовления пищи максимально рациональным образом.

В кафе и ресторан за скидками

37% посетителей кафе и ресторанов выбирают заведение со скидками

Все больше посетителей кафе и ресторанов при выборе заведения отдают предпочтение тем местам, где есть специальные предложения, акции или программы лояльности.

Еще два года назад количество посетителей, отдаю-



щих предпочтение заведениям с акциями составляло 30%. В 2019 году их количество достигло 37%.

Эксперты полагают, что основная причина таких изменений – отсутствие роста реальных доходов россиян. Люди стремятся выбирать те кафе и рестораны, где есть специальные предложения, чтобы ходить туда так же часто, как и раньше. Кроме того, наличие акций улучшает настроение посетителей. Используя специальное предложение, люди считают, что они более осознанно потратили деньги и получили лучшее обслуживание.

На рынке общественного питания активнее всего проводят акции рестораны фастфуда. Для них такие специальные предложения – эффективный способ увеличивать поток клиентов.

Самая популярная акция – простая скидка, на нее приходится половина предложений. Примерно четверть всех промо составляют специальные утренние, дневные и вечерние предложения. На комбо-наборы приходится еще 10% от всех предложений, и они становятся все более популярны – за прошлый год число заказов комбо увеличилось на 85%.

«ВкусВилка» от «ВкусВилла»

Создатели проекта Bright Kitchen, развивающие сервис «Варламов есть», запустили «ВкусВилку» – доставку готовой еды из продуктов сети магазинов «Вкусвилл».

Через сервис «Яндекс. Еда» теперь можно заказать готовую еду из продуктов «ВкусВилла». «ВкусВилку» запустили создатели проекта Bright Kitchen, развивающие сервис «Варламов есть».

Готовкой занимается компания «Старшеф», которая управляет ресторанами «Варламов есть». Блюда делают на семи кухнях, скоро планируется открыть восьмую. Меню придумали вместе с «ВкусВиллом», создатели намерены разрабатывать больше оригинальных рецептов из продуктов сети.



Starbucks порекомендовал клиентам пить кофе без молока



В 2018 году компания произвела 16 млн т парниковых газов, 21% из них пришлись на напитки с молоком.

Сеть кофеен Starbucks стремится стать компанией, придерживающейся устойчивого развития. По данным Всемирного фонда дикой природы, в 2018 году Starbucks стала ответственна за выброс 16 млн т парниковых газов, использование 1 млрд куб. м воды и производство 868 килотонн отходов (это вдвое тяжелее здания Эмпайр-стейт-билдинг).

В течение следующих 10 лет компания хочет уменьшить эти показатели на 50%. И клиенты сети действительно могут помочь ей стать «зеленее». Для этого им нужно брать черный кофе, а не напитки с молоком. Именно последствия от использования молока и сливок составляют 21% выбросов парниковых газов кофейного гиганта.

Растительное молоко менее вредно для окружающей среды, и сеть продолжит продвигать его в своих кофейнях.

В марте 2020 года Starbucks планирует запуск тестирования стаканов, которые можно будет переработать. Сейчас стаканы имеют в составе пластик, что затрудняет их переработку. По данным компании, только 5% клиентов в Великобритании покупают кофе в своих кружках, несмотря на скидки на напиток в личной таре.

Мясной гастромакет Meatbox откроется в Петербурге

В феврале в Петербурге откроется мясной гастромакет Meatbox, где можно будет купить продукцию, а также попробовать ее прямо на месте. Блюда готовят тут же на открытой кухне.

В ассортименте гастромакета предполагается не только свежее мясо из фермерских хозяйств, но и полуфабрикаты собственного приготовления, сэндвичи, различные салаты и блюда для вегетарианцев. Предприниматели Анастасия Яшина и Дмитрий Авдеев подсмотрели этот формат в Москве, где по такому же принципу работает сеть «Мясновъ».

На создание предприятия потрачено около 6 млн рублей. Владельцы отмечают, что на возврат вложенных средств они закладывают 2 года.



Уже весной компания планирует запустить доставку мясных наборов и готовых блюд, но, по мнению Яшиной, открытая кухня будет приносить больший доход, чем торговля.

За последние 1,5 года в Петербурге открылось несколько специализированных лавок, например «Мастерская Гном колбасник» или Goneli Daily.

Лучшим шеф-поваром года Европы стал Нико Ромито

На Конгрессе поваров Madrid Fusión 2020 объявили имя лучшего европейского шеф-повара года. Им стал итальянец Нико Ромито (Niko Romito).

Ромито – обладатель трех звезд Michelin, владелец и шеф-повар ресторана Reale в Абруццо, шеф ресторанов отелей Bvlgari по всему миру и основатель школы Niko Romito Formazione в Кастель-ди-Сангро.

Сегодня Нико Ромито один из лучших шеф-поваров в Италии и мире. В 2017-м он занял 43-е место



в списке 50 лучших шефов мирового рейтинга. Его собственный ресторан в настоящее время признан одним из 100 лучших ресторанов мира.

Нико после смерти отца вместе с сестрами взялся за управление семейным рестораном Reale. Известность к нему пришла в 2005 году, когда Ромито с его обновленным Reale был включен в JRE Guide – список лучших молодых рестораторов Европы.

Madrid Fusión с 2003 года ежегодно проводится в столице Испании и является одним из крупнейших в мире конгрессов поваров.