

# РесторановедЪ

РесторановедЪ 8-9 (71-72) август-сентябрь 2016

11  
Как открыть  
французский  
ресторан

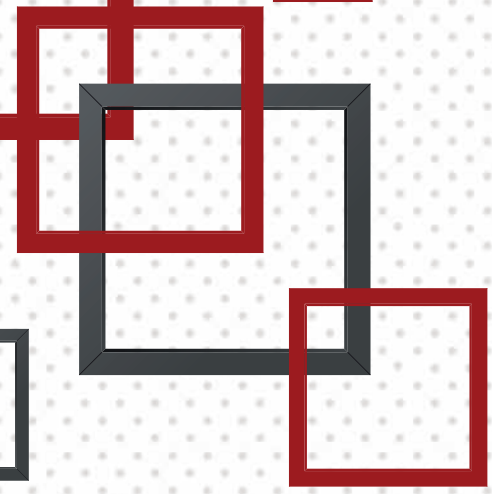
Еда, вино и другие  
слагаемые  
удачного проекта

29

Александр Затуливетров:

**«Рестораны — это  
дьявольский бизнес»»**

34



**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](http://welcome-forum.ru)**

8 812 493 44 04

[pr@mediavibor.ru](mailto:pr@mediavibor.ru)

РесторановедЪ 

## От редакции

Этот номер мы выпустили незадолго до форума «Искусство гостеприимства», который наше издательство организует и проводит в Петербурге 8 и 9 сентября для рестораторов и отельеров. Мероприятие обещает быть масштабным, разноплановым. А еще интернациональным. Таким, каким в итоге получился августовский «РесторановедЪ».

Достаточно даже просто познакомиться с основной темой, сформулированной предельно просто и понятно: «Как открыть французский ресторан». В ней мы собрали сразу четыре материала, у каждого из которых есть собственный шарм. Серж Фери, главный шеф-повар петербургских отелей «Астория» и «Англетер», рассказывает об особенностях ресторанного бизнеса своей Родины, подробно объясняет, чем один формат заведения отличается от другого и что можно назвать ключевыми позициями в меню, например, брассерии. Мнением по поводу специфики французской кухни и перспектив подобных проектов в России делится Режис Тригель, шеф-повар модного московского ресторана «Мост». Особое мнение на сей счет и у Игоря Гюнашана, заядлого путешественника и истинного ресторатора, влюбленного во французские кулинарные традиции, Петербург и Армению — страну, в которой гостеприимство в крови у всех с рождения, так же, как и любовь к вкусной еде. Но и этим французская история не заканчивается. Мы не обошли вниманием новый проект, недавно появившийся в Северной столице. Речь о трюфельном доме BRUNO с его монопродуктовой концепцией.

Кроме того, у наших читателей появилась возможность заглянуть в закулисы весьма успешного проекта «EDA и вино», созданного дружной командой Demetra Art Hotel. По прочтении статьи становится ясно: даже за три-четыре месяца идея способна «выстрелить». Особенно если эта идея по-настоящему хорошая и своевременная.

Впрочем, известный ресторатор Александр Затуливетров на собственном опыте в течение многих лет доказывает правильность данного утверждения. Как? Об этом — в предельно честном эксклюзивном интервью, которое успешный предприниматель и яркий человек дал нашему изданию.

И, конечно, особое внимание, как, впрочем, и всегда, мы уделили шеф-поварам. Один из них — Сантьяго Ластра Родригес — приехал в Петербург всего на несколько дней, но в плотном графике визита нашел возможность для доверительной беседы с представителем журнала «РесторановедЪ». Другой — Павел Погунов, работающий в ресторане «Нож справа, вилка слева» — провел мастер-класс по приготовлению говядины «Веллингтон» с лисичками.

Приятного... чтения! И до встречи на форуме «Искусство гостеприимства».

## РесторановедЪ

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

[www.restoranoved.ru](http://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, Анна Губская

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

Фото на обложке из личного архива  
Александра Затуливетрова

Журнал «РесторановедЪ» 8-9 (71-72)

август-сентябрь 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 номере, 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](mailto:podpiska@restoranoved.ru)

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

E-mail для писем: [info@mediavivor.ru](mailto: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

## АКТУАЛЬНОЕ ИНТЕРВЬЮ

6

Эльгиз Качаев: «Кризис почистил рынок: ушли те, кто не выдержал испытания снижением спроса»

## ТЕМА НОМЕРА. КАК ОТКРЫТЬ ФРАНЦУЗСКИЙ РЕСТОРАН

12

Серж Фери: «Настоящий бренд французской кухни – это лягушачьи лапки, улитки по-бургундски, морепродукты»

14

Режис Тригель: «Для французов улитки – это больше праздничное блюдо»

18

«Рецепт» французского ресторана: вкусная еда, качественные продукты и особый шарм

22

Подача горячего хлеба 24 часа в сутки это несложно

24

Трюфель как основа концепции

27

Плиты Kraft серии ЕКО 700: решение для бережливых рестораторов

28

Гастрономический Париж

## КОНЦЕПЦИЯ

29

Еда, вино и другие слагаемые удачного проекта

Ресторатор Александр Затуливетров вспоминает о том, как делал первые шаги в индустрии гостеприимства, строил планы и их реализовывал, вспоминает об ошибках и способах выхода из сложной ситуации. Кроме того, он дает ценные рекомендации по открытию заведений различных форматов.



34

Проект «EDA и вино», созданный дружной командой Demetra Art Hotel, доказал свою состоятельность буквально через три месяца со дня открытия. О том, как сделать кулинарию успешной и востребованной за такое короткое время рассказывает ее руководитель Юлия Забнева.

29

## 5

Французские рестораны в России были всегда в моде. Сегодня они по-прежнему популярны. Но стоит ли игра свеч, если рассматривать их, как бизнес-проект? Эксперты с большим опытом практической работы – шеф-повара и рестораторы – делятся опытом, рассказывают об истории своих заведений, дают практические рекомендации по выбору формата и составлению меню.



## РЕСТОРАТОР

34

Александр Затуливетров: «Рестораны – это дьявольский бизнес»

## АВТОМАТИЗАЦИЯ &amp; ИТ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

51

## ПЕРСОНАЛ / ШЕФ-ПОВАР

54

Сантьяго Ластра Родригес: «Любимая кухня – мексиканская, она у меня в крови»

## МАСТЕР-КЛАСС

59

Говядина веллингтон с лисичками

62

ФОТОВИТРИНА

Производство мебели  
для кафе, ресторанов,  
гостиниц, школ, дома и сада

РЕВАНШ СПБ



Стулья и табуреты  
удобные и прочные,  
Стол стандартные  
и под заказ,



Диваны уютные  
и комфортные



Производство:  
г. СПб, п. Парголово, Подгорная ул., д. 39  
т. (812) 677-05-12, (812) 677-06-12  
т. +7 (921) 931-50-62

8-800-555-02-89

Бесплатный звонок по России

[www.revansh-plus.ru](http://www.revansh-plus.ru)  
e-mail: [revansh95@mail.ru](mailto:revansh95@mail.ru)



Летняя мебель для Ваших друзей,  
Школьная мебель для Ваших детей!

и многое другое

реклама.ру



## Тентовые конструкции — любое решение

СТИЛЬНО



МОБИЛЬНО



НАЛЕЖНО



реклама

(812) 974-64-84

(921) 744-33-98

[www.tent-spb.ru](http://www.tent-spb.ru)

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

### На 15%...

в январе-июле 2016 года уменьшился оборот рынка общепита Пермского края и составляет 13,3 млрд рублей. Такие данные приводит Пермьстат.

Всего же, по информации 2gis, в Перми на август нынешнего года насчитывается 1592 заведения, 26,7% из которых убыточные.

### Более 15 000...

ресторанов сегодня работает во французской столице. Таким образом, именно этот сегмент бизнеса можно назвать самым конкурентным. При этом он очень интернационален, объединяет заведения разных форматов и представляет кулинарные традиции многих стран мира. Так, в Париже открылся даже ресторан казахской кухни Chez Mademoiselle, уже включенный в гид Мишлен.

### В 15...

номинациях будет вручена премия Tatarstan Top Restaurants Award. Таким образом, станут известны лучшие рестораны республики по версии организаторов мероприятия. Торжественная церемония пройдет 28 октября 2016 года в Казани.

реклама		<p><b>Бокалы, стаканы, шоты</b>          Стильная, экологичная посуда          Разнообразие форм и цветов          Материал: поликарбонат, акрил, полипропилен          Небьющаяся, можно мыть в посудомоечной машине          Нанесение логотипа любой сложности          Производство Италия</p>
	<p><b>Компания «Ресурс»</b>          (812) 963-2333, (981) 721-7768  <a href="http://www.nipco-it.ru">www.nipco-it.ru</a> info@nipco-it.ru</p>	

реклама		<p><b>Миниформы для фуршетов FINGER FOOD</b>          Одноразовые класса премиум, сверхпрозрачные          Экономят место, эффектно смотрятся          Идеальное дополнение при сервировке          Более 30 видов, цвет прозрачный в наличии          Производство Италия</p>
	<p><b>Компания «Ресурс»</b>          (812) 963-2333, (981) 721-7768  <a href="http://www.nipco-it.ru">www.nipco-it.ru</a> info@nipco-it.ru</p>	

### Около 500 кв. м...

составит площадь нового ресторана «Находка seafood & bar», который откроют в Петербурге Николай Александров (сын главы компании «Метрострой») и ресторатор Сергей Глазырин, известный по проектам «Птичий двор», Masarena, «Этаж 41», Meat Head.

Средний счет в заведении составит предположительно 2 тысячи рублей. Акцент в меню, очевидно, сделают на морепродуктах.

### 90%...

компаний в ресторанном бизнесе России работают по серым схемам. Такие цифры приводит газета «Ведомости» со ссылкой на Екатерину Стародубцеву, директора Hurta Recruitment. Причин такой ситуации множество, в частности, отчисления в Пенсионный фонд и фонды страхования.

### На 19%...

вырос объем продаж ресторанов в США с 2012 по 2015 год. Причем именно ресторанный бизнес — наиболее динамично развивающийся сегмент рынка коммерческой недвижимости страны.

## Холодильные шкафы — гарантия дохода

Компания NICOLD представляет различные виды холодильного оборудования, в том числе холодильные шкафы, укомплектованные стеклянными дверями.

Важно отметить, что такие холодильные шкафы могут работать в помещениях и на открытых площадках. Иными словами, они, с одной стороны, универсальны, а с другой, надежны. Ведь далеко не каждый агрегат способен выдержать испытания переменчивым климатом.



Еще одним несомненным преимуществом данного оборудования является его полезный объем. Он варьируется от 52–92 литров.

И, конечно, весомый аргумент — это стоимость холодильных шкафов — от 19471 рублей. Разумная плата за высокое качество.



**№1**  
НАСТОЛЬНЫЕ ОХЛАЖДАЕМЫЕ ВИТРИНЫ

реклама



**t° +2+7**

	-----2*GN 1/3 + GN 1/2 -----	1000 мм
	-----6*GN 1/3 -----	1390 мм
	-----5*GN 1/3 + GN 1/2 -----	1485 мм
	-----7*GN 1/3 + GN 1/2 -----	1835 мм
	-----9*GN 1/3 -----	1970 мм
	-----11*GN 1/3 -----	2280 мм

☎ 8 495 411-08-08
☎ 8 800 333-55-15
[www.hicold.ru](http://www.hicold.ru)

# Эльгиз Качаев: «Кризис почистил рынок: ушли те, кто не выдержал испытания снижением спроса»

Ресторанный бизнес Северной столицы доказал свою жизнеспособность и состоятельность, несмотря на изменения, которые за последние несколько лет произошли в экономике страны. О текущей ситуации и перспективах развития мы поговорили с председателем Комитета по развитию предпринимательства и потребительского рынка Санкт-Петербурга Эльгизом Качаевым, который дал нашему журналу эксклюзивное интервью.





— *Эльгиз Идрисович, какова ситуация в ресторанном бизнесе Санкт-Петербурга на данный момент?*

» По состоянию на первое января 2016 года всего в нашем городе насчитывается более 7,4 тысяч предприятий общественного питания, представленных множеством форматов, начиная с ресторанов и кафе и заканчивая столовыми и буфетами. При этом обеспеченность населения посадочными местами составляет 82,66%. По сравнению с 2015 годом количество предприятий осталось на прежнем уровне. Что касается финансовых показателей, а именно оборота 2015 год, то он составил 56,2 млрд руб. и уменьшился относительно 2014 года на 5,1%.

— *Чем вызвана такая динамика?*

» Снижение темпов роста оборота общественного питания в 2015 году объясняется влиянием роста геополитической напряженности, девальвацией рубля, ускорением инфляции, возобновлением роста сберегательной активности населения, снижением активности коммерческих банков по кредитованию физических лиц и высокими затратами российских потребителей на оплату кредитов.

— *А какие положительные моменты можете отметить?*

» Оборот общественного питания в январе-июне 2016 года составил 30,7 млрд рублей и увеличился относительно аналогичного периода 2015 года на 5,9%.

Безусловно, кризис внес свои коррективы, изменились ингредиенты блюд, ассортимент, средний чек, горожане стали реже посещать предприятия общественного питания. Вместе с тем в кризис открытие ресторана требует меньших вложений: дешевле аренда, материалы, ниже зарплаты. Нанять ту же ремонтную бригаду дешевле, чем пару лет назад, а качество не страдает: люди держатся за место.

— *Изменился ли, на ваш взгляд, ресторанный бизнес Петербурга?*

В соответствии с распоряжением Комитета по развитию предпринимательства и потребительского рынка Санкт-Петербурга от 13.05.2016 № 2318-р «О реализации постановления Правительства Санкт-Петербурга от 30.03.2016 № 219 в части, касающейся поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в Санкт-Петербурге» в 2016 году субсидии СМСП предоставляются по программам:

- по специальной программе «Кредитование коммерческими банками субъектов малого и среднего предпринимательства»;
- по специальной программе «Поддержка социального предпринимательства»;
- по специальной программе «Субсидирование затрат субъектов малого и среднего предпринимательства на создание и (или) развитие групп дневного времяпрепровождения детей дошкольного возраста»;
- по специальной программе «Сертификация»;
- по специальной программе «Субсидирование затрат субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих деятельность в сфере ремесленничества и народных художественных промыслов»;
- по специальной программе «Выставочно-ярмарочная деятельность»;
- по специальной программе «Субсидирование части арендных платежей субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих производственную деятельность в сфере легкой промышленности».

Статьей 10 ТР ТС 021/2011 установлена обязанность изготовителя пищевой продукции по разработке, внедрению и поддержанию процедур, основанных на принципах ХАССП. Выполнение этих требований является обязанностью производителя согласно статье 11 ТР ТС 021/2011.

Оценка эффективности разработанных и внедренных процедур, основанных на принципах ХАССП, производится специалистами Роспотребнадзора в ходе федерального государственного санитарно-эпидемиологического надзора и надзора за соблюдением требований ТР ТС субъектами предпринимательства, занятыми в сфере производства пищевой продукции.

За несоблюдение производителем пищевой продукции требований ТР ТС 021/2011 установлена административная ответственность

в соответствии с частью 1 - 3 статьи 14.43 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в виде административного штрафа до 1 млн. рублей или административного приостановления деятельности на срок до 90 суток.

» Кризис «почистил» рынок: ушли те, кто не выдержал испытания снижением спроса. А у новых предприятий появилась возможность занять пустующие ниши и площадки, рост курса валют стал стимулом для развития внутреннего туризма. В Санкт-Петербурге этой весной был настоящий бум открытий предприятий общественного питания, особенно активно развивался малый бизнес. Причем, лидеры рынка запускают по одному-два проекта, появилось более 20 новых несетевых заведений.

Отмечу, что руководители недавно открывшихся предприятий делают ставку на туристическую

привлекательность Санкт-Петербурга. Вместе с тем концепции кухни, как правило, не изменились. Владельцы и топ-менеджеры проектов отслеживают тенденции отрасли в целом и находят пути сохранения бизнеса с учетом спроса населения. Приоритетным направлением развития является работа с российскими производителями, с фермерскими хозяйствами и органическими продуктами. При этом не все открытия сосредоточены в центре города, что является признаком подъема рынка. Ведь значит, места на главных улицах заняты. Однако и на окраине есть на что рассчитывать. По оценке руководителей предприятий ресторанного бизнеса, общий объем инвестиций в открытия за 2 месяца — около 350 млн рублей. Одна кофейня до 50 кв. м может стоить 3–4 млн, ресторан — 15–25 млн рублей.

— *Эльгиз Идрисович, есть направление, которое сейчас прогрессирует активнее других?*

» Последние годы в Санкт-Петербурге активно развивается формат «кофе с собой», а кофейни являются самым растущим сегментом. В основном это или небольшие точки с кофе навынос начинающих рестораторов, или более крупные проекты профессиональных обжарщиков. Ценители кофе в первую очередь интересуются, кто поставщик кофе и кто его обжаривает.

Набирает обороты формат уличной еды, фастфуда, растет количество предприятий быстрого обслуживания, столовых.

Продолжает развиваться национальная кухня. В первом полугодии 2016 года открывались предприятия с русской, японской, китайской, грузинской, индийской, тайской, сербской, итальянской кухнями. Кстати, если несколько лет назад модоу на Италию символизировала паста, теперь Апеннины представлены в основном пиццериями и барами.

— *Какие тенденции вы еще отметили бы?*

» Помимо постоянных участников рынка услуг общественного питания, приходят новые игроки.

— **Чем администрация города помогает предпринимателям?**

» Комитет по развитию предпринимательства и потребительского рынка Санкт-Петербурга оказывает информационную поддержку, проводя в течение года в Центре импортозамещения и локализации в Ленэкспо и на других площадках города встречи, совещания, круглые столы, на которых обсуждаются наиболее актуальные вопросы отрасли.

В рамках развития и внедрения прогрессивных методов подготовки кадрового обеспечения в сфере общественного питания, а также с целью повышения уровня обслуживания и качества предоставляемых услуг общественного питания в Санкт-Петербурге, мы проводим конкурсы, фестивали, семинары. Наша общая задача — сделать так, чтобы качество услуг соответствовало международным стандартам и одновременно повышалась привлекательность Санкт-Петербурга для туристов.

— **А если говорить о материальной составляющей?**

» В рамках финансовой поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства в Санкт-Петербурге Комитет предоставляет субсидии на возмещение части понесенных затрат предпринимателя в размере, предусмотренном условиями специальных программ.

Обращаю особое внимание предпринимателей, что с 15 февраля прошлого года завершен переходный период и, согласно требованиям Технического регламента Таможенного союза (ТР ТС) 021/2011 «О безопасности пищевой продукции», обязательно применение принципов ХАССП.

Кром того, наш Комитет компенсирует предпринимателям часть затрат по специальной программе «Сертификация», с условиями которой рекомендую ознакомиться на сайте комитета.

» *Наша общая задача — сделать так, чтобы качество услуг соответствовало международным стандартам и одновременно повышалась привлекательность Санкт-Петербурга для туристов.* “

— **Каждый год одним из актуальных для ресторанного бизнеса вопросов становится открытие веранд, террас, летних кафе.**

» Вы правы. В связи с изменением федерального законодательства с 2012 года в Санкт-Петербурге размещение нестационарных торговых объектов, в том числе выносных столиков и летних кафе, осуществляется в соответствии с порядком, утвержденным постановлением Правительства Санкт-Петербурга от 27.09.2012 №1045.

Таким образом, размещение летних кафе и выносных столиков возможно только на земельных участках, включенных в схему размещения нестационарных торговых объектов. В случае размещения сезонного объекта общественного питания на земельном участке, смежном с тем, на котором располагается предприятие общественного питания (кафе, ресторан), договор заключается без проведения аукциона сроком на 5 лет.

Требования в сфере размещения таких объектов в 2016 году никаким образом не изменились и не отличаются от тех, что действовали годом ранее.

Более того, исполнительными органами государственной власти принимаются различные меры, способствующие упрощению данной процедуры. Так, сокращены сроки рассмотрения заявлений, увеличен срок аренды с 3 до 5 лет, разрешено размещать летние кафе и выносные столики и таких же некапитальных торговых объектов.

Прием документов на размещение НТО осуществляется посредством МФЦ, рассмотрение и заключение договоров осуществляет Комитет имущественных отношений.

— **Эльгиз Идрисович, как оцениваете перспективы?**

» Изучив ситуацию на рынке общественного питания Санкт-Петербурга, можно с уверенностью утверждать, развитие идет высокими темпами, рынок еще не насыщен и на нем есть еще достаточно места для большого количества предприятий ресторанного бизнеса.

*Записал Игорь Еленин*

2-5  
марта  
2017



15-я Международная специализированная  
выставка индустрии гостеприимства

★★★★★  
**ExpoHoreca**  
Санкт-Петербург



ПРОДУКТЫ  
ПИТАНИЯ



НАПИТКИ



ДИЗАЙН И ДЕКОР

ОБОРУДОВАНИЕ



ОСНАЩЕНИЕ



ФРАНЧАЙЗИНГ

реклама

**Нас выбирают профессионалы!**

Организатор  
выставки:



+7 (812) 777-04-07, 718-35-37  
horeca@farexpo.ru, farexpo.ru

Генеральный  
партнёр:

Некоммерческое Партнёрство  
**Академия Гостеприимства**



Генеральные  
информационные партнёры:

все о современном ресторанным бизнесе  
**РесторановедЪ** **ОТЕЛД**

# Как открыть французский ресторан

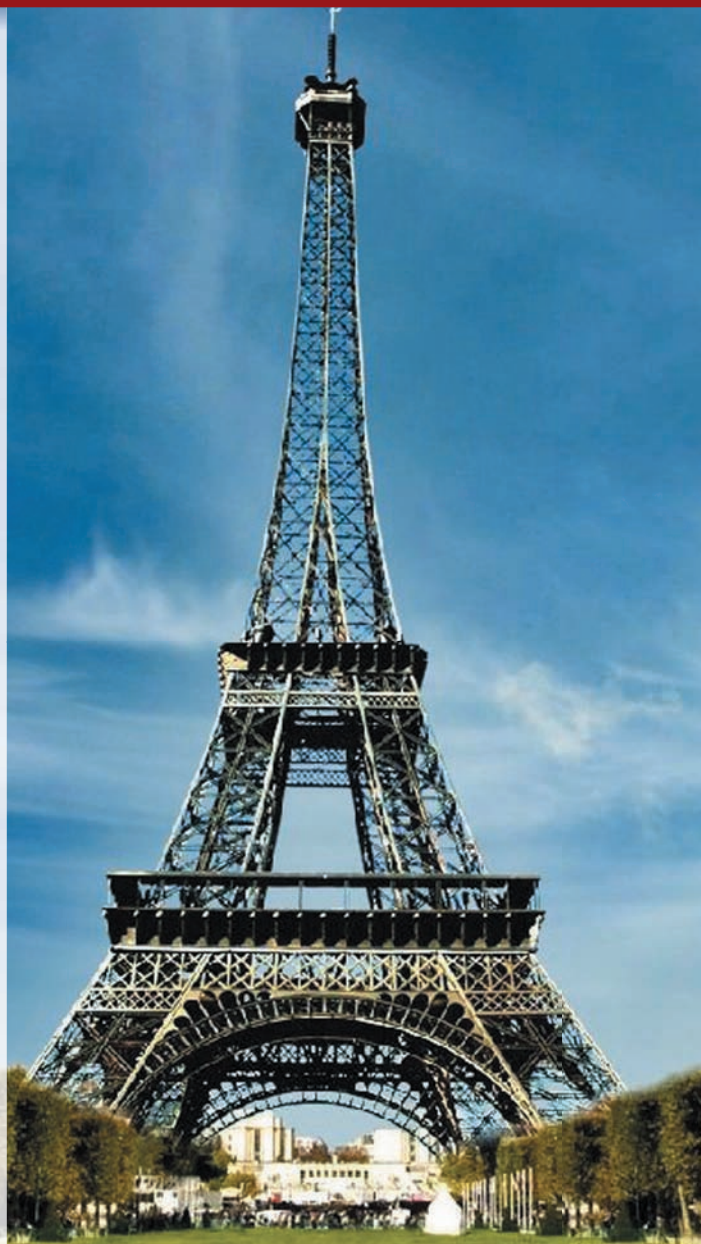
Стр. 12–28

Когда в 1765 году парижанин Буланже (Boulangier), первым в мире решил назвать свой трактир рестораном, он, скорее всего, и не предполагал, что тем самым положил начало целой эпохи. Однако заведением, которое в полной мере соответствовало нашему сегодняшнему представлению о данном формате, стал «Гран Таверн де Лондр» (Grand Taverne de Londres). Его открыл семнадцать лет спустя, в 1782 году, мсье Бовилье (Beauvilliers).

В Петербурге рестораны появились лишь в XIX веке. Среди популярных заведений прошлого называют, например, «Кюба» и «Контан», названные по фамилии их владельцев французов Жан-Пьера Кюба и Августа Контана соответственно.

Правда едва ли упомянутых уважаемых господ тогда волновали вопросы, актуальные для предпринимателей нынешних. Мы решили попробовать найти ответ на один из них: как открыть заведение французской кухни. Естественно, обратились к людям, обладающим соответствующим опытом и знаниями. В качестве экспертов пригласили Игоря Гюнашяна, владельца петербургского ресторана LEGRAN, управляющую этого заведения Юлию Синица и Режиса Тригеля, шеф-повара московской brasserie «Мост».

Понятно, что у каждого из них есть своя история, свой взгляд на концепцию проекта и ее реализацию.



# Серж Фери: «Настоящий бренд французской кухни – это лягушачьи лапки, улитки по-бургундски, морепродукты»



Серж Фери – шеф-повар отелей «Астория» и «Англетер». Уроженец Парижа. Профессиональная карьера началась в 1980 году.

— Существуют разные направления французской кухни. Какое из них выбрать, зависит от местоположения будущего заведения.

Даже в самой Франции этот фактор играет важную роль. Одно дело — открыть ресторан в большом городе, и совсем другое — в провинции. Много определяется уровнем проекта. К тому же кафе, условно, в Париже будет отличаться от вроде бы такого же в Лионе или Марселе. Например, в Париже вряд ли гостю подадут Bouillabaisse (буйабес — рыбный суп).

Естественно, ассортимент предлагаемых блюд зависит от формата заведения. Так, если мы говорим о кафе в традиционном виде, то в его меню обязательно должны быть представлены разнообразные сэндвичи, приготовленные из французских продуктов, той же jambon de bayonne, колбасы. Горячие закуски, такие как Croque madame (крок мадам — горячий бутерброд с сыром, ветчиной и глазуньей), или Croque monsieur (крок месье — горячий сэндвич, состоящий из двух ломтиков хлеба, ветчины, сыра и молочно-яичного соуса), или луковый суп.

В бистро уже более интересная, разнообразная кухня. А в брассерии обязательные позиции — l'entrecôte maître d'hôtel (антрекот метрдетель), Coq au vin (кок о взн — петух в красном вине). Но так или иначе, вне зависимости от формата, акцент в любом случае делается на меню.

Конечно, в нем не должно быть, скажем, пиццы. Еще не найдется места для салата оливье. Он, кстати, во Франции называется русским салатом.

А вот настоящий бренд французской кухни — это, например, лягушачьи лапки, улитки по-бургундски, морепродукты — устрицы, мидии. Для brasserie брендовое французское блюдо — свиные копыта.

Сколько всего должно быть блюд? В европейских гастрономических ресторанах, например, меню не очень большое, поскольку обязательно меняется четыре раза в год, что достаточно часто. А вот в brasserie оно значительно разнообразнее, так как в нем в основном классика, самые популярные блюда. Вот почему в заведениях данного формата нередко встречается складное меню, состоящее из трех частей. В средней, как правило, представлены сезонные предложения, которые меняются, — спаржа, гребешки, каштаны, тыква, а по бокам классика — то, что неизменно.

Что касается интерьера, скажу так: французские рестораны настолько разные, что возможно все. Недопустимы, пожалуй, только совсем очевидные, диссонирующие вещи. Согласитесь, было бы странно видеть во французском заведении официанта, одетого, например, в баварский костюм.

Однако у каждого человека есть свое видение того, каким должен быть такой проект.

При этом существует разница между французским и русским менталитетом. В представлении русского человека ресторан — это место с пафосным интерьером, производящим так называемый вау-эффект. А еда отходит на второй план. Помню, несколько лет назад в Петербурге появился ресторан Le Paris, который уже закрыт. Так вот, интерьер в нем создали достаточно пафосный, с мраморными колоннами, в стиле старых французских ресторанов. Но с первого взгляда было непонятно, то ли это Париж, то ли Северная столица России.

На мой взгляд, в стереотипном представлении большинства петербуржцев французский ресторан — это заведение в южной стилистике:

” Для нас главное — то, что мы получаем в тарелке.

А на интерьер заведения мало кто обращает внимание. “

интерьер в пастельных тонах, маркизы на окнах, на стенах нарисованы виды моря. Причем, у русского человека зачастую нет представления о ресторанах на Севере Франции, потому что туда практически никто из туристов не едет, предпочитая Ниццу, Канны, Сен-Тропе, Монте-Карло.

Даже у самих французов северная часть страны не вызывает слишком ярких ассоциаций. Кухня в этих регионах достаточно тяжелая, что продиктовано климатом, но в то же время сытная и очень вкусная. Я бы сказал, она более деревенская, если хотите, аутентичная.

Для нас главное — то, что мы получаем в тарелке. А на интерьер заведения мало кто обращает внимание. Приведу яркий пример: один из моих друзей — парижский ресторатор — много лет не делал ремонт в своем заведении, которое, кстати, славится очень хорошей кухней. Именно поэтому у него всегда немало посетителей.

В прошлом году он решил, что настало время перемен. Закрыл ресторан, сделал ремонт, потратив приличную сумму. Заведение преобразилось, стало действительно красивым. Думаете, к нему пришло больше народа? Нет! Гостями остались те же люди, что и раньше. Причем далеко не каждый отметил: интерьер стал другим. Не более. Просто потому, что они пришли в ресторан поесть. Для них это главное, а не пафосный внешний вид заведения. Вот если бы поменялся сразу и интерьер, и шеф-повар, блюда которого гостям не пришлось бы по вкусу, тогда можно было бы сразу закрываться.

Каковы перспективы французского сегмента в российском ресторанном бизнесе? На мой взгляд, сейчас открывать проекты высокой кухни уже бесполезно. Связано это, в частности, с тем, что многие продукты в связи с санкциями нельзя получить, а те, что можно, очень дорогие. К тому же гости в нынешней экономической ситуации не готовы платить большие деньги за блюда. Если что-то и открывать, так место, где будет представлена провинциальная, доступная и понятная, реальная французская кухня.

# Режис Тригель: «Для французов улитки — это больше праздничное блюдо»

Ресторан The Most стал культовым местом ресторанной Москвы еще в нулевых. А весной в 2012-м проекта, авторами которого являются Александр Мамут и Александр Раппопорт, пережил второе рождение и после кардинальных изменений предстал перед публикой в совершенно ином виде, став модной столичной brasserie, причем уже без определенного артикля в названии, но с определенной концепцией. Шеф-повар заведения Режис Тригель в интервью нашему журналу рассказал о современных трендах в ресторанном бизнесе Франции, дал несколько ценных, практических советов по созданию проектов с ярко выраженным акцентом на ее кулинарные традиции и одновременно поделился мнением о перспективах таких заведений в России.



— Сначала хотелось бы сказать, что, как и меню нашего ресторана, наша винная карта разделена по регионам Франции.

» Мы подбираем те вина, которые наши гости привыкли видеть в винных картах ресторанов во Франции. Те вина, которые они любят пить, отдыхая, например, в Провансе или бывая часто в командировке в Париже — мы выбираем эти позиции и, таким образом, дарим гостям определенные воспоминания, чувства.

Чтобы сохранить лицо ресторана, мы обязательно находим в рамках Франции редкие вина (производители, сорта винограда и т. п.). Когда гости приходят и спрашивают: «Что вы можете предложить нового?» — мы всегда им можем дать интересные позиции, которые выходят за пределы привычных Бургундии и Бордо, например, Гасконь, Лангедок Руссиен, Савойя и другие. К тому же у сомелье появляется возможность общения с гостем.



Французские крепкие напитки у нас также разделены по регионам: коньяк, арманьяк, кальвадос, пино-де-шарант, поммо де норманди, пастис, шартрез — редкие местные региональные напитки тоже должны присутствовать в карте.

Определенные бренды, которые присутствуют в других ресторанах и которые тоже привыкли видеть гости. Хотя в ресторанах во Франции в винных картах представлены только французские позиции. В России мы не можем себе такого позволить, конечно, Франция в нашем ресторане представлена максимально, но также есть вина из Италии, Испании, Аргентины, Чили и т. д.

**— Какое необходимо оборудование? Есть ли особенности в его подборе?**

» Все индивидуально и зависит от шеф-повара, размера меню и т. п. Но главное — не экономить на оборудовании, так как от него зависит оборот.

**— Как правильно подобрать персонал для ресторана французской кухни?**

» Самое главное при выборе персонала в любом заведении вне зависимости от кухни — смотреть на то, чтобы у человека было желание, желание работать чисто (внутренне), человек должен уметь слушать и работать в команде, потому что когда много сотрудников, а человек не в команде, машина не будет работать. Остальному можно научить.

**— Какие ошибки допускают, на ваш взгляд, российские рестораны при создании ресторана французской кухни?**

» Если мы говорим про традиционную французскую кухню, то есть определенные рецепты, блюда, которые нельзя обходить стороной. Если во французском ресторане подают, например, ризотто с лягушками, то априори это уже не традиционная французская кухня. Такие блюда безусловно имеют

## Награды, которых удостоена брасерия «Мост»

2007 г. — Menu.ru — Премия «Меню и счет» победитель в номинации «Лучший Ресторан», «Лучший новый ресторан» и «Открытие года»

2007 г. — Лауреат Московского гастрономического фестиваля

2008 г. — Resto Rate Award — победитель в номинации «Лучший ресторан»

2009 г. — Menu.ru — Премия «Меню и счет» — победитель в номинации «Лучший Ресторан»

2013 г. — выбор журнала Афиша — «Лучшее в Москве»



## О шеф-поваре:



Режис Тригель начинал свою карьеру в парижских ресторанах Maxim's и Lancaster с Аленом Бюро. Первым серьезным опытом Режиса стала работа в ресторане отеля Plaza Athenee, Le Regence (2 звезды Мишлен), под руководством Эрика Брифара. За его плечами работа в лучших ресторанах Франции и Швейцарии со всемирно известными поварами: Кристофом Леруа, Аланом Дюкассом, Домиником Буше, Давидом Дессо. Является членом Академии «Золотой Бокюз» в России.

место быть, но это уже называется скорее авторской кухней, нежели традиционной французской.

— *Что на сегодняшний день в тренде в ресторанном бизнесе Франции?*



Интерьер обстановка в брас-серии «Мост» передают дух Франции.

» Во Франции мода идет скорее не от кухни, а от шеф-поваров, которые сегодня в тренде, они создают свою авторскую кухню, свой стиль, свой вкус, кто-то больше готовит с азиатскими нотами, кто-то уходит в своем творчестве больше в испанскую кулинарию и т.д. Все зависит от личных ощущений, но неизменным остается то, что все французы любят в первую очередь продукт как самостоятельную составляющую.

— *Каковы перспективы французских ресторанов в России?*

» Мне кажется, перспектива хорошая и связана она с тем, что русские люди сейчас начинают понимать еду, интересоваться ею, понимать, что французская кухня — это не только фуа-гра, лягушачьи лапки и тому подобное, что в каждом регионе Франции своя кухня с огромным разнообразием, что это не маленькие порции, потому что французы тоже люди и они тоже полноценно едят, что французская кухня — это целая гастрономическая культура.

*Беседовал Игорь Еленин  
Благодарим агентство «Аппетитный маркетинг» и лично Анну Книппер за содействие в подготовке материала.*

# Welcome to Saint-P

6-8 сентября

Люмьер Холл

Набережная Обводного канала 74ц

INSPIRATION IMAGINATION CREATION



 **MBS**  
Moscow Bar Show  
[moscowbarshow.ru](http://moscowbarshow.ru)

# «Рецепт» французского ресторана: вкусная еда, качественные продукты и особый шарм

Четыре года назад в Северной столице появился ресторан-энциклопедия французской кухни LEGRAN. Тогда его создатель и не думал, что со временем придется вносить коррективы в продуманную до мелочей концепцию. Но судьба на пару с экономикой предложили предпринимателю свой затейливый сценарий. В результате жизнь успешного заведения разделилась на «до» и «после». Сегодня о ней интересно и вкусно рассказывают непосредственный владелец и идейный вдохновитель проекта Игорь Гюнашян и управляющая ресторана Юлия Синица.

— *Игорь Грантович, почему открыли именно ресторан французской кухни?*

» На решение повлияло несколько факторов. Во-первых, я сам очень люблю французскую кухню. Часто бывал во Франции, путешествовал по этой стране. В результате у меня сложилось понимание того, что собой представляет французская кухня. Хотелось сделать проект, которого нет в Петербурге. Ведь изначально мы начинали как региональный французский ресторан. Создавали заведение, в котором можно было бы попробовать блюда разных регионов. В первоначальном варианте меню присутствовали блюда из Эльзаса, Бургундии, Гаскони. Подобного заведения в Питере тогда не существовало. Я все делал с любовью.

Мы никогда не хотели создать ресторан высокой кухни. Я пробовал блюда в разных местах — от портовых кабачков до ресторанов, отмеченных тремя звездами гида Мишлен. И, признаюсь, мне всегда нравились небольшие семейные заведения, в которых секреты и кулинарные традиции передаются из поколения в поколение и подаются очень вкусные



**Игорь Гюнашян,**  
владелец  
ресторана  
LEGRAN



**Юлия Синица,**  
управляющая  
ресторана  
LEGRAN

блюда. Именно на это мы ориентируемся до сих пор. При всем том подача у нас все равно с элементами высокой кухни. А блюда сытные и одновременно простые для понимания, порции не маленькие, как порой бывает в ресторанах авторской кухни.

— *То, что LEGRAN находится в самом центре исторической части Северной столицы, — счастливая случайность или осознанный выбор?*

» Сразу пришло решение открыть заведение именно в этом районе города. Вот почему помещение целенаправленно искали неподалеку от Эрмитажа, Спаса-на-Крови. Мне хотелось создать красивый ресторан с вкусным меню в прекрасном городе, а не проект для бездумного получения денег.

— *С какими трудностями в процессе реализации концепции столкнулись?*

» Начнем с того, что помещение, где сейчас находится ресторан, было совсем не шикарное. Оно напоминало скорее бомбоубежище. Все, что здесь есть, сделали фактически собственными руками, что

называется, для себя. Ремонт и доведение помещения до нынешнего его состояния заняли у нас больше времени, чем мы предполагали.

Кроме того, достаточно непросто дались поиски персонала, в том числе шеф-повара. Пока смогли найти того человека, который бы воплотил наши задумки в жизнь, прошло три-четыре месяца. Пробовали работать с разными поварами. Кстати, к нам на собеседования приходили в том числе и выходцы из Франции.

**— Коль скоро об этом зашла речь. На ваш взгляд, нужен ли именно шеф-повар француз?**

» Может быть. Однако мне нужен был не повар-звезда, чересчур уверенный в собственной непогрешимости и единолично решающий, что и как ему делать. Мы искали человека, способного мои идеи, помноженные на его талант и профессиональные знания, реализовать в этом проекте. Признаюсь честно: я и создавал ресторан для того чтобы в нем осуществить свои задумки и воплотить в реальность мое понимание французской кухни, в которой, как мне кажется, я весьма неплохо разбираюсь. И в итоге, мы нашли прекрасного русского парня, приехавшего в Петербург из Подмосковья. И он все сделал именно так, как изначально планировалось. Причем мы с ним договорились: сначала он готовит то, что я ему скажу, а через некоторое время получает свободу. Так и получилось. Сейчас он продолжает создавать блюда, и я полностью ему доверяю.

**— Следующий вопрос связан с меню. Понятно, что вы путешествовали, собирали информацию, дегустировали блюда. Как проходил отбор?**

» Начну с того, что меня, где бы я ни находился, что бы ни делал, окружают книги, литература и сайты о кулинарии. Сам готовлю, и в голове постоянно какие-то идеи. Вот пример: в Эльзасе есть прекрасное блюдо — шукрут, появившееся под влиянием немецкой кухни. Из базовых ингредиентов в нем — свинина, кислая капуста, сардельки... Попробовал однажды. Понравилось настолько, что решил ввести его в меню своего ресторана.

А в Нормандии ел утку, приготовленную в соответствии с местными кулинарными традициями... Вот так и получалось сочетание сильных впечатлений, кулинарных опытов, знаний, которые я черпаю из различных источников. Понятно, хочется, чтобы меню было разнообразным и в нем нашлось место говядине, баранине, рыбе, птице. В общем, меню собирал буквально по крупицам. А когда общались с шеф-поваром, он высказывал свое мнение по поводу возможных финансовых и трудовых затрат, связанных с приготовлением того или иного блюда. В творческом процессе, который мне очень нравится, мы находили золотую середину. Так нередко происходит и по сей день.

**— Любопытно. А вот, допустим, где-то в ресторане Прованса вам понравилось горячее. Что дальше?**

» Дальше иду на кухню, беру повара за грудки и не отстаю от него до тех пор, пока не получаю от него рецепт (смеется). Но если серьезно, то на Западе, в том числе и в престижных заведениях, отмеченных звездами Мишлен, как правило, с радостью делятся секретами, если видят искреннюю заинтересованность со стороны гостя. Иногда попробуешь — и без общения с шефом становится понятно, из чего состоит блюдо и как оно приготовлено. Я это чувствую на уровне интуиции и в то же время понимаю: мало кто раскроет

Так выглядит каминный зал ресторана LEGRAN





все нюансы процесса, и даже если такое случится, нет гарантий, что в итоге удастся сделать все точь-в-точь. Согласитесь, даже если дать пяти разным поварам одни и те же ингредиенты и рецепт, получится пять вариантов блюда. Ведь по большей части все происходит на уровне чувств.

**— Игорь Грантович, со временем меню изменилось?**

» Да. Когда мы начинали работать четыре года назад, то позиционировали LEGRAN как французский ресторан. И у нас сложилась репутация заведения с региональной французской кухней. Но в связи с санкциями пришлось перестраиваться. В какой-то момент стало понятно: мы не можем покупать для кухни свежайшие бретонские устрицы или предложить гостям настоящий сыр рокфор и фуагра. Конечно, названные мной продукты есть, но только поставляются они не из Франции, а стоит будут столько, что посетители их никогда не закажут, а тот же сыр у нас до сих пор не могут, на мой взгляд, воспроизвести.

По этим причинам мы посчитали, что называться французским рестораном в данной ситуации не совсем честно и правильно. В результате сделали осознанный шаг: на основе моих путешествий придумали концепцию — «Еда больших городов», оставив в основе французскую рецептуру и технологии приготовления. Да, некоторые продукты заменили.

**Когда-то здесь был уютный подвал...**

Теперь утка к нам приходит из Ростова, причем очень хорошего качества, и если завтра появится французский аналог, я предпочту отечественного производителя. Но главное, как показала практика, гости остались довольны. Конечно, жизнь внесла свои коррективы, и сейчас у нас не ресторан французской кухни в привычном, традиционном понимании, но он стал еще лучше.

То же относится и к винной карте: когда мы только-только начинали, акцент, естественно делали на французские вина. Со временем просто расширили ассортимент и теперь предлагаем и испанские и итальянские вина и вина из Нового Света. И это даже хорошо. В ресторане Поля Бокюза, например, винная карта — целая энциклопедия, где представлены напитки из разных регионов страны, а на последней странице буквально несколько позиций — вина из других стран. Мы же даем людям возможность сделать выбор.

**— Юлия, как управляющий скажите, за счет чего произошли улучшения?**

» На мой взгляд, когда открываешь наше меню, сразу понятно, что представляет собой то или иное блюдо, что входит в его состав.

Кстати, знаете, почему часто говорят, что у нас сложно открыть французский ресторан? Причина в существующем стереотипе: есть три основных продукта, на которых строится концепция: сыры, устрицы и фуагра. И когда речь о создании французского ресторана, то зачастую принимается решение, что сделать это невозможно. Но если вдуматься, во Франции много другой интересной, доступной кулинарии, которую можно приготовить в России, что мы и пытаемся сделать.

**— Игорь Грантович, без чего, по вашему мнению, нет французского ресторана?**

» Сложно сказать. Дело в том, что во Франции сильны региональные традиции. И если в Перигоре вам подадут фуагра, то в Лангедоке ее нет, но есть касуле — утиная ножка с бобами. Иными словами, в каждом регионе есть свое знаковое блюдо.

И если на севере страны гостям предлагают беф бургињон, который знают все, то на Юге о нем разве что только слышали.

Где-нибудь в Гаскони или в Пиренеях, в горных провинциях, соседствующих с Испанией, вы никогда в жизни не достанете устриц, даже если готовы заплатить тысячу долларов за штуку, просто потому что их там нет. Устрицы — это региональная история.

И мы как раз пытались собрать в меню именно знаковые блюда.

— **Каким должно быть их оптимальное количество?**

» Лично я люблю небольшие меню: пять-шесть холодных блюд и столько же горячих. Мой опыт посещения ресторанов во Франции это лишь подтверждает. В России же иначе: позиций больше.

Вообще считаю, что меню должно состоять из блюд, каждое из которых является хитом, но при этом чтобы у гостей был разнообразный выбор.

— **Юлия, а что сейчас предлагает LEGRAN?**

» У нас пять-шесть горячих закусок, десять мясных и шесть рыбных блюд.

— **Игорь Грантович, что делает французский ресторан таковым?**

» Можно назвать много факторов. Но все же первый — это еда. Без еды и без высококачественных продуктов, из которых она изготовлена, точно не получится французский ресторан.



Козий сыр с печеной грушей, грецкими орехами и зеленым салатом

Утиная грудка с киноа и жареным луком

— **Юлия, вы согласны?**

» Да, конечно, но еще должен присутствовать неповторимый французский шарм, причем во всем — и в кухне, и в атмосфере.

— **Игорь Грантович, что скажете?**

» Атмосфера, безусловно, очень важна. Но я могу привести пример. В одной французской приморской деревушке, в местном кабачке, без всякой особой атмосферы, музыки и дизайнерского интерьера я ел прекраснейшей буйабес, самый лучший в моей жизни. В России несколько иная ситуация. К сожалению, одной вкусной еды у нас в стране уже недостаточно. Она может быть фантастическая, но если нет соответствующей обстановки, то заведение воспринимается иначе.

По моим ощущениям, если во Франции значимость еды в процентном соотношении еды и антуража составляет 95% к 5%, то в России оно 50% на 50%.

— **Каковы перспективы заведений с акцентом на Францию?**

» На мой взгляд, если мы говорим о простой, демократичной французской кухне, то она мало чем отличается от того, что нравится нашим людям. И где-нибудь во французской глубинке вам принесут жареной картошки, тушеного горошка и куриную ножку, приправленную жареным луком. Такого рода проекты в нашей стране имеют будущее.

Беседовал Алексей Журавлев



# Подача горячего хлеба 24 часа в сутки Это несложно

В разных странах на протяжении многих лет рынок HoReCa развивается, совершенствуя новые способы привлечения клиентов: оформление блюд, эксклюзивное меню и неповторимые вкусовые показатели блюд.

Каким бы обширным меню вашего ресторана ни было, и хлебную корзину вы встретите всегда.

Для подачи хлеба вы всегда можете выбрать такие варианты:

- хлебозаводской хлеб;
- заморозка;
- изготовление собственного хлеба.

Я думаю вы согласитесь со мной, что вкусо-ароматика свежеспеченного хлеба затмит любой другой способ производства. Но как добиться свежей выпечки 24 часа в сутки 7 дней в неделю?

Очень просто.

Мне бы хотелось поделиться с вами современной технологией производства хлебулочных изделий: при



**Валентина  
Пекарь,**

технолог хлебо-пекарного центра ООО «САФ-НЕВА»

[www.lesaffre.ru](http://www.lesaffre.ru)



**DEBAG**  
GLOBAL BAKING TECHNOLOGY



использовании расстоечных шкафов с регулируемой температурой. Которая позволяет выбрать для вас самый оптимальный вариант производства.

## 1. Контролируемая расстойка.

Сформованные тестовые заготовки хранятся при +2–4 °С (до 72 ч), затем они готовы к продолжению технологического процесса.

### Преимущества:

- улучшение органолептических свойств конечной продукции.

- возможность убрать ночную смену

- возможность выпекать горячий хлеб весь рабочий день

### Ограничивающие факторы:

- небольшое уменьшение выхода (пониженное количество воды на замес теста);

- необходимость специально-го расстойного шкафа (от –10 °С до +40 °С), позволяющего регулировать низкую температуру и влажность.

## 2. Блокируемая расстойка.

Сформованные заготовки помещают в шкаф окончательной расстойки при температуре 26–28 °С на 1–1,5 ч. Затем снижают температуру в камере до 0...+4 °С, блокируя расстойку. На практике продолжительность блокировки может составлять от 2 до 6 часов. Эта технология используется для оптимизации технологического процесса, резко снижая риск перерасстойки.

### Преимущества:

- возможность создания гибкого рабочего графика пекарни;

- выраженные органолептические



свойства изделий (вкус, запах, цвет).

**Ограничивающие факторы:**

- уменьшение выхода;
- необходимость специального расстойного шкафа, позволяющего регулировать низкую температуру и влажность.

- применение специального улучшителя («Мажимикс» «АМ 701»);

- Появление светлых пузырьков на корочке конечной продукции.

**3. Замедленная расстойка.** Расстойка тестовых заготовок в течение 15 часов при температуре 10–15 °С.

**Преимущества:**

- значительное улучшение органолептических свойств изделий;

- снижение дозировки дрожжей;

- возможность отмены ночной смены;

- горячий хлеб в момент отгрузки.

**Ограничивающие факторы:**

- снижение выхода продукции;

- необходимость специального расстойного шкафа, позволяющего регулировать низкую температуру и влажность;

- появление светлых пузырьков на корочке конечной продукции (возможно применение улучшителя).

Для данных технологий вам идеально подойдут дрожжи компании ООО «САФ-НЕВА» «Саф-Инстант» с красной этикеткой (фасовка — 125 г и 500 г), улучшители для стабильного качества и современные расточные шкафы от компании DEBAG.

Компания DEBAG — немецкая компания, которая уже много лет является одним из лидирующих производителей холодильного и расточного оборудования на мировом рынке хлебопечения.

Сегодня хочется отметить камеры замедленного брожения GUV, которые работают при температурном диапазоне от –18 до + 45 °С, что позволяет использовать камеру в различных технологических процессах. GUV изготавливается индивидуально под нужды производства, при этом шаг проектирования габаритов минимальный — 100 мм, что дает возможность использовать площадь производства наиболее рационально.

Младшей сестрой GUV можно назвать компактный расточный



реклама

шкаф Tefi. Tefi выпускается в двух размерах: для листов 400 x 600 и для листов 580 x 780. Как GUV, так и Tefi имеют возможность полностью ручного программирования и отдельной настройки каждой фазы процесса расстойки.

С данной технологией производства и работой оборудования вы сможете ознакомиться на выставке ПИР, которая пройдет с 17 по 20 октября 2016 года. Ждем вас на нашем стенде — 2 E50.

Буду рада ответить на ваши вопросы: технолог-консультант Валентина Пекарь. Тел. 8-921-941-46-02, эл. почта: pvv@lesaffre.ru.

# Трюфель как основа концепции



Фамильный ресторан Клемана Бруно Chez Bruno уже много лет популярен далеко за пределами не только Прованса, где находится, но и всей Франции. В мае этого года знаменитый повар открыл новый ресторан в самом центре Северной столицы – Трюфельный дом Bruno на Адмиралтейском проспекте.



Неудивительно, что этот проект сразу привлек к себе внимание, в том числе и профессионального сообщества. Такой интерес, в частности, объясняется монопродуктовой концепцией заведения. Развитие подобных проектов в России только начинает набирать обороты, но уже стало одним из актуальных направлений современного ресторанного бизнеса.

В Bruno два зала: основной, рассчитанный на 28 мест, и кабинет на 16 мест. Здесь собираются, главным образом, люди, знающие толк в гастрономии, готовые и способные оценить различные вкусовые сочетания. А оценивать есть что — в меню больше 30 наименований, в том числе три готовых сета, каждый из которых включает

В ресторан Клемана Бруно Chez Bruno, который расположен в Лорге в старинном фамильном доме с садом, ежегодно приезжает более 36 тысяч гостей со всего мира. В их числе немало знаменитостей. Это и представители королевских домов Европы, и звезды Голливуда. В Chez Bruno каждый год готовят четыре тонны трюфелей, что является мировым рекордом. И сам ресторан, и его шеф-повар Бенжамен Бруно, сын основателя заведения, удостоены звезды Michelin. В Трюфельном доме «BRUNO» готовят сезонные трюфели — летний (Tuber Aestivum), зимний (Brumale), а также черный (Melanosporum). Шеф-повар петербургского проекта Жером Сейо выбран на эту должность самим Клеманом Бруно и прошел подготовку непосредственно в его ресторане на юго-востоке Франции.



**Жером Сейо,**  
шеф-повар трюфельного дома Bruno

две закуски, основное блюдо и десерт. Причем трюфель так или иначе присутствует в каждом блюде. Исключения не составляют даже десерты. Средний чек — 2500 рублей.

При составлении винной карты нового ресторана организаторы заведения делали акцент на эксклюзивность: нашли производителей из разных стран. Продукция этих виноделов не является широко известной, выпускается небольшими партиями, но отличается высоким качеством.

Ключевая задача, которая стоит перед заведением, как отметили его представители, — воссоздание атмосферы, домашней обстановки, которая была бы достойна кухни. Иными словами, сделать так, как в Chez Bruno во Франции, где ощущаешь себя желанным гостем уютного дома.

### **Жером Сейо, шеф-повар трюфельного дома Bruno**

Наш ресторан — новый, и ему, как и любому недавно открывшемуся заведению, нужно время для понимания своего текущего положения и перспектив дальнейшего развития, для осознания того, что мы хотим показать и предложить гостям. Конечно, мы стараемся сделать нашу кухню понятной для местной публики. Я лично стараюсь знакомиться с гостями ресторана, их вкусами, привычками и желаниями. Уверен,

что не они должны понимать меня, а, наоборот, мне необходимо знать, чего они хотят и что им нравится. В своих блюдах я пытаюсь передать, донести тонкое, едва уловимое чувство французской кухни, поделиться ощущением, продемонстрировать оттенки и полутона гастрономии.

Считаю, что нам еще надо адаптировать заведение к реалиям Петербурга. Верю, оно может быть популярным. Однако требуется время на то, чтобы привлечь гостей и помочь людям открыть для себя трюфель, поскольку немногие жители города знакомы с этим продуктом. Наша задача — показать всем, что такое трюфель, какой у него может быть разный вкус в зависимости от разновидности, к которой данный гриб принадлежит.

Для нас основной целью является поиск продукта стабильно высокого качества. Поскольку основной ингредиент для блюд попал под санкции, поставки сейчас идут из Андорры и Сербии. Кроме того, мы также пытаемся использовать крымский трюфель.

Сильные стороны нашего ресторана: блюда из трюфеля, превосходное качество кухни, заданное г-ном Бруно, и потрясающая команда. Вместе мы стремимся сделать наш ресторан великолепным. Пожалуй, единственное, что мне нужно — это адаптировать свои профессиональные навыки и умения к предпочтениям россиян, сделать так, чтобы они поняли и почувствовали тонкости вкуса отдельных блюд и кухни в целом. За два месяца, проведенные в России, я понял: наши русские гости предпочитают блюда с небольшим количеством ингредиентов и четко выраженным вкусом.

Трюфель — основа основ для блюд в меню.



# Плиты Kraft серии ЕКО 700: решение для бережливых рестораторов

Оптимальное использование площади кухни и рациональное распределение имеющихся электрических мощностей. Вот, пожалуй, два вопроса, которые приходится решать рестораторам вне зависимости от того, идет ли речь о новом, еще не реализованном проекте, или о действующем заведении.

Каждый предприниматель в попытке найти выход из ситуации идет своим путем. Однако среди множества вариантов есть один, который представляется как минимум рациональным. И это — правильный подбор оборудования, в том числе теплового. Благо сегодня разработчики предлагают то, о чем раньше можно было только мечтать. В частности, модульные энергосберегающие плиты. Причем в разных модификациях.

Так, плиты Kraft серии ЕКО 700 выпускаются в трех базовых форм-факторах с двумя, четырьмя и шестью зонами нагрева. Помимо исполнения на нейтральной подставке плиты могут объединяться с любыми функциональными модулями-подставками, включая холодильную базу Kraft ВР7 и многие виды духовых шкафов.

Универсальность и надежность, изначально взятые за основу, позволяют использовать данное оборудование на профессиональной кухне проектов всех форматов от столовых и ресторанов до кафе и кейтеринговых компаний.

Обладая преимуществами индукционной профессиональной техники, у плит Kraft ЕКО в то же время нет таких недостатков, как хрупкость поверхности, низкая ремонтпригодность. Кроме того, что сегодня особенно важно,



**Ксения Галкина,**  
проект-менеджер  
ООО «ТМ проект»



не придется платить высокую цену за оборудование, которое имеет целый ряд очевидных преимуществ. Среди них — быстрый выход на рабочую температуру (8 минут с момента включения или 2 минуты из режима ожидания против 30 минут у большинства современных не индукционных плит), автоматическое включение и выключение при постановке и съеме наплитной посуды, сплошная подъемная поверхность с зонами нагрева (по этой причине поверхность не подвержена тепловой деформации).

Кроме того, в отличие от большинства используемых схем, электрическая развязка плит предотвращает возникновение «перекося фаз» и частое аварийное отключение электропитания на объекте. И это еще не все достоинства плит Kraft ЕКО.

Так, например, они могут быть исполнены не только как отдельно стоящие, но и «в комплекте» с холодильной подставкой, что позволяет комбинировать различные модули оборудования и тем самым оптимально использовать пространство кухни заведения.



ООО «ТМ проект»  
г. Санкт-Петербург  
196084, Московский пр., 89  
тел.: (812) 327-93-35  
(812) 327-18-48  
www.tmprojectgroup.com

реклама

# Гастрономический Париж

На часах 08:00... Начинается ленивое парижское утро. Причем не только для туристов, которые пытаются успеть в Лувр или на электричку до Версаля, но и для парижан. Первых посетителей уже готовы принять кафе, которые только открываются. Их так много, что невозможно выбрать, куда именно приехать — каждое заведение манит своим уютом, теплом и гостеприимством.

Маленькие тесные столики, плетеные креслица разных цветов — все это настолько мило, что хочется подставить лицо солнцу, прищуриться и выпить кофе с круассаном. И обязательно не спеша. Парижские круассаны достойны внимания: пышные, масляные, свежие и хрустящие, миг — и круассана уже нет — настолько быстро его съедаешь.

Кофе и Франция — неразрывные понятия. Практически везде вкусный кофе, сваренный профессионально. Если это капучино, то сварен он с крепкой пенкой, которую посыпают шоколадом.

Проходя по улочкам Монмартра, понимаешь: картин и сувенирных лавок



здесь столько же, сколько и всевозможных маленьких кафе, где туристы и сами парижане пьют кофе, коктейли и реже — чай. К вечеру на столиках этих же кафе появляются бокалы с розовым или красным вином, пиво и алкогольные коктейли. Французы любят посидеть за бокалом вина, причем не только в кафе, но и на набережной Сены: бутылки с вином и другим алкоголем открыто стоят прямо на мостовых. Вино, особенно розовое, недорогое и вкусное, пьется легко. Традиционная закуска — багет с сыром бри и камамбер, креветки, авокадо и фрукты.

Что касается кухни, то в Париже она разнообразная — на любой вкус. Китайская еда, пицца и паста, ароматные багеты, шикарные кондитерские, стейки из рыбы и рубленого мяса, тар-тары, салаты. Здесь гастрономическое изобилие и приветливое обслуживание — французы очень обаятельны, русских сразу узнают и улыбаются в ответ.

*Марина Лютова*

## Оборудование для баров №1



моечные ванны и раковины

рабочие поверхности

теплоизолированные ванны под лед

реклама



возможность установки холодильных столов

ниши под оборудование

места для хранения

места для мусорного бака

каркас для крепления декоративной облицовки и прокладки коммуникаций

[www.hicold.ru](http://www.hicold.ru)

☎ 8 800 333-55-15

☎ 8 495 411-08-08

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

# Еда, вино и другие слагаемые удачного проекта

Российский ресторанный бизнес по своему среагировал на текущую экономическую ситуацию в стране. Так, петербургский ресторан «Нож справа, вилка слева», работающий в Demetra Art Hotel, открыл в другом районе Северной столицы новый проект - кулинарию «EDA & ВИНО». Всего за три месяца с момента официального старта были достигнуты результаты, которые превзошли даже самые смелые ожидания. Об истории успеха рассказывает Юлия Забнева, директор упомянутого ресторана, вместе со своей командой реализовывавшая задуманное от и до.



**Юлия Забнева**, директор ресторана «Нож справа, вилка слева», руководитель проекта, «EDA & ВИНО».

## Источник вдохновения

Сама идея родилась достаточно давно. Ее поддержали мои коллеги. В один прекрасный день мы начали думать о том, что можно сделать в нашем ресторане, чтобы он как структурное подразделение Demetra Art Hotel был не просто полезен и прибылен, а зарабатывал еще больше денег.

В связи с тем, что здание, в котором находится отель, имеет историческую ценность, у нас нет физической и законной возможности расширить площади ресторана. А значит, единственный выход — оптимизация рабочих процессов и максимальное использование имеющихся производственных мощностей и кадровых ресурсов. Благо, в ночную смену у нас в любом случае работали повара, обеспечивавшие потребности рум-сервиса.

Собственно, тогда и пришла мысль загрузить ресторан еще и в ночное время и делать, условно, не десять сэндвичей, а небольшое меню для еще одной точки.

Тогда и возникла идея открыть собственную кулинарию от имеющегося ресторана, самый большой плюс которой в том, что она практически не требует никаких дополнительных ресурсов. Нужно только найти помещение, подходящее под данную концепцию,

и сделать там ремонт. Так и поступили. А все остальные вопросы удалось решить благодаря уже имевшимся наработкам. Это и оборудование, и поставщики, и персонал, в том числе руководящий состав. Добавили только двух хозяек кулинарии и создали логистическое подразделение. Лишь на второй месяц работы в силу объективных причин появилась еще одна позиция — руководитель проекта. Нужен был человек, который постоянно следил бы за работой этого подразделения. До этого практически полгода данные функции выполняла я, совмещая работу директора ресторана в отеле и управляющего кулинарии, что стало возможным благодаря нашей потрясающей и профессиональной команде. К тому же мы изначально правильно распределили обязанности, делегировав полномочия сотрудникам.

### «Логистика» проекта

Если говорить о бизнес-процессах, то приготовление блюд происходит на кухне ресторана «Нож справа, вилка слева». Этим, как и планировалось, занимается ночная смена поваров под патронажем шеф-повара. Потом все это к 10 утра доставляется в кулинарию. По окончании рабочего дня, каждый вечер, а точнее, после 23.30, сотрудник логистического подразделения приезжает и забирает нереализованные остатки, что тоже очень важно. Так что у нас никогда нет продуктов второго дня, исключая некоторые виды десертов. К тому же таким образом мы решаем еще одну задачу — питание персонала в отеле и ресторане. В итоге получается полный цикл оборота продуктов.

### Первые результаты

Реализовав проект «Еда и вино», нам удалось обеспечить загрузкой ночную смену кухни ресторана. Причем мы смогли это сделать настолько, что уже сейчас чувствуем необходимость расширения. В частности, встал вопрос аренды производственного помещения, дабы оно могло обеспечивать две-три кулинарии, потому как проект по своей сути — сетевой.

Подчеркну: таких результатов мы добились фактически за три

” Реализовав проект «Еда и вино», нам удалось обеспечить загрузкой ночную смену кухни ресторана. “

месяца, в течение которых сумели выйти в операционный ноль. Как? Главным образом, за счет того, что большое количество статей расходов пока приходится на наше основное предприятие, то есть на ресторан. Вообще считаю, что такой проект, если точка всего одна, сделать успешным можно только при наличии «большого брата». Другой вариант — изначально строить сеть с отдельным производством. Но в любом случае без уже действующей кухни это чрезвычайно сложно. Ведь нужно учитывать все издержки, в числе которых — приобретение оборудования, работа штата поваров, закупка продуктов. В нашей ситуации это означает, что при существующих объемах реализации цена готовых блюд была бы значительно выше, чем сейчас. А поскольку закупки идут сразу на два предприятия, стоимость продуктов, естественно, ниже.

### Опыт и интуиция

Честно говоря, до прихода в отель у меня не было опыта работы в гостиничном бизнесе, что помогло при реализации проекта «Еда и вино», по формату, кстати, больше подходящего для ресторанных групп. С другой стороны, я уверена: в работе нет и не может быть никаких шаблонов. И когда мне порой говорят, что в отелях так не делается, отвечаю: «Не знаю, как и что делается в отеле». Зато у меня есть большой и разносторонний опыт работы в ресторанах, позволяющий теперь смотреть на вещи широко. В 16 лет я пришла на позицию официанта в большой ресторанный комплекс на курорте «Игора» под Петербургом. Потом работала администратором клуба-ресторана Jagger, затем перешла уже на должность менеджера ресторана премиального сегмента «Мансарда» — флагманское заведение Ginza Project. Кроме того, был даже опыт создания собственного бара. Словом, многие вещи я чувствую на уровне интуиции, подсознания.

### Ключевые моменты

Почему «выстрелил» проект кулинарии? На мой взгляд, сработал принцип трех L — location, location, location. Нам удалось найти очень хорошее место.



Причем хорошее именно для этого формата. Здесь нужна была кулинария с домашней едой и услугой to go. У нас правильное окружение: мы находимся в большом жилом доме, напротив — огромный офис компании МТС. Да и большинство наших гостей (примерно 90%) работает в фирмах, расположенных по соседству. Мы практически каждого нашего гостя знаем по имени, а не только в лицо. Кстати, за время работы раздали беспрецедентное количество скидочных карт, которые работают и активны, в итоге получили на данный момент более 400 лояльных гостей, которые регулярно пользуются нашими услугами, фактически ежедневно. Знаю, как многие рестораторы относятся к скидочным и бонусным картам. Но уверена: если все изначально продумать и правильно посчитать, то такой маркетинговый ход себя оправдывает. Конечно, если сразу демпинговать и давать большую, условно, 20%-ую скидку, то не стоит удивляться, почему доходы оставляют желать лучшего. Мы, например, на скидках не теряем, а зарабатываем, получив за три месяца совершенно лояльную, понятную для нас целевую аудиторию. При том, что дом, где мы находимся, до сих пор до конца не заселен. Вот почему после семи часов вечера, когда все, кто хотел, купили себе блюда на ужин и расходятся по домам, у нас мало гостей. По крайней мере, пока. Но при этом мы все равно работаем до 23.30. Зачем? Дело в том, что алкогольный отдел, который есть у нас в кулинарии, по сути, становится небольшим винным бутиком и одновременно баром, где представлена линейка из более чем 30 популярных наименований вин стоимостью до тысячи рублей.

А вот наличие столов, стульев и скамеек с мягкими сиденьями — это компромисс. С одной стороны, весь мой опыт говорит о том, что в заведении с большой ротацией гостей нельзя использовать слишком удобную мебель. С другой, появление в кулинарии посадочных мест как таковых объяснимо и обусловлено локацией: в нашем районе в радиусе 300 метров нет кафе, столовых или недорогих ресторанов, где можно было бы даже просто выпить чашку кофе. Не секрет,

” Если говорить о структуре доходов, то примечательно, что 60% оборота составляют продажи кондитерских изделий. “

что далеко не в каждом офисе есть хотя бы банальная микроволновка, а обедать людям все равно надо. Вот почему посадочные места планировались нами изначально, но, правда, не в таком количестве, в котором они есть сейчас. На данный момент их около двадцати, хотя концепцией предполагалось поставить всего два стола и одну скамейку.

### Ставка на качество

Что касается меню, то «Еда и вино» предлагает гостям блюда ресторанного качества по ценам магазина. Именно так мы себя и позиционировали. При этом серьезный контроль качества блюд обеспечен еще в ресторане. «Нож справа, вилка слева» тщательно подбирает поставщиков и работает практически без заготовок и полуфабрикатов. Мы едва ли не все делаем сами и из под ножа. Благодаря такой политике пищевой безопасности средний чек в кулинарии вырос. Изначально мы планировали обеспечить плановый оборот за счет высокого количественного показателя, который оправдал себя в первый месяц, сейчас работаем над качественным, систематически увеличивая средний чек по принципу cross sale. В июле мы выполнили план октября — 2,5 тысячи гостей и 700 тысяч оборота при том, что летние месяцы традиционно считаются для предприятий такого формата убыточными. Все это благодаря правильной концепции проекта, его местоположению и команде.

### Роль концепции

Что такое хорошая концепция? Правильный формат в правильном месте, то есть проект с правильной целевой аудиторией. Я не верю в истории, когда сначала ищется помещение, а потом под него придумывается проект. Всегда считала и считаю: разумно поступать наоборот. И только тогда задумка сработает. Если, конечно, мы не говорим исключительно о коммерции. По-моему, 90% удачных проектов изначально создаются ради получения удовольствия, благодаря внутреннему порыву. И поверьте, нет ничего приятнее, чем хорошие отзывы гостей. Тех гостей, которые становятся уже



не просто покупателями, а хорошими знакомыми и даже друзьями.

### Источники прибыли

Если говорить о структуре доходов, то примечательно, что 60% оборота составляют продажи кондитерских изделий. Честно говоря, хотели бы расширить их ассортимент, но пока не можем. Таких «не можем» по объективным причинам немало. Сейчас нереально разнообразить линейку супов. По одной простой причине: их негде хранить.

К нам периодически поступают запросы на проведение закрытых мероприятий для небольших компаний, им мы также вынуждены отказывать. Концепция проекта такова, что мы не можем закрывать двери для гостей. И не будем. Впрочем, у нас не стоит задача зарабатывать любыми путями, мы договорились четко следовать выбранной концепции.

Самое важное, что сейчас есть в нашем проекте, — это стабильно высокое качество нашей услуги. И на это мы действительно тратим большое количество времени и сил. На сегодняшний день только проверкой качества продукции и сервиса у нас занимается

Посадочные места изначально не планировались, но появились в результате развития концепции

четыре человека. Они отвечают за то, чтобы в кулинарию приходила вкусная и одновременно безопасная еда ресторанного уровня, а сервис был на стабильно высоком уровне, независимо от настроения наших хозяек. Да, сделать это непросто. Ведь если производство и офис руководства находятся в другом, удаленном месте, контрольно-критические точки увеличиваются. Приходится разрабатывать целые программы для систематизации всех процессов и управлять ими удаленно.

### Секреты маркетинга

Как привлекаем гостей? Листовки не используем. Они, по-моему, больше раздражают, чем притягивают. А вот собственный отдельный сайт сделали. Кроме того, мы действительно верим в эффективность SMM, а потому «Еда и вино» представлен на всех основных интернет-ресурсах, способствующих продвижению: «ВКонтакте», Instagram, Facebook. Причем продвигать наш проект в соцсетях мы начали еще в период его стройки.

При помощи соцсетей мы активно работаем с домами, расположенными по соседству. Информацию доводим до конкретной аудитории благодаря

таргетинговым инструментам. Кстати, со своими гостями напрямую общаемся в соцсетях, создав лояльную целевую группу. Каким образом мы ее получили? Раздавая скидочные карты, естественно, собирали данные, заносили их в единую базу, находили гостей, начинали общаться. Но, даже обладая такой информацией, мы не позволяем себе опускаться до навязчивой рекламы.

Повторюсь: на мой взгляд, для проекта в формате кулинарии исключительно важно общаться с гостями напрямую, чтобы уровень доверия к твоей компании был чрезвычайно высок. Мы доверили решение этой задачи компании, которая оказывает нам SMM-услуги. Честно говоря, не понимаю тех, кто в наше время сознательно отказывается от такого инструмента. Он действительно очень эффективен для работы с целевой аудиторией. А при правильных настройках все это можно делать за адекватные деньги. Поверьте, любая наружная или контактная реклама на 2000 человек стоила бы дороже, нежели абонентская плата за обслуживание в соцсетях.

### Что дальше?

Мы изначально не ставили себе завышенных целей. Думали: хорошо, если кулинария будет увеличивать оборот нашего ресторана, не обременяя бюджет. Тем более, сейчас мы не делим доходы и расходы по обособленным подразделениям: у нас один склад, одни закупки, один ФОТ. Даже аренда интегрирована в общие расходы головного предприятия. Да, сейчас перед нами стоят уже другая задача — создать отдельную бизнес-структуру с автономными процессами, но она совершенно реальна, и понятно, как ее решать.

Когда меня спрашивают, что мы станем делать, когда пойдет поток, с которым уже не сможем справиться? Тем более помещение у нас совсем небольшое — каких-то 59 кв. м.

Отвечаю: будем оптимизировать рабочие процессы, наращивать производственные мощности. Понятно, что в таком случае задействуем не только возможности ресторана при отеле. Не стану скрывать: существуют определенные планы по дальнейшему развитию проекта «EDA & ВИНО». Так что в будущее смотрим с оптимизмом.

*Записал Алексей Журавлев*

# ПОПРОБУЙ БУДУЩЕЕ НА ВКУС!

18-19 НОЯБРЯ 2016

Москва | КВЦ Сокольники | Павильон 4

ПЕРВАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ВЫСОКИХ ТЕХНОЛОГИЙ  
ВЫРАЩИВАНИЯ И ПРИГОТОВЛЕНИЯ ЕДЫ



smartfoodexpo.ru



реклама

6+

# Александр Затуливетров: «Рестораны — это дьявольский бизнес»



Его имя прочно ассоциируется с российским ресторанным бизнесом по меньшей мере последние лет двадцать. Возникает ощущение, что он был ресторатором всегда. И если в Петербурге появлялся по-настоящему яркий, нестандартный, в чем-то обязательно новаторский проект, то с очень большой долей вероятности к нему имел самое прямое отношение именно Александр Затуливетров, ныне еще и генеральный директор управляющей компании SkyRest. Он давно стал, сам того не подозревая, как сейчас модно говорить, трендсеттером, своеобразным ориентиром для рестораторов настоящих и будущих.

## Из успешного финансиста — в помощники бармена

— Александр, расскажите, с чего все началось. Почему выбрали именно ресторанный бизнес?

» Я с самого детства хотел торговать чем-то съестным. Мама, которая всю жизнь была домохозяйкой, очень вкусно готовила, и первым моим желанием почему-то было, как сейчас помню, именно продать буквально каждое блюдо. Это вызывало у родителей тревогу. Ведь отец, кадровый военный, естественно, надеялся, что я пойду по его стопам, продолжу семейную традицию.

Однако, окончив школу, я поступил в МГУ. В те времена казалось, что финансово-экономический факультет наиболее интересен с точки зрения открывающихся перспектив. Только вот у жизни на меня, похоже, имелись совершенно иные планы. Она постоянно, так или иначе, поворачивала меня к ресторанному бизнесу. Еще учась в МГУ, я уже работал в банке и получил первое задание — сопроводить деятельность корпоративного клиента, ресторана «Помидор».

А однажды я приехал на выходные в Питер. Хотел посмотреть, как живут мои братья — Виталий и Леонид, которые тогда работали в баре. Увиденное меня тогда настолько поразило, что я, уже будучи дипломированным специалистом, имеющим хорошую работу в банке, вернулся в Москву и написал заявление об уходе. Так, в 1994 году, через два месяца после окончания ВУЗа, я перебрался в Петербург, где из молодого, подающего надежды финансиста переквалифицировался в помощника бармена в ресторане «Чайка». И с самого первого дня ресторанный бизнес перестал быть для меня работой, как только я оказался с обратной стороны барной стойки и начал мыть посуду.

— А что тогда ресторанный бизнес, если не работа?

» Он и есть сама жизнь. Причем нельзя сказать, что каждый день, находясь в ресторане, я кайфовал или кайфую. Это просто стало неотъемлемой частью моего бытия,

» Я с самого детства хотел торговать чем-то съестным. Мама, которая всю жизнь была домохозяйкой, очень вкусно готовила, и первым моим желанием почему-то было, как сейчас помню, именно продать буквально каждое блюдо. «

с проблемами, радостями. И представить себе ситуацию, когда нет ресторанов, в которые прихожу либо как собственник, либо как наемный работник, уже не могу. Помню свои первые дни в бизнесе, когда выходил в три часа ночи на улицу после многоочасовой смены в баре на канал Грибоедова и понимал: хочу, чтобы скорее наступил день и я мог бы опять вернуться туда, откуда вроде бы только что ушел. В тот момент возникло ощущение, что жизнь разделилась на две части: настоящую жизнь, что внутри бара — с шумом, с запахом пива, — и вымышленную, где абсолютно тихий Питер, туманный и дождливый. Тогда мне было 23 года.

Так я отработал почти четыре года, пройдя путь от мойщика посуды до администратора. В моем послужном списке бар La France, ресторан «Сенат-Бар», «Трибунал бар».

И вдруг, уже не помню по какому именно поводу, я снова вспомнил про свой диплом и устроился на работу в инвестиционную компанию. Возможно, просто желая угодить родителям, которые с горечью узнавали о моих перемещениях в жизненном пространстве. А теперь представьте, каково было мое удивление, когда у этой инвестиционной компании появился первый проект, и им оказалась кофейня. Мне тогда сказали: «Раз ты знаешь, как включается кофе-машина, весь проект твой». Так появилась кофейня-галерея Coffee Break на канале Грибоедова — мой первый самостоятельный опыт в ресторанном бизнесе. А дальше пошло-поехало. Открыл греческую таверну «Олива» на Большой Морской, кофейню «Ро» на Московском проспекте и так далее.

## Школа жизни Мариуса Бойера

— В какой момент поняли, что ресторанный бизнес — все-таки ваше?

» Окончательно осознал это после того, как вновь попытался поработать в банке, точнее, в финансовом учреждении. Именно там убедился, что понедельник похож на среду, а пятница отличается от всех остальных дней только тем, что нужно

## О рестораторе

Затуливетров  
Александр  
Борисович



Родился в 1971 году в Баку, в семье военнослужащего. Учился в Москве.

В

После работы в Московском коммерческом банке в 1994 году резко поменял судьбу и устроился барбеком в ресторан «Чайка».

За 22 года участвовал в открытии более 50-ти ресторанов.

Владелец управляющей компании «СКАЙ-РЕСТ»

Женат, сыну 19 лет

работать на час меньше, а кроме того, в пятницу офисные работники радостно сообщают друг другу: сегодня мы пойдем в ресторан или бар. Тогда поймал себя на мысли: вот он — кошмар!

А в ресторане каждый день начинается непредсказуемо. Мы пережили тяжелейшие 90-е годы со стрельбой, с бандитами, с «крышами». Весь так называемый бандитский Петербург мы видели собственными глазами. Жили в нем. Сначала наливали пиво представителям криминальных группировок, потом милиционерам, у которых порой не было денег, чтобы за него заплатить. На тех и других удавалось посмотреть, как сквозь призму.

— *А когда захотелось начать собственное дело?*

» Наверное, после того, как уволился отовсюду. Впрочем, я никогда не воспринимал те заведения, где работал, как не свои. Ведь бизнес-процессы строили под себя, а иногда, чего греха таить, шли на ухищрения, но постоянно жили

жизнью бара во всех ее проявлениях от ежедневной уборки до закупок. Помню, как вместе с братом приобретали средства для полировки медных деталей, чтобы все блестело. Ведь это был НАШ бар. И никто, поверьте, не заставлял наводить порядок. Бар был и в душе, и в голове. Мы не очень нуждались в деньгах, их хватало. А вот если кто-то что-то переставлял с места на место, неважно кто — управляющий или владелец, пусть даже иностранный, — это воспринималось, как личное оскорбление. В такие моменты внутри постоянно звучал вопрос: а почему в нашем баре это нужно делать? Идите лучше в другое место устанавливать свои порядки. К слову, первую прививку собственников мне сделал голландец Мариус Бойер, владелец «Трибунал бара» и «Сенат бара», миллионер, король европейского секонд-хенда, в 90-е годы имевший собственный Ferrari. Именно этот человек показал, как нужно относиться к своей работе, к своему заведению. Я до сих пор хорошо помню день, когда в «Сенат баре» случилась, как сейчас говорят, жуткая запара. К нам приехала большая группа голландских водителей, работы разом навалилось столько, что вам не передать. Жуть! Хотелось просто умереть, причем прямо за стойкой, чтобы даже никуда не ходить. Вдруг чувствую, что кто-то меня толкает в спину локтями, активно моя посуду. Поворачиваюсь и вижу Мариуса, который для нас, сотрудников, тогда был полубогом, но его это не остановило. Причем он ведь не встал за стойку разливать пиво, а оказался там, где на тот момент нужны были лишние руки. После того, как публика схлынула и все закончилось, наш босс спокойно вытер руки, заказал себе пиво и сел за столик. Поверьте, он никому ничего не доказывал собственным примером. Это была не показуха, а абсолютно нормальное явление. И сейчас мы, прошедшие ту школу, поступаем так же.

— *Вам тоже приходится мыть посуду?*

» Да, конечно. И не только посуду. В понедельник в «Баре разбитых сердец», которым я владею,

17—20

ОКТАБРЯ  
2016



МОСКВА,  
КРОКУС ЭКСПО  
З ПАВИЛЬОН

# ПИР

19 МЕЖДУНАРОДНАЯ  
ВЫСТАВКА ДЛЯ  
ПРОФЕССИОНАЛОВ  
РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА



РЕВОЛЮЦИЯ  
ИДЕЙ

[pirexpo.com](http://pirexpo.com)

PIR EXPO



ЗВЁЗДЫ  
ОБЩЕПИТА

KORITO

KitchenAid

РЕСТОРАННЫЕ  
ВИДНОСТИ

RESTORANOFF.RU

реклама

выходной. Это мой самый любимый день. Я прихожу в заведение, запираюсь там и начинаю приводить его в порядок после недели работы: могу правильно почистить кофе-машину, поскольку лучше других знаю, как это сделать, а заниматься этим при всех неудобно. Могу даже канализацию прочистить, если необходимо.

## Свое дело: идеи и реальность

— *Когда отрывали свой собственный первый проект, уже имели представление о том, каким он должен быть?*

» Нет, конечно. В целом подобного представления нет, хотя существуют некие реперные точки, от которых я отталкиваюсь, это и сервис, и понимание, что мы не зарабатываем деньги на всем. Ведь бизнес существует не только ради бизнеса. В наших ресторанах всегда гигантское количество комплиментов и того, что мы делаем для своих гостей. А это представление о правильном проекте постоянно меняется до сих пор. Даже сейчас осознаю: по-настоящему мое заведение должно быть другим. Да, в какой-то момент я понял: ресторан «Мыженаты» — мой. Он получился именно таким, потому что сначала нашлось помещение, прошел мозговой штурм.

Когда-то у меня появилась мечта открыть лобби-бар. Но тогда я был моложе и, видимо, стремился постареть. А сейчас у меня кризис среднего возраста и хочу делать молодежные заведения. Для лобби-бара я уже не так стар.

— *Александр, приходилось ли когда-нибудь считать количество проектов, реализованных за годы в ресторанном бизнесе?*

» После тридцатого я перестал это делать, поскольку начал путаться (улыбается). Понял, что дальше просто неинтересно, сколько их — тридцать два или, скажем, тридцать семь. Сейчас в общей сложности около 50, как работающих, так и уже закрытых по разным причинам.

» *В наших ресторанах всегда гигантское количество комплиментов и того, что мы делаем для своих гостей.* «

— *При этом практически не было одинаковых заведений ни по направлению, ни по концепции, ни по формату. Какой еще сюрприз ждать рынку от вас?*

» Задумка уже есть, и как только появится подходящее помещение, не исключено, реализую ее. Скажу больше, существует целый список идей, мечт.

— *Что это: желание вечного поиска или реакция на ситуацию на рынке, стремление быть в тренде?*

» Ни то и ни другое. Наоборот, пытаюсь опередить время, и, возможно, в этом одна из моих ошибок. Я не могу сдержаться. Приведу пример: в 2008 году в Петербурге у нас был салат-бар Fresh FM на Гороховой улице — один из любимых моих проектов. Там акцент делался на различных салатах. Причем гости сами набирали то, что им нравится. Кому-то по душе руккола, кому-то лоло росо. Плюс различные топинги. Кроме того, сразу готовилось мясо и портобелло гриль. В итоге получался, на мой взгляд, идеальнейший обед. Но это заведение, увы, моментально закрылось, потому что люди в 2008 году оказались не готовы выбирать. Они просто не понимали разницу между, допустим, соусом авголемоно (оливковое масло и лимон) и каким-то другим. Для них это вообще являлось чем-то из разряда фантастики. Ведь в тот момент оливковое масло только-только захватывало рынок, и было сложно объяснить, что к чему. Думаю, если бы сейчас открыть такой проект, он пользовался бы большой популярностью. Глобально та же «Гастрономика» или «Большая кухня», где гость сам может выбрать блюдо и ингредиенты, весьма популярны. Похожая ситуация произошла и с нашей бургерной «Свитер с оленями». Мы одними из первых в Петербурге открыли заведение с такой концепцией. Было это в 2011 году, когда предпринимались первые попытки делать бургеры.

Да и уже упомянутая кофейня-галерея Coffee Break стала третьей в городе, появившись сразу после «Идеальной чашки» и «Кофе Марко». Сейчас понимаю, что мы тогда поторопились



17—20

ОКТАБРЯ  
2016



МОСКВА,  
КРОКУС ЭКСПО  
3 ПАВИЛЬОН

# MOSCOW COFFEE & TEA EXPO

4 МЕЖДУНАРОДНАЯ  
ВЫСТАВКА ДЛЯ  
ПРОФЕССИОНАЛОВ  
ИНДУСТРИИ КОФЕ И ЧАЯ

## РЕВОЛЮЦИЯ СОБЛАЗНА

[pirexpo.com](http://pirexpo.com)



## О ресторанах:

### «БутерBrodsky бар»

Дата открытия — май 2014

Объем инвестиций — 3,5 млн рублей

Количество посадочных мест — 66

Среднемесячный оборот — 2,5 млн рублей

Количество работников — 10

### «Бар разбитых сердец Тельмы и Луизы»

Дата открытия — февраль 2016

Объем инвестиций — 3 млн рублей

Количество посадочных мест — 48

Количество работников — 6

### «МыЖеНаТы»

Дата открытия — июнь 2014

Объем инвестиций — 5 млн рублей

Количество посадочных мест — 72

Среднемесячный оборот — 4,5 млн руб

Количество работников — 22

### «Вредные лепешки»

Дата открытия — июнь 2015

Объем инвестиций — 0,7 млн рублей

Количество посадочных мест — 36

Среднемесячный оборот — 1,2 млн рублей

Количество работников — 7

и открыли ее слишком рано. Надо было подождать и выйти на рынок уже после того, как в Петербург пришли большие сетевые бренды.

### Проект, который «выстрелит»

— *А может, все появляется ровно в то время, когда надо?*

» Не знаю. В любом случае, каждый раз даю себе слово не быть первым, а хотя бы пятым или шестым. Нужно дать возможность прогореть тем, кто начинает, и посмотреть на их

ошибки. Вот сейчас у меня в голове есть «маленькая» концепция. На мой взгляд, она настолько стройная, выверенная и шокирующе интересная, что думаю, что может «выстрелить» в масштабах не города, а страны. В то же время отдаю себе отчет: «выстрелить» то она «выстрелит», но неизвестно, сколько проживет. Однако чувствую, что не открыть такое заведение нельзя.

— *А как вам вообще приходят те или иные оригинальные идеи?*

» Что-то подмечаю в поездках по миру. Это могут быть либо концепции в целом, либо нетривиальные блюда, либо нестандартные интерьерные решения. Какие-то задумки появляются под конкретную команду или отдельных людей, например, под шеф-повара и его сильные стороны. А еще есть озарения, то, что порой приходит даже во сне, как случилось, например, с широкими подоконниками, на которых сидят гости. Эту свою идею сегодня встречаю в каждом втором заведении, вижу сплошь и рядом. И, кстати, именно сон решил судьбу «Бара разбитых сердец». Дело в том, что сразу было понятно: название слишком депрессивное и абсолютно не сочеталось с ожидаемой целевой аудиторией — девушками, которые в такое место просто не пойдут. А другие варианты почему-то не рождались. И вдруг однажды ночью, незадолго до открытия, я проснулся с мыслью, что к первоначальному названию нужно добавить два имени. Сначала на ум пришли Хельга и Сальма — тетушки из мультфильма «Симпсоны». Запомнил. Утром набрал в интернет-поисковике, а по пути случайно наткнулся на героиню другой известной ленты — Тельму, а вслед за ней, естественно, на Луизу, что абсолютно органично совпало с концепцией заведения, и в результате появился «Бар разбитых сердец Тельмы и Луизы». Так что мысли приходят по-разному. У меня телефон забит ими. В нем есть страничка «Необычные вещи», есть «Названия», «Идеи интерьеров». Они так и лежат, ждут своего часа. А потом под конкретный проект из этого разнообразия выбираю то, что подойдет.

В свое время, когда мы придумывали «Свитер с оленями», у меня было порядка 20 названий. Помню, распечатывали список и каждое «прикладывали» к концепции.

— **Рестобар «Свитер с оленями» по-настоящему «выстрелил», но очень скоро концепция заведения изменилась до неузнаваемости. Почему?**

» На мой взгляд, мы его упустили. Лично я сделал много ошибок. Первая из них — мне снова стало скучно. Ресторанный проект — как кинофильм, который один раз снял, выпустил на экраны и через полгода бесполезно переделывать финал. Лента уже вышла — со своими плюсами и минусами. Что касается «Свитера с оленями», то с ним произошло следующее. Мы его запустили, очень быстро привлекли постоянную публику, получили и критические замечания, и похвалы, набрали нужные обороты. А дальше мне показалось, что идея с хипстерами уходит. Ее надо было как-то обновлять, вводить новые тренды, потому что бургерные в городе стали появляться одна за другой, и мне наскучило заниматься данной концепцией. И тут я узнал, что случился всплеск интереса к любимой мной азиатской кухне.

Тогда мы, чудом заполучив очень хорошего повара, вместо «Свитера с оленями» быстро сделали тайский ресторан. И название пришло сразу — «Свит Тай» (Sweet Thai). Первой своей частью оно напоминало о прежнем заведении и в то же время рассказывало о концепции нового.

Причем все перемены произошли по сути за три дня. Это рекорд. Понятно, если проходит месяц, публика успевает привыкнуть, смириться, а здесь все случилось в мгновение ока.

Такой шаг взорвал головы хипстеров, потому как они по старой памяти все еще приходили в «Свитер с оленями», а оказывались по факту в совершенно другом месте.

Хотя тогда мне казалось, что мы красиво вышли из ситуации. И кухня, без хвастовства, была одной из лучших в городе, в том числе и по соотношению цены и качества. Во многом благодаря талантливейшему повару

Интерьер «Бара разбитых сердец Тельмы и Луизы» сделана ставка на минимализм в соответствии с форматом заведения.

Алексею Клименко. Но люди продолжали приходить за бургерами, требовали их, а мы гостям предлагали том-ям и пад тай.

Еще одной ошибкой стало решение убрать широкие подоконники, уже ставшие к тому времени обыденным явлением.

Мы их убрали, подумав: что бы мы ни сделали, к нам все равно будут ломиться люди. Однако этого не произошло.

### **Свойства характера и степень ответственности в бизнесе**

— **Почему в принципе так поступили?**

» Хотелось сделать это, как можно быстрее.

— **Но ведь бургерная «Свитер с оленями» была популярной и, смею предположить, приносила доход!**





### **А вы взяли и все изменили...**

» Это свойство моего характера, абсолютно бесполезное для бизнеса. «Свитер с оленями», думаю, мог совершенно спокойно работать до сих пор, несмотря на увеличение арендной ставки и другие обстоятельства. Но мне было неинтересно продолжать делать то, что делают уже все. Так что я ни на грамм не снимаю с себя ответственности за произошедшее.

### **— А надо ее чувствовать?**

» Конечно! Не говоря уже о том, что, в конце концов, это просто деньги. А на самом деле имела место своего рода игра, некий каприз. После этого я в течение трех месяцев мучился с рестораном «Свит Тай», а тайская кухня по факту «выстрелила» в трех местах города. Выходит, я принял отблеск за вспышку, которой не было. Да, открылся Jack & Chan на Итальянской, Wong Kar Wine на Фонтанке, и мне показалось: вот

Комфортные стулья, столики на двоих, небольшая сцена и фортепьяно — всё, что нужно для создания уютной обстановки и проведения концертов.

он — зарождающийся тренд! Подумал: к черту бургеры! Если я сейчас не откроюсь, опоздаю!» А надо сказать, опаздывать я не люблю. Поэтому стал третьим в городе с концепцией тайской кухни.

### **— Но ведь и этот ресторан пришлось закрыть...**

» К сожалению, да. Потому, что любители тайской кухни еще не прониклись местом, которому надо дать выдержаться.

В общем, пришлось срочно что-то еще придумывать. Так появился проект под названием «Паразита кусок», куда предстояло собирать публику еще раз. Мне удалось через общих знакомых найти владельцев бренда. Стали наклейками с новым названием заклеивать меню, которое получилось новаторским: все по 212 рублей. Играли только объемами порций.

Уверен, эта идея могла «выстрелить», хотя и была авантюрой чистой воды. Но, увы, нам просто не хватило времени. Подняли аренду, а денег уже не было. И я понял: лучше утопить все и забыть, хотя до сих пор жалею, что так все вышло. Это один из очевидных промахов, который можно объяснить лишь моей недалекостью и неоправданной уверенностью в собственных силах.

### **— Но ведь и это тоже жизнь ресторатора, с удачами и промахами...**

» Согласился бы с вами, если бы речь шла только обо мне. Но ведь за мной стоят сотрудники, арендодатели и так далее. Здесь надо понимать, имеешь ли ты право на подобные эксперименты с точки зрения морали, ведь в таких ситуациях ты подставляешь не только себя. А еще осознавать, что ресторан — это все-таки бизнес, а не творчество, и нельзя подменять одно другим. А это как раз я не учитывал. Это то, что я называю синдромом полной компетентности, когда кажется, что любой проект, какой бы ты ни открыл, станет успешным, ведь ты абсолютно знаешь потребности гостей и можешь вить из них веревки. А на самом деле все совсем не так. Будь так, в Петербурге было бы десятка два суперуспешных рестораторов. Но у каждого бывают



**WorldFood**   
Moscow

25-я Международная выставка  
продуктов питания

**12-15 сентября 2016**  
Москва, ЦВК «Экспоцентр»

[www.world-food.ru](http://www.world-food.ru)



Организатор  
Группа компаний ITE  
+7 (499) 750-08-28  
[worldfood@ite-expo.ru](mailto:worldfood@ite-expo.ru)

Получите бесплатный электронный  
билет, указав промо-код

**wfm16pESYY**



проколы, провалы и жестокие уроки судьбы, когда открываешь, казалось бы, на 100% выверенный проект, а он вообще не работает. И тут же ты видишь людей, которые напротив тебя делают заведение, буквально на коленке, ты над ними смеешься, поскольку понимаешь: есть если не законы, то хотя бы минимальные правила бизнеса, вроде бы нарушенные. А по итогам получается: сам сидишь в пустом зале, а к твоим немелким коллегам ломятся. И гостям абсолютно наплевать, что все в таком проекте делается против правил.

— *А как, кстати, реагировали сотрудники?*

» По-разному. Были и те, кто говорил, что интересные проекты, конечно, хорошо, но стабильная зарплата важнее.

## Настоящее и перспективы

— *Сколько у вас сейчас проектов?*

» Пока пять. Три в Петербурге: «Вредные лепешки», «Butterbrodsky» и «Бар разбитых сердец Тельмы и Луизы», один в Казани — кондитерская «Трюффо», и еще один в Красноярске — хипстер-буфет «Jumbo и уклейка».

— *Будь возможность возродить какое-либо из ваших не существующих сегодня проектов, воспользовались бы ей?*

» Да, вернул бы греческую таверну «Олива» на Большой Морской улице. Это заведение, с которого, по большому счету, началась моя жизнь ресторатора. Его площадь была 800 квадратных метров, на 300 посадочных мест.

— *В своей книге «Как открыть ресторан и преуспеть» вы назвали ее улицей мертвых ресторанов...*

» Так и до сих пор нельзя сказать, что там масса успешных заведений. Даже параллельная ей Малая морская, на мой взгляд, в этом смысле лучше. А что касается «Оливы», я не могу понять, почему за последние 10–15 лет так никто и не открыл в Петербурге греческую таверну, при

» Вернул бы греческую таверну «Олива» на Большой Морской улице. Это заведение, с которого, по большому счету, началась моя жизнь ресторатора.

“

том, что эта идея лежит на самой поверхности. Для меня, признаюсь, это большая загадка.

— *А нет ощущения, что после вас просто боятся создавать заведения с такой концепцией, коль скоро «Олива» в первоначальном ее варианте закрылась...*

» Не думаю, что это как-то связано. Скорее всего, причина в другом. Возможно, сама идея кажется слишком простой. Или просто нет понимания, что такое греческая кухня. А ведь в плане концепции таверна «Олива» была рестораном на каждый день, став, таким образом, своего рода предвестником Ginza Project. Ведь именно мы приучили людей ходить в ресторан по вечерам, без всякого особого повода. Я до сих пор помню очереди, стоявшие у входа «Оливы».

— *Мы уже затронули тему правильной локации. Как считаете, какие места в Петербурге можно назвать неподходящими для открытия ресторанов и, наоборот, удачными?*

» Неудачное место в нашем городе, пожалуй, только одно — Невский проспект. Это даже не ярмарка тщеславия, а странная история, на которой зарабатывают все, кроме ресторанов. На мой взгляд, это так называемая рекламная улица. И если не ставить перед собой цель зарабатывать, то можно и там открыться. Хотя всем хочется появиться именно на Невском. Кажется, вот запустимся — и сразу получим непрекращающийся поток посетителей. Я бы никогда не стал открывать заведение на Невском. Вообще. В принципе. Это даже не Большая Морская, которую я в свое время, как вы вспомнили, назвал улицей мертвых ресторанов, но где заведение еще может «выстрелить», то есть приносить стабильный доход на протяжении трех лет. Даже там, но не на Невском проспекте, куда в свое время выходили монстры ресторанного бизнеса. Но ни у одного не получилось ничего стоящего. И та же Ginza project — флагман ресторанного бизнеса — не открывает ресторанов на Невском. Существующие там заведения, бывает, меняют



владельцев, названия, но, на мой взгляд, это все — бульон из-под яиц. А если говорить об удачном месте, то таковым за последние два года, конечно, стала улица Рубинштейна.

**— Как получилось, что тихая улочка, пусть и в центре города, практически в одночасье приобрела статус едва ли не главной в ресторанном бизнесе нашего города?**

» Сначала сложился квадрат, ограниченный Невским проспектом и тремя улицами — Ломоносовской, Думской и Рубинштейна. Там появилось два-три знаковых бара, и постепенно все стало развиваться. Сейчас похожие процессы происходят на других улицах исторического центра — на Жуковского, Белинского, Некрасова. Последняя, кстати, длиннее двух предыдущих. И на ней много свободных площадей. На самом деле достаточно открыться двум-трем удачным заведениям — и образуется кластер. К нему прирастут и остальные проекты.

**— Почему вы открыли заведения именно в Казани и Красноярске?**

» Меня туда позвали в качестве стартап-менеджера и консультанта, в частности, прочитав мою книгу. В ближайшее время, вполне возможно, еще полечу в Омск. Могу сказать: в Казани нам удалось открыть один из лучших тамошних ресторанов, с достойным интерьером, хорошей кухней и оборотованием.

» *Есть рестораны-легенды, а есть рестораны-одногодки, правда, при этом достаточно успешные. Главное — уловить «предгрозовое состояние», которое ощущается в воздухе, предвестник тренда, и успеть открыться.* «

## О долголетию проектов и факторах успеха

**— Известно, что у ресторана есть свой жизненный цикл. На ваш взгляд, о каком времени идет речь?**

» Раньше всегда говорил, что через пять лет нужно менять концепцию. А сейчас понимаю: есть рестораны-легенды, а есть рестораны-одногодки, правда, при этом достаточно успешные. Главное — уловить «предгрозовое состояние», которое ощущается в воздухе, предвестник тренда, и успеть открыться, пока рынок не прорвало и на него не хлынули однотипные проекты.

**— Как уловить? Благодаря интуиции или надо читать биржевые сводки и анализировать другую информацию?**

» Знаете, у меня два высших образования. Экономическое и МВА. И могу сказать: то ли я плохо учился, то ли все это ерунда. Во всяком случае, в ресторанном бизнесе знания не работают. Хотя на семинарах, которые периодически читаю, такими своими высказываниями я вызываю бурю негодования в свой адрес, особенно, когда говорю слушателям: перестаньте считать, доверяйте интуиции, почувствуйте, когда нужно поднять стоимость, а когда наоборот снизить, не смотрите на себестоимость, ведь cash flow (оборот) гораздо важнее прибыли.

На мой взгляд, в погоне за прибылью теряется лицо, дух, гости. И все это никогда не вернуть, никакими путями. Одно из правил ресторанного бизнеса: когда начинаешь чувствовать усталость от места — свою, персонала, гостей — значит, настали перемены. Как только не обращаешь внимания, вроде бы, на мелочи, например, на то, что летом звучит рождественская музыка, пусть даже всего лишь один трек не по сезону, — это первый признак, показатель начинающегося беспорядка. Хотя на первый взгляд вроде бы сущий пустяк, мелочь. Ресторан — бизнес деталей, дьявольский бизнес. Здесь все зависит от того, как повернут светильник, какая в него вкручена лампочка и так далее. Порой не обращаешь внимания на такие мелочи, а они срабатывают.

## Правила ресторанного бизнеса

— Александр, скажите, что может «выстрелить» в ресторанном бизнесе в ближайшие год-два?

» Правду-то я не скажу. Но все равно отвечу на ваш вопрос: через два года «выстрелит» то, что я открою в этом году (улыбается). Я, скорее всего, прогорю. Но если ориентироваться на меня, то можно просчитать успешные варианты проектов. Мы первыми в городе открыли заведение, где основным блюдом были ребра. После нас открылось или готовится к открытию еще ряд заведений с такой концепцией. Ребра логично привязываются к крафтовому пиву, и в итоге появляется интересный тренд. Это уже не бургерные, но еще не стейк-хаусы.

— А что точно не будет в тренде?

» На мой взгляд, перуанская кухня. По крайней мере, в Петербурге. Именно потому, что в Москве о ней говорят, ею восторгаются. Мы никогда не будем похожи на Москву. Поэтому

Бутеbrodsky бар: само место и его архитектурные особенности «подсказывают» формат заведения

рестораны с питерскими корнями с большим трудом выживают, а чаще просто не выживают в российской столице. Впрочем, аналогичная судьба, считаю, ждет московские рестораны, пришедшие в Петербург. У нас совершенно разные принципы ведения бизнеса, отношение к гостям, мотивы, которыми руководствуются последние, выбирая заведение. Именно в людях и есть принципиальное отличие. Москвичи едят за разговорами, и поесть надо обязательно трендовые блюда. То, о чем услышал, нужно попробовать, чтобы тебя не посчитали немодным. Есть определенные правила жизни, диктующие, какую одежду покупать, какие рестораны посещать. Правда, через месяц все может поменяться. Кроме того, деловые встречи за завтраком в ресторане — в столице признак хорошего тона. Причем где-нибудь в 7 утра, пока еще Москва едет, а не стоит в пробках, и поговорили бы до девяти. А в Петербурге мы около одиннадцати часов утра только просыпаемся. В наши рестораны приходят для того, чтобы, не торопясь, побеседовать, а потому и еду







**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, Пятерочка)**, 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  
**Империа**, 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 C&S**, Санкт-Петербург  
**Магнит**, Санкт-Петербург  
**Мера-Маркет**, Санкт-Петербург  
**Меркурий**, Петрович, Архангельская область  
**Мировой**, Санкт-Петербург  
**О'Кей**, Санкт-Петербург  
**Оптоклуб 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 АЭС, 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](http://www.peterfood.ru)

Организатор:



Тел./факс: (812) 327 49 18, (495) 730 79 06  
E-mail: [imperia@imperiaforum.ru](mailto:imperia@imperiaforum.ru)

нужно подавать более горячую, ведь мы едим медленнее. Она должна быть более тушеной, «северной». В Москве все иначе. Сел, быстро поел и побежал дальше. Поэтому порции маленькие, акцент на эстетику подачи.

— **От каких ошибок вы бы предостерегли начинающих рестораторов?**

» Раньше я говорил, что главное — не открывать именно то, что нравится именно вам. Сейчас понимаю, что нельзя создавать рестораны, которые вам не по душе. Невозможно быть внутри заведения, которое тебе лично не близко, даже если оно приносит деньги. Как инвесторы можешь там находиться, а как ресторатор, наверное, нет.

— **Александр, что, на ваш взгляд, обеспечивает ресторатору успех?**

» Ежедневная жизнь в своем заведении. Ничего другого нет.

— **А каковы принципы построения и управления проектом в ресторанном бизнесе?**

» Первый принцип — знать, что открываешь, знать от и до. Начиная от целевой аудитории, концепции кухни. Нельзя открывать заведение просто потому, что где-то увидели то, что понравилось. Концепция должна быть досконально изучена. Второй принцип успеха — быть гибким. Ведь вполне возможно, что концепция претерпит изменения, и ее меняют гости. Кстати, не надо этому противиться. Они сами повернут ее так, как нужно. В «Мыженаты» мы,

например, рассчитывали на то, что основной аудиторией будут мужчины, которые будут собираться, чтобы поесть ребра и выпить, а по факту на те же ребра приходили девушки. И еще один принцип — не верить никому, даже себе. Никогда. Ни в какой момент. И проверять все: начиная от состояния туалетных комнат до цен, предлагаемых поставщиками, даже если у тебя в заведении работает жена, дети. И дело не всегда в злоупотреблениях. Просто надо понимать, что кроме тебя это заведение никому не нужно.

### Об отношениях с персоналом и планах

— **Коль скоро мы коснулись кадрового вопроса, скажите, что такое правильная команда.**

» На мой взгляд, ее нет. Сейчас, наверное, я нахожусь в том периоде жизни, когда глобально разочарован в работниках. Если ты приближаешь сотрудников к себе, они становятся развязными, рвут дистанцию и перестают тебя бояться. А этого нельзя допускать. Нельзя дружить с персоналом. Бесполезно рассчитывать на положительный результат, если человек четко не выполняет свои обязанности — от и до, хотя сам по себе он может быть хорошим. Конечно, важно воспитание и боязнь или нежелание потерять доверие со стороны руководства, когда таковое есть. Правда, им часто пользуются. Но большей частью персонала российских ресторанов работа в них воспринимается как временная. Никто не устраивается на принципах пожизненного найма. Мы не говорим о ресторанах, где трудится два-три человека. А вот там, где больше двадцати сотрудников, должна быть жесткая дисциплина и еще раз дисциплина. Потому что персонал очень быстро расслабляется, и потери от этого в заведении колоссальные.

— **Если не секрет, чему сейчас посвящаете время, что в планах?**

» На данный момент занимаюсь оптимизацией бизнеса. В результате, хочу оставить себе один, может быть, два ресторана и больше





не заниматься открытием заведений для себя. Считаю, за все время допустил одну величайшую ошибку, пытаюсь расширяться, увеличивая количество проектов. Один-два можно полностью контролировать и делать там все на самом высоком уровне. Причем, второй ресторан нужен еще и для того, чтобы отдыхать от первого. С появлением третьего места снижается уровень восприятия тех или иных вещей. Помню, с появлением третьего заведения я пытался планировать, составлять график, по которому на неделе надо посещать свои рестораны. Бесполезно. Все равно не успеваешь за всем уследить.

— *А как же красивые проекты, которые, по вашему признанию, сейчас есть в голове? Неужели сможете удержаться от соблазна?*

» Наверное, нет. Вот сейчас ношусь с идеей в поисках помещения, опять же, на улице Рубинштейна. И все. Потом в любом случае будут только стартапы, где я готов выступать в качестве консультанта, и то когда все уже есть, включая

На прежнем месте один из залов ресторана «МЫЖЕНАТЫ» выглядел так...

необходимое финансирование. Причем без дальнейшего сопровождения заведений. Мне не жалко будет поделиться перспективной задумкой.

### О личном

— *Если бы отмотать жизнь на 20 лет назад, поехали бы сейчас из Москвы в Петербург?*

» Точно такой же вопрос задаю себе практически каждый день. Пока, честно говоря, так и не нашел ответа, правильно тогда поступил или нет. До сих пор думаю, как бы сложилась жизнь, не окажись я в Петербурге и не захвати меня идея работы в ресторанном бизнесе. Возможно, сейчас сидел бы спокойно в каком-нибудь банке, перелистывал бы бумажки, а может, и нет. Наверное, был бы богаче. Пусть не стал бы финансовым магнатом, поскольку для этого я достаточно ленив. Правда, в Москве 90-х сложно было не сделать карьеру в банковской сфере, имея хорошее образование. Жалею ли я о том своем решении? Конечно, нет!

— *То есть Петербург — ваш город?*

» Я жил в Москве, но так и не привык к ней. Питер, наверное, мой. Хотя он немного тормозит меня. Абсолютно комфортно чувствую себя в Бангкоке. Вот это действительно мой город. Там я чувствую себя дома.

Приведу пример. В свое время так сложилось, что моя компания, исключительно по воле случая, выиграла тендер на оказание услуг по организации питания на Олимпиаде в Сочи. Мы кормили практически весь горный кластер. Признаться честно, это тяжелейшая работа, отнявшая у меня кучу нервов. Уже во время соревнований дал себе слово: если благополучно закончится весь этот кошмар, настоящий ад, улечу на два дня в Бангкок. Жил этой мечтой.

И по окончании Олимпиады я осуществил задуманное, на два дня слетав домой — в Бангкок (*улыбается*). Да, дорога самолетом заняла семнадцать часов в одну сторону, столько же ходил по городу и потом добирался обратно. Но мне этого времени хватило для того, чтобы отдохнуть, восстановить силы.

— *Ваш основной принцип в жизни?*

» Наверное, хочешь сделать хорошо — сделай сам. Но в разумных пределах. А главное — порядочность во всем. Деньги не главное. Для меня, во всяком случае, это так. Возможно, именно поэтому, когда я управлял одним заведением на Большой Морской, у меня была достаточно хорошая машина, потом, когда стал управлять «Летним дворцом» в Петергофе, у меня появился очень хороший большой черный автомобиль. Со временем поменял его на более удобный. Когда стал владельцем ресторана, то предпочел уже smart...

— *А теперь на велосипед пересели?*

» Велосипед у меня тоже был, но я и его продал. Теперь хожу пешком. Езжу на метро. Стал ли я богаче? Нет, стал беднее. И наверное, мудрее. Но я не знаю, как бы смог прожить, не будь у меня своих ресторанов.

— *Главная черта характера Александра Затуливетрова?*

» Спонтанность, увы, очень истеричная.



» *Счастье — когда тебе есть чем заняться.* “

— *Это недостаток?*

» Да, конечно! Ведь она очень мешает. Мне всегда кажется, что все можно сделать гораздо быстрее. Признаюсь, тяжело от того, что многие из тех, с кем я работаю, живут немного на другой скорости, медленнее. Причем они искреннее считают, что иначе никак. И я долгое время не мог этого понять.

— *Вы написали несколько книг...*

» Три уже изданы, одна в производстве и одна почти дописана. Что касается чтения, то, признаюсь, читаю гораздо меньше, чем хотелось бы. И дело даже не в нехватке времени, а, скорее всего, в банальной лени.

— *Любите планировать?*

» Очень. Более того, планирую так, что никогда ничего не сбывается. Из запланированного не сбывается ни один пункт. Вообще ни один. Причем, по-моему, с самого рождения. Все получается с точностью до наоборот. Но я все равно нахожу для себя огромный плюс в планировании: можно заниматься им совершенно спокойно, когда заранее знаешь, что задуманное не сбудется.

— *Самое главное для вас в жизни на сегодняшний момент?*

» Будущее сына. Только это глобально меня и заботит.

— *А мечта есть?*

» Конечно. Это маленький отель, в котором я смогу, никого не стесняясь, и чинить канализацию, и принимать деньги, и смотреть финансовые отчеты.

— *Что такое счастье?*

» Счастье — когда тебе есть чем заняться. Будь то собственный ресторан или поездка к родителям. Самое страшное — когда просыпаешься и задаешь себе вопрос: а что я сегодня буду делать целый день? У меня, слава Богу, такого нет. Значит, я живу. А жить — это и есть счастье.

— *Иными словами, сейчас вы счастливы?*

» Да, безусловно. Причем я бы еще и поделился этим счастьем.

*Беседовал Алексей Журавлев*

## IT для ресторанного бизнеса

Рубрику ведет компания «ЮСИЭС СПб» (UCS SPb)

# Мобильный ресторан с R-Keeper

Современные технологии прочно вошли в нашу повседневность, самыми популярными стали мобильные сервисы, приложения, интернет-опции, которые позволяют облегчить и разнообразить нашу жизнь. Индустрия гостеприимства и развлечений давно и успешно использует многие актуальные hi-tech решения. В этой статье вы узнаете обо всех интересных новинках, способных сделать Ваш ресторан более популярным и успешным.

### Hi-tech для официантов: быстрое и качественное обслуживание

Если у Вас в ресторане есть летняя веранда, двухуровневый зал или помещения со сложным расположением, вам просто необходимо автоматизировать рабочее место официанта для оказания сервиса на должном уровне.

UCS предлагает разные решения:

- ✓ Переносной терминал с технологией «Мобильный официант» для приема заказа непосредственно у столика. Для оснащения персонала Вы можете выбрать устройства на базе iOS или Android

- ✓ Станции официантов на планшете в автивандальном корпусе. Легкие в установке и использовании. Последняя новинка от UCS станция официанта на Android бюджетное и удобное решение.

- ✓ Система оповещения официантов — технология передачи сообщений из системы R-Keeper на мобильные устройства. В качестве принимающих устройств используются бюджетные модели смартфонов на базе ОС Android. «Зайдите в бухгалтерию!», «Заказ № 67 готов», «Подойдите к столику 24» — все эти сообщения можно будет не только читать на экране смартфона, но и прослушать с помощью гарнитуры, чтобы не отвлекаться от работы. Официант может удалить сообщение с экрана, но оно сохранится в системе для контроля и отчетности.

Электронное меню на планшете: впечатляюще и удобно!



Электронное меню на планшетных устройствах — это современная альтернатива бумажному предшественнику. Ассортимент может быть представлен самым подробным образом: изображения, тексты, рекомендации шеф-повара и даже подсказки для гостей (С чем лучше заказать это блюдо?). Вся информация можно легко и быстро редактировать, оперативно размещать маркетинговые предложения и максимально использовать потенциал технологии для продвижения ресторана. Программа обеспечивает эффективную защиту устройств от воровства.

**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

### Виртуальная карта гостя: новое слово в программах лояльности!

Никаких пластиковых карт, которые вечно теряются или забываются, вся информация в смартфоне. Гости не только могут получать скидки на День Рождения, пользоваться накопленными бонусами, но и отправлять сообщения своему официанту, например, попросить дополнительный лед или принести счет.

### Мобильная инвентаризация: легко и просто!

Специальное программное приложение, интегрированное со складской системой StoreHouse, позволяет быстро и удобно, осуществлять прием, отгрузку и перемещение товара путем сканирования штрих-кодов с помощью переносного терминала сбора данных.

### Web-мониторинг: тотальный контроль он-лайн

Эффективное управление предприятием из любой точки мира в режиме реального времени — все это возможно с технологией web-мониторинг сервера. Решение позволяет получать актуальную информацию о работе заведения (загрузке ресторана и продажах) из любого уголка земли, где есть доступ в интернет.

# Учет собственного производства в ресторане

В настоящее время даже небольшие города готовы порадовать посетителей огромным разнообразием маленьких и крупных ресторанов. Молодое заведение сможет составить им конкуренцию только в том случае, если будет иметь очень узкую направленность. Например, если будет вкусно готовить китайскую, французскую или итальянскую еду. Кроме того, по мнению опытных бизнесменов, на успешность работы сильное влияние оказывает грамотность и целеустремленность владельца. Но если этот бизнес для вас что-то новое и неизведанное, то лучше не прибегать к резким и кардинальным мерам, а заняться мониторингом реакции посетителей на введение той или иной дополнительной услуги.

Успех заведения зависит от многих факторов, но основными из них являются:

- место и тематика заведения;
- высококлассный повар;
- профессионалы в управляющем составе;
- наличие системы автоматизации и грамотно поставленный управленческий и бухгалтерский учет.

В чем сложность работы с собственным производством? Попробуем разобрать специфику ведения учета собственного производства и предложить систему автоматизации для упрощения работы с данными бизнес-процессами.

Создаются цеха по проработке изделий, далее необходимо переместить готовые изделия на точки (в наличие или в виде полуфабрикатов собственного изготовления). Ярким примером перемещения полуфабрикатов являются кондитерские, пирожковые, так как основное тесто заготавливается на центральном производстве и потом перемещается в виде замороженного продукта на точки, где идет доработка, например, разогрев в специальных печах. В столовые, как правило, перемещается готовая продукция с производства, упакованная и взвешенная, которая сразу приходится в наличие на точке продаж.

Любое перемещение изделий необходимо грамотно контролировать с помощью системы управления в складской программе.



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

Рассмотрим требуемую систему учета на примере кондитерского производства, так как оно является одним из самых сложных для складского учета и системы формирования отчетов.

Любой кондитер должен знать:

- весь ассортимент выпускаемых изделий;
- санитарно-гигиенические нормы кондитерского производства, включая сроки и условия хранения ингредиентов и готовых продуктов;
- виды сырья и его свойства;
- рецептуру и режим приготовления кондитерских изделий, а также различные виды их отделки, украшения;
- процесс готовки и создания/украшения кондитерских изделий;
- ГОСТы по кондитерским изделиям;
- % потерь при резке.

Все эти данные и многое другое можно вести в системе IS. Работа с перемещением полуфабрикатов в системе позволяет передавать их с центрального производства на точки продаж. IS позволяет вести учет наличия продуктов по полуфабрикатам, что немаловажно для таких производств. Контроль норм и условий хранения и реализации и т. д.

Зная % отхода при резке разных групп мучных изделий, управляющий будет иметь возможность проводить точную инвентаризацию на складах торговых точек. Все необходимые документы по товарообороту и производству представлены в системе IS, что способствует оперативному учету и анализу продаж всего предприятия.

Для кондитерских производств в системе введены специализированные отчеты, касаемо законодательства, различные сертификаты на кондитерское производство и т. д., что значительно упростит работу заведующего производством на предприятии.

Наличие в системе IS собственного бухгалтерского и управленческого учета дает возможность оперативно рассчитать прибыльность данного производства, учитывая все до копейки, не теряя ни единой доли информации. Такая оперативность и контроль позволят сделать бизнес успешным.

# 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

# Сантьяго Ластра Родригес: «Любимая кухня — мексиканская, она у меня в крови»

Наша встреча с Сантьяго Ластра Родригесом — молодым шеф-поваром, который уже успел стать известным далеко за пределами родной для него Мексики, — проходила в петербургском ресторане Marketplace, куда его пригласили для создания осеннего сет-меню. Сантьяго первый раз приехал в Северную столицу, но оставил прогулки по городу на последние дни своей кулинарной командировки. Как сказали его коллеги, все время он проводит на кухне ресторана, обучая команду поваров приготовлению новых блюд и привнося мексиканский колорит в каждый этап создания отдельного блюда. С первых минут общения подкупают обаяние, жизнерадостность и невероятная открытость молодого повара. Наш разговор начался с вопроса о выборе профессии.



— Сантьяго, почему вы решили стать поваром?

» Моя мама никогда особо не любила стоять у плиты. Вообще мы в семье нечасто готовили. Поэтому я часто ходил к друзьям, где не только играл в игры, но еще и ел. «Ребята, вы играйте, а я пойду поем», — так я говорил друзьям (смеется)!

Помню, в 15 лет в одном из супермаркетов я увидел рецепт блюда и решил попробовать — подумал: почему бы и нет, приготовлю сам, попробую. Когда блюдо было готово, всем оно очень понравилось, люди одаривали его комплиментами. Это привело меня в восторг — я запомнил те ощущения. Меня это вдохновило. Понял одну простую вещь: можно дарить людям счастье и не быть в центре внимания, они чувствуют энергию другого человека через приготовленную им еду.

Спросите моих друзей шеф-поваров — многие чуть ли не в сорок лет ощутили настоящий вкус продуктов.



Я же в раннем возрасте получил вдохновение, это подвигло меня на свершения, дало начало моему развитию в профессии.

**— Вы работали в ресторанах двух совершенно разных стран — в Дании и Великобритании. Чем отличаются кухни? С какими сложностями пришлось столкнуться?**

» Многие люди считают, что в Англии нет собственной кухни, на рынке много фаст-фуда. То же самое несколько лет назад люди думали о Дании, где в основном была французская кухня, употребляли подкопченную сельдь в пищу и особенного развития у них не наблюдалось. Сейчас один из самых известных ресторанов скандинавской кухни в Копенгагене — Noma. В «Красном гиде Мишлен» он получил две звезды из трех возможных, входит в топ-50 ресторанов, которые рекомендуют лучшие шеф-повара мира и кулинарные издания.

В свое время в Noma начали использовать то, что произрастает в Скандинавии, и это было просто потрясающе! Они открыли такие продукты, которые теперь используются не только в Дании, но также в Швеции, Норвегии. Сейчас аналогичные изменения происходят и в Англии, где используется все больше новых продуктов.

Знаю много молодых шефов из Англии, они путешествуют по всему миру, впитывают новые знания, а в итоге получается очень интересная кухня. Мне было не очень сложно адаптироваться и в Дании, и в Англии, так как эти страны начали развиваться с одинаковой скоростью.

**— Из блюд русской кухни вас что-нибудь вдохновило?**

» Признаюсь, у меня не было никакого представления о России до того, как приехал сюда. Я посетил достаточно много ресторанов с национальной кухней, мне особенно запомнилась грузинская, кавказская и армянская кухни. А еще очень понравился борщ — и горячий, и холодный. Они отличаются один от другого, но оба хороши. Запомнились

» *Понял, что в России очень любят сочетание теста с мясом — это мне по душе.*

“

хачапури и пельмени. Даже попробовал рецепт, чтобы знать, как правильно их готовить. Вообще понял, что в России очень любят сочетание теста с мясом — это мне по душе. Хачапури по-аджарски, запекается с яйцом — для меня это food porn (красивый вариант блюда и его подачи — авт.), и это невероятно вкусно!

Мне очень понравились многие блюда, но некоторые просто сложны для восприятия, к примеру, чурчхела, которую попробовал в Москве. Также пробовал маринованную черемшу. Именно соленья мне очень запомнились — томаты, огурцы, черемша, кизил. Также понравился подкопченный сыр «косичка», чечил на закуску. Не могу сказать, что водка и икра меня вдохновляют. На Западе считается, что эти два продукта — главные в русской национальной кухне. Конечно, это не так. Я водку до приезда в Россию не пробовал, а здесь ощутил вкус этого напитка. Весь алкоголь на его фоне для меня сразу отступил на второй план (смеется).

**— Что сейчас происходит в вашей жизни?**

» Сейчас полностью занят работой в Marketplace, привнесением в меню мексиканского колорита — это все, чем я могу быть сейчас занят, и все мысли только о данном мероприятии. Я путешествую по многим местам, делюсь идеями мексиканской кулинарии в тех странах, куда приезжаю. В этом году был в Дании, в России, в Гонконге, на Тайване, также посетил Японию, Испанию, Великобританию. Обычно меня приглашают в конкретный ресторан и я ставлю меню с мексиканским колоритом. Я посвятил целый год своей жизни кулинарному путешествию — совершил 44 перелета за год.

В конце 2016-го планирую поехать в Мексику, а в промежутке с августа по ноябрь думаю поработать в Дании — в лаборатории Nordic Food Lab — и в Англии. Кроме того, попытаюсь заняться итальянскими проектами. Моя главная цель — непременно посетить Мексику, чтобы повидать маму, встретить Новый год со своей семьей. Я пять лет не был в Мексике, хочу увидеть родных.

**— Какие новшества ожидаются в меню Marketplace?**

» Блюда будут традиционными для моей Родины и помогут понять мексиканскую культуру.

Когда я готовлю в России, предпочитаю традиционные рецепты. Ведь если я буду готовить из необычных компонентов необычные блюда, это рискованно, и на данном этапе меня могут не понять. Сейчас я готовлю меню для Marketplace в стиле домашней еды — это те блюда, которые вы можете приехать и попробовать у меня дома. Я не хочу делать то, что ассоциируется с Мексикой, — буррито и другие. Кстати, буррито в Мексике мало кто ест. Пожалуй, только в Северных районах. Я хочу представить интересные блюда, аутентичные, отражающие мексиканскую кухню.

**— В чем, на ваш взгляд, аутентичность британской и скандинавской кухни?**

» Думаю, Дания и Великобритания в смысле гастрономии развиваются параллельно. Принято считать, что в этих странах очень часто используются продукты в маринаде, а датские и британские повара маринуют, консервируют, преобразуют вкус, хотят найти различные вариации. В еде нет единого правила. Нет ограничений и рамок в приготовлении блюд и в их компоновке. Можно варить, все сочетать так, как хочется, и обрабатывать их по своему вкусу. В Англии для меня было большим сюрпризом то, что там в большом количестве используют морепродукты, мясо диких зверей и другие компоненты, представленные в природе. Например, раньше многие предпочитали использовать специи из Индии, а оказалось, что и в других странах специй в достатке. Мне очень нравится, что вы в России используете локальные продукты в разных вариациях.

**— Какую кухню вы могли бы назвать любимой?**

» Место, где мы родились, должно быть для нас самым главным. Попробовав разнообразные продукты и посетив многие страны, я понимаю,

” Хочу оставить после себя след в истории гастрономии. Моя главная миссия — это продвижение и развитие мексиканской кухни. “

что хочу употреблять в пищу мексиканские продукты и блюда. Они меня вдохновляют. То есть могу сказать: любимая кухня — мексиканская, она у меня в крови. Да, в кулинарии любой страны можно найти много интересного. Но для меня преобладающей является именно мексиканская кухня.

**— В чем основные особенности мексиканской кухни и ресторанов с этой концепцией? Что делает ресторан мексиканской кухни таковым?**

» Мексиканская кухня очень свежая и яркая. Часто, путешествуя по местам, где людям не так повезло с погодой, встречаешь еду более серьезную и тяжелую. Идеальных мест не бывает, так же как не бывает идеальных людей, поэтому, как мне кажется, так важно путешествовать. Для меня Россия была увлекательным вызовом, здесь совершенно другой климат и, соответственно, другие продукты. Воссоздавать краски Мексики из местных ингредиентов не всегда легко, но всегда очень интересно.

**— Какими качествами должен сегодня обладать повар, чтобы быть востребованным в профессии не только у себя в стране, но и за рубежом?**

» Знания, креативность, гибкость, чувства. Приготовление еды — процесс, требующий высокой остроты чувств, без нее тяжело найти ответы на вопросы и поймать вдохновение. Эти навыки взаимосвязаны, благодаря им ты понимаешь, как работает вкус, при создании блюд постоянно открываются новые возможности.

**— У вас есть профессиональная мечта?**

» Хочу оставить после себя след в истории гастрономии. Моя главная миссия — это продвижение и развитие мексиканской кухни, знакомство людей на других материках с ее аутентичными продуктами и техниками. После всех своих путешествий я мечтаю открыть небольшие рестораны в разных концах света, в которых я смогу поделиться своим видением новой мексиканской кухни.

*Беседовала Марина Лютова*

Организатор форума

**MarketingOne**  
BEST MARKETING EVENTS**БРИТАНСКИЙ ДИПЛОМ!**The Chartered  
Institute of Marketing

18, 19 и 20 октября 2016

Москва

XIX Бизнес-Форум TOP Marketing

Мы посвящаем осенний форум всему новому, что кардинально меняет маркетинг, ориентированный на продажи.

- 3 дня, 20 актуальных тем разбитых по инструментам: брендинг, реклама, исследования, ценообразование и пр.
- От задачи к решению: семинары и кейсы чередуются с практикумами и мозговыми штурмами.
- 70+ докладчиков: директоров по маркетингу с опытом работы от 10 лет (не агентства!)
- 500+ маркетологов средних и крупных компаний. Активный нетворкинг с целью персональных знакомств и обмена опытом среди делегатов. Возможность составить карту недостающих компетенций прямо на форуме!
- Форсайт-сессия директоров по маркетингу: "Что определит успех маркетолога в будущем?". В партнерстве со школой управления **СКОЛКОВО**.

Для директоров по маркетингу, маркетологов, управленцев, генеральных директоров.

Участие в форуме принимают компании из разных секторов.  
Отдельно рассматривается практика для B2C и B2B рынков.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ: +7 (495) 649-0908 sokolova@MarketingOne.ru www.MarketingOne.ru

реклама

**FORESCH**МЕЖДУНАРОДНЫЙ  
ЭКСПОФОРУМ РЕСТОРАННО-  
ОТЕЛЬНОГО БИЗНЕСА  
И КЛИНИНГА**1-3**  
ноября  
**2016**Главный  
информационный  
партнер:**Рестораторъ**Международный  
информационный  
партнер:**DRINKS+**Профильный  
информационный  
партнер:Журнал  
**АКАДЕМИЯ**  
ГОСТЕПРИИМСТВА

Организатор:

+38 044 490 6203  
www.rest-hotel.kiev.uaИнформационные  
партнеры:Кулинарный журнал  
**SAVEURS****ОТЕЛЬНОСТЬ**  
& РЕСТОРАТОР**FOODUA**  
продукты Украины**БРУТТО****Ласун**  
lasoon.com.ua**МИР**  
продуктов**RESTORAN.UA****Бизнес**  
фор**Продукты &**  
**ингредиенты****кабаре**  
**шик**

РесторановедЪ



МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ:

**КИЕВ ЭКСПОПЛАЗА**  
г. Киев, ул. Салютная, 2-Б, ст. метро "Нивки"

реклама

Выставка продуктов питания,  
напитков, ингредиентов  
и оборудования



# interfood

## SIBERIA


**9–11 ноября 2016** Россия • Новосибирск  
МВК «Новосибирск Экспоцентр»



**ВСЬ МИР ПИТАНИЯ**

реклама



Одновременно  
пройдет выставка 

[www.interfood-siberia.ru](http://www.interfood-siberia.ru)

ITE Сибирь. По вопросам участия обращайтесь: +7 (383) 363-00-63, makarova@sibfair.ru

Нож справа, вилка (слева)



### О ПОВАРЕ:

Серьезную карьеру повара Павел Погунов начал в 2006 году в отеле «Кемпински Мойка 22». Двигаясь по карьерной лестнице в течение четырех лет, в 2010-ом стал старшим су-шефом в ресторане высокой кухни «Бельвью Brassери». В 2011 году проходил стажировку в одном из самых знаменитых отелей Германии – Adlon Kempinski 5\* под руководством шеф-повара Томаса Неезера, награжденного звездами Michelin.

Закончив свою карьеру в «Кемпински», в 2013 году Павел перешел на должность шеф-повара модного итальянского ресторана VOX, а в 2014-ом возглавил кухню Demetra Art Hotel и ресторана «Нож справа, вилка слева».

# Говядина веллингтон с лисичками

## Ингредиенты на 1 порцию (450 г.):

- ▶ говяжья вырезка – 220 г;
- ▶ шампиньоны – 40 г;
- ▶ лук репчатый – 30 г;
- ▶ блин пшеничный – 1 шт;
- ▶ тесто слоеное – 60 г;
- ▶ лисички свежие – 200 г;
- ▶ яйцо куриное – ½ шт;
- ▶ масло оливковое – 50 г;
- ▶ соус демиглас – 50 г



### ТЕХНОЛОГИЯ ПРИГОТОВЛЕНИЯ:

1. Зачистить говяжью вырезку от пленок и нарезать на стейки – 200–250 г.
  2. Поперчить стейки.
  3. Обжарить на раскаленной сковороде на оливковом масле по 30 секунд с каждой стороны.
  4. Нарезать мелким кубиком лук и шампиньоны.
  5. Обжарить лук до золотистого цвета и добавить шампиньоны, жарить до готовности, добавить соль и перец по вкусу.
  6. На тонкий пшеничный блин выложить обжаренные лук с шампиньонами и распределить по всей поверхности блина.
  7. Положить в середину говяжий стейк и завернуть мясо в блин конвертом.
  8. Готовый конверт выложить на лист слоеного теста и свернуть.
  9. Смазать место стыка яйцом и выложить на пергаментную бумагу швом вниз.
  10. Из маленького кусочка теста сделать сетку и выложить на лицевую часть заготовки.
  11. Смазать яйцом.
  12. Поставить в разогретую до 175 °С духовку на 30 минут (well done)\*.
- \*Для того чтобы мясо приготовилось до степени прожарки medium – 25 минут

### ТЕХНОЛОГИЯ ПРИГОТОВЛЕНИЯ СОУСА ДЕМИГЛАС::

1. Сварить крепкий бульон (1 л) из говяжьих и куриных костей с добавлением моркови, корня сельдерея и репчатого лука.
2. На медленном огне выварить готовый бульон примерно на 70%.
3. Готовую базу 300 мл процедить и еще раз довести до кипения и варить 30 минут.
4. В заранее прогретый ковшик влить красное вино (300 мл), выварить наполовину (150 мл) и соединить с мясной заготовкой до нужного вкуса.
5. Добавить соль, перец, сахар и сливочное масло по вкусу.





# 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/m<sup>2</sup>; сенсорная панель – четырех проводная резистивная; термопринтер - 2" Fujitsu с авто-отрезчиком, максимальная скорость печати 60mm/s, 57 mm; размеры (ШxШxГ) - 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 (ШxДxВ) 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/м<sup>2</sup>. 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/m<sup>2</sup> (LED) / 250 (CCFL) / 450 cd/m<sup>2</sup> (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><b>POS-монитор Panasonic JS-960 WS</b></p> <p>Новейшая модель компании Panasonic — POS-система JS-960WS — производит революцию на рынке своей высочайшей производительностью и возможностями трансформации.</p> <p><b>Группа компаний ККС</b> 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><b>Система автораздачи Drive Thru</b></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><b>Группа компаний ККС</b> 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><b>POS-монитор Panasonic JS-960 WP</b></p> <p>Компактный, «все-в-одном», дизайн JS-960WP позволяет удобно разместить оборудование и требует меньше пространства для установки.</p> <p><b>Группа компаний ККС</b> 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><b>Чековый принтер SPARK-PP-2010</b></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><b>Группа компаний ККС</b> 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><b>POS - монитор SPARK-TT-2115</b></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><b>Группа компаний ККС</b> 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><b>IS - Click</b></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><b>Группа компаний ККС</b> 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><b>POS - монитор SPARK-TT-2115</b></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><b>Группа компаний ККС</b> 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><b>Мобильное рабочее место кассира</b></p> <p>Мобильный кассовый комплекс для осуществления расчетов при продаже товаров, выполнении работ, оказании услуг.</p> <p>Состоит из программно-технический комплекса СПАРК-125К и планшета с операционной системой Android с установленным программным обеспечением.</p> <p><b>Группа компаний ККС</b> 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><b>POS-монитор SPARK-TT-2015</b></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><b>Группа компаний ККС</b> 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><b>Intellect Style – Отель</b></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><b>Группа компаний ККС</b> 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><b>POS – монитор SPARK-TM-2015</b></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><b>Группа компаний ККС</b> 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><b>«Intellect Style» – Market. Автоматизация рабочего места кассира</b></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><b>Группа компаний ККС</b> 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><b>POS-монитор SPARK-LM-2015</b></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><b>Группа компаний ККС</b> 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><b>«Intellect Style» – Автоматизация общественного и корпоративного питания</b></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><b>Группа компаний ККС</b> 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><b>Программно-технический комплекс СПАРК-115К</b></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><b>Группа компаний ККС</b> 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><b>IS- line - Система управления очередью</b></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><b>Группа компаний ККС</b> 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](http://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-8-9** от « » сентября 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 01.09.16 по 30.08.2017	1	4800-00
	Итого:	4800-00
	НДС 18%	864-00
	<b>ВСЕГО к оплате:</b>	<b>5664-00</b>

**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](mailto: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



**22 - 24 СЕНТЯБРЯ 2016 г.**  
г. СОЧИ, Морпорт, ул. Несебрская, 1Б

# «ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННЫЙ ОЛИМП»

XV специализированная  
ВЫСТАВКА

оборудование, товары и технологии для гостиниц и ресторанов, санаториев и пансионатов, кафе и баров, развлекательных центров

**ЧЕМПИОНАТЫ ★ КОНКУРСЫ ★ МАСТЕР-КЛАССЫ ★ ТРЕНИНГИ**

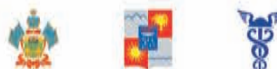
**ОСНОВНЫЕ РАЗДЕЛЫ ВЫСТАВКИ:**



Организатор:  
Выставочная компания  
«Сочи-Экспо ТПП г. Сочи»



При поддержке и соорганизаторстве:



Тел./факс: +7 (495) 745-77-09, +7 (862) 264-87-00

**[www.sochi-expo.ru](http://www.sochi-expo.ru)**

# НОВЫЙ СТАНДАРТ

В АВТОМАТИЗАЦИИ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА



## R-keeper 7



КРУГЛОСУТОЧНОЕ  
СЕРВИСНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ  
**24**  
ЧАСА  
7 дней в неделю

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