

РесторановедЪ

РесторановедЪ 7 (70) июль 2016

5
Все секреты
прибыльного
заведения

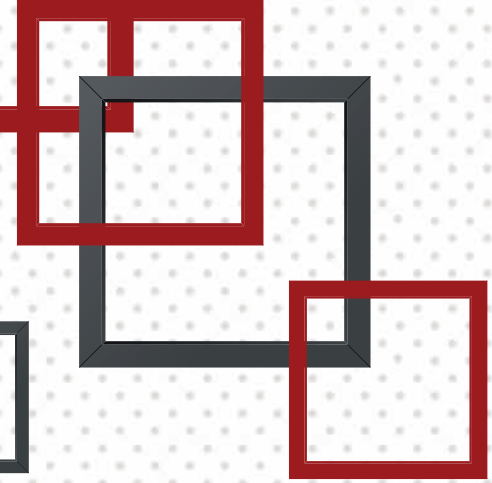
Ресторанный
бизнес
с итальянским
акцентом

26

Михаил Фейгельман:

**«Чтобы быть успешным
ресторатором, нужно
любить людей»**

10



Welcome Forum
Санкт-Петербург
8-9 сентября 2016 года

Санкт-Петербургский форум **Искусство гостеприимства**

Событие года в ресторанном и гостиничном бизнесе!

- ведущие эксперты
- тематические конференции,
- практические семинары,
- круглые столы,

Только актуальные темы! Только эффективные решения!

Интересное общение! Новые контакты!

Увлекательная экскурсионная программа по Петербургу и пригородам

Организаторы форума —
профессиональные отраслевые
журналы «РесторановедЪ»
и «Современный Отель»

welcome-forum.ru

8 812 493 44 04

pr@mediavibor.ru

реклама

От редакции

Июльский «Ресторановедъ» получился очень итальянским. В нем и эксклюзивное интервью известного шеф-повара, обладателя двух звезд Мишлен Чиччо Султано, и мастер-класс по приготовлению лазаньи по авторскому рецепту от Сергея Маслова, шеф-повара ресторанной службы отеля Domina Prestige St. Petersburg. Не говоря уже о центральной теме номера. Она посвящена специфике открытия и работы заведений, концепция и формат которых так или иначе связаны с Апеннинским полуостровом.

Причем опытом делятся не только петербургские рестораторы и эксперты индустрии гостеприимства, но и управляющий популярного казанского проекта La Famiglia, и управляющий знаменитой на весь мир неаполитанской L'Antica Pizzeria da Michele господин Микеле Кондурро. Он, в частности, расскажет об истории создания еще в начале XX века семейного бизнеса — пиццерии, раскроет секреты ее успеха.

Кстати, статья в рубрике «Оснащение ресторана» тоже имеет легкий итальянский акцент, поскольку затрагивает такой актуальный вопрос, как грамотная эксплуатация и обслуживание современных профессиональных эспрессо-машин.

Особняком стоит, пожалуй, только «Формула успеха». На сей раз от Михаила Фейгельмана, совладельца трех петербургских ресторанов: «Русской рыбалки», «Карла и Фридриха» и «Русской рыбалки» в Комарово. Впрочем, его история не менее поучительна и полезна как для опытных, так и для начинающих предпринимателей. Ведь опыт, как известно, сын ошибок трудных, даже если это опыт не твой. И учиться лучше на нем. Особенно когда из него не делают тайны. По крайней мере, наш собеседник был максимально честен и открыт для общения.

По традиции, мы не могли оставить без внимания кадровый вопрос. Он, по понятным причинам, актуален всегда. Особенно если речь заходит о подготовке сотрудников, точнее, о роли бизнес-тренера в процессе.

Естественно, расскажем о новостях отрасли и событиях, минувших и грядущих.

Так что вы найдете на страницах «Ресторановеда» много нового и интересного. А обсудить все это мы сможем при встрече на форуме «Гостеприимный Санкт-Петербург», который в рамках проекта Welcome Forum 8 и 9 сентября организует наш журнал.

РесторановедЪ

Журнал для владельцев, управляющих и специалистов ресторанного бизнеса (до 2010 года издание выходило под названием «Современный бизнес. Ресторан»)

www.restoranoved.ru

Проект издательства
«Наша деловая пресса»

Генеральный директор/главный редактор
издательства: Александр Марков

Шеф-редактор: Алексей Журавлев

Редакция: Юлия Яковлева, Анастасия Шадская,
Александр Дмитриков, Дарья Антонова

Исполнительный директор: Евгения Кузнецова
Начальник отдела рекламы:
Валентина Голубева
Менеджеры по рекламе: Ольга Клименко,
Елена Миндерова

Менеджеры по работе с клиентами:
Дарья Боровикова, Дина Сибгатуллина

Директор по IT: Дмитрий Мазов

Веб-дизайнер: Нина Тимофеева

Дизайн, предпечатная подготовка:
Кирилл Раевский

Корректор: Нина Мирзоева

Фото: Владимир Тилес, Евгений Елинер,
Дарья Антонова

Журнал «Ресторановедъ» 7 (70) июль 2016
Св-во ПИ № ТУ 78-00156 от 17.11.2008 г. выдано Управ-
лением Федеральной службы по надзору в сфере связи и
массовых коммуникаций по СПб и Ленинградской области
Учредитель Марков А. В.
Издатель ООО «Издательство
«Наша деловая пресса»
Перепечатка материалов допускается только с согласия
ООО «Издательство «Наша деловая пресса». Товары,
рекламируемые в намере, подлежат обязательной
сертификации. Ответственность за сведения в рекламе
несет рекламодатель.
Заказ № 1411 Тираж – 8 000 экз.

Подписано в печать 20.07.2016
Отпечатано в типографии PremiumPress.
Адрес типографии: 197374, СПб, ул. Оптиков, д. 4

Замечания и пожелания по доставке журнала
можно отправить на электронный адрес:
podpiska@restoranoved.ru

Адрес редакции и издателя: 196084,
Санкт-Петербург, ул. Коли Томчака,
28/1, БЦ «Гепард»

E-mail для писем: info@mediavivor.ru

Телефон/факс:
(812) 493-3373, 493-4404

м е д и а г р у п п а

**ВЛУЧШИЙ
ВЫБОР**

ФАКТЫ. ЦИФРЫ. ЦИТАТЫ.

4

СОБЫТИЕ

4

Новый проект Old Boys

УПРАВЛЕНИЕ РЕСТОРАНОМ

5

Все секреты прибыльного заведения

РЕСТОРАТОР

10

Михаил Фейгельман: «Чтобы быть успешным ресторатором, нужно любить людей»

ОСНАЩЕНИЕ РЕСТОРАНА

21

Охлаждаемые столы на все случаи ресторанной жизни

АВТОМАТИЗАЦИЯ & ИТ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

23

Системы лояльности

ТЕМА НОМЕРА. РЕСТОРАННЫЙ БИЗНЕС С ИТАЛЬЯНСКИМ АКЦЕНТОМ

26

Ресторанный бизнес с итальянским акцентом

40

Микеле Кондурро: «Мы ничего не меняли с 1870 года»

43

Настоящая итальянская паста рядом

44

La Famiglia: ресторан по семейному рецепту

Известный петербургский ресторатор **Михаил Фейгельман** рассказывает о том, как и почему пришел в индустрию гостеприимства, вспоминает о трудностях, с которыми пришлось столкнуться при создании проектов "Русская рыбалка" и "Карл и Фридрих". И, конечно, речь пойдет о слагаемых успеха в ресторанном бизнесе. Как выяснилось, далеко не всё и не всегда зависит исключительно от размера стартового капитала.



10



Бокалы, стаканы, шоты

Стильная, экологичная посуда
Разнообразие форм и цветов
Материал: поликарбонат, акрил, полипропилен
Небьющаяся, можно мыть в посудомоечной машине
Нанесение логотипа любой сложности
Производство Италия

Компания «Ресурс»
(812) 963-2333, (981) 721-7768
www.nipco-it.ru info@nipco-it.ru



Миниформы для фуршетов FINGER FOOD

Одноразовые класса премиум, сверхпрозрачные
Экономят место, эффектно смотрятся
Идеальное дополнение при сервировке
Более 30 видов, цвет прозрачный в наличии
Производство Италия

Компания «Ресурс»
(812) 963-2333, (981) 721-7768
www.nipco-it.ru info@nipco-it.ru

5

Как открыть прибыльное заведение? Каждый по-своему отвечает на этот не самый простой вопрос. У признанного российского консультанта Натальи Кулаковой есть собственное мнение на сей счет. И основано она на многолетнем опыте практической работы. В авторской статье даются рекомендации по оптимальному построению и ведению бизнеса, рассказывается об ошибках, которые допускают предприниматели, предлагается проверенная формула успеха.



ШЕФ-ПОВАР

48

Чичко Султано: «Кухня объединяет людей»

АКТУАЛЬНАЯ ТЕМА

48

Обед с привкусом антибиотиков

53

Горячее дело

ПЕРСОНАЛ

54

Как стать тренером, или Двадцать ключей эффективного тренинга

МАСТЕР-КЛАСС

54

Лазанья

62

ФОТОВИТРИНА

Ведущий в России производитель оборудования для баров

моечные ванны и раковины

рабочие поверхности

теплоизолированные ванны под лед

каркас для крепления декоративной облицовки и прокладки коммуникаций

места для мусорного бака

места для хранения

возможность установки холодильных столов ниши под оборудование

HI-COLD

www.hicold.ru
 ☎ 8 800 333-55-15
 ☎ 8 495 411-08-08

реклама

Весь ассортимент модульного оборудования для баров и холодильных, морозильных столов.



**Тентовые
конструкции —
любое
решение**

СТИЛЬНО



МОБИЛЬНО



НАЛЕЖНО



реклама

(812) 974-64-84

(921) 744-33-98

www.tent-spb.ru

195027, г. Санкт-Петербург,
ул. Дегтярева, д. 2А

27%...

респондентов опроса, проведенного гидом «Афиша. Рестораны», заявили, что им интересна возможность оплаты счета с мобильного телефона.

Немногим более 17 тысяч рублей...

получают работники индустрии гостеприимства Ярославской области. Такие данные опубликовало ИА REGNUM.

600 млн тенге...

(более 111 млн рублей) планируется выделить на финансирование малого и среднего, в том числе ресторанного, бизнеса Астаны.

Около 8 тысяч ресторанов...

работают сегодня в Петербурге. Оборот предприятий общепита, по данным «Петростата», за январь — май 2016 года превысил 25 млрд рублей, рост составил 4,7%.

Новый проект Old Boys

Успешные рестораторы, новаторы и владельцы проекта и торговой марки Old Boys, о которых наш журнал рассказывал в июне, реализовали еще одну задумку. На сей раз это натуральное мороженое собственного производства под названием «Холод».

На данный момент разработана линейка из 25 разных сортов. Сливочные готовятся на молоке и на настоящих сливках, а фруктовые сорбе — на основе натуральных сиропов, производимых Old Boys из натурального варенья JamFactory.

Пока самые популярные и необычные сорта — это мороженое «Лавандовое», (изготавливается на основе гидролата

лаванды — настоящей вытяжки из растения), «Пивное» (из насыщенных темных сортов крафтового пива с кофейным послевкусием), а также «Малина-анис».

Все это мороженое можно попробовать на курорте Роза Хутор в ресторане «Груша» — одном из проектов бренда.

— Название нового продукта пришло само собой, ведь летом всегда хочется холода, — объясняет один из владельцев Old Boys Дмитрий Серов. — Концепция его проста и понятна. Она в двух словах: честно, вкусно. Что дальше? Планируем развиваться, совершенствовать то, что есть, и реализовывать новые идеи. Пока же хотим больше времени уделять производству.

Все секреты прибыльного заведения

Ресторанный бизнес один из самых инвестиционно привлекательных, но и один из самых рискованных. Достаточно сказать, что, по статистике, 60% заведений закрываются в первые два года своей работы. Для того, чтобы открыть действительно прибыльный проект, необходимо учесть целый ряд факторов, которые имеют значение.

Шаги до открытия

Начинать нужно с выбора правильной локации. Важно, чтобы помещение будущего ресторана находилось в проходимом месте, было заметным (видимым) и легкодоступным для потенциальных гостей. Не менее важный фактор — наличие достаточного количества людей, составляющих целевую аудиторию заведения. Можно рассматривать разные варианты: деловые центры, жилой район или, например, туристический центр.

Следующий значимый момент — детально разработанная концепция. Причем необходимо, чтобы все ее части сочетались между собой. О каких элементах идет речь? О названии, фирменных цветах, форме персонала, системе сервиса, атмосфере. Даже шрифт в меню имеет значение. А еще не обойтись без интересных «фишек». Ведь именно их снимают и выкладывают в те же социальные сети. И, конечно, необходимо уникального предложение. Примеров можно привести множество: «Лучший кофе в «Кофемании!», «Лучшие стейки в «Бизоне!» и т. д.

При этом не стоит забывать: концепция должна соответствовать месторасположению. Скажем, заведение фри-фло (приготовление всех блюд на глазах у посетителей, отсутствие официантов, наличие открытой кухни, большой и разнообразный ассортимент, невысокие цены) в спальном районе не будет прибыльным.



Наталья Кулакова,
бизнес-тренер и консультант сегмента HoReCa

Технические требования

Следует учитывать возможности помещения: наличие 380 В, обеспеченность кВт (минимум 40 кВт — доготовка, для полного цикла — 120 кВт), служебный вход, окно загрузки продуктов, вытяжка на крышу, отдельная от жилой канализация, вообще желательно нахождение не в жилом доме.

Какую площадь помещения можно считать достаточной? Если говорить о зале, то на одного человека необходимо заложить: для столовой — 0,8 кв. м, для кафе — 1,5 кв. м, для ресторана — 2 кв. м.

Другая история — производственные и служебные площади. Так, кухня полного цикла требует 120 кв. м, кухня работы на полуфабрикатах — 60 кв. м, кухня доготовки полуфабрикатов высокой степени готовности — 40 кв. м. Для ресторана на 150 посадочных мест с полным циклом приготовления (к нам приходит целиком рыба, грязный картофель и т. д.) нужно 300 кв. м. От входа до входа в детские, спортивные, медицинские, образовательные учреждения, остановки должно быть не менее 25 метров по пешеходной дорожке для получения алкогольной лицензии.

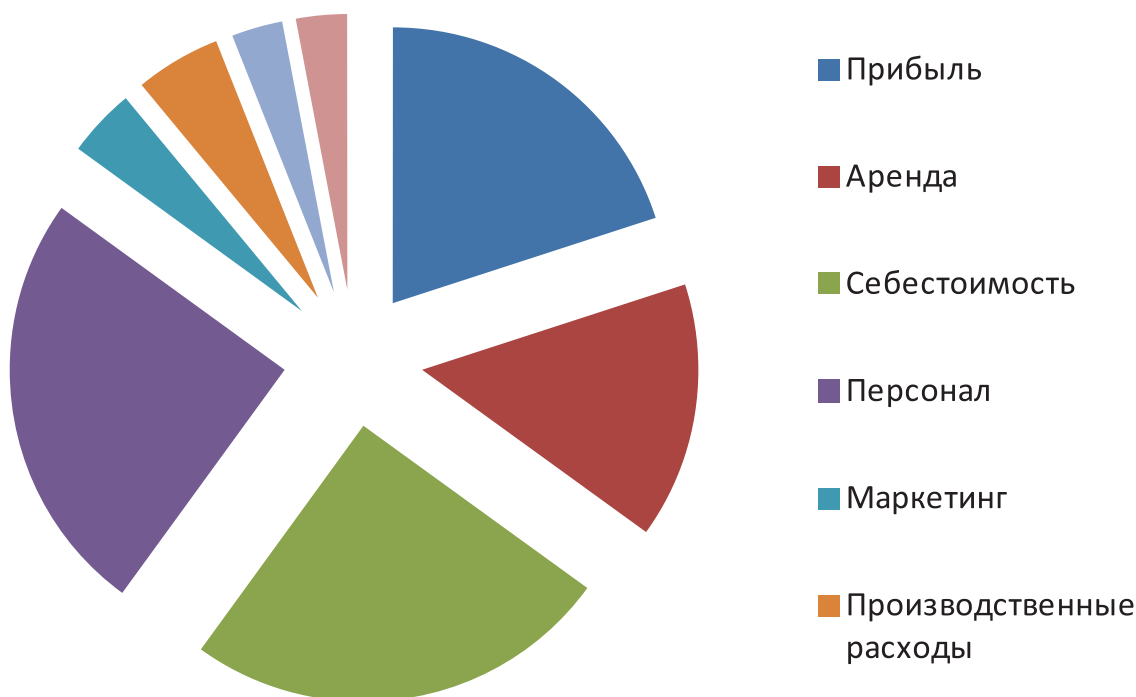
Оснащение заведения

Следующий шаг — приобретение профессионального оборудования, посуды и инвентаря. К слову, бытовые холодильники не предназначены для использования в ресторане, они быстро теряют температуру от частого открывания и продукты портятся, и либо вы используете испорченные продукты, либо у вас большие списания.

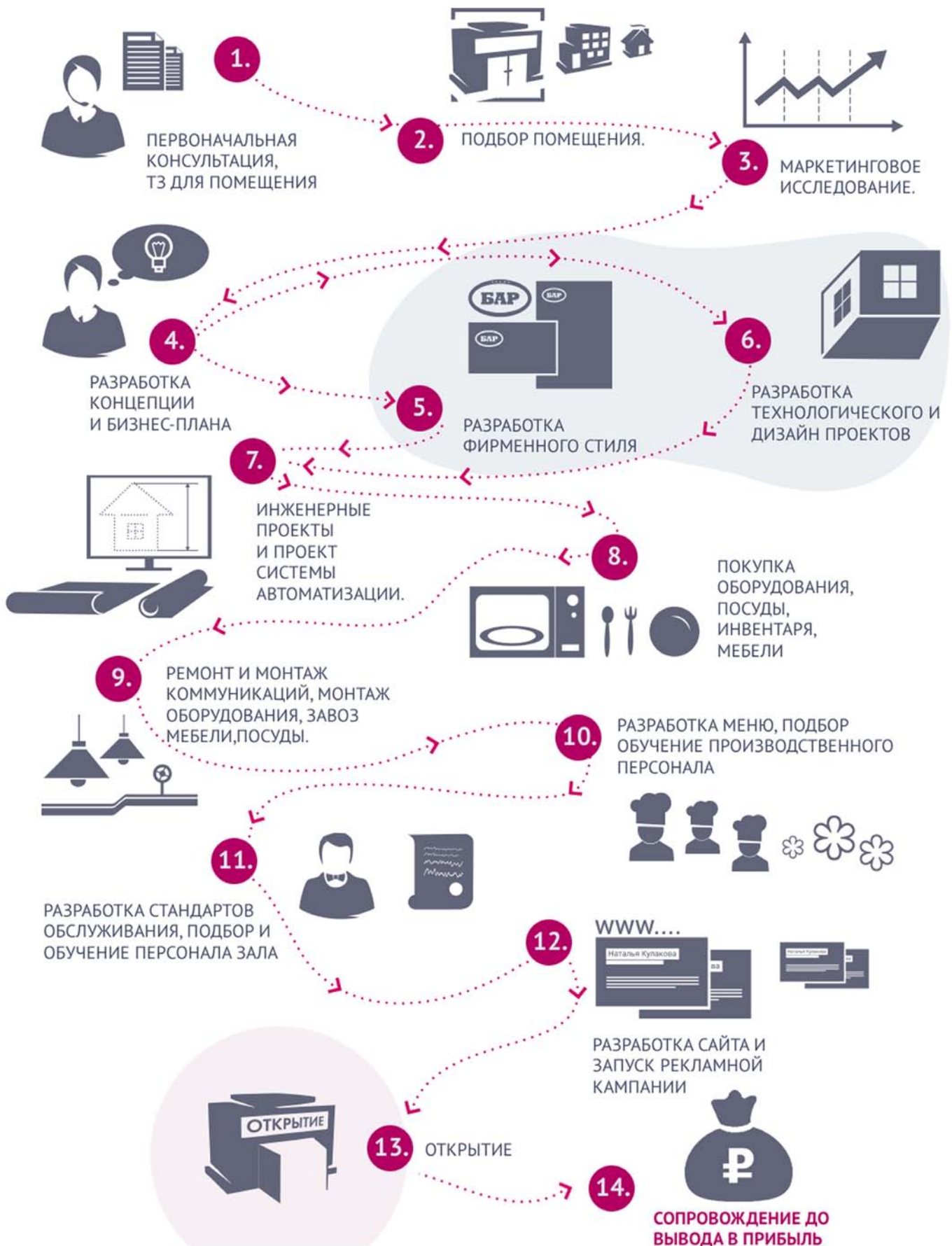
Есть специальное оборудование, которое помогает продлить срок жизни полуфабрикатов до 14 дней в охлажденном состоянии. Посуда из гипермаркета не предназначена для профессиональной посудомоечной машины (у нее цикл мойки, кстати, 90 секунд) и для столь частого использования, поэтому у вас будет много расходов на замену боя и гостям будет часто попадаться посуда со сколами.

Важно эффективно использовать инвестиционный бюджет. В арендованном помещении ремонт делайте по минимуму из возможного. Закупите хорошее оборудование и мебель — их можно забрать с собой. Оборудование есть трех классов, продавцы оборудования используют сравнение с автомобилями. Условно, класс ВАЗ, Ford и Mercedes.

Финансовая модель



Пошаговый план открытия предприятия питания



Окупаемость проекта

Ставка дисконтирования 15%						
Чистый денежный поток				Дисконтный поток		
Год	Доход	Расход	Сумма	Нарастающий итог	В год	Нарастающий итог
0		1 400 000	1 400 000	- 1 400 000	- 1 400 000	- 1 400 000
1	56 550 000	41 596 375	14 953 625	953 625	48 067 500	7 528 875
2	67 062 500	49 961 562,5	17 100 938	18 054 563	54 991 250	2 499 188
3	74 000 000	55 130 000	18 870 000	36 924 563	60 680 000	3 050 813
4	78 625 000	58 675 625	20 049 375	56 973 938	64 472 500	8 947 688
5	83 250 000	62 021 250	21 228 750	78 202 688	68 265 000	15 191 438

Работать можно на любом. Все зависит от ваших финансовых возможностей. Не жалейте денег на маркетинговые исследования и разработку концепции — это то, от чего будет зависеть, есть ли у вас шанс попасть в 40% выживающих из всех открывающихся ресторанов в первые два года.

Теперь несколько слов о системах автоматизации и видеонаблюдения. Вы думаете о контроле за злоупотреблениями персоналом? У меня был случай, когда персонал воровал более 50% выручки. Так что не жалейте денег на эту статью, она также поможет вам анализировать потом свою работу и повышать продажи и прибыль.

Проект систем вентиляции и кондиционирования поможет вам сделать так, чтобы гости не пропахли кухней и не замерзли за столами. Проект канализации предотвратит потоп на кухне во время запары.

Это основные факторы успеха, которых на деле гораздо больше. А самое главное, что история открытия всегда разная, всегда есть множество факторов, которые своим сочетанием образуют новую задачу. Решить ее верно под силу лишь профессионалам.

Вопросы о главном

В силу специфики работы я нередко отвечаю на разные вопросы

будущих рестораторов. Пожалуй, чаще других звучат следующие.

Сколько мне нужно денег на открытие?

Самое дешевое открытие у меня было в Казани: кафе на 50 мест — 3 млн рублей.

Цена за открытие в Москве кафе на 50 мест — 10 млн рублей.

Открытие ресторана в Пскове на 150 мест — 25 млн рублей.

Каков срок открытия?

Самый короткий был 40 дней, средний — 3 месяца.

За какой срок я окуплюсь?

Срок окупаемости — от года до двух с половиной лет. Он зависит от концепции и от суммы инвестиций.

Сколько я буду зарабатывать?

Средняя рентабельность на рынке — 20%.


Если мы прогнозируем посещаемость в день 100 человек с чеком 350 рублей, в месяц $100 \cdot 30 \cdot 350 = 1\,050\,000$.

Прибыль может составить 210 000 рублей, при условии аренды не выше 15% от прогнозируемого оборота, то есть 157 500 рублей.

Такова теория. Однако, как вы понимаете, жизнь порой вносит коррективы даже в самый идеальный план. Вот почему каждое решение должно быть взвешенным. Если, конечно, вы рассчитываете на успех.

График открытия проекта

Задачи	Кол-во дней	Начало	Конец
Заключение договора аренды и регистрация	20	01.02.2016	21.02.2016
Знакомство с	7	01.02.2016	08.02.2016
Роспотребнадзором, Госпотребнадзором, управдой, жку.	10	01.02.2016	11.02.2016
Маркетинговое исследование	30	01.02.2016	02.03.2016
Подбор шеф-повара	30	01.02.2016	02.03.2016
Подбор управляющего	14	12.02.2016	26.02.2016
Разработка концепции	14	27.02.2016	12.03.2016
Разработка меню и производственной программы	14	27.02.2016	12.03.2016
Разработка фирменного стиля	30	13.03.2016	12.04.2016
Разработка сайта и соцсетей	14	27.02.2016	12.03.2016
Разработка технологического проекта	30	13.03.2016	12.04.2016
Разработка дизайн-проекта	14	27.02.2016	12.03.2016
Разработка бизнес-проекта	14	13.03.2016	27.03.2016
Разработка стандартов обслуживания	14	28.03.2016	11.04.2016
Разработка книги продаж	14	12.04.2016	26.04.2016
Разработка программы продвижения	14	27.04.2016	11.05.2016
Изготовление меню и рекламных материалов	14	13.03.2016	27.03.2016

A man with dark hair, wearing a purple paisley shirt and blue jeans, is sitting on a metal surface in a brewery. He is smiling and looking to his right. The background shows large stainless steel brewing tanks and a window with a person in a pink dress. The lighting is warm and industrial.

**Михаил Фейгельман:
«Чтобы быть успешным
ресторатором, нужно любить
людей»**

Свое первое интервью нашему изданию петербургский ресторатор Михаил Фейгельман, совладелец ресторанов «Русская рыбалка» и «Карл и Фридрих», дал ровно десять лет назад. «Юбилейная» дата — более чем достойный повод для нового разговора.

Начало пути

— *Михаил, вы ведь пришли в ресторанный бизнес совсем из другой сферы.*

» Вообще-то мы с Владимиром Львовским инженеры-механики, окончили институт железнодорожного транспорта, ныне университет путей сообщения. Долгое время нашим основным бизнесом оставалось изготовление различных полуфабрикатов, в том числе котлет, блинчиков, пельменей. Собственно, тогда и познакомились с Олегом Тиньковым, как раз в те времена, когда у него появилась торговая марка «Дарья». Мы часть продукции этого бренда выпускали на своем производстве. Однако как только познакомились поближе с ресторанным делом, почувствовали, насколько это интересный и благодарный бизнес, когда видишь: гостям нравится то, что ты делаешь. Мы испытали настоящий кайф, ощутив подобные эмоции в первый раз. Тогда и поняли: вот оно — наше все (*улыбается*) и теперь только этим и будем заниматься.

— *Каким в ту пору вы представляли себе правильный ресторан?*

» Первоначально я считал, что важнейшим моментом в создаваемом нами заведении является то, насколько увлекательно гости будут проводить в нем время. Уровень кухни и сервиса нам казались вторичными.

— *Сколько времени ушло на реализацию идеи?*

» Мы были молодые, энергичные, быстро принимали решения. Помню, и денег-то тогда особых у нас не было. Но даже при их отсутствии как-то умудрились сделать так, что года через два ресторан уже работал. Год готовились, разрабатывали проект, продумывали все детали, еще ровно год потратили на стройку, после чего открылись.

” Как только познакомились поближе с ресторанным делом, почувствовали, насколько это интересный и благодарный бизнес, когда видишь: гостям нравится то, что ты делаешь. “

— *Удалось осуществить задуманное уже в своем первом проекте?*

» В ресторане «Русская рыбалка» мы сумели полностью реализовать именно процесс веселого времяпрепровождения. Это был скорее аттракцион, чем ресторан. Гости приходили, получали снасти, а затем вылавливали именно ту рыбу, которая впоследствии и составляла их ужин.

Им, естественно, хотелось не просто поймать и приготовить улов, но и сразу съесть свой трофей. Поэтому сначала появились пластиковые столы и стулья. Когда наступили холода, поток желающих весело порыбачить не иссяк, что подтолкнуло нас к приобретению печей-буржук и двух больших армейских палаток, одна из которых по невыясненным до сих пор причинам впоследствии сгорела. Но нет худа без добра: именно пожар стал причиной возведения стационарного здания ресторана, пусть и во временном, как тогда казалось, варианте. Что касается названия, то никаких вариантов, кроме как «Русская рыбалка», и не рассматривалось. Все понятно и очевидно.

— *С какими трудностями столкнулись как начинающие рестораторы, открывая первое заведение?*

» Трудностей практически никаких не было. Просто знай себе работай круглые сутки. Приходилось регулярно самим и уборкой заниматься, и подвыпивших гостей успокаивать, и даже рыбу, которую поставщики привезли полуживой, в жизнеспособное состояние приводить.

— *Как развивались события после появления «Русской рыбалки»?*

» Мы занялись проектом, значительно более сложным в воплощении, — рестораном-пивоварней «Карл и Фридрих». Это были уже серьезные инвестиции, полноценное капитальное строительство и установка сложного технологического оборудования.



— Как возникла идея?

» Упомянутый Олег Тиньков показал нам свой не работавший еще «Тинькофф» на Казанской улице в Петербурге и оборудование в нем. Мы, конечно, обалдели от увиденного и срочно захотели реализовать такой же проект.

Так что, получается, мы открылись одними из первых в городе вместе с рестораном Paulaner, вслед за Олегом Тиньковым, который вольно или невольно подсказал нам на собственном примере правильную, трендовую концепцию.

Следующим этапом стала «Русская рыбалка» в Комарово. По масштабу она под стать «Карлу и Фридриху». Было еще множество проектов, но менее успешных, чем первые три.

А сегодня круг замкнулся, и мы недавно закончили строительство и вновь открыли «Русскую рыбалку» на Крестовском. А точнее, провели полную реконструкцию ресторана, которая началась еще в 2014 году. В итоге

В ресторане «Карл и Фридрих» ставка сделана на biergarten. Его площадь позволяет принять до тысячи посетителей одновременно

строение из вагонки, отслужившее верой и правдой 15 лет, мы по сути заменили добротным, собранным по всем правилам срубом. Его транзитом через Вологду по частям перевезли сюда. Кстати, нижний венец собран из лиственницы, чтобы постройка не гнила, затем идет настоящий сибирский кедр, причем некалиброванные бревна, каждое из которых обработано вручную. Теперь здание, как говорится, построено на века. Уверен, многие идеи, которые нам удастся здесь воплотить, вдохнут новую жизнь в новый ресторан на старом месте.

— Зачем вам понадобилось улучшить то, что и так работало, привлекало гостей, приносило прибыль, да еще и заниматься всем этим в не самые простые для экономики времена?

» Мы просто сами видели, что данному проекту, устаревшему и морально, и физически, требуется обновление. Причем не через год или, условно, шесть месяцев, а сейчас. Дело

в том, что в свое время здание прежней «Русской рыбалки» строилось не как нечто долговечное, а потому по прошествии лет, естественно, поизносилось, даже несмотря на то, что и по современным меркам проект 1999 года был очень хорош.

О собственных ресторанах

— *Опишите, пожалуйста, концепцию ваших проектов.*

» Концепция наших ресторанов проста и очевидна. «Русская рыбалка» — это рестораны русской кухни, в которых для гостей реализован процесс рыбалки. «Карл и Фридрих» — настоящий ресторан-пивоварня. В нем действительно есть пивоварня, в которой действительно осуществляется полный процесс производства пива. Более того, пивоварня является доминантой одновременно и в архитектуре здания, и в интерьере ресторана.

— *Насколько она в принципе нужна для ресторана?*

» Это основа основ успеха. Очень важно профессионально подходить к ее разработке и последовательно придерживаться именно той концепции, под которую заведение создавалось.

— *Стали ли «Карл и Фридрих» и «Русская рыбалка» логическим продолжением развития творческих и бизнес-идей?*

» Скорее нет, чем да. До ресторанов основным моим бизнесом было производство продуктов питания. А с учетом того, что я заядлый рыбак, «Русская рыбалка» возникла скорее как бизнес для развлечения. Мы с моим компаньоном и другом Владимиром Львовским никак не ожидали, что этот проект приведет нас к ресторанному бизнесу. Ну а бескорыстная любовь к пиву (*улыбается*) и к тому, с чем оно связано, материализовалась в ресторан «Карл и Фридрих».

То есть все это не было развитием творческих и бизнес-идей, а скорее желанием создать места, в которых нам самим хотелось бы находиться. Вероятно, это подход совершенно неправильный, но нам повезло и оказалось,

что созданные рестораны нравятся не только нам, но и многим сотням тысяч посетивших их за эти годы гостей.

— *Совмещение двух проектов практически под одной крышей — насколько такой шаг оправдан с точки зрения экономики, маркетинга?*

» Экономически это абсолютно оправданно. Общая техническая служба, финансовый и HR-отделы, коммуникации, логистика и т.д. Сплошная экономия средств. Но с точки зрения маркетинга не самое лучшее решение. Тем не менее, «Русская рыбалка» с «Карлом и Фридрихом» — рестораны настолько разные, что целевая аудитория пересекается не сильно и хочется верить, что негативный эффект от их близкого расположения минимален.

О рестораторе

Михаил Фейгельман родился в Ленинграде в 1970 году. В течение десяти лет (с 1977 по 1987 год) учился в школе и спортивной интернате. Затем поступил в ЛИИЖТ (ныне Петербургский Университет путей сообщения), параллельно продолжая заниматься фехтованием.



В бизнесе с 1992 года (оптовая торговля, импорт кондитерских изделий и напитков). С 1996 по 2003 год одним из основных видов деятельности стало производство минеральной воды, пельменей, котлет и других замороженных полуфабрикатов.

Ресторатором стал в 1999-ом, когда вместе с другом и деловым партнером Владимиром Львовским открыл последовательно три ресторана: «Русская рыбалка» (1999 г.), «Карл и Фридрих» (2003 г.), «Русская рыбалка в Комарово» (2006 г.).



— Как выстраиваются бизнес-процессы в заведениях? Та же логистика, например?

» У нас очень большое количество сотрудников, и каждый процесс зависит от профессионализма руководителя, за него отвечающего. Все остальное выстроено как в маленьком государстве: есть мы, два учредителя, осуществляющих законодательную власть. Есть совет директоров (куда мы тоже входим). Он осуществляет исполнительную власть. Пытаемся вмешиваться и контролировать все процессы. Боюсь, что таким образом иногда просто мешаем людям работать (*улыбается*). Но все функционирует как-то!

— Заведение за городом — дань моде или продуманный бизнес-ход?

» «Русская рыбалка» — это ресторан, который по умолчанию должен находиться на природе, и идея построить его в Комарово напрашивалась сама собой. На мой взгляд, именно он

Интерьер ресторана сделан с немецким акцентом, что соответствует выбранной концепции

является для жителей Петербурга самым любимым местом отдыха на природе. Тут нет никакой моды. Всегда были и будут существовать популярные городские рестораны и рестораны загородные. Так что, выходит, это продуманный бизнес-ход.

— Сколько три ваших проекта существуют в нынешнем их виде?

» Они строились с 1999 по 2006 годы и работают до сих пор. Так что, можно сказать, десять лет. Но это не совсем правильно, ведь так или иначе все эти годы мы достраиваем и перестраиваем то, что было когда-то создано. К нашим ресторанам прилегает довольно обширная территория, и мы регулярно что-то на ней доделываем. Детские городки, зоопарки, беседки, парковки и множество элементов сопутствующей ресторанному бизнесу инфраструктуры. У меня такое ощущение, что несмотря на то, что наших ресторанов не становится больше, мы все время пребываем в состоянии какой-то стройки.

О гостях

— Кто является гостями «Карла и Фридриха» и «Русской рыбалки»?

» Все зависит от сезона. С октября по апрель — люди довольно зрелые. Я думаю, что в это время основная часть гостей — в возрасте 35–50 лет. В теплое же время года начинает подтягиваться молодежь. В жаркие дни на улице, в биргартене ресторана «Карл и Фридрих», одновременно может находиться более тысячи человек. При этом выделить определенную возрастную группу просто нереально. Одно могу сказать: наши гости — люди довольно успешные, веселые и любящие вкусно поесть.

Сегодня многие жалуются на нехватку посетителей. Но нам в этом смысле везет, поскольку занимаем особую нишу. И «Карл и Фридрих», «Русская рыбалка» принимают гостей на природе, городские — в парке, пригородный — на побережье Финского залива, в поселке Комарово.

И при том, что бизнес сезонный и мы стоим пустые с осени и до начала мая, с перерывом на новогодние



праздники, если, конечно, не пересчитывать на условные единицы, серьезного падения выручек не произошло. Так что, надеюсь, нам удастся оставаться в бизнесе еще многие годы. Мы сделали ставку на концепцию *biergarten* — большую площадку по сути под открытым небом. Думаю, ни у кого в России такой нет. Нечто подобное встречал в Мюнхене.

Конечно, основной сезон для нас — это лето. Бывает, к нам одновременно приходит тысяча человек, и мы успеваем их накормить. Практически все наши посетители у нас едят. Да, нас периодически ругают за какие-то ошибки, но, поймите, это тысяча (!) человек одновременно. Порой у нас проходит по три тысячи человек в день. Само собой, здорово даже просто попасть в такую атмосферу, когда рядом сидит до тысячи человек, а вокруг зеленые деревья.

Но какая бы ни была загрузка, мы установили предельно допустимое время подноса пива после заказа — пять минут. Это стандарт, которого строго придерживаемся даже при полной посадке. Как удается? Летом создаем дополнительные посты для работы барменов.

«Русская рыбалка» в Комарово — не дань моде на загородные заведения, а продуманный бизнес-ход

— Появление на Крестовском острове новой футбольной арены поможет хотя бы ресторанам, находящимся неподалеку от него?

» Да, конечно. При этом предстоящий чемпионат мира и кубок конфедераций по футболу — скоротечные турниры, и я бы на них не уповал. А так как минимум в году добавится еще двадцать успешных дней, учитывая 15 календарных игр чемпионата





России и несколько кубковых и товарищеских встреч. Впрочем, матчи проводятся обычно в выходные дни, когда у нас и без них все хорошо. Но в любом случае гостей станет больше. Вот почему у нас в планах сделать специальную фан-зону для просмотра футбола. Благо, место для этого есть: в свое время построили Holsten Bier Haus, который в нынешнем виде — как концертная площадка — уже не оправдывает себя и требует, если не менять концепцию, серьезных финансовых затрат на реконструкцию и дополнительное оснащение. Поэтому думаю, что для начала мы создадим специальный подиум с навесом исключительно на лето под чемпионат мира по футболу, а уж потом под первенство России. Проект в эскизах уже есть. Надеюсь, он принесет нам дополнительный доход. Получится реализовать задуманное или нет, покажет время. Ведь возникает вопрос согласования.

О ресторанном деле

— **Что было для вас самым трудным в ресторанном бизнесе и до сих пор остается таковым?**

» Сложности, конечно, были и есть. Однако важно не останавливаться на достигнутом. Даже если мы говорим только о единственном проекте. Нужно постоянно что-то доводить, делать лучше. Вижу, как многие рестораны, открывшиеся, работающие и очень популярные, с годами не меняются. С ними ничего не происходит. И постепенно интерес к таким

Гости могут занять столик и под открытым небом

” Приходи-
лось регулярно
самим и убор-
кой занимать-
ся, и подвыпив-
ших гостей
успокаивать, и
даже рыбу, ко-
торую постав-
щики привезли
полуживой, в
жизнеспособ-
ное состояние
приводить. “

заведениям со стороны публики теряется, потом они и вовсе забываются, на их месте открывается что-то другое. Возможно, в этом и есть секрет долгожительства наших ресторанов, которые, надеюсь, будут работать многие годы, — в том, что мы все время стараемся в них что-то новое придумать, улучшить. Построили, например, детскую площадку. Потом поняли, что родителям не очень комфортно находиться в отдалении от своих чад, поэтому продлили террасу. Теперь папы и мамы, сидя за столом, могут заодно наблюдать и за детской площадкой.

Привели в порядок парковку. Сколько лет на ней асфальт проваливался! Конечно, дыры оперативно латали. Но в какой-то момент решил подойти к вопросу основательно, положить плитку в соответствии с европейскими стандартами. Более того, сделали стоянку автомобилей бесплатной для гостей, даже поставили шлагбаум, чтобы всегда были свободны места. А в «Карле и Фридрихе» пять лет назад установили новую пивоварню, что позволило еще повысить качество пива.

И так каждый год мы что-то меняем, модернизируем.

— **Многие рестораторы, добившись успеха с одним проектом, потом стараются его мультиплицировать, создать сеть. Есть и те, кто открывает еще одно, два, три заведения, пусть и под другими названиями. Как вы относитесь к такому подходу к развитию бизнеса?**

» На мой взгляд, правильнее постоянно улучшать существующий ресторан. Да, у нас сегодня три заведения. Но мы их создавали много лет назад и, можно сказать, практически одновременно. Сейчас в каждый из них стоит очередь. Но мы сознательно не открываем ничего нового именно потому, что понимаем уже на собственном опыте: всякий раз, реализуя свой новый проект, какие-то важные моменты упускали в уже существовавшем. К тому же не было поступательного движения вперед. Конечно, когда ресторатор начинает открывать несколько заведений, одно за другим, он неизбежно отвлекается от первого. Это вполне естественно, хотя, безусловно, бывают исключения. Но чаще



сеть становится ширпотребом, пусть и в хорошем смысле слова. Появляется некий стандарт. Его необходимо держать. И в таком случае мы говорим уже о массовом проекте. Лично мне гораздо больше нравятся рестораны, коих у нас в России практически нет, — когда гостя на входе встречает хозяин, почти каждый день находящийся в своем ресторане. На моей памяти есть примеры, когда люди начинали работать именно так. Потом, став популярными, обретая постоянную публику, открывали еще один ресторан, естественно, концентрируя внимание на нем, а тем временем, первый проект терял не только шарм, но и многие вещи, которые теряются, как только хозяин в заведении не присутствует лично. Иными словами, изюминка уходила из заведения вместе с его владельцем. А нередко получается и так, что на второй ресторан уже просто не хватает сил, а первый лишился того, чем привлекал вначале. В итоге он тоже проседает и об успехе проекта остается только вспоминать.

— *Михаил, каковы, на ваш взгляд, слагаемые успеха в ресторанном бизнесе в целом и конкретного заведения в частности?*

» Основой успеха, конечно же, является та самая концепция, о которой я уже говорил. Под нее, как пазл,

Сначала здесь открыли аттракцион для любителей рыбалки. Со временем он стал рестораном «Русская рыбалка»

» *Предстоящий чемпионат мира и кубок конфедераций по футболу — скоротечные турниры, и я бы на них не уповал.* «

подбираются все остальные слагаемые, такие как местоположение, меню, интерьер, персонал и т.д. и т.п.

Обязательным компонентом успеха также является профессиональный менеджмент. Это то, чего в свое время так не хватало нашему бизнесу.

К счастью, полтора десятка лет назад благодаря низкой конкуренции на рынке ресторанов Петербурга наши гости многое нам прощали. Но сегодня в условиях насыщенности нашего города по-настоящему хорошими заведениями пришло время профессионалов. То есть получается, что у ресторанного успеха вроде как два основных ингредиента: концепция и профессионализм.

Кроме того, чтобы быть ресторатором, а еще лучше успешным ресторатором, нужно любить людей. Это обязательное условие. Важно быть внимательным к гостям, слушать, что они говорят, и пытаться сделать так, чтобы все всем нравилось.

— *В чем самые большие проблемы современного ресторанного бизнеса в России?*

» Ведение любого бизнеса — это процесс решения череды различных проблем. Сложно выделить что-то конкретное. Характерной чертой нашего времени является российское продовольственное эмбарго. То есть



запрет ввоза в страну «отдельных видов» сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия. Но это, скорее, не проблема, а просто изменения условий существования российских ресторанов. Все находятся в одинаковых условиях.

— *Как преодолеть трудности?*

» Выкручивается каждый как может. Для каких-то ингредиентов находится аналогичная замена российского производства. Где-то замена сырья приводит к появлению совершенно новых, оригинальных блюд. Кое-что

приходится просто выводить из меню и искать что-то новое, чем можно порадовать гостей.

— *Насколько вообще ресторан является бизнесом в традиционном понимании?*

» На мой взгляд, это не просто бизнес, а серьезное дело, и относиться к нему надо соответствующе. Нетрадиционность его заключается в том, что он объединяет в себе три совершенно разных вида предпринимательства. Это полноценное производство, торговля и, конечно же,



оказание услуг. А в нашем случае это еще и девелопмент.

— **Что бы вы посоветовали начинающим рестораторам?**

» Существует несколько видов бизнеса, о которых любой человек «и так все знает». К ним относится и ресторанная сфера. У кого ни спроси, каждый знает, как можно вкусно приготовить еду, украсить интерьер, расставить столы... а дальше — гребить себе деньги лопатой. Это распространенное заблуждение. Ресторанному делу необходимо учиться. И прежде

Возможность поймать рыбу и тут же ее приготовить — эффективное маркетинговое решение, которое из года в год ловит гостей на крючок

» *Ресторанному делу необходимо учиться. И прежде, чем открыть ресторан, обязательно надо получить практику, поработать в хорошем заведении. Не стоит тратить время и силы, учась на собственных ошибках, как это сделали мы.*

чем открыть ресторан, обязательно надо получить практику, поработать в хорошем заведении. Не стоит тратить время и силы, учась на собственных ошибках, как это сделали мы.

— **Что стало самым большим открытием за почти 20 лет в ресторанном бизнесе?**

» Сразу сказать сложно. Пожалуй, я понял, насколько важно не стоять на месте и держать руку на пульсе. Хотя это и звучит банально. Кроме того, ресторан должен быть основным бизнесом, а не еще одним источником дохода в дополнение к чему-то. В таком случае лучше вообще не браться за проекты в сфере гостеприимства. Могу привести много примеров, когда люди открывали ресторан, который не являлся их основным делом, и терпели фиаско.

— **Выходит, не зря говорят, что в ресторане, чтобы он стал по-настоящему успешным, нужно жить?**

» Не скажу, что я постоянно нахожусь в «Карле и Фридрихе» или в «Русской рыбалке». Но, даже не находясь в Петербурге, я постоянно на связи, регулярно получаю и анализирую отчеты о работе, другую документацию, принимаю решения, благо компьютер и телефон всегда под рукой. Так что работа идет в ежедневном режиме и не отпускает. Физически не присутствуя порой в наших ресторанах, я все равно много для них делаю.

Возможно, постоянно контролируя ситуацию, я не даю своим сотрудникам свободу, но многое с годами привык брать на себя, не доверяя никому принятия решений, даже когда речь о названии блюд. Живу по принципу: хочешь сделать хорошо — сделай сам.

О персонале

— **Неужели вообще не делегируете полномочия?**

» Почему же? В межсезонье персоналу, менеджерам мы доверяем принятие практически всех нестратегических решений. Но при подготовке к весенне-летнему наплыву гостей каждый год переключаемся на «ручное управление»: вмешиваемся во все,



пытаясь взять на себя решение любого, даже незначительного вопроса. Ну а в разгар лета снова успокаиваемся, понимая, что что-то менять уже поздно. Правильнее дать людям спокойно работать, не отвлекая их от выполнения своих обязанностей.

— *Кстати, о персонале. Кто занимается у вас подбором сотрудников? Проводите ли собеседование с кандидатами сами или это делает менеджер по персоналу? Насколько для ресторана важно решить кадровый вопрос? Как это делается в «Карле и Фридрихе» и «Русской рыбалке»?*

» У нас существует отдел персонала, в который от руководителей подразделений поступают заявки на закрытие тех или иных вакансий. Там же, в отделе персонала, проводится первое собеседование. Второе соискатель проходит уже у своего будущего непосредственного руководителя. Само собой, это касается только линейного персонала. Что касается ключевых руководителей, то мы с компаньоном, конечно, лично просматриваем кандидатов и принимаем решения о назначении.

Вообще-то, если честно, кадровый вопрос — это наше больное место. Сезонность нашего бизнеса вынуждает нас каждую весну нанимать сотни новых работников. Есть среди них и те, кто возвращается каждое лето, уходя от нас осенью. Обычно такие люди, как и те, кто у нас работает круглый год, — это очень хорошие официанты, способные одновременно обслуживать

Созданная обстановка повышает настроение публики, а вместе с ним и средний чек

» Несмотря на то, что наших ресторанов не становится больше, мы все время пребываем в состоянии какой-то стройки. «

огромное количество столов. Когда я вижу таких официантов на террасах нашего ресторана, я с облегчением вздыхаю: «Ну, вот и лето пришло...»

О личном

— *Михаил, когда-то среди фильмов, которые нравятся, вы назвали фильм «Адвокат дьявола» и даже применительно к себе вспомнили фразу одного из главных героев: «Тщеславие — мой любимый грех».*

» Уже не все так однозначно, хотя многое осталось по-прежнему. Сейчас не настолько хочется известности и славы, как раньше. Но мечта, чтобы наши рестораны гремели, осталась (улыбается).

— *Самое главное ваше достижение в жизни на данный момент — это...*

» ...в том числе и открытие ресторанов.

— *Не жалеете, что в свое время выбрали путь ресторатора?*

» Нет. Мы действительно много во что ввязывались, немало того, о чем и правда жалею, но только не о решении прийти в ресторанный бизнес.

— *Чем занимаетесь в свободное время, если оно остается?*

» Признаюсь, теперь его достаточно. Предпочитаю рыбалку, она стала для меня серьезным увлечением. Раньше была в основном речная и озерная, а сейчас еще и морская появилась. Начал больше заниматься спортом. Зимой — сноуборд, а весной и летом — большой теннис. Он позволяет восполнить недостаток движения. Наш питерский климат большую часть года, увы, не располагает к прогулкам на свежем воздухе. Кроме того, последнее время меня все чаще тянет в горы. А там и трекинг с покорением вершин, и пешие походы с фотоаппаратом в руках.

— *Вы счастливый человек?*

» Однозначно!
Беседовал Алексей Журавлев

Охлаждаемый стол на все случаи ресторанной жизни

Охлаждаемый стол - обязательная, неотъемлемая часть оборудования кухни заведения, вне зависимости от его формата и концепции. При этом жизнь ресторана, кафе или бара диктуют свои жесткие требования к данному оборудованию. Продукция марки KRAFT отвечает им в полной мере.

На каждый охлаждаемый стол установлен модульный съемный холодильный агрегат с компрессором, а корпус собран из высококачественной нержавеющей стали.

Но ведь кухня кухне рознь, а потому и характеристики должны быть индивидуальными. Именно по такому пути и пошли разработчики данного оборудования. В частности, они предусмотрели возможность произвольной комплектации отсеков ящиками или дверями. Кроме того, компания-производитель готова сделать оборудование нестандартных размеров по индивидуальным заказам.

При стандартной комплектации в отсеке с дверью три пары направляющих и одна полка.

Причем направляющие ящиков способны выдержать нагрузку до 60 кг. К слову, направляющие для ящиков и регулируемые опоры произведены в Италии.

Если же говорить об инновационной составляющей, то стоит упомянуть о том, что охлаждаемые столы оснащены программируемой панелью управления с возможностью регулировки температуры +2...+8 °С.

Кроме того, в оборудовании установлен конденсатор и испаритель чешского производства, а также контроллер, изготовленный в Испании.

Несомненным преимуществом охлаждаемых столов марки KRAFT является возможность увеличения столешницы по длине и глубине. А то, что столешница может быть исполнена не только из дерева, но и из гранита или мрамора, что расширяет сферу их применения. Так, они могут найти свое место, например, в ресторанах итальянской кухни.



Ксения Галкина,
проект-менеджер
ООО «ТМ проект»



Более того, в столешницу можно установить ванны для напитков, бункер для льда и ванны GN стандарта.

Все это делает охлаждаемые столы KRAFT практически незаменимыми на кухне современного ресторана, кафе или бара.



ООО «ТМ проект»

г. Санкт-Петербург
196084, Московский пр., 89

тел.: (812) 327-93-35

(812) 327-18-48

» www.tmprojectgroup.com

реклама

20–22
ОКТАБРЯ
КРАСНОЯРСК 2016

0+

ФОРУМ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
СИБИРИ

XV

КРУПНЕЙШАЯ БИЗНЕС-ПЛОЩАДКА В СФО!

- Франчайзинг
- Финансовые услуги
- ГОСЗАКАЗ

Итоги 2015 года:
100 участников
и 7 000 посетителей из
различных городов
России и районов
Красноярского края

- Деловые услуги
- Поддержка малого и среднего бизнеса
- Конференции, семинары, мастер-классы от бизнес-тренеров

МВДЦ «Сибирь»

ул. Авиаторов, 19

тел.: (391) 22-88-405, 22-88-611

fdu@krasfair.ru, www.krasfair.ru



ОПОРА РОССИИ

ФЕДЕРАЛЬНАЯ
ДЕЛОВАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ
РОССИЯ

Организаторы:

КОРПОРАЦИЯ
ЭКОНОМИСТОВ

Муниципальное объединение
«Молодые предприниматели Сибири»
СИБИРЬ БЕЗ ГРАНИЦ



Красноярский департамент
индустриального сотрудничества
и инвестиций



реклама

IT для ресторанного бизнеса

Рубрику ведет компания «ЮСИЭС СПб» (UCS SPB)

ЕГАИС: с R-Keeper все просто!

В этом году порядок продажи алкогольной продукции сильно изменился. Это связано с нововведениями в российском законодательстве. Многим предпринимателям, чья деятельность связана с продажей алкогольных напитков, пришлось серьезно задуматься на тему ЕГАИС. Что это такое и как она работает? ЕГАИС (Единая государственная автоматизированная информационная система) — автоматизированная система, предназначенная для государственного контроля над объемом производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции. По сути, это система, позволяющая государству контролировать производство и продажу алкоголя в стране. Системы автоматизации призваны облегчить ресторатору жизнь, и ЕГАИС не должен быть исключением.

С 1 января 2016 года всем организациям, осуществляющим закупку алкогольной продукции, необходимо подтверждать получение товарных позиций через Универсальный транспортный модуль (далее — УТМ). Эта задача была успешно реализована путем интеграции программного обеспечения StoreHouse с ЕГАИС.

С 1 июля 2016 года вступил в силу закон, обязывающий все организации, осуществляющие розничную продажу алкоголя в городских поселениях, вести учет продаж в системе ЕГАИС.

Компания UCS разработала специальное обновление системы R-Keeper v. 7 для интеграции с системой ЕГАИС.

Зачем это надо?

Обновление программы R-Keeper v. 7 позволяет осуществлять связь с ЕГАИС. Печать информации для проверки подлинности приобретаемого алкоголя происходит автоматически.

При продаже алкогольсодержащих напитков вместе с фискальным чеком печатается QR-код, который покупатель может самостоятельно считать, используя смартфон. По этому коду автоматически происходит переход на сайт ФСРАР, где содержится вся информация о данной продукции.

Как это работает?

При продаже на кассовой станции с применением сканера штрих-кодов



Территория R-Keeper — 42 000 объектов в 47 странах мира.



Систему R-Keeper выбрали: Burger King, Subway, KFC, Burgerim, Cinnabon, Wendy's, Country Chiken, T.G.I. Friday's, Nathan's Famous, Woker, «Техас Чикен», «Папа Джонс», «Росинтер», «Казань-Арена», «Шоколадница» и многие другие.



Санкт-Петербург,
Московский пр., д. 91
(812) 329-05-60
✉ info@ucs-spb.ru,
www.ucs-spb.ru

необходимо считать коды с двух этикеток:

- считывание первого кода с основной этикетки добавит товар в заказ;
- считывание второго кода с акцизной этикетки выполнит попытку верификации товара через УТМ.

В случае успешной проверки заказ можно будет оплатить, при этом автоматически распечатается фискальный чек и документ с информацией по алкоголю (включая QR-код для самостоятельной проверки алкогольной продукции).

Если проверка по каким-либо причинам не прошла (нет связи с УТМ, не оформленный алкоголь и прочее), закрыть заказ с оплатой, пока в нем находится непроверенный алкоголь, система не даст.

Что для этого нужно?

Обратиться в учебно-консультационный центр компании «ЮСИЭС СПб».

Компания «ЮСИЭС СПб» является официальным представительством UCS в северо-западном регионе. Специалисты компании:

- произведут обновление программы R-Keeper v. 7* для полноценной интеграции с ЕГАИС необходимо комплексное обновление программного обеспечения на всех рабочих местах, включая станции официантов и менеджеров, через которые продажа алкоголя осуществляться не будет;
- установят сканер штрих-кодов для считывания двумерного штрих-кода формата Micro PDF417*.

Пожалуйста, звоните по тел.

8 (812) 329-05-60 или пишите на эл. адрес: help@ucs-spb.ru.

Здесь вам ответят на все вопросы, а также организуют необходимое обновление системы.

*Услуга платная

Системы лояльности

Существует правило: 20% клиентов приносят 80% прибыли. Именно 20% — это постоянные клиенты. Лояльного клиента можно «убедить» посещать заведение чаще и увеличить средний чек. Для этого нужно повысить интерес клиента к покупкам именно в вашем заведении.

Внедрение программ лояльности — долгосрочное решение, требующее серьезных вложений и подготовки. Ресторатору важно представлять достоинства и недостатки современных программ лояльности, хорошо понимать, что потребуется от персонала, когда программа будет запущена.

Основные задачи установки программ лояльности:

- мотивация постоянных клиентов на повторные покупки;
- увеличение среднего счета постоянного клиента;
- формирование базы постоянных клиентов;
- формирование положительного имиджа компании в глазах клиентов;
- привлечение дополнительного потока клиентов.

Есть несколько видов программ лояльности. Среди самых популярных: дисконтные системы, в том числе накопительные; бонусные системы; подарочные сертификаты и другие предоплатные системы; предоставление дополнительных услуг на основе идентификации клиента.

Наша компания предлагает несколько вариантов программ лояльности. Есть «дружественные»



Дарья Пуйто,
начальник отдела продаж
Группы компаний ККС
(Санкт-Петербург)

системы, такие как Platius, LetsmeGo, «Фабрика лояльности» и другие, где ваш ресторан представлен среди многих других и клиент выбирает более актуальное бонусное предложение для себя по местонахождению, по тематике заведения и т.д. Есть возможность отправки push-уведомлений, покупки товаров вне заведения — оплата банковской картой через мобильное приложение.

Ресторан получает инструмент для сохранения своих постоянных гостей и привлечения потока новых. Во многих системах заложены уже готовые пакеты программ, есть контент для управления и создания собственных предложений. Подбором программы лояльности занимаются наши специалисты, имеющие серьезный опыт по внедрению таких систем в крупнейшие сетевые рестораны страны. Для анализа поведения клиентов и управления используются CRM-системы.

Существует возможность сделать свое мобильное приложение с индивидуальным дизайном, собственной программой бонусов и отчетностью в CRM-системе. Помимо стандартного набора функций, которые должны присутствовать в таких программах, возможно добавить свои ноу-хау. Специалисты ГК ККС всегда готовы помочь реализовать собственное мобильное приложение, с учетом уникальности системы лояльности и отчетной системы по анализу данной программы.

Примером успешного внедрения стала система лояльности, разработанная для ресторанов KFC.

Выбор программы лояльности — долгий и трудоемкий процесс. Чтобы не совершить ошибок, не потратить время и деньги на ненужные инструменты, а внедрить именно ту систему, которая действительно поможет сделать ресторан привлекательным для тех самых 20% клиентов, и найти новых, нужно обратиться к специалистам.

Мы всегда открыты для общения и поможем вам сделать правильный выбор!



КОМПЛЕКСНАЯ АВТОМАТИЗАЦИЯ И СЕРВИСНАЯ ПОДДЕРЖКА РЕСТОРАНОВ И ФАСТФУДА

Автоматизированно более 1500 объектов в РФ и СНГ.

Бары, кофейни (обслуживание у стойки)

Классические рестораны

Школьное, корпоративное питание и кейтеринг

Предприятия быстрого питания (fastfood)

Программное обеспечение, POS-оборудование,
Монтаж, внедрение, обучение,
Техническая поддержка 24 часа в сутки.

реклама

МЫ ПРЕДЛАГАЕМ ГОТОВЫЕ КОМПЛЕКСНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА

ГРУППА КОМПАНИЙ
ККС
Воплощая идеи в реальность
www.ccrs.ru, www.econcept.ru

С.-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А +7(812) 240-08-21 commerce@spb.ccrs.ru

Москва, ул. Гостиничная, д. 9 +7(495) 786-21-10 com@ccrs.ru

Сочи +7(862) 266-87-88

Минск +3(7517) 321-11-32

Симферополь +7(978) 024-49-04

Киев +3(8044) 351-17-75

Новосибирск +7(383) 347-98-89

Алма-Ата +7(727) 311-38-96

Ресторанный бизнес с итальянским акцентом

Концепция итальянского ресторана сегодня так же актуальна, как и пять, и 15 лет назад. Однако далеко не каждое подобное заведение можно считать по-настоящему успешным. То, как его сделать таковым, мы обсудили с экспертами.



Елена Кузнецова,
совладелица Caffè Venezia,
Caffè Italia, Evo Music Bar,
Caffè 500,
Caffè Italia Karting



Анна Васильева,
Food&Beverage менеджер
отеля Domina Prestige
St. Petersburg



Сергей Маслов,
шеф-повар ресторанной
службы отеля
Domina Prestige St. Petersburg



Наталья Белякова,
директор по маркетингу
и рекламе итальянского
холдинга Domina в России



Мирко Дзанини,
ресторатор, владелец ресторанов
Romeo's bar & kitchen, Little Italy
и пиццерии Arancino Pizza



Ирина Фролова,
генеральный директор
ресторанов Romeo's bar & kitchen,
Little Italy



Альберто Браччи,
руководитель
La Celletta Caffè

Итальянские рестораны как сегмент рынка

Начали разговор с того, что обсудили, какое место в современной индустрии гостеприимства занимают пиццерии, траптории и другие заведения, делающие ставку на кулинарные традиции Апеннинского полуострова.

Елена Кузнецова: На мой взгляд, есть три категории заведений. В первой те, что открывают для души непрофессиональные рестораторы, а люди просто влюбленные в Италию, со своим видением того, как должно быть. Отсюда и названия, условно, «Моя Тоскана», «Моя пицца» и т.д. Это здорово! Но не всегда подобные проекты получаются аутентичными, и в таких местах редко увидишь итальянцев.

Во второй категории заведения, создаваемые крупными ресторанными холдингами, которые развивают итальянскую тематику уже как бизнес-проект, реализуемый людьми, опять же, влюбленными в Италию. И, по-моему, в данном случае самой Италии больше, чем в первом варианте, как больше и итальянцев среди гостей. Но все равно такие проекты адаптированы к нашему рынку, русифицированы, если хотите, то есть ориентированы на широкий сегмент посетителей. В чем это выражается? Яркий пример — паста карбонара. Если среднестатистический российский гость ожидает увидеть в упомянутом блюде сливки, их туда добавляют, чего не бывает в классическом рецепте. По тем же причинам можно найти в меню итальянского ресторана и шаверму.

В третьей категории — заведения, созданные непосредственно итальянцами или людьми, очень тесно связанными с Италией. В таких местах часто работают выходцы с Апеннинского полуострова. Подобные проекты максимально приближены к Италии. И если со временем они решили адаптировать концепцию к России, то сделали это осознанно, исходя из конъюнктуры рынка, а не по незнанию.

Наталья Белякова: В свое время, существовало два типа итальянских ресторанов. К первому можно отнести заведения, которые открывали шеф-повара с Апеннинского полуострова. Собственно, их специально

” Трепетное желание отдельных рестораторов сэкономить на продуктах — это то, что для итальянского шеф-повара невозможно. “

для этого приглашали. Такие проекты были затратными, в том числе и из-за высоких гонораров, выписанных из Италии профессионалов. Но через некоторое время у владельцев подобных ресторанов заканчивались деньги, итальянские маэстро уезжали, им на смену приходили местные специалисты. Школа сложиться не успевала, и качество блюд начинало отличаться от исходного. Итальянские повара — большие мастера своего дела, но языковой барьер осложняет процесс. Причем речь даже не о знании английского. Не секрет, что далеко не все шефы, особенно приглашенные из итальянской глубинки, хорошо владеют мировым эсперанто.

В итоге заведения постепенно приходили в упадок, переставая быть аутентичными, какими задумывались и были изначально. Ведь основа итальянской кухни — продукты. А трепетное желание отдельных рестораторов сэкономить на них — то, что для итальянского шеф-повара невозможно. В такой ситуации оказывались, да и до сих пор нередко оказываются, заведения высокого сегмента.

Второй тип — условно итальянские рестораны, к которым можно отнести многочисленные заведения, появившиеся на волне моды на средиземноморскую кухню. Это так называемый масс-маркет. Его основа — проекты, стремившиеся предложить гостям самые блюда со всего света. А что в результате? Помню, как в меню одного из грузинских ресторанов Петербурга я с удивлением обнаружила... пиццу. Заказав ее, сразу поняла: она, мягко говоря, далека от «оригинала». Так было и кое-где так по-прежнему есть.

Сегодня существующие на российском рынке итальянские рестораны можно разделить на три сегмента: первый — дорогие заведения, которые в нынешней ситуации зачастую честно признаются, что представляют кухню очень схожую с итальянской и ассоциативно связанные с Апеннинскими. Это вынужденный шаг, потому что в период санкций практически невозможно работать с аутентичными продуктами. В таких ресторанах уделяется повышенное внимание качеству продуктов — вне зависимости от национальной принадлежности



Наталия Белякова: «Итальянский ресторан: когда жизнь прекрасна!»

Вы когда-нибудь задумывались, почему люди обожают ходить в «ту trattoria в Трастевере»? Потому что ощущают – обратную связь им дает сам хозяин. Блюдо даже воспринимается иначе, когда его выносит владелец, а уж про вино и говорить приходится – если на стол его ставит хозяйка! Если «семейного подряда» у вас в реальности нет – его надо выдумать. Гость должен чувствовать себя в центре внимания. Не формального («Все ли вам понравилось?» - аж зубы сводит!), а действенного, вовлеченного. На равных. Больше мастер-классов, дней открытых (или приоткрытых) дверей, ведущих на кухню.

Дайте гостю возможность положить финальную вишенку на торт самолично. Сотворчество – вот что приветствуют итальянцы, которые замечены в чем угодно кроме снобизма. У них очень открытое отношение к кухне в целом и круглосуточная готовность поделиться заветным семейным рецептом с каждым заинтересованным лицом.

повара. Второй сегмент — заведения низкой ценовой категории. Там как ели пиццу или, точнее, ее подобие, так и продолжают есть. Основу современного рынка итальянской кухни в России постепенно занимают «крепкие середняки». Это проекты, реализованные либо итальянцами, живущими в России, либо россиянами, которые побывали в Италии, прониклись ее духом, изучили кулинарные традиции, и ориентируются, прежде всего, на тех, кто также посетил или регулярно посещает Апеннинский полуостров. Сегодня наши соотечественники нередко создают рестораны с акцентом на какое-нибудь одно итальянское блюдо, но зато готовят его идеально.

Альберто Браччи: Что касается рынка итальянских ресторанов, то нужно говорить отдельно о России и отдельно о Петербурге и Москве. Как человек, который видел множество городов России, могу сказать, что итальянских заведений в стране много. Однако ни один нельзя назвать настоящим, там просто готовят итальянскую еду! Петербург и Москва в этом смысле стоят особняком, поскольку в них есть и настоящие итальянские рестораны, которых мало, и те, что считаются таковыми, но лишь готовят традиционные блюда этой кухни. Во второй категории есть разные заведения по уровню, какие-то лучше, какие-то совсем плохие.

Мирко Дзанини: Сейчас в городе достаточно много итальянских ресторанов. Я в Петербурге живу и работаю уже 18 лет и помню времена, когда итальянские рестораны начинали входить в моду. В Петербурге и в Москве сегодня есть по-настоящему достойные.

Что делает ресторан итальянским

Есть мнение, что всегда существуют различные признаки, по наличию которых можно практически сразу определить концептуальную принадлежность заведения. Так ли это на самом деле? Практика показывает: каждый ресторатор отвечает на данный вопрос по-своему.

Альберто Браччи: Для того чтобы открыть настоящий итальянский

ресторан, необходимо три вещи: владелец-итальянец, управляющий-итальянец, шеф-повар-итальянец. Другого пути нет!

Для итальянских ресторанов важнее не столько то или иное блюдо, сколько высокое качество еды в целом. В Италии мы можем приготовить любое блюдо, а в России приходится выбирать то, что будет понятно в первую очередь российским гостям, а уже следующая задача — сделать все наилучшим образом.

Если же говорить о различиях кулинарных традиций в регионах Италии, то их много, очень много! Одно и то же блюдо в разных городах и в разных деревнях области готовят по-своему. Но уделять этому слишком много внимания не стоит, поскольку гости обычно не могут почувствовать разницу. Они знакомы только с популярными блюдами. Яркий пример — соус песто. Настоящий итальянский песто подают в Генуе и в Лигурии. Между тем, в моем родном городе Пезаро вы не найдете ни одного ресторана, который бы делал песто. Если хотите его попробовать, поезжайте Геную или Лигурию, но не в Пезаро, Урбино или область Марке. Плюс, итальянцы понимают, что такое хороший и не очень хороший соус песто. А за границей каждый заказывает его, но ... обычно это не настоящий песто, а что-то иное. И так же с другими блюдами, в первую очередь, с пиццей и лазаньей.

Елена Кузнецова: По-моему, итальянским заведение делают простота, атмосфера и честность. Классическая итальянская кухня простая, домашняя. Это оливковое масло, чеснок, базилик, лук, розмарин, без невероятного количества специй. В ней нет наворотов, хотя, конечно, и в Италии существуют рестораны класса люкс. Атмосфера итальянского заведения не передается в стеклянных банках, забитых пастой, она не в популярной музыке прошлого века. Поверьте, в Италии не слушают Адриано Челентано и Тото Кутуньо. Даже наличие итальянского флага на стене заведения не является гарантом итальянской атмосферы.

Наталья Белякова: В настоящем итальянском ресторане принято наслаждаться едой, делать это неторопливо и в приятной компании. Даже

” Одно и то же блюдо в разных городах и в разных деревнях области готовят по-своему. Но уделять этому слишком много внимания не стоит, поскольку гости обычно не могут почувствовать разницу. “

пиццу можно смаковать — именно поэтому иной раз ее «и целого метра мало». Помимо собственно еды, ресторан должен обеспечивать аутентичную атмосферу.

Сергей Маслов: Итальянская кухня сейчас по-прежнему популярна. Она очень простая, но требует внимания к деталям. Если их упускать, то настоящей пасты не получится. Сейчас итальянские рестораны меняются.

Мирко Дзанини: В Trattoria Little Italy реализована концепция венецианского ресторана. Это читается в интерьере, оформленном в стиле палаццо, в меню, составленном из простых и понятных блюд итальянской домашней кухни, в некой особенной камерности, располагающей к отдыху и разговорам по душам. На кухне слышна итальянская речь, итальянский шеф-повар выходит в зал и общается с гостями, персонал отлично знает постоянных посетителей. Это атмосферно, это востребовано, это концептуально. И расположен ресторан на Итальянской улице. Все элементы сошлись в одну мозаику.

Ирина Фролова: В итальянском ресторане должен быть особый Genius loci, дух места. Romeo's bar & kitchen создан итальянцами: владелец, шеф-повар, шеф-кондитер, метрдотель, гости — итальянцы. У нас особая энергетика. Мы живем и работаем по-итальянски. Это ощущается не только в зале: персонал увлекается итальянской гастрономической культурой, стремится понять и учиться разбираться в традициях этой страны. Атмосфера, особый драйв, а не пицца в меню, определяют концепцию итальянского ресторана.

Прوماхи и их результат

Даже самую правильную и красивую идею может легко загубить один неверный шаг. Любое непродуманное решение рано или поздно приводит к последствиям, которые в итоге отражаются на проекте в целом.

Мирко Дзанини: Не столь важна аутентичность, как качество кухни и сервис. Плохое обслуживание видно сразу и меня, как гостя, раздражает больше всего. Самая распространенная ошибка — отсутствие системы обратной связи (feedback) с гостями.



Важная часть работы моей команды: сбор и изучение отзывов гостей, как непосредственно в живом общении, так и в социальных сетях. Надо уметь слышать гостя, учитывать его пожелания, и, в соответствии с ними, корректировать свои действия. Еще одна ошибка — отсутствие единой концепции. Также открывая ресторан, часто совершают ошибки при выборе места расположения ресторана и целевой аудитории.

Альберто Браччи: Главная ошибка — быть ресторатором и предлагать своим гостям лучшие блюда, по-настоящему вкусную еду. Итальянские владельцы заведений в первую очередь думают не о своем бизнесе, а о том, как сделать гостей счастливыми. Для того чтобы не допускать оплошностей или вовремя устранить их, нужно думать, как итальянец.

Наталья Белякова: Одна из главных ошибок, на мой взгляд, в попытке подменить понятия и выдать желаемое за действительное. Если в ресторане, который позиционируется, как итальянский, нет дровяной печи, не стоит предлагать гостям фокаччу.

Ресторан Arcobaleno делает ставку на авторское прочтение итальянской кухни

Елена Кузнецова: Самая распространенная ошибка — это стремление сэкономить на переводчике. Если заведение позиционируется как итальянское, стоит пригласить профессионала, заплатить ему деньги и получить правильно написанное меню. Грамматические ошибки не останутся незамеченными, и у гостя сложится соответствующее впечатление. Такие просчеты говорят об уровне заведения. А есть классическая ошибка, которую допускают даже продвинутые рестораторы. Речь о пицце пепперони. В переводе с итальянского пепперони — болгарский перец, а не колбаса. А теперь представьте ситуацию: в заведение приходит итальянский турист, заказывает пиццу пепперони, полагая, что она будет с болгарским перцем, а в итоге получает пиццу с колбасой. Это вызовет у гостя как минимум недоумение. А еще лично меня корбит, когда выдумывают безумные фальшивые легенды о блюдах, якобы приготовленных по рецепту любимой бабушки шеф-повара. Это может быть и правда, но зачастую не афишируется. Не говоря уже о том,

что люди ходят в разные заведения города, продолжают путешествовать и начали разбираться в том числе и в итальянской кухне. И повторяющиеся истории про итальянских бабушек начинают немного утомлять, так как это отдает неискренностью.

Нельзя бездумно копировать рестораны, успешно работающие в Италии. Более того, итальянский ресторан, строго выстроенный по тем канонам, в России, вероятнее всего, загнетса на третий день. В России другая психология. Нужен комплексный подход, честная картинка, где все на своем месте. Каждому элементу в интерьере должно быть свое объяснение.

Что в меню и винной карте

Не раз доказано: в успехе заведения, пожалуй, ключевую роль играет качество блюд и напитков. В случае, когда концепция построена на блюдах, характерных, условно, для Рима, Неаполя, Венеции или Пармы, значимость данного фактор возрастает многократно.

Елена Кузнецова: Мы с самого первого дня жестко придерживаемся концепции итальянской кухни. В наших ресторанах никогда не будет, например, суши, борща или фрикаделек. Да, мы варьируем блюда. Правда у нас меню меняется, дай Бог, раз в три года.

На мой взгляд, основное блюдо в любом итальянском ресторане — паста. Куда бы вы ни пошли, ее обязательно найдете, в отличие от пиццы, которую предлагают не везде.

Наталья Белякова: Итальянская кухня — это кухня из итальянских продуктов, что сейчас по определению невозможно. А Domina — итальянская компания, мы пуристы и снобы, следуем этому жесткому определению. Поэтому сейчас формулируем концепцию как «кухня с итальянским акцентом». Такая интерпретация позволяет нам, соответствуя стандартам бренда, работать с учетом современных реалий. И, главное, быть честными с гостями ресторана.

Анна Васильева: В создании многих блюд из меню Arcobaleno принимал участие бренд-шеф сети отелей Domina Паоло Коччиолоне, часть придумал наш шеф Сергей Маслов, ориентируясь на рецепты итальянской

” Настоящего итальянского ресторана не бывает без пасты. Она должна быть в любом итальянском ресторане, причем обязательно в нескольких вариантах. “

домашней кухни. Кроме того, в жизни нашего ресторана самое активное участие принимает сам владелец компании Эрнесто Преатони — адепт здорового питания и бескомпромиссный гурман. Когда он приезжает в Петербург, первым делом заглядывает именно в ресторан, подсказывая, что еще можно приготовить, делаясь впечатлениями от тех блюд, которые он пробует. Часто приезжает не с пустыми руками, а с продуктами со своей фермы. Он очень серьезно относится к качеству приготовления блюд. Поэтому сейчас ресторан Arcobaleno — это авторская кухня с итальянским акцентом.

Если говорить о базовых итальянских блюдах в меню, то это равиоли, приготовленные по авторскому рецепту, лазанья, пармеджано.

В нашем ресторане совершенно по-итальянски серьезный акцент сделан на вина. В частности, мы предлагаем гостям одну из самых больших в России коллекцию вин из хозяйства Paolo Conterno — ведущего пьемонтского производителя. К слову, в Петербурге некоторые вина представлены нами практически на эксклюзиве — например, белое легкое молодое вино Арнеис и более терпкое Диверс.

В богатой карте коктейль-бара Nove можно найти разные напитки, в том числе созданные на основе апероля и просекко. Есть необычный авторский «Сицилийский мул», название которого говорит само за себя. А вот что касается кофе, то помимо традиционных американо, капучино, латте и т.д. мы предлагаем гостям на выбор порядка 15 различных напитков на основе эспрессо.

Сергей Маслов: Основа меню итальянского ресторана — качественная паста, разновидностей которой на самом Апеннинском полуострове множество. Что касается остального, конкретные рекомендации дать сложно хотя бы потому, что итальянская кухня формировалась в течение длительного времени и впитала в себя также арабскую, французскую... Хотя это сегодня мало кто помнит, что и паста-то — блюдо изначально родом из Китая.

В нашем ресторане мы стараемся представить правильную итальянскую кухню, даже в отсутствие итальянских

продуктов, используя то, что производят локальные компании и хозяйства.

Мирко Дзанини: В итальянском ресторане должны быть представлены блюда национальной кухни. Вы спросите: «А как же знаменитая пицца?» Наличие этого блюда в меню я не считаю обязательным. Многие итальянские рестораны высокого уровня прекрасно обходятся без пиццы, я нахожу это логичным. В моих ресторанах пицца есть лишь потому, что я ее люблю. В нашем новом проекте Arancino Pizza акцент сделан именно на это блюдо, есть даже гигантские пиццы 45 см.

Бытует мнение, что итальянская кухня региональная. Но, на мой взгляд, важно не привнести в кухню региональный акцент, а сконцентрироваться на качестве продуктов. Конечно, если повар сможет найти хорошие продукты, из которых он приготовит блюда, традиционные для того или иного региона Италии, это может стать отличительной чертой ресторана.

Альберто Браччи: Главное — чтобы еда была вкусной. Если вы хотите открыть итальянский ресторан, важно сделать акцент именно на качестве блюд.

Санкции и кухня

Одного желания приготовить нечто вкусное бывает мало. Кашу из топора все-таки не сваришь. Каким бы элементарным ни был рецепт, нужны соответствующие продукты. И в идеале аутентичные, что в нынешних условиях практически нереально. Однако рестораторы не опускают руки, а ищут выход из положения.

Анна Васильева: Находим аналоги, то, что соответствует высоким стандартам качества, является экологически чистым и оптимально подходит по цене. Благо выбор есть. Естественно, учитываем и логистику. С поставщиками ведем постоянный диалог, и если вдруг что-то не нравится гостям, моментально меняем — иначе никак.

Концепт итальянской кухни соблюдается, но, учитывая нашу тесную связь с пятизвездочным отелем, в котором останавливается много иностранных гостей, мы включили в меню ряд широко известных блюд

” Поверьте, многие блюда можно приготовить и без продуктов, попавших под санкции. Главное — знать, что и как. “

русской кухни. Зато, могу сказать, традиционное для нашего отеля наличие большого числа итальянских гостей играет нам на руку — кухня и персонал ресторана всегда начеку, ведь малейшее отклонение блюда от привычного на родине стандарта вызовет бурную реакцию.

Мирко Дзанини: Нас санкции практически не коснулись. На показателе доходности ресторанов они никак не сказались. Да, мы убрали из меню, несколько блюд. Но рыба — есть, мясо — есть. Открыли для себя несколько российских производителей, которые поставляют продукты безупречного качества. Надо работать, искать.

Альберто Браччи: Нужно посмотреть на вопрос закупок иначе и найти решение. Поверьте, многие блюда можно приготовить и без продуктов, попавших под санкции. Главное — знать, что и как.

Сергей Маслов: Мы делаем все из свежих продуктов, даже не из заморожки. Да, это непростой момент — поиск подходящих исходных ингредиентов. Нам удалось адаптировать блюда к нынешним возможностям поставок. Единственный выход для ресторана итальянского профиля — найти адекватную замену продукции итальянского производства. Вариантов существует много. Есть, например, сыроварня под Москвой, где специалист родом из Калабрии, используя итальянские технологии, производит разные сорта сыра, естественно, из российского молока.

Елена Кузнецова: В России можно найти и приобрести любые импортные продукты, просто их стоимость сегодня увеличилась. Не поверите, до санкций у меня было гораздо меньше возможностей купить итальянские продукты, нежели сейчас. Причем все официально, с документами. Но дороже, чем прежде, что, понятно, закладывается в себестоимость блюда или напитка. Да, мы в своем ресторане за последние два года повысили цены лишь однажды. Много отдаем по себестоимости, поскольку сейчас сконцентрированы на других проектах, а пересчет требует времени. К тому же часть продуктов, ту же моцареллу, молоко, ягоды или овощи достойного

качества можно без проблем найти в России, а, например, сделать самостоятельно, и она будет не менее вкусной.

На чем готовить итальянские блюда

«Что есть в печи, все на стол мечи», — призывает известная русская поговорка, как нельзя лучше подходящая к реалиям заведения, ориентирующегося на Апеннины. Правда, в те времена, когда появилось это крылатое выражение, наши соотечественники вряд ли знали о существовании пиццы. А сегодня, особенно в городских условиях, установить такое оборудование по меньшей мере не просто, учитывая существующие правила пожарной безопасности. К тому же не стоит забывать о финансовых затратах на его приобретение. Так что увы, зачастую приходится обходиться без печей. Тем более что помимо них есть незаменимый инвентарь.

Сергей Маслов: Итальянский ресторан невозможно представить без ножа (улыбается). Конечно, если мы говорим о приготовлении пасты, нужна качественная тестораскаточная машина. А еще важно иметь на кухне итальянского ресторана правильные терки, позволяющие максимально аккуратно и тонко натереть тот же пармезан так, чтобы он был пушистым. Это придает блюду принципиально другой вкус. Дровяная печь для пиццы хороша, но обходится недешево, да и установить ее в городе в соответствии с существующими требованиями пожарной безопасности позволено далеко не везде. Можно и машину для нарезки пармской ветчины приобрести. Только вручную, по-моему, ее нарезать гораздо вкуснее. Не так тонко, но зато душевнее.

Елена Кузнецова: Все зависит от формата заведения. Если открываем пиццерию, должна быть печь для пиццы, хороший тестомес, стол с рабочей поверхностью из правильного мрамора для раскатки теста. Плюс ящички и лопаты для пиццы. Если это ресторан итальянской кухни, то помимо традиционно набора холодильного и теплового оборудования нужен гриль.

” Если открываем пиццерию, должна быть печь для пиццы, хороший тестомес, стол с рабочей поверхностью из правильного мрамора для приготовления карстов. “

Ирина Фролова: Кухня итальянского ресторана предполагает наличие оборудования — пастоварки, пицца-печи — для приготовления национальных блюд. Следует помнить и о дополнительных приборах, таких как ножи для разрезания пиццы или специальные сырные ножи. Сырные ножи существуют в трех видах: для мягких сыров (горгонзола), для сыров средней консистенции (проволоне), для твердых сыров (пармезан, грана падано). Также необходимы двуручные ножи для разрезания головок сыра. Есть интересное приспособление для создания сырной стружки под названием жироль. Во время недавнего путешествия по Италии мне удалось побывать в гостях на кухне небольшого ресторана в Апулии. Я была поражена: там предусмотрено даже ультрасовременное клининговое оборудование для ежедневной дезинфекции. Надеюсь, что и российские рестораторы будут уделять должное внимание техническому оснащению своей кухни.

Альберто Браччи: Оборудование на кухню подбирает шеф-повар. Именно он говорит, что ему необходимо иметь для правильной работы заведения — и если это настоящий профессионал, нужно просто довериться ему.

Персонал: parla italiano?

Затертая до дыр фраза «кадры решают все» в нашем разговоре приобретает исключительное значение. Ведь речь в данном случае идет не только о качестве сервиса, что само собой разумеется, но и о создании имиджа заведения, его атмосферы, о сохранении особого национального духа.

Альберто Браччи: Какими должны быть сотрудники? Умными, быстрыми и профессиональными одновременно. А еще уметь делать несколько дел параллельно, постоянно оставаться сосредоточенными на посетителях и следить за обстановкой в заведении. Нужен ли шеф-повар — итальянец? Да, да и еще раз да! Настоящий итальянский шеф-повар должен быть именно настоящим итальянским шеф-поваром, а это в состоянии понять и правильно оценить только владелец-итальянец и управляющий-итальянец.



Проблема может заключаться в том, что вы найдете выходца с Апеннин, который просто скажет вам «Я — шеф-повар».

Мирко Дзанини: Я встречаю много молодых и перспективных русских проваров, которые прекрасно умеют готовить блюда итальянской кухни. Конечно, если есть возможность заключить договор с шеф-поваром из Италии — это прекрасно: он лучше чувствует кухню. Но это вовсе необязательно, ведь, повторюсь, есть хорошие российские повара.

Ирина Фролова: Что действительно отличает рестораны Италии от ресторанов петербургских, так это позиционирование профессии официанта: за границей люди посвящают ей жизнь, работают до пенсии. У нас сложно найти сотрудников, для

Каждый элемент интерьера — даже машина или мотоцикл — в Caffè Italia ассоциативно связан с Апенниннами

которых профессия официанта — призвание. Жизнь большого города диктует свои правила: в Петербурге это работа для студентов. Приходится постоянно обучать новых сотрудников и часто проводить тренинги для персонала.

Важно, кто работает в ресторане. Я глубоко убеждена, что кухней итальянского ресторана априори должен управлять итальянский шеф-повар, а в зале — работать администратор-итальянец. Кондитерским производством Romeo's bar & kitchen также заведует итальянец, поэтому домашняя кондитерская — очень серьезное конкурентное преимущество нашего ресторана.

Но надо быть внимательными: далеко не все итальянцы, которые позиционируют себя как шеф-повара, таковыми являются. Также отмечу, что работать с иностранцами сложно, стоят их услуги дорого, требования к условиям труда у них выше. Поэтому иностранец в штате ресторана — это дорогое удовольствие, но, на мой взгляд, необходимое. Является ли наличие итальянца в ресторане удачным маркетинговым ходом? Да, однозначно.

Добавлю, что невозможно открыть хороший итальянский ресторан, не побывав в Италии, не изучив их манеру работы, не прочувствовав их отношение к жизни.

Сергей Маслов: У меня есть опыт совместной работы с итальянским шеф-поваром, обладателем трех звезд Мишлен и могу сказать: если речь об аутентичном итальянском



ресторане, то, конечно, в нем нужен шеф-повар из Италии. Человек, который может в полной мере передать все тонкости вкуса, нюансы ощущений, дух итальянской кухни. Правда, сейчас ставка зачастую многими поварами делается не на вкус блюда, сколько на его внешнюю красоту, эффектность подачи. Но итальянские повара, знаю это по совместной работе с ними, не склонны к внешним эффектам, но зато они сделают потрясающее по вкусу блюдо. Итальянские шеф-повара — настоящие трудяги, готовые работать с утра до ночи, и при этом они очень темпераментные люди.

Наталья Белякова: По сей день помню случай, произошедший на моих глазах в одном из итальянских заведений. Гости заказали блюдо с собой. Спустя какое-то время ее выносят, и официант идет мимо сидящего в зале за столом шеф-повара. Тот, увидев мельком, что не хватает одного ингредиента, устроил подчиненным форменный разнос — при полном зале гостей. Тогда я буквально обогатила свой запас итальянской обсценной лексики (смеется). Остальные гости тоже были слегка шокированы. Шеф



Среди саундтреков, звучащих в баре EVO, в основном современная зарубежная музыка. Скатерть в красную полоску — дань итальянским традициям

настолько погрузился в процесс и болел за результат, что для него было критично отдать заказ без условного базилика. Это, на мой взгляд, квинт-эссенция отношения итальянских шеф-поваров к кухне.

Елена Кузнецова: Когда мы открывали свой первый ресторан, с нами работало 20 итальянцев, завтра их может быть пятнадцать, а послезавтра — тридцать. Все зависит в том числе от курса евро, состояния экономики





в России и в Италии и даже от погоды, от того, холодно на улице или тепло.

Нужен ли повар или администратор итальянец? Все зависит от того, какая преследуется цель. Если хочется придать заведению колорит, создать атмосферу, итальянцы необходимы. Другой вопрос, сколько и на какие позиции. Грамотный шеф-повар обойдется дорого в пересчете на рубли. Почему? У настоящего профессионала, как правило, соответствующая, оправданно высокая самооценка. Плюс у него обычно семья, которую нужно кормить. Причем ни жена, ни дети, скорее всего, не поедут в Россию, а останутся дома, живя на присылаемые деньги. Естественно, мы говорим о евро. К нему и привязана зарплата иностранного повара. При всем кризисе на рынке труда, существующем сегодня в Европе, грамотный шеф-повар зарабатывает порядка двух-трех тысяч евро. А в пересчете на российские деньги сейчас сумма составляет около 200 тысяч рублей. Плюс расходы на проживание (как правило, это съемная квартира), питание (обычно полный пансион), оформление визы, транспортные затраты. В итоге затея получается достаточно дорогой. Да, такой сотрудник создает в заведении необходимую, аутентичную атмосферу. Но важно такого правильного человека найти, ведь далеко не все итальянцы безумно харизматичны и одновременно так же трудолюбивы. И не все они настоящие профессионалы. Согласитесь, люди могут уехать из своей страны в другую по совершенно разным причинам, и не всегда

La Celletta Caffè – уголок современной Италии в Петербурге

в поисках достойной работы. Даже если мы говорим о мальчишке-студенте, который готов честно работать в ресторане, то он рано или поздно обязательно найдет себе русскую жену, которая, скорее всего, увезет его в Италию. Это классика жанра! Когда такой молодой человек приходит устраиваться на работу, сценарий зачастую известен заранее: ты его обучишь, ведь в России может работать не каждый, он задержится года на два, а потом либо уедет, либо от обилия женского внимания и всеобщей любви у него появляется звездная болезнь, и потом лечить ее, заставляя такого сотрудника ежедневно возвращаться на работу крайне тяжело. Так что идея привезти специалиста из Италии или найти его в своем городе связана с финансовыми рисками. Но сделать, скажем, настоящую пиццерию без итальянца — нереально. Если речь о заведении с аутентичной кухней, он тоже необходим. Ни в вине, ни в кофе, какой бы ни был опыт за плечами, мы не разбираемся так же, как выходцы с Апеннин, у которых эти умения в крови. И если удалось найти действительно настоящего профессионала, игра стоит свеч. Но в любом случае отдавать заведение на откуп даже специалисту высокого класса не следует. Его все равно нужно контролировать.

Маркетинг для пасты

Профессиональная реализация концепции, грамотный подбор сотрудников, достойные блюда и напитки — это уже много. Но не все. Без правильного продвижения и рекламы никуда.

Мирко Дзанини: Правильный маркетинг начинается с выбора правильного местоположения. Наши рестораны располагаются там, где часто бывают и жители Петербурга и туристы. Romeo's bar and kitchen — на углу пр. Римского-Корсакова и Крюкова канала, Little Italy — на Итальянской, Arancino Pizza — на Малой Конюшенной улице. Могу сказать, что 30% наших гостей ужинает у нас до или после спектаклей в театрах. Рядом основные городские достопримечательности, крупные бизнес-центры, отели. Поэтому нам не сложно было раскрутить

рестораны. Кроме того, мы работаем с социальными сетями, создаем программы лояльности для гостей, используем и другие маркетинговые инструменты.

Наталья Белякова: На мой взгляд, маркетинг итальянского ресторана базируется на деликатном и уместном использовании ассоциаций, которые поддерживают средиземноморскую атмосферу. Чтобы создать и передать потенциальным гостям ощущение «как в Италии», совершенно недостаточно пустить по потолку виноградную лозу и поставить в обеденном зале машинку для пасты. Из чего складывается эта атмосфера и на что сделать акцент?

В своем продвижении ресторан с итальянскими корнями делает акцент на идеальную по исходным ингредиентам еду (ни-ка-ких полуфабрикатов в принципе). Принципиально важную идею можно донести разными способами: гастролями винных амбассадоров, экспертным позиционированием шеф-повара (заведите колонку на рестоportале от его имени), фотоотчетами с рейдов

Солнечный интерьер создает позитивное настроение и пробуждает аппетит

по фермам, на которых повар-перфекционист пытается найти аналог запретного пармезана. Для итальянцев действительно нет мелочей и проходных моментов во всем, что касается еды. Нужно соответствовать тому, что продвинутая публика (какой русский не был в Италии?) ждет от «итальянского» места в России.

Елена Кузнецова: К нам люди часто приходят одни и те же, по три раза в день. А есть те, для кого наши рестораны стали мобильным офисом, где они работают. Есть гости, приходящие три дня в неделю. Но, согласитесь, на сложные блюда человек не станет приходить так часто.

При этом ни на одном из наших заведений нет вывески. Мы работаем на сарафанном радио. Я никогда в жизни не платила за рекламу. И не буду этого делать. Исключением станет разве что Caffè Italia Karting, и то только в силу своего особого местоположения. Какие инструменты не работают? Заказные отзывы на специализированных сайтах и в соцсетях. Это самая большая глупость, которая может быть. Также негативно



отношусь к различным бонусным программам, скидочным картам и купонам. Это, на мой взгляд, свидетельство недалёковидности владельца заведения и признак того, что оно умирает. Те, кто гонится за скидками, не обеспечит стабильный поток, не станет постоянным гостем. Все остальное имеет право на жизнь и зависит от бюджета.

Слагаемые успеха или удачная ставка

Единого рецепта для получения постоянной, тем более, баснословной прибыли нет, и не может быть, хотя бы потому, что у каждого заведения своя специфика. Однако существует опыт, накопленный коллегами по бизнесу, и набор инструментов, действенность которых проверена на практике.

Ирина Фролова: Важно наличие опыта открытия и управления рестораном. Многим кажется: вот открою ресторан, и он мгновенно успешным. Это заблуждение обычно проходит через пару месяцев...

В вечернее время основной зал Romeo's bar & kitchen принимает туристов и тех, кто идет в Мариинский театр

Мирко Дзанини: Местоположение, качество продуктов, сервис, атмосфера и маркетинг.

Наталья Белякова: В Италии в рестораны принято ходить семьей или с друзьями. Вот почему у нас в Arcobaleno есть и культовая игра Uno, и простое, внятное детское меню — мы не заставляем, но предоставляем все для того, чтобы вечер в кругу близких пролетел незаметно и интересно для всех поколений. Как известно, итальянцы расходятся из ресторана последними, а дети не спят до двенадцати ночи. Эту открытость всем возрастам надо анонсировать и даже стимулировать, сочетая специальное меню с объединяющей всех активностью. Да хоть с танцами под итальянские хиты, в конце концов! Кстати, музыка! Саундтрек способен создать нужное настроение практически мгновенно — и послужить моментом привлечения гостей, если вы не ограничитесь заезженными мелодиями (пожалуйста, никакого Челентано), а пригласите на новые треки



итальянских ди-джеев, например. Знаю людей, которые на волне любви ко всему итальянскому предпочитают ходить туда, где звучит просто местное радио — по мне, шоу, самодостаточное по накалу страстей.

Сергей Маслов: Признаюсь, у меня взгляд на кухню иной, нежели у большинства моих коллег. Известно, что все повара делятся на две категории — организаторы и творцы. Не могу про себя, что я великий творец. Для меня организационная часть гораздо важнее. Она, кстати, на мой взгляд, в Петербурге очень сильно хромает. Когда удастся ее наладить, тогда и качество продуктов будет максимально высоким, и успех к ресторану придет.

Елена Кузнецова: По-моему, для достижения успеха важно быть честным и нежадным. Нужно любить то, что ты делаешь, даже понимая, что это безумная головная боль, непредсказуемый процесс.

Альберто Браччи: Важно быть частью своего ресторана, жить его жизнью, но жить так, как принято в Италии. Думать, как итальянские рестораторы, и вести бизнес по-итальянски.

Оптимистичные перспективы

Прогнозы — дело неблагодарное. Но мы все же попросили наших экспертов заглянуть в будущее и попробовать предсказать, каким оно будет для пиццерий, трапторий, остерий, энотек и т.д.

Мирко Дзанини: В городе работает множество итальянских ресторанов, будут открываться новые, востребованы — лучшие.

Наталья Белякова: Прогноз — в ближайшее время продолжат появляться монопродуктовые заведения — брускеттерии, чикеттерии и т.д. Одновременно сейчас укрепляется средний сегмент итальянских ресторанов — а это гарантирует устойчивость рынка в целом. Значит, у концепции есть будущее.

Ирина Фролова: Итальянская кухня будет востребована всегда. Мне кажется, это можно объяснить еще и тем, что русские и итальянцы близки по духу, об этом говорят и сами

” Важно быть частью своего ресторана, жить его жизнью, но жить так, как принято в Италии. Думать, как итальянские рестораторы, и вести бизнес по-итальянски.

“

итальянцы, живущие в России. У итальянских ресторанов в нашей стране, безусловно, есть будущее.

Альберто Браччи: У итальянских ресторанов в России, на мой взгляд, очень высокий потенциал и интересное будущее. Однако существует много проблем, с которыми приходится сталкиваться бизнесу на практике, если речь именно об открытии настоящих итальянских заведений. Возможно, российский рынок еще просто не готов или не открыт в полной мере для заинтересованных в этом сегменте инвесторов.

Сергей Маслов: Этот сегмент востребован, поскольку итальянская кухня популярна. Но при этом надо понимать, что настоящий ризотто, например, — это не рисовая каша, стоящая колотом в тарелке, а блюдо по консистенции, находящееся между двумя состояниями — нежным и грубым. Его можно аккуратно "разбить" легким прикосновением.

В то же время, не могу не отметить: качество блюд в итальянских ресторанах, открытых в России, пусть пока и не везде, но повышается. Благо к нам нередко приезжают итальянские шеф-повара, передающие свой опыт.

Елена Кузнецова: На мой взгляд, интерес к итальянской теме со стороны предпринимателей и инвесторов меньше, чем раньше, по той простой причине, что заведения с такой географической привязкой открывать не столь выгодно, в первую очередь, из-за высокой стоимости продуктов. А открывать псевдо Италию нет смысла, потому что такие заведения не находят отклика потенциальной аудитории. И многие это уже стали понимать. Открывать сейчас итальянское заведение без знания самой страны я бы не рисковала. В то же время России огромная страна. Только в Москве и Петербурге рынок достаточно насыщенный, в остальных городах возможностей для развития масса. Да даже и Петербург с его нынешней численностью населения уже стал мегаполисом, где живет много молодежи, платежеспособных людей. Так что здесь можно открывать и открывать заведения.

Записал Алексей Журавлев



JULIA ROBERTS™
LA NOSTRA
PIZZA

**Микеле Кондурро:
«Мы ничего не меняли
с 1870 года»**



» Стрость, профессионализм и честь — таков наш девиз. Использование идеальной, выверенной десятилетиями рецептуры, и, конечно же, аутентичных кампанских продуктов (Неаполь — столица региона Кампания — *авт.*). Процесс ферментации, длящийся до 14 часов, минимальное использование дрожжей, помидоры Сан Марцано, произрастающие близ Сарно, фьор ди латте (вид моцареллы — *авт.*) — все это местное, из Кампании. Мы принципиальны в отношении с поставщиками и берем только самые свежие отборные продукты. Выпекается пицца за несколько минут в дровяных печах при температуре 400 °С. Все это создает слегка влажную и в то же время плотную тестовую основу, которой мы так гордимся.

— *Визит голливудской звезды повлиял на вашу посещаемость?*

» Да, это замечательное воспоминание, когда Джулия Робертс с присущей ей скромностью

Секрет популярности прост: верность традициям и мастерство пиццайоло

и интеллигентностью провела несколько дублей в кадре, съев в общей сложности несколько пицц. Всякий раз она приговаривала: «Ммм, как же это вкусно!» Действительно, в нашей пиццерии побывали первые лица мировой политики, дипломаты, многие известные люди. Самое важное для нас — каждый день готовить высококачественный продукт, не задумываясь, кто именно его будет потреблять — знаменитость или простой человек. Для нас все гости равны.

— *Задумывались ли вы об открытии своей пиццерии по франшизе?*

» Да Michele есть в Японии, совсем скоро она откроется в Великобритании. Мы открыты для предпринимателей всего мира, в том числе, будем рады предложениям российских бизнесменов.

Есть весьма важный момент: чтобы открыть еще одну пиццерию, нам необходимо быть на сто процентов уверенными в поставщиках и квалификации пиццайоло. Это должны быть виртуозы своего дела, опытные, знающие, как сделать самую лучшую пиццу в мире. Сейчас у нас в две смены работают 18 мужчин и две женщины, которые занимаются уборкой. Работа в пиццерии очень тяжелая, поэтому помимо молодости, физической выносливости мастер должен быть уже состоявшимся профи. А таких специалистов, как известно, нелегко найти даже в Неаполе. В наших планах — открыть школу для молодых пиццайоло, чтобы самим растить лучших мастеров.

— *Вся ваша жизнь связана с Da Michele?*

» Я трудился уже с 15 лет. Утром делал уроки в нашей булочной, дожидался, пока меня сменил отец, и шел в школу. И так каждый день. Это вся моя жизнь. По сей день учу своих сыновей, свою команду уважать традиции, быть честными, потому что Da Michele — это не только имя, но и показатель отменного качества и верность неаполитанской культуре.

*Беседовала Надежда Феденко
Фото: Наталья Галкина-Нови*

*Выражаем благодарность
Лино Вайретти (Lino Vairetti)
за помощь в организации интервью*

Настоящая итальянская паста рядом

В свое время, решая, какой продукт мы хотим делать, как в Италии, мы долго не сомневались: конечно, это паста! Ведь она — основа любого ресторана с итальянской кухней.

Большинство рестораторов использует сухую пасту — продукт из муки и воды. Есть паста и с яйцом, но, в любом случае, ее сильно сушат, убирая излишек воды для длительного хранения. Вкус таких макарон нейтральный и требует большего количества хорошего соуса, чем при использовании свежей пасты.

Еще одной особенностью такого сухого продукта является долгое время его приготовления — порядка 10–12 минут, что замедляет скорость исполнения заказов или требует предварительной варки с последующим хранением.

Поэтому мы решили производить традиционную итальянскую свежую пасту. С насыщенным вкусом и коротким циклом приготовления: всего 3–5 минут. К тому же, для нее нужно немного соуса, что выгодно для любого ресторана.

Конечно, чтобы свежая паста была вкуснее сухой, требуется внимание к деталям. К каким именно?

Во-первых, это продукты — основа хорошей качественной итальянской пасты.

В России есть мука твердых сортов, но мы готовим только из итальянской муки. Используем муку из твердых сортов пшеницы *Semola Di Grano Duro*, иногда добавляем муку из мягких сортов *Farina tenero "00"* для эластичности. Вся наша мука предназначена исключительно для приготовления свежей пасты и имеет соответствующую маркировку.

Более того, пшеница для нашей муки выращивается на юге Италии. Этот регион традиционно считается оптимальным для выращивания твердых сортов пшеницы для пасты.



Мы используем российские ингредиенты, если понимаем, что это не ухудшает вкус. Речь, в частности, о качественном пастеризованном жидком меланже и желтке, без добавления консервантов.

Мы также применяем российскую бутилированную питьевую воду, так как водопроводная вода, пусть и очищенная, слишком жесткая, что отрицательно сказывается на вкусе.

Во-вторых, это оборудование. Немногие рестораны могут позволить себе профессиональный пресс, пастеризатор и сушильный шкаф. Обычно используют лапшерезку на два вида пасты — тальятелле и спагетти. Такие машинки не позволяют создать необходимое давление для формирования прочной структуры пасты, чтобы получалось знаменитое «аль денте».

Мы делаем пасту на профессиональном итальянском оборудовании *Dominioni Punto&Pasta*. Все оборудование закупалось

нашим итальянским технологом в Италии. Это сложные профессиональные машины, позволяющие получать макаронные изделия высокого и, что важно, постоянного качества. Мы выпускаем наш продукт регулярно, но небольшими партиями. Это дает нам возможность с повышенным вниманием относиться к процессу производства и к качеству пасты.

Нам важна традиционность. Совладельцы нашего производства итальянцы — которые имеют многолетний опыт изготовления пасты и не идут на компромиссы, когда дело касается качества продукции. И мы стараемся следовать этому принципу, делая итальянский продукт в России.

Компания «СтильпастаРус»
Тел: +7 (499) 550-66-91
E-mail: sales@stylpasta.ru
<http://stylpasta.ru>



La Famiglia: ресторан по семейному рецепту



Кремлевская набережная – настоящая достопримечательность столицы Татарстана. Благоустроенная прибрежная зона, пролегающая от стен Казанского Кремля до Национального культурного центра «Казань». Вдоль набережной расположены пять одинаковых по архитектурному решению строений. Это рестораны, один из которых – итальянский La Famiglia. Мы побеседовали с его управляющим Маргаритой Плотниковой.



Концепция ресторанов набережной

— Как позиционируется ресторан *La Famiglia*?

» Он считается заведением для отдыха всей семьей. Такой была изначальная концепция. Именно ее мы и придерживаемся. Когда попадаешь в эти стены, как будто вдыхаешь атмосферу места, уют буквально обнимает и обволакивает (улыбается). Сюда хочется прийти с семьей. У нас есть летняя терраса, где располагается замечательная детская площадка.

— Вся территория наверху задействована?

» Да, конечно, летом это пространство функционирует. Здесь мы проводим кулинарные мастер-классы для детишек. Каждое воскресенье готовим с ними различные итальянские блюда, в том числе минестроне, лазаньи.

Самокупаемость, сезонность, популярность

— Можно ли говорить о сезонности бизнеса в *La Famiglia*?

» Открылись мы в мае прошлого года. По поводу самокупаемости пока сказать трудно. Не могу дать точную финансовую оценку. Что касается сезонности, она присутствует, но стремимся уйти от нее. Благодаря работе отдела по развитию Кремлевской набережной, который организывает разного рода массовые мероприятия на данной площадке, поток потенциальных гостей вне зависимости от сезона увеличивается. Можно сказать, что за достаточно короткий период работы нашего ресторана у него появились постоянные гости.

Кадры

— А как подбирали персонал?

» Сегодня у нас в штате работает 45 человек, а первое время было очень сложно найти подходящих людей, потому что в основном работу ищут студенты... безбашенные. Долго не могла понять, как сделать так, чтобы они работали, как нужно. Сначала ругалась — не работает. Выход из положения подсказало название ресторана — *La Famiglia*, что в переводе означает семья. Понадобилось создать атмосферу семейственности и комфорта. Если я захожу и вижу, что ребята улыбаются, — думаю: «Все отлично!»

— Расскажите, пожалуйста, о требованиях, например, к официантам.

» Во-первых, они должны знать меню не хуже шеф-повара

(смеется). У нас много информации о винах или, например, о сырах. Она размещена в служебном помещении и доступна для каждого. К тому же все изложено доступным языком и представлено в таблицах — подробно объясняется, что с чем сочетается. И, конечно же, официанту необходимо правильно выполнять свою основную обязанность — обслуживать гостей. Также приветствуется владение иностранными языками.

У нас официанты проходят обучение в три этапа — это тесты на знание меню, барной карты и стандартов обслуживания. Дается три недели для прохождения всех этапов обучения и сдачи необходимых стандартов. Для сотрудника это достаточное количество времени, чтобы адаптироваться на предприятии, а для руководства — чтобы понять, готов человек к работе или нет. Если говорить о системе бонусов, принятой у нас в ресторане, то официанты получают 1% от личных продаж.

— Ресторан *La Famiglia* — итальянский. Повар, случаем, не с Апеннинского полуострова?

» Нет, он просто молодой и талантливый человек. Нашего шеф-повара зовут Артем Лаптев, он никогда не стоит на месте, всегда готов учиться и вносить различные новинки в меню.

Семейные тайны и конкуренты

— В чем, на ваш взгляд, особенности ресторана *La Famiglia*?

» Их немало. Например, дровяная печь, в которой готовится пицца. Думаю, в Казани это редкость. Если говорить о фирменных блюдах, то в их числе, безусловно, паста собственного приготовления. Примечательно, что мы работаем исключительно с российскими поставщиками — местными и московскими.

— Правда ли, что в ресторанном бизнесе Казани конкуренция достаточно высока?

» Да, это действительно так, и мы постоянно работаем над повышением качества услуг. Одним из самых



Основной зал ресторана *La Famiglia* позволяет принять одновременно до 110 гостей

важных моментов в данном бизнесе является концепция, которая строится на оригинальной идее и должна в полной мере выражать всю сущность проекта. Между тем, многие заведения нашего города сегодня этим похвастаться не готовы. Почему? На мой взгляд, причина часто кроется в отсутствии внятной концепции. Можно прийти, скажем, в итальянский ресторан и заказать... суши или чебуреки.

Летний период — время активного посещения жителями и гостями города Кремлевской набережной. Не важен день недели, не важно время. А зимой здесь организуют самый длинный — почти километр в длину — каток и открывается огромный «Зимний городок», где можно купить сувениры, покататься на французской карусели и на специально привезенном из Италии паровозике. Так что посетителями мы не обделены практически в любой сезон. Однако, как и во всех ресторанах, на определенный период наступают небольшие затишья. Но я знаю, что наши гости приходят к нам за вкусной едой и приятной атмосферой. А для нас самое главное, чтобы посетитель остался доволен и блюдами, и обслуживанием. Мы хотим, чтобы у людей возникало желание снова и снова возвращаться в *La Famiglia*. Ведь ресторан, если он действительно является таковым, всегда и во всем — в интерьере, качестве блюд и уровне сервиса — останется рестораном.

Беседовала Дина Сибгатуллина

ПРЕМИА СРЕДИ БАНКЕТНЫХ ПЛОЩАДОК

Столичный
4@nket
2016



При поддержке Федерации
рестораторов и отельеров



ГОПРОЕКТ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПРОЕКТ

РЕСТОРАН 2016
26-28 СЕНТЯБРЯ 2016Г. МОСКВА

РОССИЙСКАЯ НЕДЕЛЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

www.4banket.ru

8-800-333-61-98



**Чиччо Султано:
«Кухня объединяет людей»**

Сицилийский шеф-повар Чиччо Султано (Ciccio Sultano) – обладатель двух звезд «Красного гида Мишлен». В его ресторанах на Сицилии – аристократичном Duomo и более демократичном открывшемся в 2015 году в городе Рагуза I Vanchi – работает 40 человек. По словам синьора Султано, это небольшая армия, в которой он – главнокомандующий...

– *Синьор Султано, говорят, вашу кухню можно сравнить с джазовой импровизацией.*

» Если честно, я считаю, что кухня – это не то место, где каждый может делать то, что ему заблагорассудится. Однако мне очень нравится сравнение процесса приготовления того или иного блюда с джем-сейшеном. Музыкант никогда не знает, куда его приведет музыка. Также и в кухне: есть некая точка отсчета, набор базовых ингредиентов и фантазия повара. Далее начинается импровизация, всякий раз отражающая эмоции повара. Для меня повар – это тот, кто владеет искусством составления единственно верного рецепта. Консистенция, температура, продукты, то есть все, что нам дарит наша благословенная земля и море, является инструментарием для повара.

– *Итальянская кухня считается региональной. В чем особенности сицилийского кулинарного направления?*

» Безусловно, карбонара или ризотто с шафраном, приготовленные в Милане, будут отличаться от тех же блюд, приготовленных в Неаполе. На самом деле сицилийская кухня стоит особняком. Наша более чем двухтысячелетняя история, обособленное географическое положение, гастрономические традиции позволяют создавать блюда, которые на первый взгляд могут показаться оригинальными, если не сказать странными. Сочетания сладкого и горько-кислого, сладкого и соленого порой вдохновляют на создание новаторских блюд.

– *В ваших ресторанах представлена средиземноморская кухня?*





» Да, но важно понимать, что территория Сицилии довольно велика и подчас трудно продемонстрировать в одном меню всю локальную кухню. Это как путешествие, длящееся много дней. Я использую простые, доступные продукты: свежие сезонные овощи, дикие овощи, фрукты, цитрусовые, морепродукты, рыбу, которыми Сицилия гордится, словом, все, что дает нам эта земля, поцелованная Богом. Повар никогда не должен забывать о своих традициях.

Tutto parte dall'uovo («Все началось с яйца») — одно из блюд, оригинальная подача которого привлекает гостей в заведение, делая его популярным

Для меня это фундамент, без которого мы не сможем двигаться дальше. Ответственность повара — в сохранении базовых культурных традиций. Это не только прошлое, но и настоящее, и будущее.

— **Когда вы решили стать поваром? Кто вас вдохновил?**

» Сколько я себя помню, мой мир всегда был связан с едой. Я начал свою деятельность рано. В 13 лет уже работал в кондитерской города Виттория. Тогда я пытался понять, чего же хочу в жизни. Потом трудился в разных ресторанах, ездил на практику в Германию, где учился готовить красное мясо, домашнюю и дикую птицу.

— **В каком учебном заведении?**

» Я всегда предпочитал практику. Очень много практики. Именно этому сейчас и учу на различных мастер-классах и курсах для профессионалов. Мне нравится давать показательные уроки для кулинарных туристов, которые приезжают к нам на Сицилию, в том числе и для русских. Мне очень понравилось наше общение с Белоникой (Вероника Белоцерковская — автор популярных кулинарных



книг, издатель журнала «Собака.ru», предприниматель — авт.).

— **Какими качествами следует обладать тому, кто хочет стать вашим учеником?**

» Человек должен уважать продукты, еду в целом, быть благодарным своей земле. Для меня это базовое качество. Поясню: в процессе еды участвует не только рот, но и все тело, органы чувств, это не только инстинктивное удовлетворение острого голода, а также и наслаждение, я бы даже сказал, сотворчество с поваром. Вкушая, мы вспоминаем, наслаждаемся. Думаем. Конечно же, необходимо обладать знаниями. Но умение резать лук или приготовить антрекот еще не сделают вас поваром. Нужно иметь внутреннюю культуру, вдохновение и вкус.

— **К сожалению, санкции на всемирно любимые итальянские продукты лишили нас возможности иметь в свободной продаже пармезан или прошутто. На ваш взгляд, какие существуют пути решения этой проблемы?**

» Увы, большая политика вовсе не думает об интересах обычных людей. Политики не учитывают тот факт, что продукты, кухню невозможно заключить в какие-то рамки или подвергнуть запретам. Это все равно что запретить дышать. Еда — всеобщее достояние, одна из тех вещей, которая объединяет нации. Совсем недавно состоялся Международный экономический форум в Санкт-Петербурге, на котором наши руководители говорили о необходимости экономического и культурного диалога между Италией и Россией. Я надеюсь, всех нас ждут положительные изменения.

— **Вы могли бы приехать в Россию и открыть ресторан?**

» Честно говоря, такого предложения мне еще никто не делал. Россия так далеко... Но я бы с удовольствием принял предложение отужинать в хорошем русском ресторане, попробовать русскую кухню. Кто знает, возможно, даже провел бы мастер-класс.

— **Когда-нибудь представляли себя в другой профессии?**



Insalata di mare fredda — холодный салат из морепродуктов. Его присутствие в меню ресторанов г-на Султано лишней раз подчеркивает приверженность звездного шеф-повара дарам сицилийской природы

» Нет. Но если пофантазировать, с удовольствием занимался бы большой фермой, выращивал бы свиней, уток, гусей, возделывал бы пшеницу, ячмень. Видите, опять я себя связываю с землей. От этого уже никуда не деться.

— **Опишите идеальный день сицилийского повара.**

» Зимой — не торопясь приготовить что-нибудь для себя и друзей, отужинать, прогуляться. Летом — жить в родительском доме, который находится в минуте ходьбы от моря.

— **Ваше любимое блюдо?**

» Мясо молодого барашка, паста а ла норма с томатами и баклажанами.

— **Мировые знаменитости — частые гости Dioto. Отличаются ли их вкусы от вкусов обычных посетителей?**

» Еда уравнивает всех — и простых, и великих. Это интернациональный язык, которым владеет каждый.

— **Можете ли описать вашего идеального посетителя?**

» Чтобы понять вкус блюда и почувствовать его, не требуется интеллектуальное усилие. Нужна страсть, инстинкт и желание насладиться вкусом, распробовать все, что вам сообщает блюдо. Это то, чему нельзя научить, это то, чего нельзя отнять. Это наше природное базовое желание быть в гармонии с самим собой.

Беседовала Надежда Феденко
Фото: Марчелло Боккьери

Горячее дело

Гриль-оборудование сегодня — это необходимый элемент большинства заведений. Однако на рынке представлено очень много разнообразной техники, и разобраться в этом многообразии бывает непросто.

Нужно учитывать, что гриль может работать на электричестве, углях и газе. Последний вариант стабильно вызывает интерес рестораторов, потому что он экономичен и готов к работе практически сразу после включения. Газовые грили, как правило, имеют несколько горелок, благодаря чему можно создавать разные температурные зоны, например, зону с высокой температурой для мяса и с более низкой — для овощей.

При работе с газовыми грилями заведение сталкивается с проблемой подведения газа: низкая доступность магистрального газа для мест общественного питания, его дороговизна, жесткие требования по баллонному газу.

Гриль на электричестве сегодня более популярен, чем газовый и обычно используется в заведениях, где стейки не являются основным блюдом. Рыбу, курицу, овощи такой гриль-аппарат готовит хорошо.

А вот для мяса нужен огонь, чтобы быстро образовать корочку, которая запечатает внутри кусочка все соки. Электричество дать такую температуру не может. Также оно не может и придать блюду запах дыма, который получается при готовке на угольном гриле.

Сказать, что угольный гриль не имеет недостатков, тоже нельзя. Во-первых, его сложнее мыть, нежели электрический. Во-вторых, необходимо согласование с пожарными инстанциями и переоборудование помещения под работу с таким грилем. В-третьих, нужно быть готовым покупать и где-то хранить большое количество угля. В-четвертых, такой гриль подходит только для профессионалов. На нем сложно контролировать температуру для определенного уровня прожарки — уголь то разгорается, то остывает. Но мясо

на угольном оборудовании получается самым лучшим.

В итоге, самый подходящий вариант для стейк-хаусов — это угольный гриль. Остальные, как правило, приобретают электрическое оборудование.

Здесь стоит отметить популярный среди угольных грилей хоспер. Он представляет собой печь закрытой конструкции, которая позволяет поддерживать высокую температуру внутри, и создает легкий эффект копчения. Сейчас все больше гриль-хаусов переходят именно на этот вид оборудования.

На XIX Международной выставке «ПИР» (Оснащение ресторана. Продукты питания и напитки), проходящей в рамках PIR Expo Russian Hospitality Week 2016 с 17 по 20 октября 2016 года в Москве (Крокус Экспо), более 200 ведущих отечественных и зарубежных компаний представят комплексные решения для проектирования ресторанов, баров, кафе, столовых, фуд-кортков, продуктовых магазинов, фабрик-кухонь, предприятий уличного питания и кейтеринговых компаний.

Здесь вы сможете посмотреть, подобрать и купить оборудование для вашего заведения, а также проконсультироваться с профессионалами оснащения объектов индустрии гостеприимства и торговли.

реклама

Подробнее о выставке:
Сайт: www.pirexpo.com
Телефон: +7 (495) 637-94-40
E-mail: info@pir.ru

17—20

ОКТАБРЯ
2016



МОСКВА,
КРОКУС ЭКСПО
З ПАВИЛЬОН

ПИР

19 МЕЖДУНАРОДНАЯ
ВЫСТАВКА ДЛЯ
ПРОФЕССИОНАЛОВ
РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА



РЕВОЛЮЦИЯ ИДЕЙ

pirexpo.com

PIR EXPO



ЗВЁЗДЫ
ОБЩЕПИТА

KORTO

KitchenAid

РЕСТОРАННЫЕ
ВИДНОСТИ

RESTORANOFF.RU

Как стать тренером, или Двадцать ключей эффективного тренинга

Каждое прохождение рубежа в тысячу официантов дает определенное понимание того, как проводить тренинг, как меняется менталитет обслуживающего персонала, на что обратить внимание, каковы тенденции на ближайшее время.

Однозначно, обучение никогда не происходит само по себе. Это результат осознанных стараний — как со стороны тренера, так и со стороны обучающихся. Не лишне вспомнить: усилия прикладывает и сам ресторатор, осознавший, что официант — ближайший к гостю сотрудник заведения, и будет отлично, если контакт происходит на предупредительно-продающем уровне.

Я же хотел поделиться с вами тем, что часто слышал от тренеров: «Не понимаю, почему он не может сделать это?», «Я ему говорил и даже показал ему как!».

Что такое обучение

Демонстрация — это не обучение. Рассказы тоже. Как и тестирование. Эти функции подразумевают одностороннее действие, ориентированное на тренинг-менеджера.

Обучение профессии — это процесс оказания помощи сотруднику в приобретении им необходимых знаний, навыков и рабочих традиций, которые необходимы для выполнения определенной работы. Неспособность помочь сотруднику правильно начать работать приводит к ненужным затратам, высокой степени упущений, совершенных сотрудником, и к высокой текучке кадров.

Плановое обучение значительно экономит время и затраты по сравнению с тем, когда люди учатся «в процессе работы». Это сокращает ненужные



Георгий Мтвралашвили,
генеральный директор
компании
RestoSTART

потери времени и сил. Обучение помогает обеспечить навыки безопасной работы, снижает количество допускаемых сотрудниками ошибок, предотвращает привыкание к неправильным методам работы, от которых в дальнейшем очень трудно или даже невозможно избавиться. Обучение помогает обеспечить удовольствие гостя.

Рецепт хорошей работы

Несмотря на то, что все люди совершенно по-разному реагируют на ситуацию с обучением, типичные новички и те, кто обучается, приобретая новые навыки работы, хотя и работают хорошо. И они будут хорошо работать, если кто-то поможет им начать работать правильно и будет говорить им о том, хорошо ли они справляются. Вы и есть этот кто-то. Вы должны сделать это через эффективное обучение секретам профессии, которое заключается в оказании помощи людям в приобретении ими знаний, навыков и рабочих привычек, необходимых для хорошего выполнения работы.

В процесс обучения всегда вовлечены двое — тренер-инструктор, обладающий знаниями и навыками, необходимыми для выполнения работы, и обучаемый, который должен приобрести эти знания и навыки. Процесс передачи этого ноу-хау от одного человека другому похож на телевизионную или радиотрансляцию, где тренер-инструктор является

передатчиком, а обучаемый — приемником. У обоих имеются некоторые помехи или интерференция, которые необходимо преодолеть.

Два разных ученика не могут быть похожи друг на друга. Их личности сформировались задолго до того, как вы приняли этих людей на работу. У каждого есть разное желание обучаться профессии, у всех разный уровень раздражительности, знаний и разный предыдущий опыт. Если вы, инструктор, не учтете эти различия, ваше сообщение не будет воспринято тем, кого вы обучаете.

Ключи к успеху

По сути, существует двадцать основных ключей, или принципов обучения, которые необходимо понимать и применять на практике, чтобы обучение, которое вы проводите, было эффективным.

Эти принципы являются пунктами, которые помогут вам в реализации поставленной задачи, а именно обучения членов одной команды. По мере чтения подумайте над тем, как бы вы могли применить каждый из этих пунктов в вашей конкретной ситуации. Особую ценность в инструкторе представляют такие качества, как тактичность, предупредительность, терпимость, доброжелательность, выдержанность.

Часть ключей имеет отношение к обучаемым сотрудникам, а другая часть — к тренерам и их профессиональной деятельности в целом. Ведь от взглядов и состояния тренера в момент тренинга также зависит успех предлагаемого материала.

Ключ № 1. Сотрудники учатся лучше на свежую голову

Ученики больше всего способны и хотят учиться, когда они не переутомлены умственно и физически. Выберите такое время, которое как раз подходит для этого состояния обучаемых людей. Не планируйте обучение на конец смены или после того, как обучаемый отработал тяжелую рабочую смену.

Ключ № 2. Сотрудники учатся лучше в спокойной обстановке

Некоторые тренеры неправильно считают, что, держа обучаемых в страхе,

Если вы хотите способствовать процессу обучения, обозначьте конечную цель обучения.

можно заставить их внимательно слушать. Стресс подавляет процесс обучения. Мы должны пытаться расслабить обучаемых сотрудников, насколько это возможно. Обучение новой работе или новым навыкам само по себе является стрессом.

Ключ № 3. Сотрудники учатся лучше, когда им четко ясна цель или задача

Если вы хотите способствовать процессу обучения, обозначьте конечную цель обучения. Опишите ожидаемый результат. «Мы учим, как принимать и обслуживать гостей, чтобы гарантировать их удовольствие от качества и скорости обслуживания». Если вы не скажете обучаемому персоналу об этой цели, то их мысли в процессе обучения будут заняты самостоятельными догадками о конечной цели. Иногда конечная цель может быть очевидна для нас, но непонятна обучаемым.

Ключ № 4. Сотрудники учатся лучше, когда на вопрос «почему» дается ответ «что» и «как»

Каждые «что» или «как» будут лучше усваиваться и запоминаться, если их подкрепить вопросом «почему или зачем». Если вы хотите, чтобы официант подходил к столу через равнозначные отрезки времени, вы должны сказать ему или ей, на что нужно ориентироваться для того, чтобы определить и чувствовать время. Также объясните, как будет выглядеть оценка сервиса гостем, если не проделаны фазы обслуживания. Официант должен быть ответственным и видеть последствия!

Ключ № 5. Сотрудники учатся лучше, когда им предоставлена обратная связь

Обратная связь — информация, предоставленная для улучшения выполнения работы. Это значит, что как тренер-инструктор вы должны реагировать на старания ваших учеников и не оставлять их без внимания. Такая реакция может быть

выражена как в словесной, так и в иной форме. Кивание головой, такие слова как «хорошо» или «правильно» — простые, но довольно эффективные примеры поддержки обучаемых и их положительного отношения к обучению. Более формальным типом обратной связи в процессе обучения является критика. Здесь нужно будет сделать упор на положительные моменты, прежде чем что-то критиковать.

Ключ № 6. Делайте упор на то, «что делать», вместо того, что «не нужно делать»

Мы зачастую говорим ученикам, чего не нужно делать, вместо того, что делать нужно. Делайте упор на то, что им нужно делать в поставленной задаче, и избегайте разговоров о том, чего делать не нужно. Единственным исключением из правил являются вопросы, которые касаются удовольствия или безопасности гостя. Во всем остальном будьте позитивными!

Ключ № 7. Работа от известного к неизвестному

Ученики будут быстрее усваивать информацию, предложенную им в процессе обучения, если новые идеи, задачи или концепции связаны с уже установленными идеями и задачами. «Итак, сегодня начинается реклама новых предложений для гостя. Вы объявляете о них как обычно, но сегодня вы должны рассказывать о некоторых секретах приготовления блюда». Это метод, применяемый для налаживания контактов.

Ключ № 8. Не говорите на непонятном языке

Модные словечки, жаргон или словечки на иностранном языке — это все означает одно и то же. Слова, которые мы используем и понимаем в нашем бизнесе или в нашем ресторане, но которые неизвестны другим. Такой список может быть бесконечным. Если вы должны использовать какое-либо слово, сначала скажите, что оно означает, а затем уже используйте его. Если вы не должны использовать жаргон, то и не используйте его. Помните, наша цель — обучение команды, а не самолюбование.

Разнесите сложную задачу на несколько шагов и на несколько задач с меньшим количеством шагов для ее решения.

Ключ № 9. Разбейте сложные задачи на основные или мелкие

Разнесите сложную задачу на несколько шагов и на несколько задач с меньшим количеством шагов для ее решения. Затем научите сотрудников, как действовать по каждой поставленной задаче отдельно, пока вся сложная задача не будет усвоена.

Ключ № 10. Выполнение задач в процессе обучения

Большинство наших навыков, необходимых постоянным сотрудникам, — это задания, которые выполняются ими вручную. Поэтому если вы хотите, чтобы обучаемый научился тому, как справляться с поставленными задачами, у него должна быть возможность решать эти задачи в процессе обучения снова, снова и снова. Потому что мы не только учимся не делать все как можно быстрее, но и сохраняем навык надолго, повторяя все наработанное.

Ключ № 11. Обязательное использование процедур закрепления материала и демонстрации полученных навыков

Нередко популярные тренеры — прекрасные рассказчики и могут увлечь слушателей интересным выступлением. Однако если забыть про домашнее задание (закрепление навыков), то участники всегда могут сказать: я не верю, что смогу после нашего тренинга продавать (организовывать, разговаривать, обслуживать, говорить по телефону, выступать публично).

Ключ № 12. Рассказ обучаемых о себе

Для того чтобы определить весь диапазон представлений и еще раз обозначить цели и задачи тренинга, в начале занятий просто попросите участников представиться и рассказать о своих ожиданиях. Часто простую процедуру знакомства тренеры упускают как незначимую. Однако опыт показал: знакомство — один из обязательных элементов тренинга.

Ключ № 13. Анкета ожидания от тренинга

Ожидания участников от тренинга обычно упакованы в нейтральные формулы: узнать много нового, повысить квалификацию, обменяться опытом, познакомиться с новыми людьми. Естественно, большинство специалистов, участвуя в тренингах, планируют расширить круг не только профессионального, но и личного общения.

Ключ № 14. Тактичность — это этическая норма

Норма, требующая от говорящего понимать собеседника, избегать неуместных вопросов, обсуждения тем, которые могут оказаться неприятными для него.

Ключ № 15. Предупредительность

Она заключается в умении предвидеть возможные вопросы и пожелания собеседника, готовность подробно проинформировать его по всем существенным для разговора темам.

Ключ № 16. Терпимость

Она состоит в том, чтобы спокойно относиться к возможным расхождениям во мнениях, избегать резкой критики взглядов собеседника. Следует уважать мнение других людей, стараться понять, почему у них сложилась та или иная точка зрения. С таким качеством характера как терпимость тесно связана выдержанность — умение спокойно реагировать на неожиданные или нетактичные вопросы и высказывания собеседника.

Ключ № 17. Доброжелательность

Она необходима как в отношении к собеседнику, так и во всем построении разговора: в его содержании и форме, в интонации и подборе слов.

Ключ № 18. Способность видеть и принимать действительность и людей такой и такими, каковы она и они есть

Внимательно вглядываясь в окружающий мир, мы готовим себя к тому, чтобы

Искусство находить непривычные или неочевидные методы решения проблем, не выходя за рамки собственных возможностей или корпоративных правил, дает его обладателю огромные преимущества.

действовать такими способами, которые позволят нам легче пережить неприятности. Таким образом, мы учимся выживать еще до того, как в этом возникает необходимость.

Ключ № 19. Умение находить смысл в различных сторонах жизни

Также способность, которой обладают хорошо адаптирующиеся тренеры-инструкторы, — умение находить смысл в различных сторонах жизни, а также показать ценность момента обучаемым. Не менее важна и приверженность определенным ценностям.

Ключ № 20. Способность импровизировать

Важный составной элемент связан со способностью импровизировать. Искусство находить непривычные или неочевидные методы решения проблем, не выходя за рамки собственных возможностей или корпоративных правил, дает его обладателю огромные преимущества.

Помните, для того чтобы быть хорошим тренером-инструктором, желательно любить общаться с людьми, гостями, обучаемыми; иметь желание изменяться самому; получать удовольствие от успехов учащихся и вообще людей; быть достаточно радостным, оптимистичным и верить, что все удастся.

Без соблюдения этих правил вы будете выглядеть машиной для вдалбливания материала и не более. Сотрудники это увидят, и ваши старания чему-либо обучить свой персонал просто потерпят провал.

Используя 20 ключей и правил, можно вывести свой персонал на очень высокий уровень, уровень, который не должен рассматриваться рестораторами, исходя из формата или ценового сегмента своего предприятия. Уверен, что прошли уже те времена, когда хороший сервис мог быть только в ресторане премиум-класса, сегодня и в кафе необходимо давать сервис достойного уровня, что в итоге благотворно повлияет на всю индустрию гостеприимства в целом.

Мастер-класс

Стр. 57-61





О ПОВАРЕ:

Карьера Сергея Маслова, шеф-повара петербургского отеля Domina Prestige, началась, когда ему было 14 лет и он стал помощником повара в ресторане одной из туристических баз в пригороде Северной столицы. В 2004 году его пригласили на должность повара кейтеринговой компании Potel & Chobot, где он отвечал за подготовку, приготовление и отдачу выездных банкетов. В его послужном списке компания «Сокотель», Crowne Plaza Hotels и Four Seasons Hotel Lion Palace. Сам себя он не считает гениальным творцом, полагая, что главное на кухне — это четко выстроенная работа.

Лазанья с мясом

Ингредиенты для теста:

- ▶ мука семола – 200 г;
- ▶ яйцо куриное – 2 шт.;
- ▶ желток – 1 шт.;
- ▶ соль;
- ▶ пармезан.

Ингредиенты для лазаньи (на порцию):

- ▶ тесто на лазанью – 50 г;
- ▶ соус болоньезе – 100 г;
- ▶ руккола – 10 г;
- ▶ томаты черри – 20 г.

Ингредиенты для соуса:

- ▶ свиной фарш – 100 г;
- ▶ говяжий фарш – 100 г;
- ▶ оливковое масло – 50 мл;
- ▶ лук репчатый – 20 г;
- ▶ морковь – 20 г;
- ▶ сельдерей (корень) – 15 г;
- ▶ белые грибы – 20 г;
- ▶ красное вино – 100 мл;
- ▶ томаты – 100 г;
- ▶ томатная паста – 30 г;
- ▶ мясной бульон – 200 мл.



ТЕХНОЛОГИЯ ПРИГОТОВЛЕНИЯ:

Приготовить соус:

Обжарить мясо на разогретом оливковом масле. Затем готовое мясо поместить на перфорированный лист. В этом же сотейнике обжарить овощи, рубленые белые грибы, добавить травы и специи (тимьян, розмарин, мускатный орех), добавить томатную пасту и готовить несколько минут. Затем добавить мясо, красное вино (дать выпариться пару минут), добавить томаты, телячий бульон. Посолить и поперчить, довести до кипения, закрыть фольгой и запекать 1 час при 100 °С.

После того, как вы подготовили все составляющие, можно начинать готовить лазанью:

Раскатать тесто толщиной 3 мм.

Вырубить форму круга диаметром 8 см.

Отварить полученные лепешки из теста в подсоленной воде в течение 7 минут.

Извлечь тесто из воды и просушить.

Разогреть соус болоньезе.

Промыть рукколу, затем просушить.

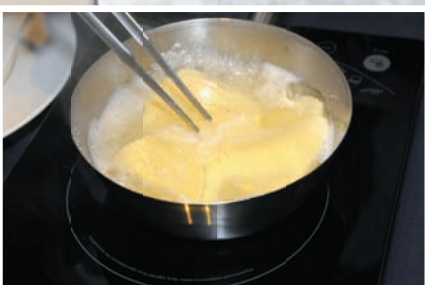
Нарезать томаты черри дольками.

Подготовить блюдо для сервировки.

Выложить лазанью слоями: отварное тесто – соус болоньезе – тесто – болоньезе (всего пять слоев);

Смешать рукколу и томаты черри, выложить поверх лазаньи.

Посыпать готовое блюдо тертым пармезаном.





R-keeper

Официальное представительство UCS в Санкт-Петербурге

«ЮСИЭС СПб» / UCS SPb

Московский пр., д. 91, офис 334, тел.: (812) 329-05-60

E-mail: info@ucs-spb.ru, www.ucs-spb.ru

реклама



MiniPOS

Процессор Intel ULV Celeron-M 1GHz with 0k L2 cache; оперативная память от 256MB до 1GB; размер/разрешение - 8.4" TFT LCD / 800x600; яркость 400cd/m²; сенсорная панель – четырех проводная резистивная; термопринтер - 2" Fujitsu с авто-отрезчиком, максимальная скорость печати 60mm/s, 57 mm; размеры (ШхШхГ) - 239.5x260.5x100 мм

Санкт-Петербург, Московский пр., д. 91, (812) 329-05-60, info@ucs-spb.ru, www.ucs-spb.ru



Термопринтер Star TSP 654

Чековый термо-принтер, предназначен для печати чеков в магазинах, барах, столовых и кафе. Термопечать 150 мм/сек 203 dpi (8 точек/мм), ширина бумаги - 80 мм (стандарт)/58 мм (опция), интерфейс Ethernet, размеры (ШхДхВ) 142x202x132 мм, автоотрез 1 млн операций (МСBF) (толщина бумаги 0.065 - 0.085 мм).

Санкт-Петербург, Московский пр., д. 91, (812) 329-05-60, info@ucs-spb.ru, www.ucs-spb.ru



Электронное меню Rk-Order

Супер-новинка на базе iPad и R-Keeper v.7. Прекрасная альтернатива «бумажному» меню, созданная на базе планшетного компьютера iPad производства компании Apple. Теперь гость ресторана может самостоятельно сделать заказ при помощи планшета.

Санкт-Петербург, Московский пр., д. 91, (812) 329-05-60, info@ucs-spb.ru, www.ucs-spb.ru



Термопринтер Sewoo LK T320

Термопечать 160 мм/сек 180 dpi, ширина чековой ленты 82 мм, USB, интерфейс RS-232C, TCP/IP, вес нетто 1,7 кг, размеры: 203.3x155.8x154.9 мм.

Санкт-Петербург, Московский пр., д. 91, (812) 329-05-60, info@ucs-spb.ru, www.ucs-spb.ru



MegaPos MP-3275L

Процессор VIA Eden ULV 1.6GHz; экран 15" TFT LCD сенсорный резистивный; разрешение 1024x768; яркость 250 кд/м². Прочная конструкция из современного пластика, мощный вентилятор, стандартные интерфейсы для подключения периферийных устройств. Оперативная память: от 512MB до 1GB. Габаритные размеры: (Ш*В*Г) 382x356x388мм.

Санкт-Петербург, Московский пр., д. 91, (812) 329-05-60, info@ucs-spb.ru, www.ucs-spb.ru



Glaive RT560, Glaive RT665

Процессор Intel® Atom™ D525 1M L2 Cache 1.8Ghz; оперативная память от 1 GB до 4 GB; размер/разрешение: 12" TFT LCD / 800x600, 15" TFT LCD / 1024x768; яркость (тип подсветки) 330 cd/m² (LED) / 250 (CCFL) / 450 cd/m² (LED); экран Touch Screen 5-и проводной резистивный; размеры (Ш,В,Г): 320x345x271мм, 370x389x271 мм.

Санкт-Петербург, Московский пр., д. 91, (812) 329-05-60, info@ucs-spb.ru, www.ucs-spb.ru



Специализированный электронный блокнот официанта на базе Apple iPod Touch 4 и 5 поколения

Терминал «Мобильный официант» работает через Wi-Fi. Его легко можно использовать на летних верандах, в залах ресторанов, где сложно проложить кабели для подключения стационарного оборудования. «Мобильный официант» - незаменимый помощник при обслуживании бизнес-ланчей, при массовом наплыве гостей и т. д.

Санкт-Петербург, Московский пр., д. 91, (812) 329-05-60, info@ucs-spb.ru, www.ucs-spb.ru



 <p>реклама</p>	<p>POS-монитор Panasonic JS-960 WS</p> <p>Новейшая модель компании Panasonic — POS-система JS-960WS — производит революцию на рынке своей высочайшей производительностью и возможностями трансформации.</p> <p>Группа компаний ККС 198020, г. Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А, пом.12Н тел./факс: (812) 240-08-21 www.ccrs.ru, e-mail: commerce@spb.ccrs.ru</p>	 <p>реклама</p>	<p>Система автораздачи Drive Thru</p> <p>Предназначена для автоматизации ресторанов быстрого обслуживания.</p> <p>Система состоит из: базовой станции; ION IQ – беспроводной системы голосовой связи; детектора автомобилей + система ZOOM; терминала приема заказов; программного обеспечения.</p> <p>Группа компаний ККС 198020, г. Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А, пом.12Н тел./факс: (812) 240-08-21 www.ccrs.ru, e-mail: commerce@spb.ccrs.ru</p>
 <p>реклама</p>	<p>POS-монитор Panasonic JS-960 WP</p> <p>Компактный, «все-в-одном», дизайн JS-960WP позволяет удобно разместить оборудование и требует меньше пространства для установки.</p> <p>Группа компаний ККС 198020, г. Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А, пом.12Н тел./факс: (812) 240-08-21 www.ccrs.ru, e-mail: commerce@spb.ccrs.ru</p>	 <p>реклама</p>	<p>Чековый принтер SPARK-PP-2010</p> <p>Универсальный чековый принтер SPARK-PP-2010 с тремя портами RS232 / USB / LAN оснащен портом управления денежным ящиком. SPARK-PP-2010 – это полная универсальность, взаимозаменяемость, качество и надежность.</p> <p>Группа компаний ККС 198020, г. Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А, пом.12Н тел./факс: (812) 240-08-21 www.ccrs.ru, e-mail: commerce@spb.ccrs.ru</p>
 <p>реклама</p>	<p>POS-монитор SPARK-TT-2115</p> <p>Бескулерный POS-монитор с 15" полноэкранным сенсорной панелью без выступающих кромок, с высокоэффективным 2-ядерным процессором Intel Atom N330 Dual-core. Влаго- и пыленепроницаемый корпус без вентиляторов, обеспечивает надежную работоспособность в жестких условиях.</p> <p>Группа компаний ККС 198020, г. Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А, пом.12Н тел./факс: (812) 240-08-21 www.ccrs.ru, e-mail: commerce@spb.ccrs.ru</p>	 <p>реклама</p>	<p>IS-Click</p> <p>Аппаратно - программный комплекс сбора, хранения и предоставления статических данных для оценки качества обслуживания.</p> <p>Состоит из папки - счета со встроенной панелью выставления оценок и программного обеспечения.</p> <p>Группа компаний ККС 198020, г. Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А, пом.12Н тел./факс: (812) 240-08-21 www.ccrs.ru, e-mail: commerce@spb.ccrs.ru</p>
 <p>реклама</p>	<p>POS-монитор SPARK-TT-2115</p> <p>Бескулерный POS-монитор с высокоэффективным 2-ядерным процессором Intel Atom N330 Dual-core. Белый цвет корпуса и дополнительный 12" экран для презентаций придают этому устройству особую привлекательность.</p> <p>Группа компаний ККС 198020, г. Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А, пом.12Н тел./факс: (812) 240-08-21 www.ccrs.ru, e-mail: commerce@spb.ccrs.ru</p>	 <p>реклама</p>	<p>Мобильное рабочее место кассира</p> <p>Мобильный кассовый комплекс для осуществления расчетов при продаже товаров, выполнении работ, оказании услуг.</p> <p>Состоит из программно-технической комплекса СПАРК-125К и планшета с операционной системой Android с установленным программным обеспечением.</p> <p>Группа компаний ККС 198020, г. Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А, пом.12Н тел./факс: (812) 240-08-21 www.ccrs.ru, e-mail: commerce@spb.ccrs.ru</p>
 <p>реклама</p>	<p>POS-монитор SPARK-TT-2015</p> <p>Легкий дешевый монитор SPARK-TT-2015 на базе процессора Intel Atom N270, с 15-дюймовым сенсорным экраном в металлическом корпусе без вентиляторов, на подставке с регулируемым углом наклона.</p> <p>Группа компаний ККС 198020, г. Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А, пом.12Н тел./факс: (812) 240-08-21 www.ccrs.ru, e-mail: commerce@spb.ccrs.ru</p>	 <p>реклама</p>	<p>Intellect Style – Отель</p> <p>Предназначен для автоматизации сетей отелей, гостиниц, санаториев и пансионатов, мини-отелей, турагентств. Поставляется в 3-х конфигурациях (Лайт, Стандарт и Люкс), в зависимости от инфраструктуры объекта. Функционал обеспечивает автоматизацию всех технологических процессов.</p> <p>Группа компаний ККС 198020, г. Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А, пом.12Н тел./факс: (812) 240-08-21 www.ccrs.ru, e-mail: commerce@spb.ccrs.ru</p>
 <p>реклама</p>	<p>POS – монитор SPARK-TM-2015</p> <p>Компактный и легкий монитор с 15" резистивным сенсорным экраном предназначен для использования в ресторане, фастфуде, магазине. Модель выполнена в черном цвете.</p> <p>Группа компаний ККС 198020, г. Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А, пом.12Н тел./факс: (812) 240-08-21 www.ccrs.ru, e-mail: commerce@spb.ccrs.ru</p>	 <p>реклама</p>	<p>«Intellect Style» – Market. Автоматизация рабочего места кассира</p> <p>Предназначен для автоматизации работы кассира. Данный модуль может применяться для реализации различных кассовых функций в ресторанах, магазинах, в кафе, барах и т.д. Наличие протокола взаимодействия позволяет интегрировать «iS Market» с другими товарно-кассовыми системами.</p> <p>Группа компаний ККС 198020, г. Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А, пом.12Н тел./факс: (812) 240-08-21 www.ccrs.ru, e-mail: commerce@spb.ccrs.ru</p>
 <p>реклама</p>	<p>POS-монитор SPARK-LM-2015</p> <p>Компактный элегантный монитор с 15" экраном предназначен для использования в ресторане, фастфуде, магазине, где не требуется сенсорная панель. Модель выполнена в белом и черном цветах.</p> <p>Группа компаний ККС 198020, г. Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А, пом.12Н тел./факс: (812) 240-08-21 www.ccrs.ru, e-mail: commerce@spb.ccrs.ru</p>	 <p>реклама</p>	<p>«Intellect Style» – Автоматизация общественного и корпоративного питания</p> <p>Программно-аппаратный комплекс для автоматизации общественного и школьного питания. Основан на программном продукте Intellect Style - Ресторан конфигурации «Люкс». В состав комплекса входят следующие элементы: терминал для приема денежных средств; рабочее место кассира, сервер.</p> <p>Группа компаний ККС 198020, г. Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А, пом.12Н тел./факс: (812) 240-08-21 www.ccrs.ru, e-mail: commerce@spb.ccrs.ru</p>
 <p>реклама</p>	<p>Программно-технический комплекс СПАРК-115К</p> <p>Фискальный регистратор СПАРК-115К создан на базе новейшего термопринтера EPSON TM-T70. Уникальная конструкция принтера – с загрузкой бумаги и выдачей чека с передней панели – позволяет встраивать его в прилавок.</p> <p>Группа компаний ККС 198020, г. Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А, пом.12Н тел./факс: (812) 240-08-21 www.ccrs.ru, e-mail: commerce@spb.ccrs.ru</p>	 <p>реклама</p>	<p>IS-line - Система управления очередью</p> <p>Эффективное решение для оптимизации работы организации, в которой ведется прием посетителей. Незаменима в пенсионных фондах, государственных организациях, банках, медицинских клиниках, страховых компаниях, визовых центрах.</p> <p>Электронная система управления очередью упорядочивает работу, повышает имидж организации и является экономически выгодной.</p> <p>Группа компаний ККС 198020, г. Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А, пом.12Н тел./факс: (812) 240-08-21 www.ccrs.ru, e-mail: commerce@spb.ccrs.ru</p>

Годовая подписка — 5664 ₽ (в т. ч. НДС 18%)



Предлагаем Вашему вниманию презентационный экземпляр журнала «РесторановедЪ» — ведущего издания в Санкт-Петербурге и Северо-Западном регионе о ресторанном бизнесе. «РесторановедЪ» — это самые актуальные новости и тренды рынка, практический опыт ведущих ресторанов и шеф-поваров, аналитика и экспертные мнения, мастер-классы и репортажи с отраслевых выставок, конференций, форумов.

Многие Ваши коллеги уже по достоинству оценили компетентность и реальную ценность издания, поэтому давно являются постоянными подписчиками журнала «РесторановедЪ».

Подробности на сайте

restoranoved.ru

ООО «Издательство «Наша деловая пресса»
196084, Россия, г. Санкт-Петербург, ул. Коли Томчака, д. 28, лит. Ц, тел/факс: 493-3373, 493-4404
ИНН 7810139885 КПП 781001001
Р/с 40702810255230179590 в Северо-Западном банке
ПАО «Сбербанк России», г. Санкт-Петербург
К/с 30101810500000000653 БИК 044030653

Счет-заказ № **РВ-7** от « » июль 2016 г.

Заказчик: _____

Адрес: _____

Телефон: _____

! В платежном поручении в графе «Назначение платежа» обязательно укажите: **Подписка «РесторановедЪ» и адрес доставки**

Наименование услуг	Кол-во комплектов	Сумма
Журнал «РесторановедЪ» период с 01.08.16 по 30.07.2017	1	4800-00
	Итого:	4800-00
	НДС 18%	864-00
	ВСЕГО к оплате:	5664-00

Всего к оплате: пять тысяч шестьсот шестьдесят четыре рубля 00 коп. (в т. ч. НДС — 864 рубля)

Коммерческий директор



Кузнецова Е. А.

ВНИМАНИЕ

после оплаты счета сообщите в редакцию по телефонам (812) 493-33-73 и 493-44-04 или по e-mail: podpiska@mediavibor.ru номер счета, номер платежного поручения, адрес и контактные данные для доставки журналов

Периодичность выпуска журнала: с 01.01.16 по 31.12.16 — 12 номеров



XXV Международная
Продовольственная
выставка «ПЕТЕРФУД»

15–17 ноября
2016 года,
Санкт-Петербург,
ЭКСПОФОРУМ



ЗАКУПЩИКИ 50 СЕТЕЙ НА ВАШЕМ СТЕНДЕ

Участвуя в выставке, Вы:

- Проведете дегустацию всей линейки собственных брендов для закупщиков 50 региональных и федеральных сетей.
- Узнаете конкретные требования к ассортименту в Вашей категории из «первых рук»

Ваш стенд организовано посетят представители следующих сетей:

7Я семья, SPAR, Санкт-Петербург
X5 Retail Group (Карусель, Пятёрочка), Санкт-Петербург
Адепт (сеть фирменных магазинов), Великий Новгород
Азбука Вкуса, Санкт-Петербург
Бородинский, Петрозаводск, Санкт-Петербург
Верный, Москва
ВкусВилл, Москва
Диета 18, Санкт-Петербург
Дикси ГК, Санкт-Петербург
Евророс ТД, Мурманск
Империал, Пчелка, Псков
Как сыр в масле, ЛО
Квартал, Великий Новгород
Крошка-Картошка, сеть кафе, Санкт-Петербург

ЛЕНОБЛПОТРЕБСОЮЗ, Ленинградская область
Лента, Санкт-Петербург
Лотос ТХ, Петрозаводск
Лукойл, Санкт-Петербург
Лукошко, Санкт-Петербург
ЛЭНД, Санкт-Петербург
Metro С&С, Санкт-Петербург
Магнит, Санкт-Петербург
Мера-Маркет, Санкт-Петербург
Меркурий, Петрович, Архангельская область
Мировой, Санкт-Петербург
О'Кей, Санкт-Петербург
Оптотек РЯДЫ, Санкт-Петербург
Органика, Санкт-Петербург
Первая премия, Санкт-Петербург
Петровский, Архангельск

Петровский СТМ, Архангельск
Пловдив, Санкт-Петербург
Полушка, Санкт-Петербург
Призма, Санкт-Петербург
Пятачок, Санкт-Петербург
Реаль ТД, Санкт-Петербург
Ритм 2000, Тверь
Роснефть, магазины на АЗС, Санкт-Петербург
СантаМаг, Санкт-Петербург
Сезон, Санкт-Петербург
Союз Ассоциация Торговых предприятий, Санкт-Петербург
Улыбка радуги, Санкт-Петербург
Фа-маркет Фазтон, СПб
Хорошие новости, Санкт-Петербург
И другие сети

ОФОРМИТЕ УЧАСТИЕ НА САЙТЕ www.peterfood.ru

Организатор:



Тел./факс: (812) 327 49 18, (495) 730 79 06
E-mail: imperiam@imperiamforum.ru

НОВЫЙ СТАНДАРТ

В АВТОМАТИЗАЦИИ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА



R-keeper 7



КРУГЛОСУТОЧНОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ
СЕРВИСНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ
24 ЧАСА
7 дней в неделю

реклама

41 000 ресторанов используют R-Keeper

Официальное представительство UCS в Санкт-Петербурге

«ЮСИЭС СПБ» / UCS SPB

Московский пр., д. 91, офис 324, тел.: (812) 329-05-60

E-mail: info@ucs-spb.ru, www.ucs-spb.ru