

РесторановедЪ

РесторановедЪ 01 (75) февраль 2017

Взгляд изнутри:
чем живут кафе
стрит-фуда
и фудтраки

Андрей Лушников:

**«Важно уметь
делегировать
полномочия»**



2-5
марта
2017



15-я Международная специализированная
выставка индустрии гостеприимства

★★★★★
ExpoHoreca
Санкт-Петербург



ПРОДУКТЫ
ПИТАНИЯ



НАПИТКИ



ДИЗАЙН И ДЕКОР

ОБОРУДОВАНИЕ



ОСНАЩЕНИЕ



ФРАНЧАЙЗИНГ

Нас выбирают профессионалы!

Организатор
выставки:



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

Генеральный
партнёр:

Международная Академия Гостеприимства



Генеральные
информационные партнёры:

РесторановедЪ ОТСЛД

#попроситепоказатьгошу

Совсем недавно с друзьями зашли в ресторан **МЫЖЕНАТЫ**, популярный проект ресторатора Александра Затуливетрова открытый в Петербурге на новом месте. И пока сам владелец отважно боролся с морскими ежами где-то в теплых краях, мы в его отсутствие наслаждались общением, уютом и десертами.

Вдруг неожиданно подруга спросила меня: «А что такое #попроситепоказатьгошу?». Я сначала удивился вопросу, а потом увидел данную надпись над барной стойкой. Для того чтобы выяснить, в чем собственно фишка, мы последовали совету и обратились к официанту с соответствующей просьбой. Через пару минут нам принесли ... завернутого в одеяло, чуть ли не в три слоя, живого кота, сфинкса, который мирно посапывал, видимо, досматривая очередной сон. Время от времени он просыпался и снисходительно позволял с собой поговорить, а потом снова погружался в сладкую дрему... Спешу заверить: за все время общения он НИ РАЗУ из одеяла не вылез. Иными словами, все было не просто чисто. Стерильно!

Как потом признались мои друзья, Гоша стал настоящим украшением вечера, добавив, к и без того прекрасному настроению, положительных эмоций.

Кто-то скажет — грамотный, продуманный ход. И, возможно, будет прав. Но Александр Борисович Затуливетров не только про оригинальные концепции, форматы и названия, и не только про нетривиальные маркетинговые решения. Каждый его проект про душу и уют. В первую очередь. И на эту идею работают все и всё. Даже спящий Гоша, хотя, полагаю, он даже не подозревает, какая важная роль отводится его персоне, со всей ее кошачьей силой притяжения! Ясно одно: лояльных посетителей **МЫЖЕНАТЫ** в нашем лице точно получил. И кажется, не только в нашем.

Естественно, при первом же удобном случае рассказал об этом Александру Борисовичу, который спросил, а не подвел ли его четвероногий сотрудник?

Я заверил, что он выполнил поставленную задачу даже не на 100, а на все 200%.

«Значит, не зря ест свой корм», — отреагировал известный ресторатор со свойственным ему чувством юмора.

О чем говорит эта история? О том, что важно любой ресторанный проект, вне зависимости от его формата, концепции, площади зала, количества посадочных мест, реализовывать с выдумкой и душой. За неимением кошачьей, можно использовать, например, черепаший, а еще лучше вложить свою, человеческую.

Алексей Журавлев

РесторановедЪ

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

www.restoranoved.ru

Проект издательства
«Наша деловая пресса»

Генеральный директор/главный редактор
издательства: Александр Марков

Шеф-редактор: Алексей Журавлев

Редакция: Марина Лютова, Анастасия Шадская,
Александр Дмитриков, Дарья Антонова

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

Менеджеры по работе с клиентами:
Анна Губская

Директор по IT: Дмитрий Мазов

Веб-дизайнер: Нина Тимофеева

Дизайн, предпечатная подготовка:
Кирилл Раевский

Корректор: Нина Мирзоева

Фото: Дарья Антонова, Дарья Ковалева

Фото на обложке предоставлено компанией
RESTART

Журнал «РесторановедЪ» 01 (75)

Февраль 2016

Св-во ПИ № ТУ 78-00156 от 17.11.2008 г. выдано Управлением 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 08.02.2017

Отпечатано в типографии PremiumPress.

Адрес типографии: 197374, СПб, ул. Оптиков, д. 4

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

Адрес редакции и издателя: 196084,
Санкт-Петербург, ул. Коли Томчака,
28/1, 5Ц «Гепард»

E-mail для писем: info@mediavibor.ru

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

медиа группа

**ВЛУЧШИЙ
ВЫБОР**

Содержание

Ресторановедъ 01 (75) февраль 2016

ФАКТЫ. ЦИФРЫ. ЦИТАТЫ

4

ФОРМАТ/ФУДТРАКИ

10

Взгляд изнутри: чем живут кафе стрит-фуда и фудтраки

АВТОМАТИЗАЦИЯ & IT РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

22

Первый проект ККС в этом году стал инновационным решением в сфере автоматизации фаст-фудов

РЕСТОРАТОР

26

Андрей Лушников: «Важно уметь делегировать полномочия»

42

Екатерина Бокучава: «Клонировать заведения – скучно!»

46

Уиллиам Ламберти: «Ближайший год станет хорошей проверкой для рестораторов»

АКТУАЛЬНАЯ ТЕМА/МАРКЕТИНГ И PR

50

Антикризисный PR: цели и средства

54

PR-менеджер ресторана: кто он и зачем?

Сегодня street food, как направление ресторанного бизнеса, становится все более популярным. Появлением на улицах российских городов фудтраков уже никого не удивишь. Однако, справедливости ради, стоит сказать: путь таких проектов не устлан розами. У предпринимателей, которые делают ставку на такой формат, возникает множество вопросов. Ответы на них в материале нашего корреспондента.

10



Ресторатор Екатерина Бокучава в эксклюзивном интервью поделилась мнением о современной

индустрии

гостеприимства,

вспомнил, как реализовывались ее многочисленные проекты и с чем пришлось столкнуться на этом нелегком пути.

42

Пиар и реклама – то, без чего сегодня не обходится ни одно заведение, вне зависимости от его концепции и формата. Наши эксперты поделились мнением о роли PR-менеджера в ресторанном проекте, обрисовали круг обязанностей такого специалиста, осветили примерный перечень задач, который решает современный пиарщик. Зашла речь и о событиях пиаре и об организации мероприятий на территории ресторанного проекта.

50



Девелопер и ресторатор, автор амбициозной идеи успешного петербургского ресторана «Ферма Бенуа» Андрей Лушников подробно рассказывает о

том, как создавался проект, кто ставил кухню в нем, по каким принципам подбиралась команда. В беседе затронуты и такие важные вопросы, как инвестиции в бизнес и сроки окупаемости, делегирование полномочий, выбор стратегии развития.

26

ПЕРСОНАЛ

60

Кадры: как найти, обучить и не потерять

ШЕФ-ПОВАР

62

Иван Кравец: «Мне повезло: я с детства знал, что стану поваром!»

МАСТЕР-КЛАСС

66

76

ФОТОВИТРИНА

Оборудование для баров №1 **HICOLD**

моечные ванны и ручки мойки

рабочие поверхности

теплоизолированные ванны под лед

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
 ☎ 8 800 333-55-15
 ☎ 8 495 411-08-08

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

реклама



Бокалы, стаканы, шоты
 Стильная, экологичная посуда
 Разнообразные формы и цвета
 Материал: поликарбонат, акрил, полипропилен
 Небьющаяся, можно мыть в посудомоечной машине
 Нанесение логотипа любой сложности
 Производство Италия

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



Миниформы для фуршетов FINGER FOOD
 Среднего класса премиум, сверхпрочные
 Экономит место, эффектно смотрится
 Идеальное дополнение при сервировке
 Более 30 видов, цвет прозрачный в наличии
 Производство Италия

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

Дмитрий Левицкий, генеральный директор компании HURMA Management Group (Москва):

Сравнивать российский и западноевропейский ресторанный рынок абсолютно не стоит. Мы находимся на разных стадиях развития. Конечно, заметно проникновение в европейскую кухню новых веяний, например, перуанской истории. В том же Лондоне, где мы были, перуанские рестораны — битком. Так, нетрадиционные взгляды на еду проникают на давно существующий, устоявшийся рынок, занимая определенную нишу. Однако позже эти новые веяния, чаще всего, возвращаются туда, откуда пришли, оставаясь лишь в небольшом количестве. Аналогичные процессы происходят и в России. Но у нас рынок еще настолько пустой с точки зрения правильной, качественной, нормальной еды, что нам пока рано, как мне кажется, осваивать ту же перуанскую кухню, надо сначала со своей собственной разобраться.



Александр Раппопорт, ресторатор, глава Объединенной компании «Рестораны Раппопорта» (Москва):

Открытие ресторана предшествует много — десятки, а иногда и сотни — бессонных ночей. Самое главное — придумать ресторан. Значительно проще, не кажется, его реализовать. Самое главное — создать его в голове, понять, каким ты его хочешь видеть, а потом всего лишь нужно, чтобы воплотилась та картинка, которая уже нарисована.



По данным аналитиков компании JLL, в столице меньше всего свободных помещений в Камергерском переулке, на Мясницкой и Арбате. Главной причиной такой ситуации специалисты называют активность и заинтересованность в свободных квадратных метрах представителей ресторанного бизнеса. Статистика лишь подтверждает данное предположение. Например, в том же Камергерском переулке на долю кафе и ресторанов приходится 84% помещений. На Мясницкой улице предприниматели, представляющие ресторанный сектор, занимают 40% площадей, а доля ресторанов и кафе в сегменте стрит-ритейла составляет 32%.



Kuvings®

МИРОВАЯ НОВИНКА

WHOLE SLOW JUICER *Chef*



реклама

Ультраширокое загрузочное
отверстие **88 мм**.

Идеально для ресторанов, джус-баров,
отелей и для домашнего использования



24 часа
без остановок



Многофункциональность:
сок, смузи, сорбет



Тихий
и мощный



Удобные загрузочные
отверстия

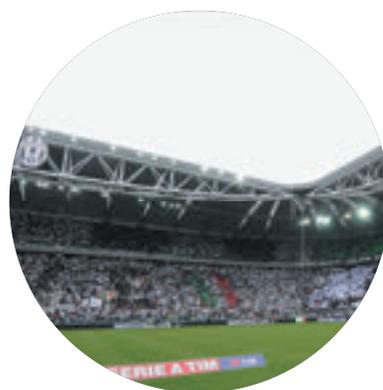
Как сообщает Росстат, ВВП России в течение 2016 года снизился на 0,2%. В гостиничном и ресторанном бизнесе падение составило 3,5%.

Согласно опубликованной статистике, каждый житель Башкирии в 2016 году в среднем потратил на посещение ресторанов и кафе всего 6 тысяч 800 рублей.



Как стало известно, самые низкие зарплаты в Карелии в прошлом году получали работники гостиничного и ресторанного бизнеса. Об этом свидетельствуют данные Карелиястата, полученные в период с января по ноябрь 2016 года. При этом среднемесячная номинальная заработная плата, начисленная работникам гостиничного и ресторанного бизнеса, составила 17529 рублей.

Для сравнения: в Новосибирской области, у тех, кто занят в секторе HoReCa, зарплата составляет в среднем 15538 рублей в месяц.



50 поваров, 250 официантов, 180 барменов – столько сотрудников привлекается для работы в день домашнего матча лидера итальянского футбольного чемпионата команды «Ювентус». На данный момент внутри арены функционирует ресторан, 24 кафе, шесть буфетов, ориентированных на фаст-фуд. Кроме того, VIP-гостям предлагается 10 зон. За работу во время одной игры привлеченные сотрудники, а в их числе и парковщики, одну клуб выплачивает в общей сложности порядка 130 тысяч евро.

Компания HICOLD представляет новинку

В модельном ряду холодильных витрин HICOLD появилась долгожданная новинка. Речь о холодильной витрине HICOLD VRX. Она предназначена для демонстрации, охлаждения и кратковременного хранения салатов и закусок на предприятиях общественного питания и торговли. Модель оснащена статическим типом охлаждения. Оборудование выполнено из нержавеющей стали. Витрины доступны в следующих размерах: VRX 1200/385, VRX 1400/385, VRX 1500/385, VRX 1600/385, VRX 1800/385, VRX 2000/385. Стоимость новинки - от 21 тысячи рублей.




№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

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

РЕВАНШ С П Б

8-800-555-02-89

Бесплатный звонок по России



www.revansh-plus.ru
e-mail: revansh95@mail.ru

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

и многое другое

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

реклама



**Тентовые
конструкции —
любое
решение**

СТИЛЬНО



МОБИЛЬНО



НАДЕЖНО



реклама

(812) 974-64-84

(921) 744-33-98

www.tent-spb.ru

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



Владельцы одной из кофеен Сан-Франциско решили заменить бариста-человека на бариста-робота, у которого даже есть имя – Gordon. Он виртуозно готовит кофейные напитки и делает это со скоростью от 100 до примерно 120 чашек в минуту. Для утреннего часа пик, когда многие спешат на работу и хотят взбодриться перед началом трудового дня, лучше не придумаешь!

Шеф-повар стокгольмского ресторана Aveqia Йохан Баккеус (Johan Backéus) стал лучшим поваром этого года в Швеции. Он приготовил пять лучших вегетарианских гарниров, а также основное блюдо из фазана. Второе и третье место также досталось двум поварам из столицы Швеции. Конкурс на звание шеф-повара года в Швеции проводится с 1983 года. Идея его проведения возникла в недрах шведской Академии гастрономии. Конкурс считается самым престижным для профессиональных поваров в этой стране.



По словам Елены Чернышевой, главы комитета по товарному рынку администрации Екатеринбурга, компаний, работающих в сфере общественного питания, в 2016 году снизился на 5%. Сохраняется тенденция к увеличению числа предприятий. На данный момент в Екатеринбурге работает 163 ресторана, 219 баров, 430 кафе и 181 закусочная. Меняются и ситуации по форматам. Кафе закрываются, а заведения сегмента fast food, наоборот, растут





НОВИНКА

Первая кухонная машина с подогревом
для профессионального использования!

В ГОРЯЧЕМ или **В**
ХОЛОДНОМ режиме

Я МЕШАЮ,
Я ИЗМЕЛЬЧАЮ,
Я ДЕЛАЮ СОУС,
Я ПЕРЕМЕШИВАЮ,
Я ЗАМЕШИВАЮ ТЕСТО,
Я ПОДОГРЕВАЮ
И Я ГОТОВЛЮ...



ROBOT-COUPÉ

www.robot-coupe.ru - russia@robot-coupe.eu

реклама

Взгляд изнутри: чем живут кафе стрит-фуда и фудтраки

Небольшие заведения стрит-фуда — это популярный тренд современного ресторанного бизнеса. Отдельно стоящие вагончики, небольшие кафе — их называют по-разному, но смысл один и тот же: здесь можно купить еду навынос или пообедать на ходу. В последнее время наблюдается тенденция, при которой развитием такого бизнеса занимаются как молодые начинающие рестораторы, так и деятели ресторанного рынка со стажем.

Казалось бы, ничего сложного: придумать уникальную идею кафе, приобрести фудтрак с оборудованием и продавать еду. Но все далеко не так просто. Осложняет ситуацию и то, что на сегодняшний день есть ограничение, касающееся свободного перемещения автомобиля с оборудованной кухней. В российском законодательстве нет понятия фудтрака, он приравнивается к нестационарным торговым объектам, размещение которых также строго нормируется законом.

Однако чтобы добиться разрешения на функционирование кухни на колесах в Санкт-Петербурге, придется запастись терпением, собрать необходимую документацию и ждать результата. У желающих организовать подобный бизнес есть еще два пути: договариваться с собственниками земли — торговыми и бизнес-центрами, которые на условиях аренды выделяют участок, или же работать исключительно на городских фестивалях еды, в парках.

Ситуацию мы рассмотрели на примере петербургских заведений. С вопросами о реализации проекта, концепции, оборудования, поиске локации и организации основных рабочих процессов в кафе стрит-фуда и фудтраках мы обратились к владельцам нескольких заведений, которые помогли разобраться в «кухне» бизнеса и дали небольшое



Юрий Врацкий,
идеолог
и владелец
мобильного
фреш-кафе без
колес «Имбирь»



Алексей Базаров,
создатель
фудтрака UPiter

руководство тем, кто только вступает на путь открытия своего дела.

От идеи к реализации

Юрий Врацкий, идеолог и владелец мобильного фреш-кафе без колес «Имбирь», делится соображениями насчет открытия заведения и отмечает новизну своего проекта на территории России:

— Прототип нашего кафе мы увидели в Канаде — это «аквариум», который просматривается с двух сторон, а весь процесс приготовления блюд на кухне площадью двенадцать метров происходит на глазах покупателя. Близнец, торгующий хот-догами, есть и в Париже у Эйфелевой башни, а также в Монреале. Мы стали четвертыми, кто открыл кафе-трансформер, но наше отличие в том, что мы предлагаем вегетарианскую еду. В данный момент быстро набираем обороты. Для России наше вегетарианское кафе-трансформер — первое и пока единственное.

Особенностью проекта является то, что все работы — от проектирования и дизайна до исполнения и доработки всех процессов — выполнены молодыми российскими специалистами, а сам контейнер изготовлен на петербургском конверсионном предприятии. Росписью граффити занималась творческая студия.

Алексей Базаров, создатель фудтрака UPiter, озвучивает свои

доводы по поводу запуска бизнеса «на колесах»:

— Проанализировав рынок общепита, мы с партнерами решили, что наиболее интересным вариантом будет покупка именно фудтрака: очень удобно, когда ты не привязан к какому-то одному месту и можешь корректировать свою стратегию в зависимости от ситуации с продажами. Бывает так, что, к примеру, в будние дни проходимость в какой-либо локации очень низкая, при том, что в выходные там очень людно. Поэтому с понедельника по пятницу мы работаем в одном месте, а в субботу и воскресенье — в другом. Также учитываем массовые городские мероприятия и стараемся попасть туда. Еще одним аргументом в пользу покупки кафе на колесах стал относительно низкий порог вхождения в бизнес — не нужно вкладываться в дорогостоящий ремонт помещения. Проект существует уже полтора года.

Михаил Внебрачных и Дмитрий Голубев — студенты, которые воплотили идею открытия фудтрака «Джеки Чан». За 60 тысяч рублей партнеры приобрели автомобиль 1978 года выпуска. Его ремонт, покраска и обшивка металлом заново были выполнены в Китае.

Михаил Внебрачных рассказывает о том, как с другом решил открыть свой бизнес на колесах:

— Мой будущий партнер по бизнесу, Дмитрий Голубев, рассказал об американских фудтраках, якобы приносящих неплохой доход. В теме уличной еды я не был подкован. Вместе мы загорелись идеей: было бы интересно сделать что-нибудь похожее в Петербурге! На первых порах всерьез никто из нас это дело не воспринимал — поговорили и забыли. Позднее поняли: надо реализовать идею. От покупки автомобиля до первого выезда прошло чуть меньше года.

Концепция и дизайн

Алексей Базаров — о том, как название UPiter включает в себе определение города и еды:

— Дизайн фудтрака оригинальный, рядом с ним постоянно



Михаил Внебрачных,
владелец
фудтрака «Джеки-чан»



Дмитрий Голубев,
владелец
фудтрака «Джеки-чан»

фотографируются наши клиенты. Во многом это и определило концепцию проекта: кафе похоже на космический корабль красного цвета. При этом мы живем в Петербурге и позиционируем нашу продукцию как еду для молодежи. Поэтому название UPiter родилось само собой: то есть ты — олицетворение родного города, при этом еда еще и космически вкусная. Продолжая тему космоса, мы захотели сделать аппетитными не только сами гамбургеры и хот-доги, но и их названия. Так на свет появились бургеры «Поехали» и «Восход», которые пользуются популярностью утром.

Владелец фудтрака UPiter дополняет:

— Фудтрак не сразу попал в поле нашего зрения, мы около года понимали, что типовые газели не совсем вписываются в космическую тематику.

В свою очередь, Юрий Врацких, главный идеолог мобильного кафе-трансформера «Имбирь», рассказывает:

— Вегетарианская кухня у нас — это индийские технологии, международные стандарты. Знаменитые блюда — фалафель, буррито, лепешки с сыром. Но у нас интернациональная кухня, которая готовится индийскими руками, с особым прочтением. У нас найдете полезную еду и никогда не встретите, к примеру, газированную воду. Нет магазинных ингредиентов, муки, яиц, дрожжей. Молоко используем только в масала-чае.

Фреш-кафе «Имбирь», в отличие от ярких фудтраков, имеет сдержанный синий оттенок:

— Кафе имеет свой стиль, ему не нужны сочные краски. Дизайном занималась Юлия Лаврова — молодой и талантливый дизайнер, это ее первый масштабный опыт. Она была нам рекомендована. Получилось, на наш вкус, стильно, педантично и необычно.

Оборудование для оснащения: тип и вложения

Фудтрак или небольшое кафе имеют ограниченные территории,



«Имбирь» — это партнерский проект идеолога и владельца Юрия Врацких (ресторан «Белое солнце») и Навина Гупта, который отвечает за кухню. Идея заведения родилась четыре года назад.

Фреш-кафе «Имбирь» именует себя как первое в мире вегетарианское кафе-трансформер. Именно таких кафе-трансформеров, как «Имбирь», немного, всего четыре в мире: в Париже, Нью-Йорке, Монреале и теперь в Санкт-Петербурге. Примечательно, что все работы от проектирования, дизайна и изготовления кафе выполнены молодыми российскими специалистами, а изготовлен «Имбирь» на местном конверсионном предприятии. Инвестиции в проект составили 50 тысяч долларов.

на которых повара должны собирать блюдо из готовых продуктов, кассир — принимать деньги, поэтому внутри такого пространства зачастую устанавливается только самое необходимое оборудование.

Михаилу Внебрачных в обустройстве кухни фудтрака «Джеки Чан» удалось уложиться в 100 тысяч рублей:

— Площади — минимум, поэтому ее используем по максимуму. Оборудование заказывали в интернет-магазинах. Газовые горелки и баллоны, холодильники, производственные столы, воки (традиционные китайские сковороды с круглым дном) и другие необходимые предметы обошлись в 100 тысяч рублей.

Юрий Врацких — идеолог кафе-трансформера «Имбирь» с четкой концепцией — индийская вегетарианская кухня, именно поэтому

оборудованию уделялось более пристальное внимание.

— Два холодильника, варочная поверхность и оборудование учета: R-keeper, касса, банковский терминал для считывания карт — это важный кусочек построения отлаженного механизма, так как многие клиенты рассчитываются именно картами. R-keeper — это также специализированный учет для более детализированного ведения дел. Этот набор обязательный. Остальное оборудование дополнительное: сковородки, грили, ростеры, кофе-машина хорошего качества. Вилка стоимости оборудования составила 1500 долларов, однако самой дорогой и немного неожиданной для нас статьей расхода стало оснащение кафе оборудованием учета. В суммарном подсчете на оборудование кафе «Имбирь» было потрачено 3500 долларов.

Алексей Базаров — об оснащении фудтрака UPiter:

— Наше основное оборудование — это гриль, фритюрница, холодильник и морозильник, кофе-машина, производственные столы. Расходы по этой части составили 150 тысяч рублей.

Особенности меню

В фудтраке «Джеки Чан», по словам его основателя Михаила Внебрачных, всего пять-семь позиций воков. Здесь гостям предлагают лапшу-вок с различными добавками и фирменными соусами, домашние лимонады. Как говорят владельцы фудтрака, рецепты приготовления китайской кухни появились благодаря экспериментам, книгам и личному поварскому опыту:

— Чаще всего заказывают лапшу с курицей, свежим огурцом и жареным арахисом.

Юрий Врацких отмечает, что в его кафе «Имбирь» особое значение имеют специи, которые содержатся в блюдах: кардамон, бадьян, кумин (зира), корица, анис, черная горчица, листья карри, лавровый лист, масло гхи (топленое масло, из которого экстрагируется вся вода и белки, в итоге получается 100%-ный молочный жир), куркума, кориандр.

— Мы пытаемся готовить только знакомые блюда, широко



распространенные, у нас свои варианты буррито, фалафеля, индийский обед (горка риса, салат, вкусный соус).

Два фирменных напитка: чай масала, имбирный напиток, кофе (это наш компромисс, так как он немного не полезен для здоровья, но люди очень часто его заказывают). К кофе мы относимся тщательно: турецкая кофе-машина, особая обжарка и помол зерен.

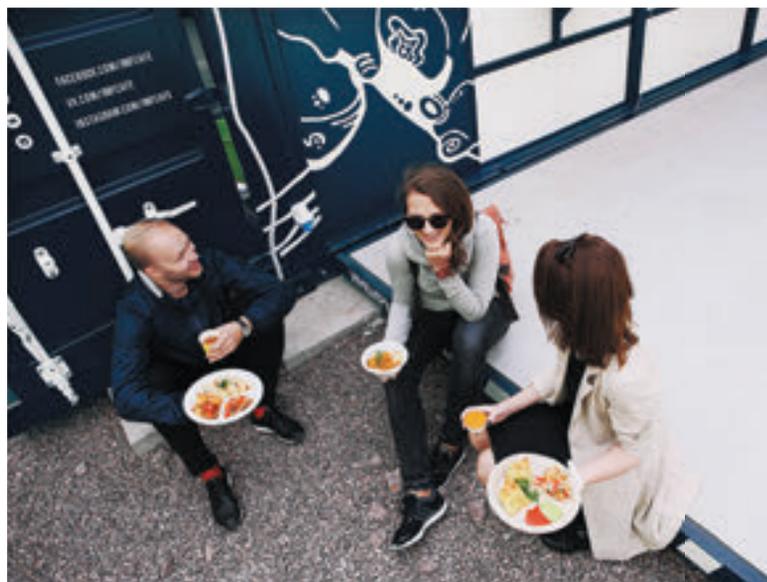
Вегетарианское кафе «Имбирь» располагается у ст. метро «Академическая» - его сразу облюбовали приверженцы здорового образа жизни, проживающие в спальном районе

Юрий отдельно повествует и о кофе, который подают в его заведении:

— Турецкие кофе-смеси, кофе с кардамоном — первые образцы были привезены из Иордании. Наша изюминка — кофе по-восточному, оно варится в кофе-машине, которая воспроизводит все функции турки. Не допускает переворачивания пенки, плавно нагревает воздух, который находится внутри. Есть и итальянский кофе, но больший акцент на кофе по-восточному, отдаем дань турецкому напитку как искусству. К примеру, интересующимся клиентам мы объясняем: стоит добавить 10% кардамона — и токсичность напитка снижается, а вкус становится совершенно другим.

Владелец фудтрака UPiter ориентируется на модную сейчас бургерную кухню:

— В настоящее время пока у нас упор сделан на бургеры, в будущем есть идея дополнить меню новыми блюдами в формате фаст-фуда в общей концепции нашего проекта. Бургеры, хот-доги, кесадилья, картофель фри, дополнительные





Фудтрак «Джеки Чан» — идея, реализованная студентами-технологами Михаилом Внебрачных и Дмитрием Голубевым. Располагается общепит в китайском стиле на территории креативного пространства «Люмьер Холл». Общая сумма вложений в стартап составила 550 тысяч рублей.

топинги — самые ходовые позиции. Из напитков — кофе, чай, домашние лимонады.

Локация и целевая аудитория

В Санкт-Петербурге есть адресная программа размещения временных объектов потребительского рынка (Закон Санкт-Петербурга от 23 декабря 2009 года №736–12 «О предоставлении земельных участков для размещения временных (некапитальных) объектов потребительского рынка»). В Комитете имущественных отношений в Петербурге в 2016 году прием заявок на размещение нестационарных объектов начался 15 августа. Также в комитете информируют о вступлении в силу с 11 июня 2016 года изменений в Закон Санкт-Петербурга от 8 апреля 2015 года №165–27 «О размещении нестационарных торговых объектов», предусматривающих увеличение максимального срока, на который заключаются договоры на размещение нестационарных мест торговли, с трех до пяти лет. В комитете сообщают: ответственным за формирование схемы размещения

нестационарных торговых объектов в Петербурге является исполнительный орган (Комитет по развитию предпринимательства и потребительского рынка Санкт-Петербурга). Договоры на размещение нестационарных торговых объектов заключаются исключительно по результатам аукциона. В целях принятия комитетом решения о проведении аукциона заинтересованному лицу необходимо выбрать земельный участок, включенный в указанный раздел схемы размещения, и обратиться в комитет с заявкой по форме. Далее остается ждать результата и проверять статус своего запроса на сайте администрации Санкт-Петербурга. Пресс-секретарь Комитета имущественных отношений Санкт-Петербурга **Ольга Барашкина** дополняет:

— Аукцион — электронный, надо зарегистрироваться, получить электронный ключ, перечислить задаток, потом в определенное время начинается аукцион, по его окончании победителю в личном кабинете приходит уведомление, оно также дублируется на сайте администрации в разделе комитета. Потом в трехдневный срок победитель должен представить в комитет полный пакет документов для заключения договора. Договор подписывается сторонами, и все вступает в законную силу.

Алексей Базаров, владелец фудтрака UPiter, — о том, как выбирал место расположения своего фудтрака:

— С учетом того, что был приобретен имиджевый фургон, привлекающий взгляды своим видом, мы





понимали, что львиная доля наших покупателей будет состоять из молодых людей — студентов, школьников и просто творческих людей. Следовательно, мы старались искать мест с наибольшей концентрацией нашей целевой аудитории: креативные пространства, локации, близкие к популярным концертным площадкам и учебным заведениям.

Особых сложностей с подбором площадок не было, разве что порой приходилось отказываться от понравившегося места из-за того, что в непосредственной близости уже работало много похожих мобильных заведений.

Что касается места размещения фудтрака UPiter, его владелец говорит:

— Мы пытались сразу искать не муниципальные места, а торговые

Фудтрак китайской кухни и название «Джеки Чан» - по словам владельцев - удачное стечение обстоятельств

центры, площадки, там есть определенная арендная ставка — и тут проблем не было. Муниципальные площадки — это интересно, но пока, к сожалению, есть определенные трудности с данным типом размещения.

Юрий Врацких отмечает преимущество спального района при выборе площадки для размещения кафе-трансформера:

— Наше заведение находится в спальном районе, около станции метро «Академическая». Выбору поспособствовала и расположенная рядом йога-студия, куда ходят приверженцы здорового образа жизни и правильного питания — то есть наша целевая аудитория. Постепенно после открытия информация о нас стала распространяться, могу отметить верный



Фудтрак UPiter — имиджевый фургон, дизайн которого выполнен в стиле летающей тарелки. Владелец фудтрака Алексей Базаров для размещения выбирает креативные пространства, локации, близкие к популярным концертным площадкам и учебным заведениям. Общие вложения в проект уже составили 3 млн рублей.

выбор площадки — мы дали жителям спального района то, чего им не хватало — здоровую еду. Вокруг нас девять ресторанов, десять заведений, торгующих шавермой, а в 15 метрах находится McDonald's. Конкуренции мы не боимся, ориентируемся на постоянных клиентов.

Фудтрак «Джеки Чан» расположен на частной территории пространства «Люмьер Холл», на набережной Обводного канала. Михаил Внебрачных, один из владельцев бизнеса, говорит:

— Старшее поколение смотрит скептически на нас, а молодежь и люди среднего возраста более открыты, готовы воспринимать что-то новое и интересное. Постоянные клиенты уже есть, приезжают целенаправленно, чтобы пообедать и пообщаться.

Название — ключ к успеху

Алексей Базаров отмечает, что к выбору названия UPiter подошли серьезно:

— Как и многие идеи, наша родилась в результате длительного

В названии «UPiter» космические мотивы и наименование города слились воедино

мозгового штурма: мы сели и решили придумать что-то такое, чего пока нет в городе. Но в то же время нужно было создать фудтрак, который имел бы прямое отношение именно к Петербургу. В итоге, у нас получилась квинтэссенция из Питера, космоса и популярных киногероев.

Михаил Внебрачных, владелец «Джеки Чан», наоборот, отмечает, что идея с названием родилась сама собой:

— Как-то в одночасье решили, что название «Джеки Чан» нам нравится. С актером Джеки Чаном у всех только хорошие ассоциации (улыбается). Концепция воков была изначально, а название нам понравилось, позднее мы поняли, что угадали и с кухней. Люди часто проводят параллель нашего фудтрака с фильмом «Кухня на колесах», в котором как раз главную роль играет Джеки Чан, — такое сходство нам приятно. Сейчас думаем об исключении надписи «китайская кухня», чтобы не привязываться к таким блюдам, переориентироваться на более широкую аудиторию клиентов.

Юрий Врацких — о названии фреш-кафе «Имбирь»:

— Истории названия нет, но этот корень ассоциируется со здоровьем, аюрведическими свойствами и вегетарианством, что наиболее полно соответствует нашей концепции.

Сложности, инвестиции, окупаемость

Владелец фудтрака UPiter подчеркивает важность одинаковых





взглядов у членов команды, которые помогают добиться правильного результата:

— Так как в проекте участвуют несколько людей, важно, чтобы они были, что называется, на одной волне. Поначалу, безусловно, возникали определенные разногласия, вплоть до вкусовых предпочтений, выбора цветового оформления фудтрака и дизайна логотипа. После того как мы свели к общему знаменателю наши точки зрения в организационных вопросах, удалось сосредоточиться непосредственно на операционной деятельности кафе.

Открытие фудтрака — дело нелегкое. С таким утверждением согласен Михаил Внебрачных, создатель «Джеки Чана»:

— Инвестиции в общей сложности составили 550 тысяч рублей. Сложно было все, все мелочи требовали внимания, как по автомобилю, так и по кухне. Постоянно что-то дodelывали, пробовали, переделывали. Опыта создания чего-то своего не было абсолютно. Можно сделать и за меньшие деньги, было бы желание. Стремимся отбить половину

Броский красный фудтрак «UPiter» — частый гость городских фестивалей и праздников

суммы за этот сезон, думаем, что это реально.

Алексей Базаров также озвучивает общую сумму затрат:

— За полтора года в фудтрак UPiter было вложено порядка 3 млн рублей. Согласно нашим предварительным расчетам, стоимость передвижного кафе должна окупиться примерно через год-полтора. По тому, как сейчас идут продажи, мы видим, что это достаточно реальный срок. Возможно, нам удастся даже опередить намеченный план окупаемости.

Высокие затраты на открытие мобильного кафе-трансформера «Имбирь» объясняет Юрий Врацких:

— Это был пилотный проект, с проектированием и различными техническими решениями, из-за этого не оптимальные расходы — 50 тысяч долларов. Выручка в день составляет 30–50 тысяч рублей. О планируемых сроках окупаемости пока сложно говорить, все зависит от прибыли, от этого сильный разброс, от одного года до трех лет. Любое предприятие — это отработка бизнес-процессов, подготовка открытия отнимает немало сил.

Персонал, команда

В любом деле важна команда, это один из залогов успешно сложенного бизнеса.

С этим утверждением полностью согласен Юрий Врацких: в его команде трудится повар из Индии вместе с женой, которые ценят идею аутентичной домашней индийской кухни и со знанием дела воплощают ее:

— Персонал в кафе — два повара и помощник повара, продавец-кассир. Три человека работают посменно. При напряженных ситуациях могут одновременно в смену работать четыре человека.

Владелец фудтрака UPiter — о коллективе:

— В проекте занято семь человек: два учредителя, занимающихся оперативным управлением, четыре повара, работающих посменно, и менеджер, помогающий нам продвигаться в социальных сетях.

Владельцы фудтрака «Джеки-чан», Михаил Внебрачных и Дмитрий Голубев, в основном трудятся на пару:

— Постоянно работаем мы вдвоем, на мероприятия в помощь зовем друзей из университета. Учимся на технологов общественного питания.

Заглядывая вперед

Юрий Врацких поделился с нами планами развития своего бизнеса:

— У нас есть конструкторская документация — можем повторить такой формат кафе. Будем делать франшизу, предоставляя еду, технологии, ключевые моменты маркетинга, дизайн. По России планируем развиваться — в Крыму, Владивостоке.

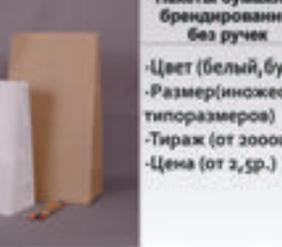
Михаил Внебрачных не торопится со второй точкой, пока не воплотятся первоначальные цели:

— О второй точке рано говорить, мы еще не до конца освоили первый фудтрак «Джеки Чан», на ближайшие три года цели поставили, к ним и стремимся. Сферу деятельности менять точно не собираемся — это то, что нам нравится.

Алексей Базаров ставит перед собой высокие цели:

— В будущем мы планируем создать сеть мобильных кафе UPiter, которые должны будут работать в наиболее популярных креативных пространствах и на массовых молодежных фестивалях. Мы рассчитываем, что к 2020 году в Петербурге будет функционировать семь-восемь передвижных кафе.

Марина Лютова

	<p>Бумага упаковочная</p> <ul style="list-style-type: none"> -Крафт бумага -Цвет бумаги (бурый, белый) -Рисунок (разнообразный) -Размер рулона (0,5x10м, 0,5x50м, 0,5x150м, 0,75x50м, 0,75x50м) -Цена (от 5,5р.м.) 		<p>Коробки с самозатягивающимися клапанами</p> <ul style="list-style-type: none"> -Печать (полноцвет) -Размер (10*10/15*11*4,5) -Тираж (от 1000р.) -Цена (45р) 	
	<p>Коробки для Кейтеринга</p> <ul style="list-style-type: none"> -Гофрокартон -Цвет (белый, бурый) -Размер (50x25x33) -Тираж (от 500шт.) -Цена (от 60р.) 		<p>ПЛЕЙСМЕТЫ</p> <ul style="list-style-type: none"> -Бумага (пергамент, крафт, микрооталкивающая) -Цвет (белый, бурый) -Размер (множество типоразмеров) -Тираж (от 5000шт.) -Цена (от 2р.) 	 <p>тел/факс: +7 (495) 221-05-11 109202 Россия, г. Москва, м. Авиамоторная, ул. Басовская д16. пл. Карачарово, пл. Фрезер e-mail: mirupac@mail.ru</p>
	<p>Пакеты бумажные брендированные</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ручка (бумажная, крученая) -Цвет (белый, бурый) -Размер (множество типоразмеров) -Тираж (от 1000 шт.) -Цена (от 12р.) 		<p>Пакеты бумажные брендированные</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ручка (бумажная, плоская) -Цвет (белый, бурый) -Размер (множество типоразмеров) -Тираж (от 1000шт.) -Цена (от 9р.) 	 <p>Пакеты бумажные брендированные без ручек</p> <ul style="list-style-type: none"> -Цвет (белый, бурый) -Размер (множество типоразмеров) -Тираж (от 2000шт.) -Цена (от 2,5р.)

Фудтраки в Москве: за рамками правового поля?

В Москве ситуация с бизнесом по открытию фудтраков отличается от Петербурга, и, к сожалению, не в лучшую сторону. Яркие фургоны, торгующие едой, официально разрешены только на фестивалях и различных массовых мероприятиях — этим их деятельность ограничена. Инициаторы бизнеса не могут, как в Петербурге, подать заявку на открытие фудтрака и ждать результата — такой городской программы попросту нет. Если в Северной столице машины на колесах могут располагаться на частной территории бизнес- и торговых центров, то в Москве, как отметил ответственный секретарь Комиссии по мобильным кафе ФРиО Дмитрий Жуков, это строго запрещено: фудтраки не могут вести деятельность на городской территории — парковках в бизнес-центрах, к примеру.

Дмитрий Жуков, ответственный секретарь Комиссии по мобильным кафе Федерации рестораторов и отельеров России, учредитель Городского фестивального агентства:

«Сегодня, в связи с отсутствием закона о мобильной торговле и каких-либо регламентов для фудтраков, они находятся за рамками правового поля. К сожалению, из-за этого они не могут работать законно в городе на ежедневной основе, поэтому вынуждены вести свою деятельность только на фестивалях и всевозможных массовых мероприятиях. Есть фудтраки, которые размещаются в Москве на частных и ведомственных территориях, территориях бизнес-центров, но это тоже очень рискованно. В данном случае рискует не столько владелец фудтрака (максимум, что ему грозит, — штраф 2500 рублей за несанкционированную торговлю), сколько арендодатель, так как нарушает разрешенный вид деятельности на данном участке земли — для арендодателя это нецелевое использование земли может закончиться расторжением договора аренды земли с городом. Каждый участок земли в городе имеет кадастровый паспорт



Дмитрий Жуков,
ответственный секретарь Комиссии по мобильным кафе Федерации рестораторов и отельеров России, учредитель Городского фестивального агентства

объекта и разрешенное использование. Обычно та земля, на которой ставят фудтраки, по документам может использоваться для организации автостоянок (речь идет о территории бизнес-центров) или для эксплуатации зданий и сооружений (частные и ведомственные территории). Коммерческое использование данной земли запрещено, следовательно, размещение фудтраков на ней невозможно. Выживать всем как-то нужно до принятия поправок в законодательство, поэтому заключаются договоры на стоянку автотранспорта, договор на организацию питания сотрудников БЦ и т.д. На вполне законных основаниях фудтраки в Москве размещаются только на территориях парков культуры и отдыха и на ВДНХ как усиление действующего общепита на праздники, выходные дни, а также на городской территории в дни проведения массовых мероприятий, фестивалей и ярмарок, городских праздников.

Открыть свой проект с фудтраком сегодня достаточно просто, ничего сложного в этом нет. Если вы обладаете четким пониманием, какой продукт вы хотите готовить для потребителя; понимаете, что из оборудования вам для этого понадобится; определились, фудтрак-автомобиль или фудтрак-прицеп вы готовы приобрести. Естественно, вам понадобится некая сумма денег, но она на сегодняшний день не очень высокая — стоимость полноценного нового фудтрака на рынке сейчас начинается от 1,75 млн рублей. Причем за эти деньги есть и полноценные фудтраки-автомобили китайского производства (например, BAWTonik) со временем изготовления 1 месяц, и фудтраки-прицепы российского производства (аналоги известных Airstream, но сделанные из стеклопластика, а не металла) со временем производства около двух недель. Я говорю именно о новых фудтраках, отвечающих всем требованиям СанПиН для предприятий общественного питания, имеющих

автономную систему водоснабжения и канализации (АВИК), обшитых внутри нержавеющей сталью, оборудованных профессиональным технологическим оборудованием и имеющих двигатель стандарта не ниже евро-4. Можно, конечно, купить себе фудтрак из старого переделанного почтовика или мобильного шиномонтажа 1970–80-х годов выпуска за меньшие деньги, но я этого делать все же не рекомендую — вы просто останетесь ни с чем, как только будут приняты поправки в 381 Федеральный закон, потому что такая древняя техника не сможет использоваться как фудтрак в городской среде.

Периодически возникают различные дискуссии на предмет того, что для фудтраков нужно разработать и написать специальные санитарные правила и нормы (СанПиН). Это вовсе не так. Мобильные кафе могут работать по действующим правилам СП 2.3.6.1079–01. Просто нужно их соблюдать, и ни у кого из надзорных органов, в том числе Роспотребнадзора, никаких вопросов к вам не возникнет. Работая в крупных компаниях-операторах общественного питания и управляя большим количеством фудтраков, мне неоднократно приходилось сталкиваться с проверками Роспотребнадзора на местах постоянной длительной дислокации наших фудтраков, которые размещались в аэропортах, в бизнес-парках, в парках культуры и отдыха, в зонах массового отдыха и на берегу водоема. Ни одна из внеплановых проверок не имела к нам претензий, чтобы нас закрыли или наложили штраф, а проверяли нас, поверьте, достаточно строго. Работая в сфере оказания услуг общественного питания и соблюдая всегда санитарии и установленные правила, бояться нечего! Кстати, в случае проведения проверки обратите внимание, чтобы к вам применяли Санитарные правила СП 2.3.6.1079–01, а не СП 2.3.6.1066–01, потому как такое в моей практике тоже встречалось, когда к фудтраку пытаются применить санитарные правила для предприятий торговли, а не для общественного питания — в нашем с вами случае это может



Пример законного размещения фудтрака в московском парке

быть критичным и повлечь за собой штраф, а то и закрытие объекта.

Многие задаются вопросом, а что же из документов должно быть в фудтраке. Вот краткий перечень того, что вам необходимо иметь в фудтраке, чтобы избежать проблем с контролирующими и надзорными органами:

Несмотря на трудности с принятием поправок в 381 Федеральный закон о торговле, рынок фудтраков быстро растет. Если в начале апреля 2016 года только в нашей базе появилось 15% новых игроков, то к концу сезона эта цифра достигла уже 28% — именно на столько увеличилось количество фудтраков только в Москве по отношению к 2015 году в прошлом сезоне. Если посмотреть в количественном выражении, то в начале сезона мы вышли с 89 машинами, а закрыли сезон уже 115 фудтраками. Из самых ярких открытий я бы отметил появление в городе фудтрака «Чайхона № 1» одноименной сети ресторанов «Чайхона № 1» Тимура Ланского. Несомненно, были и закрытия, но они совсем не значительны и, как правило, возникают в конце каждого сезона. Постепенно формируется и рынок производителей фудтраков. В Москве появились вполне достойные варианты отечественных машин и прицепов. Российские фудтраки достаточно привлекательны как по стоимости, так и по внешнему виду, а так же отвечают всем нормам СанПиН.

Рекомендации Дмитрия Жукова

Краткий перечень того, что вам необходимо иметь в фудтраке, чтобы избежать проблем с контролирующими и надзорными органами:

- комплект нормативной и технической документации (ГОСТ / ТУ, технологическая карта или рецептура т.д.);
- личные медицинские книжки;
- документы, подтверждающие происхождение, качество и безопасность пищевых продуктов, упаковочных материалов и одноразовой посуды (сертификаты или декларации о соответствии, свидетельства о госрегистрации);
- журнал контроля температуры холодильного и морозильного оборудования;
- журнал осмотра рук открытых поверхностей тела на наличие гнойничковых заболеваний;
- журнал учета использования фритюрных жиров (если используется фритюр)
- бракеражный журнал.

Понадобятся и копии следующих документов, заверенных печатью организации:

- Зарегистрированное в Роспотребнадзоре уведомление о начале предпринимательской деятельности (оформляется на место производства, так как на все места дислокации трака оформлять не представляется возможным);
- программа производственного контроля за порядком соблюдения санитарных правил и осуществлением обязательных санитарно-эпидемиологических мероприятий при изготовлении и реализации продукции общественного питания;
- договор аренды на место дислокации (с правоустанавливающими документами) или свидетельство о праве размещения объекта);
- договор на вывоз мусора (важно, чтобы в договоре было прописан вывоз ТБО и пищевых отходов);
- договор на утилизацию ртутных и люминесцентных ламп (если таковые используются в фудтраке);
- договор на дезинфекцию, дезинсекцию, дератизацию;
- договор на стирку/химчистку санитарной одежды (униформы);
- договор на проведение лабораторных исследований;
- протоколы отбора проб готовых блюд;
- протоколы смывов с рабочих поверхностей, инвентаря, рук персонала;
- договор на поставку и вывоз использованной технической воды, дезинфекции используемых емкостей для технической воды или протокол испытаний воды в точке забора от независимой лаборатории сроком не позднее 1 года и наличие средства дезинфекции емкостей для тех.

Первый проект ККС в этом году стал инновационным решением в сфере автоматизации фаст-фудов

Кто ест в фудтраках по утрам, тот поступает мудро!

Менеджер ККС

Начало года ознаменовалось событием в сфере автоматизации российского фаст-фуда первый проект в России, Группа компаний ККС установила киоск самообслуживания в фудтрак. Проект «1FF Ресторан, который всегда рядом» в Санкт-Петербурге. 1FF объединяет возможности ресторанной и стрит-фуд кухни, высокое качество, оптимальная цена и скорость подачи уличной еды. Меню 1FF — это не стандартный набор бургеров и хот-догов, а полноценная ресторанная еда: блюда на гриле, вок, клуб-сендвичи, выпечка в дровяной печи, утка и курица по китайским рецептам и многое другое. Полностью оснащенные автономные фудтраки будут перемещаться и радовать жителей и гостей Санкт-Петербурга не только своим дизайном, но и вкусной едой. В ближайшее время таких автобусов станет больше.

Теперь подробнее о самом решении киоска самообслуживания, который позволяет клиентам ознакомиться с меню, сделать предварительный заказ и при желании оплатить его. Теперь не нужно вчитываться в печатное меню в поисках своего любимого блюда. Достаточно нескольких касаний, чтобы выбрать нужное блюдо, ознакомиться с ингредиентами и ценой, оформить заказ и сразу оплатить его.

Применение киосков самообслуживания в фудтраках значительно повышает эффективность этой новой и перспективной формы организации общественного питания. После успешного внедрения киосков в проекте «1FF Ресторан,



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

который всегда рядом», терминалы самообслуживания от ККС станут обязательным компонентом высокоорганизованного стрит-фуда.

Киоск самообслуживания позволит вам увеличить продажи за счет:

- сокращения времени обслуживания;
- наглядной демонстрации меню или каталога товаров;
- рекламных предложений;
- расширения площади контакта с вашими гостями.

Также киоск самообслуживания позволит сократить расходы на персонал за счет сокращения количества кассиров.

Киоск самообслуживания придаст вашему предприятию имидж современного и инновационного заведения.

Киоск самообслуживания — это законченное решение для самостоятельного заказа услуг и товаров клиентом, оплаты и выдачи.

В чем заключается преимущество и выгода от установки такой системы, на вышеперечисленных предприятиях питания?

Киоски увеличивают средний чек, за счет того, что клиента никто не торопит и он может потратить столько времени на изучение меню, сколько ему требуется. На экран можно выводить контекстную рекламу, акции, блюдо дня.

Если это ресторан класса фаст-фуд, для дополнительного удобства и быстроты обслуживания необходимо установить систему электронной очереди, в виде экрана с готовыми заказами.

После выбора товара клиент оплачивает счет, киоск выдает два чека — один с номером заказа, а второй — с перечнем заказа. Далее клиент ожидает, когда на экране появится номер заказа, подходит к стойке и забирает заказ у сборщика.

С помощью нашего оборудования и программного обеспечения, возможно, организовать систему самообслуживания на любой площадке. Обращайтесь к нашим специалистам за консультацией, и мы вместе сделаем рынок фаст-фуда более привлекательным для клиентов.



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.



ККТ СПАРК-115-Ф

Внесен в реестр контрольно-кассовой техники
и полностью соответствует требованиям 54-ФЗ

МЫ ПРЕДЛАГАЕМ ГОТОВЫЕ КОМПЛЕКСНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА

IT для ресторанного бизнеса

Рубрику ведет компания «ЮСИЭС СПб» (UCS SPb)

Новинки от UCS. Ф3-54, StoreHouse_5, облачные технологии Ф3-54: специальное обновление системы r_keeper

Новый федеральный закон гласит, что с 1 февраля 2017 года контрольно-кассовая техника (ККТ) должна отправлять электронные версии чеков оператору фискальных данных.

Для того, чтобы осуществить передачу информации необходимо:

- ЭКЛЗ заменить на фискальный накопитель;
- подключить кассу к Интернету;
- заключить договор с оператором фискальных данных;
- отправлять чеки в электронном виде в ФНС через оператора фискальных данных.

За нарушение нового закона для юридических лиц предусмотрена материальная ответственность.

Компания UCS своевременно выпустила обновление, которое поможет рестораторам соблюдать букву закона.

Как это будет выглядеть в r_keeper

В программе r_keeper добавлена дополнительная кнопка «Электронный чек», которая будет отображаться на нескольких экранах при прохождении оплаты.

StoreHouse_5: все учтено!

Новая пятая версия системы складского учета от UCS — это эффективное управление себестоимостью, правильная организация закупок, низкие системные требования, высокая производительность, закрытая база данных, прозрачность учета, компенсирующие записи, интеграция с системой ЕГАИС.

Что нового?

- Полный учет в одной базе для любой конфигурации вашего бизнеса: от небольшого ресторана до сложной комбинации юридических лиц, предприятий и подразделений;
- возможность настроить различные единицы учета для одного товара в разных типах документов;
- автоматическая цепочка движения документов, от продажи готового товара на кассе до заказа сырья у поставщика;
- все варианты приготовления в одной калькуляционной карте. Производство из сырья на фабрике-кухне или доготовка в ресторане из полуфабрикатов — все варианты учитываются в одном месте;
- автоматическое списание товаров по закрытию дня в r_keeper;
- самый полный учет излишков



и недостатки, который можно проследить до первичных документов, постоянный контроль отклонений;

- процесс приема-передачи товара с одного склада на другой с подтверждением принимающей стороны позволяет правильно оформить материальную ответственность сотрудников;
- инвентаризация склада не только по фактическим остаткам сырья, но и по остаткам готовых блюд и полуфабрикатов с автоматическим разворачиванием калькуляционных карт.

R_keeper_7_Cloud: удобно, эффективно, экономно

R_keeper_7_Cloud — это новый облачный сервис от UCS, долгожданное решение для сезонных кафе, временных проектов или небольших заведений. R_keeper_7_Cloud — полноценное программное обеспечение r_keeper со всеми возможностями и опциями, позволит произвести автоматизацию бизнеса без лишних затрат. В состав решения входят: кассовая станция, станция менеджера, складской учет StoreHouse, система управления лояльностью на 1000 карт.

Преимущества:

- Платите только тогда, когда используете r_keeper;
- два года хранения данных;
- 72 часа работы кассы;
- без Интернета;
- высокая надежность системы;
- безопасность данных;
- минимальные требования к «железу»;
- быстрое внедрение;
- круглосуточная техническая поддержка;
- 100%-ная готовность 54-ФЗ;
- возможность подключения дополнительных модулей r_keeper.

r_keeper

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

U_C_S

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

Выставка продуктов
питания и напитков



interfood

ST. PETERSBURG



Найдите новых клиентов
из числа представителей
предприятий оптовой
торговли, независимой
и сетевой розничной
торговли, а также
предприятий
общественного питания
Северо-Западного
региона России



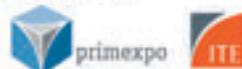
19-21 апреля 2017

Санкт-Петербург,
КВЦ «ЭКСПОФОРУМ»

Получите электронный билет

interfood-expo.ru

Организаторы:



+7 (812) 380 60 04/00
food@primexpo.ru



Андрей Лушников:
**«Важно уметь
делегировать
полномочия»**

Успешный девелопер, открывший ресторан, который за короткое время стал одним из самых известных в Северной столице, делится опытом эффективного построения бизнес-процессов, подбора команды и не только.

Когда чуть больше двух лет назад в прессе впервые появилась информация о том, что группа компаний «БестЪ» собирается открыть в Петербурге культурный комплекс, в состав которого войдет ресторан «Ферма Бенуа», многие посчитали проект как минимум рискованным, если не авантюрным. Еще бы, ведь место под «застройку» было выбрано, как казалось тогда, неидеальное: непроходимое, вдали от центра, да с историей, но от нее на тот момент остались лишь развалины. Одним словом, как писал Горький: «Безумству храбрых поем мы песню». Говорят, новичкам везет. Однако причина того, что уже к началу 2017 года ресторан «Ферма Бенуа» стал известным и успешным, — не столько в везении, сколько в правильном расчете и грамотном, вдумчивом подходе к реализации проекта и в слаженной работе профессиональной команды, которую возглавляет наш сегодняшний собеседник, председатель совета директоров ГК «БестЪ» Андрей Лушников.

Проект, собранный по кирпичику

— Андрей Владимирович, вспомните, с чего все началось?

» В 2011 году наша группа компаний приобрела на торгах данный участок земли, а к реализации проекта приступили в 2014-ом. Изначально это была моя идея. Но кто бы ни являлся инициатором,

В процессе создания проекта принимал участие КГИОП. Все соблюли до мельчайших деталей, включая каждый кирпич. Все, что было аутентичным, осталось таковым

в нашей компании мы все просчитываем. А поскольку я не ресторатор, а в первую очередь девелопер, то пригласил людей, связанных с индустрией гостеприимства, тех, на чей авторитет можно опираться.

Но даже рестораторы с большим опытом скажут вам, что открытие нового проекта — это нередко лотерея. Иногда все складывается, а иногда — нет. Не знаю почему, но я изначально был уверен в успехе «Фермы Бенуа». Однако даже в этой ситуации искал поддержку у профессионалов и нашел ее у Арама Мнацаканова. Признаюсь, было сложно его сюда вытащить, но как только он увидел место, мы вместе стали искать архитектора, ставить ему задачу. В общем, начали работать со средой. В процессе создания проекта принимал участие КГИОП. Все соблюли до мельчайших деталей, включая каждый кирпич. Все, что было аутентичным, осталось таковым.

— Но ведь едва ли не всему Петербургу известно, что на этом месте было практически полностью развалившееся здание...

» Да, и, тем не менее, мы нашли все старые чертежи, после чего убрали новодел (пристройки советского времени), понизили кровлю, поскольку исторически чердак находился ниже, окна привели в соответствие с промежуточными чертежами, потому что КГИОП признал, что окна, просуществовавшие до последнего времени, были



О рестораторе



Андрей Владимирович Лушников, председатель совета директоров Группы компаний «Бестъ» Родился 17 сентября 1967 года в Свердловске.

В 1991 году окончил Ленинградский кораблестроительный институт.

После института пришел работать на Выборгский судостроительный завод, где до 1992 года занимал должность заместителя начальника цеха.

В 1993-ем создал и управлял агентством недвижимости «Апек».

В 1997 году создал компанию «Бестъ», осуществляющую инвестиционную и девелоперскую деятельность в сфере коммерческой недвижимости.

В 2004 году основал компанию «МТЛ. Управление недвижимостью».

С 2006 года — председатель совета директоров Группы компаний «Бестъ».

В 2015 году под его руководством ГК «Бестъ» полностью восстановила объект культуры регионального значения — лесную молочную ферму Ю. Ю. Бенуа. Проект получил название «Бенуа 1890». В 2016 году на этой площадке открылся семейный ресторан «Ферма Бенуа», в 2017 году будет открыт детский развивающий центр.

За масштабные инвестиции в реставрацию исторического объекта и его развитие как современного общественного пространства, награжден премией РБК «Инвестор года — 2016».

Стал победителем в номинации «Лучший инвестиционный проект» премии «Делового Петербурга» «Топ-100».

Член-корреспондент RICS. Имеет ряд запатентованных изобретений. Имеет второй дан айкидо, увлекается хоккеем.

не такие, как раньше. Так что даже форму окон подбирали совместно с комитетом. Затем начали искать аутентичные кирпичи. Они, к слову, неформатные, если сравнивать с временными. Вот почему их, а точнее, все, что осталось от первоначального здания, пришлось сначала аккуратно собрать, очистив каждый, затем приобретали кирпичи с историей на других стройках, причем не только по Петербургу, а по всей стране.

— Почему вы решили, что в таком месте нужно открыть ресторан?

» По своей профессии я девелопер, строитель, а у нас принято идти от земельного участка. И самая главная моя задача — придумать, что в этом месте будет наиболее правильным. Иногда все базируется на очень точном расчете, а в нашей группе компаний есть специальный отдел, просчитывающий разные варианты. Правда, такая практика, скорее, больше подходит для торговых комплексов, бизнес-центров и складских помещений. Но в случае с «Фермой Бенуа» и всем этим проектом в целом сработала интуиция. Кроме того, я знал, как в Европе



реализуются подобные проекты, которые там пользуются огромным спросом. Причем это как дорогие, так и доступные по среднему чеку рестораны. Среди них есть аутентичные заведения, расположенные в старых зданиях и использующие все их преимущества, в том числе атмосферу места.

В нашем случае удалось совместить два проекта — ресторан и культурный центр. Уже в процессе проектирования решили сместить акценты, сделав упор на ресторане, а культурный центр оставить в качестве дополнения.

— Андрей Владимирович, замысел масштабный. Как решились на его осуществление в самый разгар кризиса?

» Любой проект, который ведет предприниматель в России, в любом случае попадает в кризис. Поэтому никаких проблем не вижу. Поверьте, если бы я ориентировался на то, что с наступлением сложностей нужно сворачивать проект, ничего бы не сделал и не добился. Когда старт проекта совпадает с периодом кризиса, значит, к моменту реализации идеи, что называется, на выходе, никакого кризиса уже не будет.

Опять же, на западе аутентичные рестораны работают несколько десятков лет. Так и «Ферму Бенуа» мы открывали не на два года. И зачем мне в таком случае думать о временных экономических трудностях?

Свой ресторан мы создавали на ближайшие сто лет. Как минимум. И все, что здесь сделано, со временем будет становиться только лучше

Европейский опыт и подход

— А как же тогда разговоры о том, что ресторанному проекту через несколько лет после открытия требуется обновление, в том числе и в плане концепции?

» По крайней мере, свой ресторан мы создавали на ближайшие сто лет. Как минимум. И все, что здесь сделано, со временем будет становиться только лучше. Что говорить, если даже мебель в зале мы специально старили, а с архитектором объездили когда-то все барахолки в Берлине, где купили очень много аутентичных вещей. Помню, привезли два фургона, и все это буквально растворилось в пространстве ресторана, учитывая его общую площадь.

— Что оказалось самым сложным для вас при осуществлении задуманного?

» Пожалуй, труднее всего было получить одобрение и поддержку у тех, кто погружен в ресторанный бизнес. И таким человеком, как я уже сказал, для нас в итоге стал Арам Мнацаканов. Кроме того, потребовалось немало времени, чтобы найти правильного архитектора, который бы прочувствовал дух места. Среди тех, чьи кандидатуры рассматривались, были и российские, и финские специалисты. В итоге проект доверили Евгению Скорикову. Уже первые его эскизы нас просто очаровали. А если говорить о дизайне ресторана, то он тоже авторский. Причем, создавая интерьер, мы не забыли и про коров. Это аллюзия на историю места, ведь здесь когда-то располагался молокозавод.

— Андрей Владимирович, в самом начале разговора вы признались, что, задумывая «Ферму Бенуа», вы ориентировались на ресторанные проекты Европы. На какие именно?

» Подобного рода идеи реализованы, например, в Амстердаме, во Франции, где аутентичные заведения располагаются в старых зданиях, даже в кузнях.

О группе компаний «Бестъ»

Основана в 1997 году. Является одной из ведущих компаний на рынке коммерческой недвижимости Санкт-Петербурга и Северо-Западного региона России.

В группу компаний «Бестъ» входят:

- УК «Бестъ» — инвестиционно-девелоперская компания;
- «Бестъ. Коммерческая недвижимость» — предоставление полного спектра брокерских услуг;
- «МТЛ» — предоставление полного спектра услуг на рынке управления недвижимостью.

В управлении компании — 18 объектов в Санкт-Петербурге.

Совокупная площадь — 332 323 кв.м.

По независимым оценкам, стоимость активов компании в 2016 году — 3,2 млрд руб. За масштабные инвестиции в реставрацию исторического объекта и его развитие как современного общественного пространства председатель совета директоров ГК «Бестъ» Андрей Лушников был номинирован на премию «Инвестор года».

Среди реализованных девелоперских проектов: бизнес-центры «Гранат», «Таймс», «Мидель», «Марвел», «Авеню»; деловой центр «Желтый угол»; ТРК «Ульянка»; элитный жилой комплекс OMEGA-HOUSE; торгово-деловой комплекс «Смайл»; первый апарт-отель бизнес-класса в Санкт-Петербурге AVENUE-APART.

Одна из трех крупнейших внешних управляющих компаний на северо-западе России, первый профессиональный оператор по управлению сетями апарт-отелей.

О проекте «Бенуа 1890»

Культурное пространство «Бенуа 1890» — новая жизнь лесной молочной фермы Ю.Ю. Бенуа. Сегодня «Бенуа 1890» включает в себя:

- детский центр дополнительного образования «Бенуа»;
- семейный ресторан «Ферма Бенуа»;
- проект «Бенуарики»: издание детских книг, производство товаров и сувениров, производство мульт-сериала с героями волшебной страны Бенуарии;
- проведение различных мероприятий: выставок, фестивалей, квестов и др.;
- магазин и интернет-магазин «Лавка Бенуа»;
- мобильное приложение «Бенуа1890» с использованием технологии дополненной реальности.

Вообще данный тренд стал модным. В той же Москве есть несколько ресторанных проектов, которые ориентированы не на место с высокой проходимостью, а именно на историческое содержание. И подобные замыслы сегодня реализуются практически в каждом европейском городе. Иногда они успешны, а иногда нет. Если говорить об аналогах

в Петербурге, то я бы сравнил «Ферму Бенуа» с рестораном «Подворье». И, пожалуй, все.

— Реализуя этот проект, в котором совмещен и ресторан, и детский центр дополнительного образования, вы ведь брали на себя еще и социальную ответственность...

» Как бизнесмен я мог сдать землю в аренду, например, какому-нибудь ресторану быстрого питания. Тем более, что в свое время от McDonald's нам поступило очень хорошее предложение. Но мы пошли другим путем. Кстати, уверен, что не только ресторан, но и входящий в комплекс центр искусств тоже будет рентабельным. Ведь мы ориентированы не на элитную публику. Взять хотя бы ресторан. В его меню отсутствуют излишне дорогие позиции, в нем нет VIP-залов. Мы никогда не закрываем ресторан под мероприятия и супервечеринки, хотя получаем подобные предложения.

Весь наш проект сделан в расчете на среднестатистического человека, который может себе позволить выйти в ресторан. И детский центр дополнительного образования тоже останется в рамках этой социальной концепции.

Концепция и целевая аудитория

— *И все-таки кто целевая аудитория проекта?*

» Это местные жители, люди, желающие встретиться по дороге с работы или отдохнуть всей семьей, в том числе и в выходной день. Вряд ли наш проект можно назвать общегородским, но он точно масштабный и рассчитан на несколько районов Петербурга. Когда будет реализовано все, что задумано, полностью подготовлена социальная среда (в частности, мы планируем



В основе концепции — открытая кухня. Гости ресторана собственными глазами видят, какая она внутри.

запустить большой интернет-проект), появится возможность оценить идею в целом. Пока же воплотили в жизнь пусть и большую, но лишь часть из запланированного.

— *А что скажете о концепции «Фермы Бенуа»?*

» В ее основе — открытая кухня. Гости собственными глазами видят, какая она внутри. Да, пока не так много в Петербурге мест, куда можно пойти с семьей или друзьями и спокойно провести время в уютной обстановке. И мы постарались создать именно такой ресторан. Кстати, именно по этой причине в «Ферме Бенуа» мы стараемся делать акцент на привлечении небольших компаний. Ведь когда приходит большая шумная толпа, разбивается атмосфера места, даже несмотря на то, что зал у нас большой и он проглатывает все. Но все-таки лучше, когда люди посещают нас семьями.

Кроме того, мы в «Ферме Бенуа» первыми и пока, пожалуй, единственными в городе реализовали концепцию ресторана с простой, но качественной едой, за приготовление которой отвечает шеф-повар француз. А на втором этаже у нас расположены банкетные залы разной площади, с абсолютной звукоизоляцией, двумя кухнями, собственным меню и отдельными выходами. А значит, у гостей есть возможность провести мероприятия на действительно высоком уровне, а не на уровне шалмана, где ждут, когда люди напьются, чтобы вынести





горячее для галочки. У нас гости действительно получают качественное, красивое меню. Более того, когда работают банкетные залы, нам не нужно закрывать ресторан или бояться, что в нем наступит коллапс.

— Неужели с 2014 года не успели почувствовать себя ресторатором?

» Я бы назвал себя в том числе ресторатором. Просто есть люди, гораздо более уважаемые, значимые в ресторанном бизнесе. Возьмите хотя бы нашего шеф-повара Николя Лорье. Он шеф от Бога. Я же складываю проект словно из кубиков, комбинирую их. Моя задача — найти лучших в своем деле людей, будь то шеф-повар, кондитер или, скажем, управляющий, — и привести их в свой проект. Но в любом случае считаю, что место нужно почувствовать. Вполне вероятно, создав «Ферму Бенуа», я реализовал свои мечты, благодаря тому, что место совпало с концепцией, сложившейся внутри меня. Всегда с большим уважением относился к рестораторам, которые могут сделать ставку не на свою целевую аудиторию, удивлялся, как у них это получается. Я же работаю именно для людей, которые близки мне по духу, мировосприятию, для тех, кого понимаю и действительно чувствую. Более того, я противник всего элитного, и мы со своим проектом попали в европейский тренд — не элитарность. При этом не говорю, что элитные рестораны не нужны. В них есть необходимость, но в «Ферме Бенуа»

«Ферма Бенуа» иллюстрирует европейский тренд — не элитарность

удалось реализовать все то, что мне близко.

Ресторан как производство

— Есть мнение, что когда человек приходит в новое для себя дело, то ситуацию он видит незамысленным взглядом. Как это было у вас? Наверняка приходилось самому вникать во все тонкости?

» Действительно, я во все вникал.

— Что по-настоящему удивило в новом тогда для вас ресторанном бизнесе?

» Тот факт, что это — настоящее производство, со своими бизнес-процессами, оснащенное современным оборудованием, использующее новейшие технологии, а совсем не то, что хорошо готовит условная бабушка. Ресторан — совершенно точно профессиональная среда с уникальным профессиональным же оборудованием, на котором надо уметь «играть». И совершенно точно люди, работающие в нашем ресторане, — истинные мастера своего дела, пусть и в узком направлении. Взять хотя бы наших официантов. Это обычные люди, но с ними очень интересно общаться, лично мне они все очень нравятся. У них другой подход к гостям, с которыми они могут поговорить, что-то обсудить, причем на равных. Как в Европе. Признаться, удивился, что, оказывается, у нас такие люди тоже есть.



— *Что на данном этапе является самой серьезной трудностью в российском ресторанном бизнесе?*

» По большому счету, я особых проблем не вижу. Сейчас мы вышли на хороший уровень импортозамещения. У нас появились производители, предлагающие продукцию достойного качества. Для развития ресторанного бизнеса в России, на мой взгляд, все есть. Проект может быть масштабным или нет, но он позволяет людям самореализоваться. Сам по себе ресторанный бизнес шикарен! Классно, когда видишь, что гости довольны. Да, сегодня приходится рисковать немного больше, в частности, потому, что деньги стали дороже. Но без риска нет успеха. А не угадай мы с «Фермой Бенуа» или начни экономить? Люди ведь все это чувствуют и понимают, причем очень быстро. Поэтому мы для себя не делим продукты на отечественные и импортные, делая акцент исключительно на качестве. Ведь вкусно получается только тогда, когда все ингредиенты качественные. Естественно, важно, чтобы блюдо, из них приготовленное, окупалось.

Да, чуть больше стали вложения, но если ты действительно предприниматель по духу, хочешь рискнуть — рискни. Насколько риск велик? Все относительно. Для кого-то большой ресторанный комплекс — это мелочи, а для кого-то ларек с шавермой — серьезный шаг. Но в любом случае и ресторан, и ларек с шавермой нужно сделать талантливо, чтобы



Ультрасовременный детский центр дополнительного образования «Бенуа» построен на новейших технологиях компании Apple.

народ приходил. А так в ресторанном бизнесе всем находится место. И инвестору, и шеф-повару, и владельцу недвижимости. И когда идея обретает реальные очертания, все эти люди должны друг друга найти и убедить в будущем успехе проекта. Словом, у ресторанного бизнеса на 100% есть будущее. Более того, расширяется круг людей, которые ходят в рестораны.

— *Что стало самым сложным для вас в реализации проекта?*

» Непростых моментов было много, начиная с инвестиций. Да, сейчас ситуация в экономике непростая. Но я в этом разбираюсь. И если глаза горят у меня, то я могу убедить других людей помочь в финансировании проекта. Кроме того, открываясь, мы думали, что у нас до лета будет работать только один зал. Однако уже в первые выходные ресторан был битком. Видимо, люди наблюдали за строительством и ждали момента, чтобы прийти. Мы неделю тестировали блюда, а когда открылись, то нам сразу не хватило ни поваров, ни официантов. Естественно, гости порой выражали отрицательные эмоции по этому поводу. В такой ситуации от сотрудников потребовалось умение работать с негативом, и они справились. А ведь это бывает очень сложно сделать. Непросто сказать в ответ не сакраментальное «сам дурак», а попытаться разобраться и исправить положение.

Немаловажно и умение работать с ресторанными критиками, которые





иногда приходят и говорят: «Вы нас профинансируйте, а мы о вас напишем». Отвечаешь на такие предложения отказом и просишь написать правду, чтобы мы могли исправить ошибки, если они действительно есть.

Конечно, сложности есть во всем и всегда. Но они разбиваются на кучу маленьких частей, каждая из которых решается отдельно.

Я, например, люблю вино и считаю себя истинным ценителем, пусть и дилетантом. Однако составление карты вин — серьезная задача. И, слава Богу, что я сразу пригласил для ее решения молодого, талантливого человека, который сделал ее действительно хорошей. Согласитесь, пить хорошее вино дома и составить хорошую карту вин для ресторана — это совершенно разные вещи. Винная карта ресторана должна быть сбалансированной, красивой, на любой вкус и играть, как оркестр, в правильной тональности.

Человеческий фактор или система отношений

— Какова роль в проекте Арама Мнацаканова?

» Арам Михайлович принимает активное участие в жизни «Фермы Бенуа». В частности, приглашал шеф-повара. Кроме того, как профессионал он тестирует блюда, оценивает их себестоимость, выступает в качестве консультанта и принимает последнее решение по меню.

Ресторан «Ферма Бенуа» готов одновременно принять несколько сотен гостей

Он такой же предприниматель, как я, но в ресторанном бизнесе.

— А что подвигло вас на приглашение шеф-повара француза? Почему приняли такое решение?

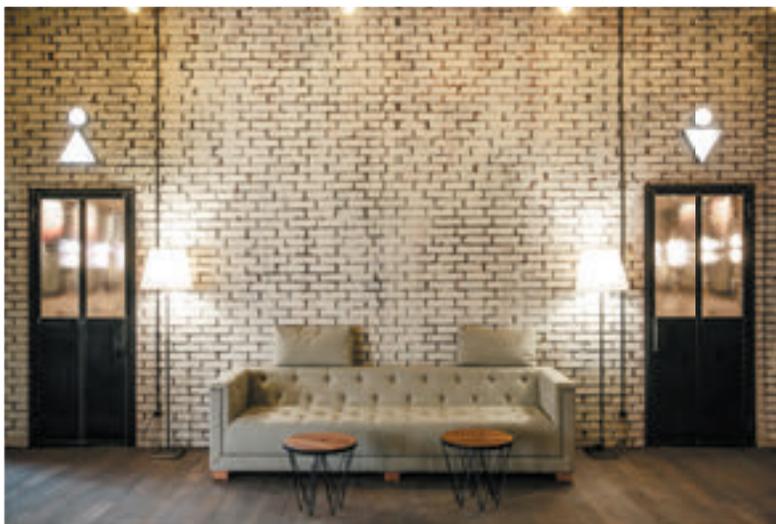
» Начну с того, что до прихода к нам Николая уже работал в России, а именно в петербургском ресторане «Рыба», который со временем стал для него маловат и, может быть, не так интересен. Так что он адаптирован к нашим реалиям. Кроме того, у нас установлено мощное, суперсовременное оборудование, которое позволяет обслужить сразу до 400 гостей, не заставляя людей долго ждать. Увы, но русские повара не умеют на нем работать, они не могут организовать процесс. Поймите, тяжело работать одновременно с большим количеством гостей. Надо быть профессионалом другого уровня. Этому реально нужно учиться. Да, мы начинали работать с российским поваром, но в итоге отказались от его услуг и пригласили Николая. А если говорить о том, что иностранный шеф получает вознаграждение выше, нежели его российские коллеги, считаю, большой ресторан может себе это позволить, если, конечно, у него есть гости. Словом, все взаимосвязано. Согласитесь, Mercedes по частям не собирается. Невозможно ездить на «Запорожце» и с каждой зарплаты покупать по колесу от автомобиля Mercedes. Надо сразу делать именно Mercedes, и тогда, может быть, все будет работать правильно. У нас получилось.



— *Как относитесь к делегированию полномочий?*

» Абсолютно поддерживаю такой подход. У нас много проектов, и если я не буду делегировать полномочия, то просто сойду с ума. Словом, считаю, что это абсолютно необходимо делать. Повторюсь: я девелопер. Мне интересно заниматься развитием, интересны новые проекты. Но ты никогда не сможешь заниматься чем-то новым, уделить этому достаточно внимания, если не оставишь старое. Да, сегодня я в «Ферме Бенуа» делаю все, что могу. Но в какой-то момент если я буду здесь постоянно ноги переставлять, то буду им просто мешать. Наши сотрудники прекрасно сами общаются с гостями, принимают решения, болеют проектом, им очень нравится работать, нравится среда, в которой они находятся, здесь к их мнению прислушиваются. Да, какие-то предложения принимают, а какие-то нет. Во всяком случае, это люди из одной среды, и даже те, кто работает на кухне, хотя не каждого из работающих в ресторане 120 человек знаю лично, но, поверьте, все наши сотрудники — очень талантливые люди. Да, одни пришли к нам приобрести новые навыки в профессии, другие — потому, что место хорошее, но они все реально классные. А раз так, зачем я буду вставлять палки в колеса?

— *Часто говорят о том, что для успеха ресторанного проекта необходимо, чтобы его владелец*



находился в нем постоянно и все контролировал. Сколько времени вы проводите здесь?

» Знаете, я свои задачи выполняю. Обеспечиваю финансирование и делаю все для того, чтобы люди, которые здесь работают, жили этим проектом. Но у меня есть и другие проекты, а потому не могу посвятить «Ферме Бенуа» всю жизнь. А вот наш управляющий Валерия Гамм, потрясающий специалист в своем деле, — она реально здесь живет. Моя же работа, повторюсь, состоит в том, чтобы привлечь финансирование и обеспечить его возврат.

— *У вас существует вертикаль власти? И за кем остается последнее слово?*

» В ресторане — за управляющим. А вообще надо понимать, что группа компаний «БестЪ» — довольно большая бизнес-структура, в которой есть разные подразделения — финансовый, юридический, маркетинговый отделы и т. д. А у «Фермы Бенуа» есть свой управляющий, своя команда, и у каждого сотрудника в ней двойное подчинение — если человек занимается в ресторане рекламой, например, то он должен подчиняться не только управляющему, но и маркетологу группы компаний, чтобы не было отсебятины. Центральный офис следит, чтобы все компании группы работали в одном стиле, имели единый имидж, что не так-то просто. Именно в этом тоже залог успеха. Ведь кризис для одной компании



Блиц о личном

— *Андрей Владимирович, назовите свое самое главное качество.*

» Стараюсь доводить все до конца, даже если мне это не очень нравится. Точно знаю, что дом без последнего кирпича — это лишь груда кирпичей. А в тот момент, когда делаешь последний штрих в проекте, здание становится именно зданием. И так практически в любом проекте. Если уж решил что-то делать, нужно довести начатое до конца. В какой-то момент это занятие будет не нравиться, появится желание все бросить, но надо переселить себя. Не назову себя стопроцентным перфекционистом, но стараюсь им быть. С другой стороны, нужно уметь оставлять проект, который не работает, особенно если понял, что у него нет перспектив. Не надо тащить груз на себе. Я, кстати, легко расстаюсь с каким-то багажом, когда осознаю, что нести его дальше не имеет смысла.



— *Что больше всего цените в людях?*

» Знаю точно, чего не люблю. Предательства. Остальные поступки можно понять и объяснить.

— *Как предпочитаете проводить свободное время?*

» За чтением книг. А вообще у меня нет проблем с тем, чем можно заняться. Я ведь еще четыре-пять раз в неделю играю в хоккей с друзьями. Для души. Это позволяет выплеснуть энергию.

— *Что такое счастье?*

» Не знаю, что и ответить. Знаете, бизнесменом

быть вообще непросто. Ведь недостаточно отработать положенные часы и пойти домой. Что-то происходит постоянно, даже независимо от тебя. Так что однозначно ответить на такой вопрос сложно. Я знаю, когда счастлив, но объяснить это состояние, а уж тем более осознать, что является его источником, не возьмусь. Бывает так, что, казалось бы, ты все сделал для счастья, а все равно не счастлив. И наоборот: вроде нет никаких предпосылок, но солнце светит и ты абсолютно счастлив. Особенно это актуально у нас в Петербурге (улыбается).

может обернуться процветанием для другой. Так и в случае с нашими проектами. Проще говоря, действует принцип взаимовыручки.

— *Как собирали команду?*

» В основном сами обучали людей, хотя у нас есть и те, кто прошел школу Арама Мнацаканова и уже был готов сделать шаг вперед в карьере в другом проекте. Знаете, попасть в новый коллектив — очень большой плюс. Ведь когда создается команда, среда цементируется. Вообще считаю, что работать в коллективе с момента его

создания — огромное преимущество. Главное, чтобы человек был обучаемым, впитывал новые знания, воспринимал проект как часть большого проекта и смог не только принести тарелку или что-то порезать. Важно, чтобы ему была интересна по крайней мере история здания, что будет находиться рядом, чем занимается наша компания, в чем ее философия. Надо, чтобы люди были готовы воспринимать эту информацию, а не приходили только затем, чтобы заработать деньги, и не воспринимали «Ферму Бенуа» как временное для себя место.



Экономика проекта и планы на будущее

— Вы уже обмолвились, что одна из ваших основных задач в данном проекте — возврат инвестиций. Можете обозначить примерные сроки?

» В этом смысле наш ресторан ничем не отличается от любого объекта недвижимости, окупаемость которого — долгий процесс, а потому нужны более дешевые деньги. Думаю, здесь будет примерно так же. Все очень сильно зависит от проектов, входящих в состав комплекса. В общей сложности их три: аутентичный ресторан, ультрасовременный детский центр дополнительного образования «Бенуа», построенный на новейших технологиях компании Apple, плюс будет целая история по легио-проектированию по бизнес-моделированию. И все это будет наложено на систему ТРИЗ (теория решения изобретательских задач). Она раскрывает возможности детей.

Третья история — большая компьютерная игра с героями нашего проекта, действующая по принципу дополненной реальности. Кстати, мы работали в этом направлении еще до появления покермонов. Мы создаем большой онлайн-проект. Это лотерея. Он может окупиться за неделю, а может не окупиться никогда.

Если же взять только один ресторан, то у него вполне разумные сроки окупаемости, которые устраивают банки. Тем более что «Ферма Бенуа» — абсолютно нормальная, стандартная бизнес-модель. Вот такие планы. А дальше посмотрим,

Наш ресторан ничем не отличается от любого объекта недвижимости, окупаемость которого — долгий процесс, а потому нужны более дешевые деньги

как развивать проект. Может быть, по франшизе. К слову, такие предложения уже есть.

— Коль скоро уже есть эффективная бизнес-модель, у вас нет желания создать еще один ресторан?

» Я себя от этого шага останавливаю. Пока нужно существующий проект довести до конца. Когда открываешь второй ресторан, становишься не хозяином ресторана, а хозяином компьютера, который следит за двумя заведениями. Получив в свои руки второй ресторан, ты вынужден создать команду, являющуюся надстройкой над этими двумя проектами. На мой взгляд, существует принципиальная разница между ситуацией, когда у тебя один ресторан, и ситуацией, когда сто, а между двумя и сотней разницы уже нет. Когда в голове приходится держать сразу два ресторана, неизбежно что-то теряешь из виду. В общем, с открытием второго проекта я подожду. Тем более что нам для группы компаний пока достаточно одного. И в «Ферме Бенуа» еще очень много работы. Мы еще не меняли меню, не отработали лето, нужно научиться в полной мере использовать возможности коптильни, купленной за немалые деньги, предстоит запустить второй этаж для проведения мероприятий. Словом, забот непочатый край. Надо довести все задуманное в этом проекте до конца, а там посмотрим.

Беседовал Алексей Журавлев



Ферма архитектора Юлия Юльевича Бенуа



История проекта

В 90-х годах XIX века представитель знаменитой династии и известный петербургский архитектор Юлий Бенуа, увлекшись сельским хозяйством, принял решение взять в аренду на 50 лет территорию от окраины города до Муринского ручья. Его мечтой было создать под Петербургом хозяйство по образу и подобию идеальных молочных ферм швейцарских Альп и Нормандии.

К 1904 году Юлий Юльевич прокладывает дорогу от города к своему участку. Кстати, затем и в советское время, вплоть до середины XX века, эта дорога будет именоваться проспектом Бенуа. Вслед за прокладкой дороги и после осушения заболоченных территорий по собственным чертежам на участке Юлий Бенуа возводит свою образцовую ферму. Главной постройкой комплекса зданий стал деревянный двухэтажный дом с башней, которая одновременно и служила украшением здания, и выполняла роль пожарной каланчи. На ферме устроили хлева и коровники, в которых содержалось более двухсот породистых коров. Рядом выстроили круглую водокачку. Все освещалось электрическим светом.

В соответствии с достижениями научного прогресса, электричество применялось также и для процессов хранения и переработки молока, тут была обустроена и современная

лаборатория для обработки молока перед отправкой на молочный завод на Моховой улице, который и был основным покупателем продукции фермы.

Ферма Бенуа славилась на весь Петербург, считалась образцовой, здесь очень тщательно следили за чистотой и порядком, а также за качеством продукции, а ее работники считались зажиточными.

Масло, молоко и специальное питание для грудных детей отмечались наградами международных и всероссийских ярмарок и выставок. Так, на проходившей в 1913 году в Петербурге Всероссийской гигиениче-

ской выставке ферма Бенуа была удостоена золотой медали.

Совхоз

После Октябрьской революции ферму Бенуа национализировали.

Но Юлий Юльевич остался заведовать своей фермой и при советской власти и, вероятно, зарекомендовал себя талантливым руководителем — его пригласили работать в Министерство продовольствия РСФСР, отвечать за развитие сельского хозяйства.

В ноябре 1918 года бывшая лесная молочная ферма Бенуа стала «1-й городской молочной фермой» Петрогубкоммуну.

Уже вскоре за предприятием закрепилось название совхоз «Лесное».

В 1920-х годах совхоз успешно развивался. Молоко отсюда поставляли на 20 объектов: ясли, детские консультации, больницы, дома ребенка. С началом нэпа здесь начали выращивать картофель, разводить свиней, кур и кроликов.

В конце 1921 года совхоз «Лесное» вошел в ПЕПО (Петроградское потребительское общество, впоследствии — Ленинградский союз потребительских обществ).

К середине 1920-х годов хозяйство «Лесного» объединили с хутором Реймера — небольшой фермой по другую сторону Муринского ручья.



Разрушенное здание фермы Бенуа



Проект реконструкции фермы Бенуа

С конца 1920-х здесь продолжили развивать овощеводство. Во время Великой Отечественной войны совхоз не прекращал свою работу, несмотря на эвакуацию большей части скота и ухода на фронт многих работников. «Лесной» снабжал овощами жителей блокадного Ленинграда.

В 1952 году проспект Бенуа был переименован в Тихорецкий, а в 1959 году совхоз «Лесной» получил статус государственного племенного завода. Он считался одним из лучших в Ленинградской области, был награжден орденом Трудового Красного Знамени и другими наградами. В здании дачи находилось управление совхоза «Лесное», а также располагался детский сад для детей работников совхоза.

К концу 1960-х годов город вплотную подошел к территории совхоза. В 1967 году было принято решение о его переезде, к 1968 году совхоз переехал на новый участок на стыке Гатчинского и Пушкинского районов Ленинградской области, дав название основанному здесь поселку Лесное. На этом месте совхоз «Лесное» находится и сегодня.

Запустение и пожар

В 1973–86 годах на территории фермы в паре сотен метров от фермы Бенуа была построена башня ЦНИИ робототехники и технической кибернетики, а в помещениях фермы разместились экспериментальные мастерские.

В конце 1980-х годов «дачу Бенуа»

передали школе художественного образования.

Илья Глазунов собирался создать тут творческий центр Всероссийской академии художеств. В марте 2001 года в деревянном здании дачи произошел пожар, и от сгоревшего дома остались одни руины.

С 2006 года этот участок официально получил название «Сад Бенуа». Существовали планы превращения этой территории в первый в России Парк космоса.

В 2008 году произошел пожар в здании коровника, где до того момента находился магазин, с тех пор здание не восстанавливалось. Ферма вошла в список объектов культурного наследия, таким образом, новый собственник получал ограничение — здания можно было приспособить только под культурные или образовательные цели. Желаящих приобрести полуразрушенные здания на таких условиях долго не находилось.

Несколько лет ферма стояла заброшенной, постепенно превращалась в руины и зарастала мусором. Пытаясь привлечь внимание к судьбе исторической фермы, подняли тревогу активисты. Для зданий, охраняемых государством как объекты культурного наследия, возможна реставрация, на участках нельзя возводить никаких новых построек. Из-за этих условий городу не удавалось продать исторический комплекс.

Он был фактически разрушен.

Реконструкция

В сентябре 2011 года комплекс лесной молочной фермы Бенуа, включающий три здания: дачу Ю.Ю. Бенуа, ферму Ю.Ю. Бенуа и административное здание, — был продан на торгах.

Победителем стало ООО «Бестъ», входящее в группу компаний «Бестъ».

Группа компаний «Бестъ» работает в сфере недвижимости Санкт-Петербурга и Ленинградской области с 1997 года и является на сегодня одной из основных инвестиционно-девелоперских компаний северо-западного региона России.

Проект реконструкции получил название «Бенуа 1890».

При работе над «Бенуа 1890» стояла непростая задача: сохранить исторический облик здания, приспособив его под современное общественное назначение с соблюдением действующих нормативов. На основании архивных данных, исторических фотографий проектировщиками совместно с КГИОП велась поэтапная, кропотливая работа над сложным, имеющим множество деталей фасадом главного здания и разработкой всего проекта в целом.

Но, как всегда в истории, решающим фактором для успеха проекта оказываются люди.

В счастливом продолжении истории фермы Бенуа в 21 веке главную роль сыграли не просто инвестиции и профессионализм одной из лучших девелоперских команд региона, а именно сам Андрей Лушников, основатель группы компаний «Бестъ», который со своей сестрой Марией Лушниковой (кстати, архитектором по образованию), стали настоящими последователями дела Юлия Юльевича Бенуа, наряду с ним воплотив и свою мечту по созданию на месте бывшей образцовой фермы-мечты амбициозного проекта, объединяющего уникальный детский образовательный центр и настоящий семейный ресторан.

Так, от одной знаменитой петербургской династии это место перешло к другой, новой, которая планирует сделать все возможное, чтобы не только сохранить уникальное наследие, но и приумножить его на современном уровне.

Юлий Юльевич Бенуа.

Академик архитектуры из знаменитой династии

Краткая справка

Сын Юлия Леонтьевича Бенуа. Годы жизни: 1852 – 1929.

В 1870–1874 годах учился на архитектурном отделении Императорской академии художеств у А. Резанова, Д. Гримма. Звание академика архитектуры ему присвоено в 1885 году.

В 1896 году состоял архитектором при школах императорского женского патриотического общества и был награжден орденом Святой Анны 2-й степени; ему был пожалован чин действительного статского советника, дававший право на дворянский титул; а также личный герб, внесенный в Общий гербовник.

С 1902 по 1917 годы служил архитектором Аничкова дворца, где по его проекту построена лестница.

Среди его работ в Санкт-Петербурге:

- особняк Н.И. Обуховой (1893);
- здание Крестовоздвиженской общины сестер милосердия (1892–1904);
- Лиговский народный дом С.В. Паниной (1901–1904);
- вилла Н.В. Безобразовой на Моховой улице (1903–1905, совместно с А.И. Владовским);
- доходные дома Первого российского страхового общества (1911–1914, совместно с Леонтием Николаевичем Бенуа, Альбертом Бенуа и А.И. Гунстом);
- Гутуевская суконная мануфактура (1884).

Юлий Юльевич – один из талантливейших представителей знаменитой петербургской творческой династии Бенуа, которая попала в Россию в конце 18 века.

Родоначальником династии Бенуа стал француз Луи-Жюль-Огюст-Сезар Бенуа.

В России его звали Леонтием Николаевичем. Был он родом из крестьян, но считался отличным кулинаром, за что был приглашен придворным поваром к Павлу I.

Женился Леонтий Николаевич на Екатерине Андреевне Гроппе, дочери медика и любимой фрейлине императрицы Марии Федоровны. У них родилось 18 детей. Семеро умерли в раннем возрасте. Леонтий Николаевич в возрасте 50 лет скончался от черной оспы. Вдова устроила одного из своих сыновей, Николая, в Академию художеств. Николай Леонтьевич и стал первым в династии знаменитым архитектором.

Среди его последователей в семейной династии: архитектор Леонтий Николаевич, известный художник Альберт Николаевич и создатель кружка «Мир искусства» Александр Николаевич. Больше ста зданий построили архитекторы Бенуа в Петербурге и пригородах.

Музей этой семьи находится в Петродворце в здании бывшего Фрейлинского корпуса, построенного в 1854 году по проекту Николая Леонтьевича Бенуа. Открыт он был в 1988 году по инициативе Николая Александровича Бенуа, выдающегося театрального художника, оформившего около 300 спектаклей в театрах мира, в том числе и в знаменитом миланском «Ла Скала».



АСЫ ПО МЯСУ

Сегодня ресторанные проекты с ярко выраженным акцентом на мясо, как говорится, в тренде. Поэтому неудивительно, что оборудование, которое позволяет в полной мере воплотить в жизнь правильную мясную концепцию заведения, пользуется повышенным спросом.

А если существует спрос, значит, по всем законам рынка, должны быть и предложения. И они действительно есть. Так, компания «Веста» представляет на суд профессионального ресторанного сообщества сразу четыре модели печей-мангалов, предназначенных для кафе с разной пропускной способностью.

Самая маленькая модель VESTA — 38. Ее можно устанавливать в заведениях для посетителей до 40 посадочных мест.

Информация к размышлению

По сообщениям СМИ, потребление мяса в стране растет в среднем на 5% в год, при этом половина всей продукции приходится на мясо птицы, точнее, курицы. Кроме того, есть данные, что с января по сентябрь прошлого года в нашей стране было произведено более 6,5 млн тонн мяса всех видов.

В свою очередь, модели VESTA-25, VESTA-45, VESTA-50 — это профессиональные печи для заведений от 70 до 150 посадочных мест. Их конструкция дает возможность использовать сразу две жарочные решетки.

Более того, они установлены на эргономичные подставки и укомплектованы тепловыми экранами. И еще одна немаловажная деталь: модели печей VESTA-25, VESTA-45, VESTA-50 могут поставляться с искрогасителем с водяной завесой VESTA. Все эти характеристики позволяют утверждать, что оборудование, производимое компанией «Веста», соответствует требованиям современного ресторанного бизнеса и значительно расширяет возможности владельцев заведений, повышая объемы выручки и, в конечном счете, доход.

VESTA — это отличное решение, позволяющее одновременно использовать преимущества мангала и печи при работе внутри помещения.

VESTA

ПЕЧЬ-МАНГАЛ VESTA

www.mangalvesta.ru
sales@mangalvesta.ru

ЧЕМ ОТЛИЧАЕТСЯ ПЕЧЬ-МАНГАЛ VESTA ОТ ОБЫЧНЫХ МАНГАЛОВ?

- Отличный результат при использовании разных продуктов.
- Скорость работы — на 30% быстрее открытого мангала.
- Экономия — потребление угля на 40% меньше, чем у открытого мангала.
- Комфорт на кухне — нет лишнего жара.
- Регулируемая тяга предотвращает высыхание продуктов.



ПЕЧИ ДЛЯ ПИЦЦЫ

Мы предлагаем печи, разработанные специально для мобильной торговли и кейтеринга.

Печь проста в эксплуатации. Даже проще, чем барбекю! Быстро нагревается и долго держит тепло за счет специальной теплоизоляции из керамической ваты. Не боится длительных простоев — купол изготовлен из жаростойкой нержавеющей стали, не впитывает влагу и не трескается. Под изготовлен из керамических плиток с рабочей температурой до 1200°C.

www.mangalvesta.ru,
Россия, г. Йошкар-Ола, тел.: 8 8362 334910



Екатерина Бокучава: «Клонировать заведения — скучно!»

Сначала, получив соответствующее образование, она сделала профессиональную карьеру в журналистике, а в 2002 году воплотила в жизнь свою давнюю мечту — открыла ресторан. Сегодня петербурженка Екатерина Бокучава — успешная бизнесвумен, которая руководит пятью заведениями разного формата, а еще управляет ювелирным бутиком.

— Екатерина, у вас разные проекты — ресторан, винный бар, кофейня... Чем обусловлен такой выбор?

» Просто мне интересно пробовать себя в новых форматах. Клонировать свои заведения и превращать их в сетки, вероятно, выгодно, но очень скучно.

— С какими сложностями сталкивались, когда делали первые шаги в качестве ресторатора, и сталкиваетесь сейчас?

» В начале ресторанного пути самой большой сложностью



**Екатерина
Бокучава,**
бизнесвумен

Скетч кофейни
Saint Espresso

оказались соседи, живущие сверху, и теперь, спустя семь лет, я шучу, что у меня «черный пояс по соседям». Я прошла через все круги ада. Сегодня, когда мы открыли кофейню, столкнулись с проблемой кадров. Людей много, но умеющих работать и общаться, способных продавать — мало.

Ресторан = семья

— Как решаете возникающие вопросы с бизнесом: поставки продуктов, подбор персонала и так далее?



Биография

Екатерина Бокучава родилась в Ленинграде. Окончила Институт культуры и факультет журналистики СПбГУ. В прошлом — журналист «Собаки.ру», автор и ведущий рубрики «Светская хроника». Сейчас руководит пятью ресторанными проектами и ювелирным бутиком Laboratory.

Ресторанные заведения в Петербурге:

* Ресторан «Место», Кронверкский пр., 59.

Заведение площадью 150 кв. м, 35 посадочных мест, предлагается европейская, британская и центральноевропейская кухня. Открылось в 2010 году. Второй одноименный проект открылся в 2014 году на Тверской ул., 20.

* Винный бар «8», ул. Ленина, 8.

Заведение с барной стойкой, нет посадочных мест.

* Кофейня SaintEspresso, ул. Куйбышева, 10.

Кофейня открыта в 2016 году: небольшое помещение с высокой стойкой, предлагаются напитки на основе кофе, в том числе на соевом молоке, и матча (порошок зеленого чая, из которой готовится жидкая основа для любого напитка).

* Вегетарианский ресторан Go to health и суши-бар Suki, Съезжинская ул., 37.

Два концепта под одной крышей.

Суши-бар Suki — заведение площадью 140 кв. м, 30 посадочных мест. Вегетарианский ресторан Go to health проработал полгода, после чего было решено оставить на Съезжинской улице только суши-бар Suki.

* Бар «Фиджеральд», Итальянская ул., 17-19. Площадь — 70 кв. м, 12 посадочных мест.

К примеру, известно, что вы высоко цените персонал...

» У нас нет проблем с поставками, так как 80% продуктов закупаем на рынке. Проблемы с кадрами, конкретно поварами, я решила так: сама воспитываю на своей кухне новых поваров. Поняла, что больше не приму со стороны ни одного человека, так как, уж простите меня за подобное сравнение, после первой древнейшей профессии — не будем ее называть — повара — это вторая древнейшая, и ведут они себя, к сожалению, так же... Это мое глубокое убеждение. Речь, конечно, не обо всех, но на рынке тенденция бегущих по разным ресторанам поваров есть! А если говорить о мотивации персонала, то мне, наверное, очень повезло. Я умудрилась сделать так, что мое дело они воспринимают, как свое. Мы давно вместе, с некоторыми работниками с 2002 года. Семья в каком-то роде.

— Кого считаете целевой аудиторией ваших проектов и почему она именно такая?

» Странное понятие — целевая аудитория. Я бы сказала так: мои заведения занимают определенную нишу на рынке. Мы не зависим от конкурсов, рейтингов. Ко мне приходят есть — это самое главное. Собственно, то, для чего и открывают ресторан. Люди ценят и любят то, что я делаю. Нашему «Месту» скоро семь лет, и 50% гостей не меняется. О чем это говорит? О том, что кухня работает на уровне и планка с годами не опускается.

— Екатерина, поделитесь секретом, как удается сделать из случайных посетителей постоянных гостей? Может быть, у вас есть особенная программа лояльности?

» Ничего подобного у нас нет. Кроме, пожалуй, карт со скидкой 10%.

Жизненная позиция

«Я делаю проекты, которых нет! Уникальные проекты! Проекты-пионеры! Будь то ресторан «Место», где хозяин — повар, винный бар «8», который на 200% отвечает понятию бара, а не как у нас — откроют винный бар, а там и кофе, и десерты, и бизнес-ланч, и работает с 11:00 — люди обычно хотят на всех стульях усидеть. Суши-бар Suki считается лучшим в городе! Почему? Нам два раза в день привозят рыбу, мы не готовим из обрезков, не прячем их под острым соусом и майонезом и запекаем! Все мои проекты маленькие: самое большое количество мест — 35, самая большая площадь — 150 метров (ресторан «Место»). Я считаю, что можно зарабатывать на малых площадях лучше, чем на «аэродромах». Почти все мои проекты — с партнерскими инвестициями. На сегодняшний момент один проект не вернул средства обратно, но ему всего шесть месяцев и это кофейня Saint-Espresso! Вегетарианский ресторан Go to health работал полгода, мы поняли, что вегетарианская еда никому не нужна, и сделали только Suki — суши-бар и рыбный ресторан. Рестораны — сложный бизнес, но очень интересный».

Но мы очень гибкие и прислушиваемся к своим клиентам. Мы их любим, и они приходят к нам не только за едой, но и за нашим отношением.

О ресторанных проектах

— Какой из ваших ресторанных проектов оказался самым непростым с точки зрения его реализации?

Скетч суши-бара «Suki»

» Я бы не назвала самым сложным ни один проект, ибо они все трудные поначалу. На сегодняшний момент меня больше всего занимает развитие кофейни Saint-Espresso, где я вижу безумный потенциал, но кофейный бизнес для меня дело новое. Его раскрутка отнимает много времени, притом, что кофе у нас просто потрясающий! И все сопутствующее тоже. Я бы сказала, что осиливаю





ступень за ступенью в походе наверх, к кофейному счастью.

— Какими инструментами маркетинга пользуетесь? Что работает, а что, наоборот, нет? Насколько эффективны социальные сети как инструмент продвижения?

» Хороший ресторан в рекламе не нуждается! Хотя я немного лукавлю. Сарафанное радио — самый лучший инструмент. Социальные сети и «Инстаграм» — хорошее подспорье. Но если ты будешь плохо готовить, какие бы красивые картинки не выкладывал в Интернет, это сильно не поможет. Так что маркетинг от качества еды неотделим.

Планы и итоги

— Поделитесь планами по развитию ресторанного бизнеса. Намечаете запуск новых концепций и форматов? Многие рестораторы, например, проявляют интерес к направлению стритфуда...

» Мне стритфуд неинтересен. Да и рестораны я пока не планировала открывать. Не разорваться. А вот новый бар скоро появится. В центре города

Скетч ресторана
«Место»

(я вышла за границы Петроградского района). У проекта уже даже есть название — «Фиджеральд». Больше ничего говорить пока не буду.

— Каким стал для ресторанного бизнеса 2016 год? Что, по вашему мнению, ждет ресторанный бизнес в 2017 году в России и конкретно в Петербурге?

» Год был непростой, но между тем удачный. Этот кризис мотивировал людей шевелиться и работать — посмотрите, сколько ресторанов, баров и других заведений открылось в период с 2015 по 2016-ый!

— Какие рекомендации вы можете дать начинающим рестораторам?

» Главное, перед тем, как открывать где-то и что-то, узнайте, кто ваши соседи сверху и сбоку, и постарайтесь сделать их существование рядом с вашим заведением максимально комфортным.

Блиц о личном

— Екатерина, признайтесь, как у вас получается быть настолько разносторонней успешной личностью? Журналист, ресторатор, управляющий ювелирного бутика...

» Я еще и мама двух детей. Если честно, не знаю. А вообще рецепт прост: не стоит лениться. И еще надо окружить себя грамотными людьми, с которыми тебе максимально комфортно и чтобы им можно было делегировать полномочия. Главное — наладить процесс. Но при этом нужно постоянно все держать под контролем. Опять же, свою роль играет локация. Так сложилось, что у меня все проекты находятся в Петербурге, более того, в одном районе — на Петроградской стороне, а потому есть возможность каждый день быть на разных местах работы, посещая каждое (улыбается).

Отдельная история, конечно же, партнеры! Это так важно, когда у тебя есть понимающие, доверяющие, те, кто тебе действительно помогает, а не вставляет палки в колеса.

— Скажите, что самое главное в жизни для вас сейчас?

» Вырастить детей и обеспечить им комфортное будущее.

Уиллиам Ламберти: «Ближайший год станет хорошей проверкой для рестораторов»

За прошедшие 20 лет Уиллиам Ламберти накопил немало опыта в управлении проектами, а значит, можно смело составлять полезное руководство для тех, кто только собирается начинать собственное ресторанный дело.

Уиллиам Ламберти, итальянец по происхождению, русский — в душе, шеф-повар и ресторатор, в эксклюзивном интервью нашему журналу рассказал о своем пути в бизнесе. К слову, первый ресторан — Uilliam's — он открыл пять лет назад. За это время также запустил несколько других заведений в Москве: ресторан PINCH, который позиционируется как новая бистрономика, домашний ресторан UGOLEK, ресторан «Северяне» с блюдами из печи, авторский стритфуд Porketteria ZIZO.



О начале ресторанного пути

— Уиллиам, как вы выбрали профессию шеф-повара?

» Интерес к этому ремеслу возник еще в детстве. Я мог часами замороженно наблюдать за тем, как мама и бабушка готовят на кухне. Впитал эту волшебную атмосферу и именно потому захотел стать шеф-поваром.

— Расскажите о начале пути в ресторанном бизнесе.

» В 14 лет я попал на стажировку в китайский ресторан в своем родном городе Анкона. Так впервые оказался в профессиональной среде. Это был колоссальный опыт, благодаря которому желание работать в ресторане стало еще сильнее. Таким образом, моя карьера в Италии развивалась от кухонь небольших заведений к мишленовским ресторанам.

— Когда решили открыть свой собственный ресторан?

» Я давно шел к этой цели. Думаю, почти каждый шеф мечтает о собственном ресторане. Как только у меня появилась возможность, не сомневался ни минуты. Поэтому в 2011 году мы открыли Uilliam's.

О карьере в Москве

— Ваша карьера в Москве началась в 90-е годы: сравните ресторанный бизнес России сейчас и 20 лет назад. Есть отличия?

» Считаю, ресторанный бизнес не так уж сильно поменялся за последние 20 лет. Главное отличие заключается в том, что значительно выросла конкуренция. А еще запросы гостей стали другими. Сейчас нужно больше внимания уделять каждой мелочи, следить за тем, что происходит на ресторанном рынке. В этом смысле хорошую школу прошел в ресторане «Эльдорадо», где работал в 1996 году. Меня там научили, что у шефа должно быть только три правила: качество, качество и еще

» Сейчас нужно больше внимания уделять каждой мелочи, следить за тем, что происходит на ресторанном рынке.

“

раз качество! Этот принцип до сих пор считаю для себя основополагающим. Что 20 лет назад, что теперь.

— В вашем послужном списке — рестораны Милана, Лондона, Москвы. Где было интереснее всего, а где — сложнее?

» Интересно было везде и сложно тоже было везде (смеется). Хотя работать за границей мне всегда было интереснее: всякий раз это вызов и потрясающие возможности для развития. Несмотря на трудности, на языковой барьер, культурные различия, я никогда не опускал руки и добивался своего.

— В России вы работали с Аркадием Новиковым, ресторанами Ginza Project, «Азбукой вкуса». Какой опыт считаете наиболее ценным?

» Участие во всех перечисленных проектах — грандиозный опыт. Благодаря этому я обладаю теми ценными навыками, которые впоследствии открыли для меня многие двери. В каждом ресторане отличались принципы и методы работы, коллектив, концепция. Я научился придумывать уникальные рецептуры, изобрел собственную технику и нашел свой стиль. Я очень благодарен тем, с кем мне посчастливилось сотрудничать в тот период.

О собственных ресторанных проектах

— Как реализовывались ваши проекты? С какими сложностями сталкивались в самом начале и сталкиваетесь сейчас?

» На этом непростом пути мне часто приходилось преодолевать трудности. От этого, к сожалению, никуда не уйти. Главное — уметь фокусироваться на своей главной цели и продолжать идти вперед, невзирая на проблемы.

— Как решаете возникающие вопросы с бизнесом: поставки продуктов, подбор персонала и другие вопросы? Как мотивируете сотрудников? Что работает, а что нет?

Биография Уиллиама Ламберти

Уиллиам Ламберти окончил Институт отельного бизнеса и гостеприимства в Сенигаллии (Италия) в 1990 году. Начал свою кулинарную карьеру в Novotel Milano Est (Милан). С 1993 по 1995 год успел поработать в четырех ресторанах с тремя звездами Мишлен: L'Albereta (Эрбуско), Grand Hotel Quisisana (Капри), Enoteca Pinchiorri (Флоренция) и Lucas Carton (Париж).

С 1995 по 1996 Уиллиам был су-шефом в Halkin у Стефано Каваллини (первый итальянский ресторан в Лондоне, получивший звезду Мишлен). В 1996 году впервые приехал в Москву и начал работать в El Dogado у Гуальтеро Маркези (три звезды Мишлен).

После возвращения из Лондона в 1999 году работал с Аркадием Новиковым: открывал ресторан «Пирамида» и ставил кухню в «Гранд-Опера». В 2002-ом начал работу над собственным рестораном Casa Bianca в Италии. В 2005 году Уиллиам занял должность шеф-повара в проекте «Галерея». В 2008-ом стал бренд-шефом «Азбуки вкуса», а с 2009-го — бренд-шефом в ресторанах Ginja Project (Blackberry, «Балкон» и Buono).

В 2011 году Уиллиам Ламберти открыл на Малой Бронной именной ресторан Uilliam's. В декабре 2013-го открыл свои двери Ugolek на Большой Никитской, д.12.

В декабре 2014 года Уиллиам Ламберти и Илья Тютенков создают третий совместный проект — ресторан Pinch (концепция — новая бистрономика), а в феврале 2016-го четвертый — «Северяне».

В начале июня Уиллиам Ламберти и его команда запускают проект UillToBe, который посвящен здоровью, любви к жизни и вкусной еде. С 2015 года Уиллиам — бренд-шеф ресторана AVIV при ЕРКЦ «Жуковка».

Осенью 2016 года запустил сеть ресторанов с авторским фастфудом Porketteria ZIZO (Уиллиам Ламберти и Бруно Марино — бренд-шефы и совладельцы).

На сегодняшний день Уиллиам Ламберти является бренд-шефом и совладельцем ресторанов в Москве:

* Uilliam's, Малая Бронная, 20 а.

Камерный и светлый Uilliam's — классический ресторан у дома с авторскими блюдами, открыт в 2011 году совместно с ресторатором Ильей Тютенковым.

* Porketteria ZIZO, Москва, Денисовский переулок, 30, стр. 1; Химки, микрорайон ИКЕА, корпус 2, ТЦ «Мега Химки»; 2-я Бауманская ул., д. 5, стр. 1, МГТУ им. Н.Э. Баумана.

Сеть ресторанов быстрого питания от Уиллиама Ламберти и Бруно Марино: сейчас в Москве три заведения сети. Основная идея Porketteria ZIZO — меню на базе одного рецепта — классической поркетты.

В меню — авторский фастфуд с быстрым обслуживанием и демократичными ценами.

* Ugolek, Большая Никитская, 12.

«Уголек» — второй совместный проект Ильи Тютенкова и Уиллиама Ламберти с лаконичным меню, достойной винной картой и светской публикой, запущен в 2013 году. Площадь ресторана — 1500 кв. м, 120 посадочных мест. Основа и душа ресторана — антикварные отреставрированные чугунные печи (производство — США) 19–20 вв.

* Pinch, Большой Палашевский переулок, д. 2.

Бистрономический проект с акцентом на современную smart cuisin («умная кухня») и открытой кухней. Создателями являются Илья Тютенков и Уиллиам Ламберти, шеф-повар — Луиджи Маньи.

* «Северяне», Большая Никитская, 12.

Ресторан в середине Большой Никитской улицы с блюдами на гриле и в печи. Открыт совместно с ресторатором Ильей Тютенковым в феврале 2016 года. Шеф-поваром является Георгий Троян.

* AVIV, ресторан при ЕРКЦ «Жуковка».

Кошерный ресторан, специализирующийся на еврейской, средиземноморской, итальянской, кавказской и японской кухнях, бренд-шефами которого являются Уиллиам Ламберти и Бруно Марино. Открылся в конце 2015 года. В меню банкетного зала AVIV — горячие блюда из мяса, рыбы и птицы, традиционные горячие и холодные закуски (например, аутентичные израильские хумус и фалафель), а также салаты, домашняя выпечка и десерты.

» Вопрос поставки продуктов актуален в ресторанном бизнесе всегда. Несмотря на то, что сейчас заметно увеличилось количество поставщиков и выбор продуктов. А вот их качество, к сожалению, часто оставляет желать лучшего. Раньше выбор был гораздо меньше, но при этом качество было на порядок выше. Такой парадокс.

А что касается персонала, то его обязательно нужно мотивировать. Люди хотят стабильности, хотят расти, развиваться, поэтому мы стараемся давать им такую возможность. Я достаточно сложный человек, но при этом понимаю, что слишком сильно давить не стоит, это просто не даст положительных результатов. Нужно создавать комфортную атмосферу в коллективе, хорошие рабочие условия. Зачастую случается так, что человек раскрывает лишь половину своего потенциала, а на другой работе выкладывается полностью и даже сверх того. Именно поэтому важно разрабатывать политику, которая способна вдохновлять персонал.

— Какой из ваших ресторанных проектов самый сложный по реализации?

» Я не могу сказать, какой из них самый сложный, но самый интересный сейчас для меня — по своей специфике — это ресторан AVIV, который находится на Рублевском шоссе в Еврейском религиозно-культурном центре «Жуковка» при синагоге. Это ресторан с современной кошерной едой. AVIV — очень интересный проект, но непростой, так как при приготовлении кошерных блюд нужно соблюдать ряд строгих правил. Я очень люблю «Жуковку» за красивую территорию и за возможность показать гостям, какой вкусной и разнообразной бывает кошерная еда.

О планах и тенденциях ресторанного бизнеса

— Расскажите о планах на следующий год: думаете ли об открытии новых ресторанов и в каких форматах?

» Мы продолжаем успешно развиваться, в следующем году надеемся запустить еще несколько ресторанов. Информация о новых проектах

» *Что касается персонала, то его обязательно нужно мотивировать. Люди хотят стабильности, хотят расти, развиваться, поэтому мы стараемся давать им такую возможность.* «



обязательно появится на моей странице в Instagram. Так что следите за новостями.

— Каким, на ваш взгляд, был для ресторанного бизнеса 2016 год? Можете отметить, что ждет отрасль в новом году в России и конкретно в Москве?

» Прошлый год был очень насыщенным: в Москве появилось много интересных проектов, но и закрылось, к сожалению, тоже много достойных заведений. Мы открыли ресторан Porketteria ZIZO в Денисовском переулке и в ТЦ «Мега Химки».

Наступивший 2017-ый станет хорошей проверкой на прочность для рестораторов: мы все еще ощущаем последствия кризиса и санкций. Сейчас для нас как никогда критически важно понимать потребности потребителей, стараться соответствовать их высоким запросам и ожиданиям.

— И напоследок: ваша любимая кухня — итальянская, русская?..

» Моя любимая кухня — домашняя. И не имеет значения, русская, итальянская или какая-либо еще (смеется). Как было сказано выше, я пронес любовь к домашней кухне через всю карьеру и стараюсь привнести что-то от нее в каждое свое блюдо.

Беседовала Марина Лютова

Антикризисный PR: цели и средства



Дмитрий Сталин, директор по маркетингу Pub Life Group, специально для журнала «Ресторановедъ»

Первые признаки

Симптомы кризиса всегда заметны, про них все говорят, и кризис тихо не подкрадывается. Другое дело, что средняя температура по больнице из различных источников равняет всех под одну гребенку. Но, как показывает практика, в успешных проектах кризис не так заметен. Это я к тому, что меры принимать нужно задолго до кризиса и не ждать, что гости повалят в открытую дверь. Слаженный механизм внутренней работы и команды по связям с общественностью дает свои плоды на момент наступления кризиса. На данный момент в условиях кризиса изменение оборота на 10% никак не сможет выбить успешный проект из колеи. Цифры в 30% наверняка будут критичными для существования, но довести проект до таких цифр — это, что называется, совсем

На мой взгляд, кризис — понятие относительное, как и все в нашем мире. Так что перед тем, как предпринимать какие-либо шаги, для начала убедитесь, что дело в кризисе, а не только в вашем заведении.

мимо рынка. Никакой волшебной таблетки нет, но я бы посоветовал в кризис привести дела в порядок и понять для себя, что вашему проекту нужно на данный момент? Что пользуется спросом у постоянных гостей. В кризис ваша таблетка — постоянные гости, они — спасение. И главное — исключить все, что, на ваш взгляд, не нужно, если оно не приносит дивидендов; это касается ненужных блюд и всесторонних развлечений внутри ресторана для гостей, на которые тратится значительная часть бюджета.

Что может послужить сигналом к действию

Кризис — это количество гостей и их средний чек. Средний чек во вторую очередь. Гости не сразу смогут ограничить себя в развлечениях. Сначала они

станут реже ходить, потому как поймут, что не в состоянии тратить привычные средства так же часто. И если вы следите за конкурентами и у них наблюдается та же картина, то вот вам кризис. Только не впадайте в панику, если вдруг на дворе -35 , да еще и длинные выходные, а вы вдруг ждете на третий день уикенда полный зал — здоровый смысл никто не отменял.

Какие первые шаги нужно делать

Ни в коем случае не выключайте все маркетинговые активности. Этим займутся слабые игроки. При том же напоре рекламы вы будете выглядеть заметно сильнее из-за уменьшения количества участников рынка. Сделать дополнительно анализ себестоимости ваших блюд и работы персонала — наверное, первостепенная задача. Иногда простой график работы может сэкономить ваши деньги. Менять политику внутри заведения (цены, развлечения, на которые приходят гости, ассортимент и репертуар) — невыгодный ход, к вам из-за этого и ходят, зачем расстраивать постоянных гостей, которые вас кормят. Стоит, наверное, сказать об имиджевых активностях — их можно сокращать. Оставить следует то, что дает наибольший охват аудитории.

Основные принципы и задачи PR в кризисные времена

В первую очередь, понять, что на дворе кризис и средства необходимо тратить с умом. Интересны и действенны порой разные вещи, и мух от котлет приходится отделять быстро и порой жестко.

Если в вашем проекте работает профессиональный PR-менеджер, специалист своего дела, лучше прислушаться к его словам.

Поверьте, он не должен обязательно идти у владельца или топ-менеджера заведения на поводу и молча соглашаться с отменой всего. Это неправильно. Просто оставлять проект на плаву без пиара в кризисные времена не стоит. В таком

” Порой ресторанный проект похож на черепаху, которую перевернули на спину. В таких ситуациях и нужен грамотный PR. **“**

случае живым он будет не более трех-пяти месяцев, дальше PR-молчание и отсутствие стратегии развития даст свои плоды — проект придется похоронить.

Инструменты: эффективные и бесполезные

На мой взгляд, постоянство работает всегда. Выберите свой вектор и, если для него есть аудитория, будет вам счастье. Не стоит ждать отдачи от проектов, которые пришли вам в голову и, собственно, интересны только вам. Если никто не продает пареную репу, видимо, на нее нет спроса. Чтобы ни один человек не думал открыть место, которые вы придумали, — маловероятно. Сейчас работает скорость и быстрый старт проекта, масштабный старт по всем фронтам. В кризис ситуация не меняется. Скорость и неизменный принцип и концепция работы сохраняют вам жизнь.

Как я и говорил, самое эффективное — система. Не меняйтесь — и ничего не изменится. Это касается проектов, которые в кризис не умирают, а чувствуют небольшой дискомфорт. Если вам совсем туго, то, наверное, на начальном этапе сделано что-то не так. Тогда один путь — полная замена понятий: смена всего — от имени до концепции и принципов работы. Есть еще одна палочка-выручалочка. Вы должны быть на грани форматов. В кризис из более дорогих заведений гости переходят в более простые, но при этом они не готовы терять в качестве: это вполне выполнимо.

Что и почему делать не рекомендуется

Категорически нельзя менять концепцию заведения путем введения сторонних услуг или товаров. В свое время все поголовно начали вводить у себя в заведениях суши и азиатские блюда.

Не знаю заведений, которые бы отлично чувствовали себя после таких приемов. Этот кратковременный эффект полностью





вас обезличивает. Кризис сгладится. Может, на прежний уровень вы не выйдете, но все успокоится, и вы будете зарабатывать стабильно, сохранив свою аудиторию и набрав новую. А истеричное введение кальянов и лапши может в корне сменить вашу аудиторию, что в кризис — не лучший вариант. В кризис набирать аудиторию с нуля в неновый проект очень сложно. Не пытайтесь сыграть на качестве вашей продукции (будь то блюда или развлечения для гостей): дешевое сразу видно, и отток гостей вам обеспечен.

Срок вывода проекта из кризиса

Я сторонник того, что заведения нужно поддерживать во время кризиса. Если оно упало до критической точки, то проще открыть заново новый проект. Не знаю ни одного примера реанимированного места после сильного падения. Это с маркетинговой точки зрения неправильно и невыполнимо. Как бы дорог ни был вам проект, но если он умер, выгоднее с этим смириться, чем тратить на него впустую

” *На нормальный старт заведения средних размеров придется потратить до миллиона рублей. В дальнейшем ежемесячные затраты составят около 300 тысяч в зависимости от режима и характера работы.* **“**

средства и силы. И, кстати, о затратах при выводе проекта из кризиса — вы израсходуете огромную гору денег впустую. Для поддержания успешных проектов вполне можно сократить расходы.

Не хочется пугать никого, но на нормальный старт заведения средних размеров придется потратить до миллиона рублей. В дальнейшем ежемесячные затраты составят около 300 тысяч в зависимости от режима и характера работы. При таких затратах в кризис вам придется просто чуть поужаться и продолжать зарабатывать. Полная смена концепции умершего проекта, сами понимаете, дело недешевое.

Что является главным признаком того, что результаты достигнуты?

Результат всегда один — выйти из минус-зоны и закрепиться в этом поле. Не думайте, что одномесячный показатель в плюс — это результат. Это показатель того, что вы нарезали больше, чем нужно. Как правило, успешные и стабильные проекты по деньгам работают тоже стабильно. Скачки — это плохо! Поэтому установление стабильности на новом прибыльном уровне, пусть ниже прежнего, — это результат.

ПРЕМИЯ СРЕДИ БАНКЕТНЫХ ПЛОЩАДОК

Столичный
4@nket
2016



При поддержке Федерации
рестораторов и отельеров



ГОПРОЕКТ

РЕСТОРАН 2016

20-28 СЕНТЯБРЯ 2016г. МОСКВА
РУССКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ РЕСТОРАННОЙ МАСТЕРИ

www.4banket.ru

8-800-333-61-98

PR-менеджер ресторана: кто он и зачем?

В прошлом году мы обсуждали с PR-менеджерами, работающими в ресторанных проектах, самые разные вопросы («Ресторановедъ», №10 (73) и №11(74) 2016 года). И вот мы решили продолжить беседу, вызвавшую интерес читателей, и на сей раз не обошли вниманием роль данных специалистов в судьбе заведения, а также поговорили о том, как оценить эффективность их работы. В дискуссии приняли участие Мария Акиншина, генеральный директор Ассоциации сарафанного маркетинга Molva, Влада Стрелец, PR-директор петербургских ресторанов «Карл и Фридрих» и «Русская рыбалка», Елена Богдан, PR-директор московских ресторанов Gayane's и «Панаехали», независимый специалист Татьяна Алаторцева и Екатерина Толстая, выпускающий редактор интернет-портала Restoclub и руководитель PR-службы LaCelletta Caffè.



Мария Акиншина,
генеральный директор
Ассоциации сарафанного
маркетинга Molva



Влада Стрелец,
PR-директор петербургских
ресторанов «Карл и Фридрих» и
«Русская рыбалка»



Елена Богдан,
PR-директор московских
ресторанов Gayane's и
«Панаехали»



Татьяна Алаторцева,
независимый специалист



Екатерина Толстая,
выпускающий редактор интернет-портала
Restoclub и руководитель PR-службы
LaCelletta Caffè

Нужен ли ресторану PR-менеджер?



Мария Акиншина: Многие предприниматели работают в бизнесе, а не над бизнесом. Все силы уходят на решение текущих, рутинных задач, отсутствует видение перспективы. В таких условиях невозможно полноценно заниматься продвижением. Для PR необходимо вдохновение, стратегическое мышление, время все обдумать, большое терпение, чтобы сконцентрироваться и проработать каждый нюанс. К тому же, если у вас нет подобного опыта, вам придется прочитать много книг, набить много шишек и потратить много денег на бесполезную рекламу, прежде чем вы научитесь работать эффективно. Вы можете упустить время и дать шанс конкурентам, у которых в штате есть профи-продвиженцы, вас обойти. Необходимые задачи профессионал будет решать в два-три раза быстрее вас. На мой взгляд, лучшие PR-менеджеры — бывшие журналисты. Они умеют писать адресные, продающие тексты, обладают навыком фотосъемки, отлично чувствуют гостей, безупречно разбираются в отраслевых тенденциях, могут выжать максимум из социальных сетей, правильно выстраивают отношения с персоналом ресторана и подрядчиками, знают эффективные рекламные площадки.

Что входит в обязанности PR-менеджера?

Мария Акиншина: На рынке труда сейчас сложилась курьезная ситуация: средняя зарплата PR-менеджера (он же SEO, он же дизайнер, он же верстальщик, он же маркетолог, он же копирайтер) — 30 тысяч рублей. Это при условии полного и иногда ненормированного рабочего дня. Я не верю, что хороший, востребованный специалист согласится на такие условия. И в то, что вообще профессионал может быть одинаково хорош во всех указанных направлениях. Дизайн и верстка — самостоятельная отрасль, многие учатся годами и получают дипломы специалистов в данной сфере. Это то же самое, что ждать от шеф-повара грамотно составленной винной карты или доверить хостес проработку нового меню. Функционал PR-специалиста должен быть сформулирован в соответствии с концепцией заведения. Если говорить о зарплате PR-менеджера, то специалист, работающий в режиме фриланса обойдется заведению по петербургским меркам в 20–30 тысяч рублей, а в случае полного рабочего дня сумма больше — от 80 тысяч рублей. При этом зачастую объем выполненных задач — одинаковый.

Елена Богдан: Функционал у PR-специалиста широчайший. От формирования новостного повода и утверждения стратегии развития



Мария Акиншина

” Вы не представляете, сколько креативных PR-идей способен выдать персонал: обозначьте приз, проведите конкурс идей — и вы будете впечатлены!



до покупки цветов на летнюю веранду и регулярного общения с гостями. Поддержание здорового микроклимата в ресторане — также важнейшая функция, которой нельзя пренебрегать. Сотрудники как лакмусовая бумажка чувствуют все подводные течения в ресторанной жизни. Зачастую, после общения с ребятами, находят ответы на многие вопросы, в частности, почему та или иная акция была недостаточно эффективна. Стены ресторана впитывают энергетику людей, которые здесь работают. Если в команде раздраз, то такая информация будет считываться гостями, и их уже не удержат в стенах ресторана ни крутые акции, ни даже хорошая кухня. Самая главная задача, конечно, — повышать узнаваемость бренда, чувствовать актуальные тенденции, показывать ресторан в самом лучшем свете и повышать посещаемость.

Влада Стрелец: На мой взгляд, пиарщик должен заниматься пиаром. Создавать инфоповоды, налаживать личные связи с прессой, «пробивать» публикации в прессе. Участвовать в различных фестивалях, любых активностях, где есть наши гости и возможности для проявления. И, конечно, писать тексты и вести все социальные сети. Ведь именно пиарщик должен знать, что происходит в его компании и как это подать гостям. Но по факту как раз на такую работу остается минимум

времени, потому что приходится заниматься практически всем маркетинговым комплексом.

Екатерина Толстая: Очень важно найти адекватного человека для выполнения стоящих задач. Все зависит от того, что необходимо конкретному заведению. Единого списка обязанностей нет. У медиа-директора большого холдинга он один, а у пиарщика в маленьком ресторанчике — другой.

Татьяна Алаторцева: Я думаю, будет сложно искоренить представление о пиарщике как о человеке, который и чтец, и жнец, и на дуде игрец. Ведь когда пиар у нас в стране только появился, никто не понимал, что именно должен делать специалист по связям с общественностью. Поэтому на него перекладывали все. В итоге профессия PR-менеджера в классическом понимании в России трансформировалась, и получился своего рода Шива. Вот почему нельзя говорить, что пиарщик должен заниматься только классическим пиаром, к тому же, на мой взгляд, классический PR сегодня уже не очень успешно работает, в том числе и в ресторанной сфере. Если только мы не говорим об интересном, весомом информационном поводе. Таковым может стать сотрудничество со знаменитостью или социальная акция. Если же речь, условно, о сезоне лисичек в ресторане, подобный релиз если и разместят, то далеко не все СМИ. В печатные издания теперь сложно попасть без интересного и значимого информационного повода. Если мы говорим о небольшом несетевом заведении, то оно может обойтись и одним PR-специалистом, который при условии небольшой загруженности выполнит функции пиарщика, маркетолога и специалиста по SMM. Но при этом владелец заведения должен адекватно оценивать ситуацию и понимать, что один человек не может за день решить десять разноплановых задач, сделать это качественно и за 15 тысяч рублей, как часто бывает. Для хорошего большого заведения лучше иметь в штате два-три человека, каждый из которых будет отвечать за свой блок задач. В одном блоке условно, SMM и диджитал-продвижение, в другом — PR, кросс-промоушен и партнерские программы, третий блок объединяет



**Татьяна
Алаторцева**

” *Профессия PR-менеджера в классическом понимании в России трансформировалась, и получился своего рода Шива. Вот почему нельзя говорить, что пиарщик должен заниматься только классическим пиаром, к тому же, на мой взгляд, классический PR сегодня уже не очень успешно работает, в том числе и в ресторанной сфере.* **“**

задачи бренд-менеджера, отвечающего за маркетинг, создание новых предложений и т.д.

Как оценить эффективность работы PR-менеджера?

Татьяна Алаторцева: Чтобы это сделать, ресторатору для начала надо хотя бы немного самому погрузиться в сферу маркетинга и PR, понять, какие блоки работы существуют. Это позволит оценить объемы и эффективность деятельности PR-менеджера. Если он обеспечивает, условно, 15 бесплатных публикаций в прессе за месяц и больше ничего не делает, это повод для ресторатора задуматься, стоит ли приглашать или держать такого специалиста. Эффективность работы оценивается по количеству людей и увеличению среднего чека и лояльностью людей.

Мария Акиншина: Самый удобный график работы PR-специалиста — фриланс: пусть он приезжает в ресторан два-три раза в неделю, а большинство задач решает удаленно. В этом случае есть больше шансов заинтересовать и привлечь на свою сторону профи, а эффективность его работы отслеживать по ежемесячным отчетам и количественным изменениям в показателе доходности ресторана. Считается, что результат PR-деятельности виден через три-четыре месяца, на мой взгляд, его можно отследить и по итогам первого. Разрешайте продвиженцу работать в зале ресторана, это вдохновляет, позволяет держать руку на пульсе. В офисном помещении креативить и чувствовать ресторан гораздо сложнее. Не просто найти «своего» PR-менеджера, которому вы будете доверять и мнение которого вы будете уважать. Для меня важно быть на одной волне с управляющим и владельцем, персоналом ресторана. Вы не представляете, сколько креативных PR-идей способен выдать персонал: обозначьте приз, проведите конкурс идей — и вы будете впечатлены! На первых порах помогите: объясните концепцию и рассказывайте о гостях, дальше предоставьте действовать самостоятельно. Не давите инициативу, позволяйте проявить себя. PR-менеджер в начале каждого месяца должен предоставить планирование своей деятельности, а по его завершении — предоставить подробный отчет.

Влада Стрелец: Работу можно считать эффективной, когда весь комплекс работ выполнен в срок, когда представители прессы хотят сами писать о нашем ресторане, а телевизионщики выбирают его в качестве места для съемки, как, например, передача «Еда, я люблю тебя!», которую снимали в «Русской рыбалке», съемки с Джоном Уорреном для «Поедем, поедим!». Наконец, когда за две недели до намеченного в ресторане мероприятия уже нет свободных столов.

Екатерина Толстая: Естественно, конечная цель любого бизнеса — получить клиентов и деньги. Но есть проблемы, которые не имеют отношения к работе пиарщика. Если в самом бизнесе что-то не так — неинтересное меню или невкусная еда, ресторатору будет трудно получить ожидаемый доход или обеспечить определенный объем продаж. И задача PR-специалиста — объяснить и показать владельцу заведения, что и как можно исправить. Например, в свое время у нас в LaCelletta Caffè лампочки над столами в одном из залов светили слишком ярко. По вечерам гости не хотели за ними сидеть. Я обратила внимание руководителя проекта на это, лампочки поменяли, что привело к увеличению потока гостей. А громкую музыку заменили на более спокойную, еще включили итальянское телевидение, создав таким образом ощущение того, что гость попал в Италию.

К чему я все это рассказываю? Владелец должен уметь воспринимать здравую критику своего бизнеса со стороны специалиста, приглашенного для раскрутки заведения.

Елена Богдан: Работу пиарщика можно назвать эффективной, когда ресторан на слуху, когда у него отличная репутация, когда в ленте Facebook много красивых фото из ресторана с большим количеством довольных гостей. Лично я всегда стараюсь идти дальше предоставления красивого ежемесячного отчета о публикациях. Если в ресторане нет гостей, это все не так уж и важно. Очень приятно получать благодарности за гостеприимство: положительные отзывы — самая важная оценка деятельности всей команды, и пиарщика в том числе. Значит, в заведение удалось привлечь своих гостей и все счастливы.

Записал Алексей Журавлев

Некоторые должностные обязанности PR-менеджера

- планирование и управление бюджетом;
- анализ эффективности рекламы и PR;
- мониторинг конкурентной среды;
- генерация новостных поводов;
- копирайтинг. Создание текстов различных жанров;
- работа со СМИ, ресто-сайтами, блоггерами;
- составление рекламных макетов, флаеров, буклетов, заказ сувенирной продукции. Работа с дизайнерами, специалистами типографий;
- ведение групп в соц.сетях;
- работа с отзывами, нейтрализация негатива (TripAdvisor, отраслевые форумы, мобильные приложения);
- работа с банкетными службами;
- разработка партнерских программ;
- создание и ведение базы постоянных клиентов;
- разработка программ лояльности;
- почтовые и sms-рассылки;
- внесение изменений в винные карты, меню;
- организация презентаций и все виды event (гиды, партнеры, журналисты, гости);
- PR первых лиц компании и сотрудников;
- внутренний PR, организация корпоративных праздников, программы мотивации сотрудников;
- создание, наполнение сайта компании;
- ведение контекстных и медийных рекламных кампаний (самостоятельно или через подрядчика);
- выпуск корпоративного издания;
- организация и работа на выставках, фестивалях, профессиональных конкурсах;
- ведение документооборота в рамках своей деятельности, отчетность (раз в месяц).

Событийный маркетинг

Организация разного рода мероприятий, будь то концерты, творческие встречи или, скажем, тематические фестивали, может стать хорошим подспорьем для продвижения заведения, создания позитивного имиджа, формирования лояльной аудитории. И даже, при определенном стечении обстоятельств, источником дохода, прямого или опосредованного. Вот что по этому поводу думают наши эксперты.

Мария Акиншина: Организация мероприятий как инструмент PR работает, но не в формате «сезон лисичек», «Масленица», «сезон устриц». Зачем делать то, что делают все? Надо придумывать то, что будет интриговать, как минимум выделяться в общем потоке информации. Главная задача — не только привлечь постоянных гостей, но и сделать так, чтобы они привели новых людей в ваш ресторан.

Татьяна Алаторцева: Сам по себе ивент-маркетинг работает. Он может стать эффективным PR-инструментом. Так, если аудитория заведения — люди среднего достатка и выше, то это могут быть вечеринки с развлекательной программой. Условно, по пятницам и субботам, можно приглашать интересных исполнителей. Или организовывать партнерские программы с радиостанциями. Это уже успешно применяется. Кто-то делает ставку на популярных диджеев. Если речь о ресторане высокой кухни, можно, например, пригласить знаменитого шеф-повара, который своим визитом привлечет публику и повысит лояльность гостей.

Кроме того, важно, чтобы заведение было представлено на релевантных мероприятиях. Например, участие в выездных фуд-фестивалях — хорошая, работающая история. Ведь это тоже создает имидж и притягивает посетителей, если проводить семплинг.

Влада Стрелец: Применительно к ресторану «Карл и Фридрих» проведение собственных нестандартных мероприятий служит отличным информационным поводом. Гости, которые впервые побывали на нашем мероприятии, бывают поражены его масштабом, весельем, скоростью обслуживания. Только представьте, на террасе одновременно сидят 1500 человек, играет

” Главная задача — не только привлечь постоянных гостей, но и сделать так, чтобы они привели новых людей в ваш ресторан. “

живая музыка, гости танцуют прямо под открытым небом. Для каждого праздника готовится интересная авторская программа, своя партнерская программа с призами и бонусами для гостей. Мероприятие запускает сарафанное радио. Например, есть гости, которые на фестиваль раков и октоберфест ездят к нам из других городов из года в год.

Елена Богдан: В проекте «Паннахали» — первоочередное, так как это идеальная площадка для проведения мероприятий, и мы чувствуем отдачу: приток новых гостей, положительные отзывы и вообще хорошая реклама, так как с каждого мероприятия мы получаем отличные фото. Мы организуем совместно с нашими партнерами различные мастер-классы, девичники, мальчишники, интеллектуальные бранчи, мультикультурные вечера и т.д. Это всегда очень весело. По опыту могу сказать, что далеко не все пиарщики берутся за организацию мероприятий, так как подобная работа очень энергозатратна. У многих просто не хватает на нее времени. Но, на мой взгляд, если понимаешь, что для твоего заведения это один из эффективнейших инструментов привлечения новой публики, нужно делать выбор в пользу ивентов. И я уже вижу, что сегодня все больше и больше различных мероприятий организуется на площадках ресторанов. Посмотрите в ленту Facebook. В заведениях хотя бы раз в месяц да проводятся какая-нибудь винная дегустация или вечер на интересную тему.

Понятно, что каждый ресторанный проект обладает индивидуальностью. И то, что с успехом применяется в одном месте, может не сработать в другом. Однако в целом при грамотном подходе ивент-маркетинг приносит заведению пользу.

2-4 МАРТА 2017 МОСКВА, КВЦ СОКОЛЬНИКИ

**РОССИЙСКАЯ ВЫСТАВКА И КОНФЕРЕНЦИЯ
ДЛЯ СПЕЦИАЛИСТОВ В ОБЛАСТИ КОФЕ И ЧАЯ**

**RUSSIAN
COFFEE & TEA INDUSTRY
EVENT**

Московский
международный
чайный симпозиум

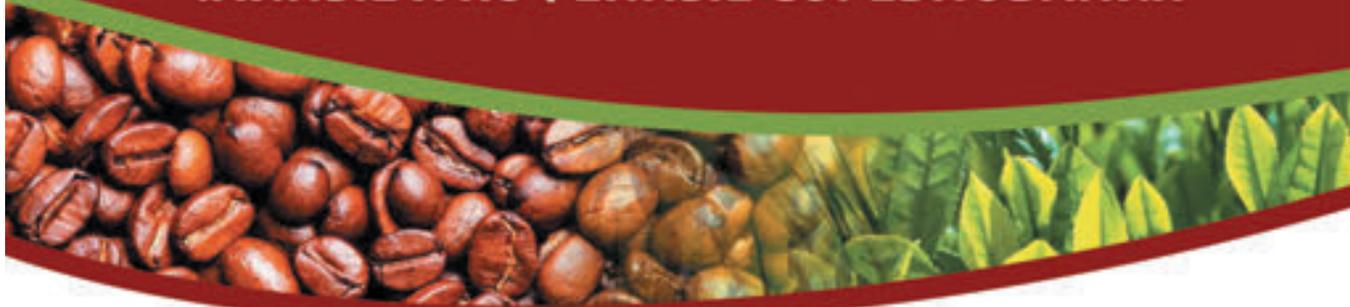
Московский
международный
кофейный форум



**ВЫСТАВКА
КОНФЕРЕНЦИИ
СЕМИНАРЫ
ДЕГУСТАЦИИ**



ЧАЙНЫЕ И КОФЕЙНЫЕ СОРЕВНОВАНИЯ



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ
СПОНСОР



ОФИЦИАЛЬНЫЕ
КОФЕ И ЧАЙ ВЫСТАВКИ



СПОНСОРЫ

Спонсор-суток
для посетителей



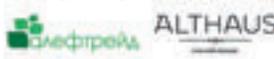
Технический спонсор



Спонсор в категории
одноразовая посуда

Huhtamaki

Спонсор в категории Чайная Механика



Спонсор в категории молоко и сливки



ПАРТНЕРЫ

Партнер по кофе Партнер по чаю



ПРИ ПОДДЕРЖКЕ



ОРГАНИЗАТОР



www.unitedcoffeetea.ru

18+

Кадры: как найти, обучить и не потерять

В ресторанном проекте сотрудники — это основа основ. Команда способна сделать практически любое заведение успешным, вне зависимости от его концепции и формата, если, конечно, заранее продумано и то, и другое. Однако правильные люди редко находятся сами. Большая удача, если это происходит. Гораздо чаще их нужно учить на месте, а потом, научив, удержать. Мы пообщались с теми, кому удалось решить обе задачи. Наши эксперты: Леонид Гарбар, Stroganoff Group, Юлия Кантола, сеть кофеен City Coffee, Георгий Мтвралашвили, компания RestoSTART.

Леонид Гарбар: У меня в ресторане годами работают одни и те же люди, потому что у них есть стабильный доход, в том числе и в виде чаевых. За десять лет по собственному желанию от нас уходили только те, кто переезжал в другой город или менял профессию. Так что деньги — один из главных стимулов, хотя и не самый главный. Есть комфорт отношений в коллективе и комфорт от условий работы: когда не пересекаются потоки, когда есть взаимопонимание и командная работа сотрудников, занятых на кухне. Для этого необходим хороший контроль со стороны менеджера. А сам менеджер должен быть понимающим. И нужно напоминать про стандарты. Не устаю им повторять какие-то вещи. Таким образом тренирую персонал. И если человеку повторить, он поймет, а если не поймет, такой сотрудник не нужен. Бессмысленно его переучивать.

Юлия Кантола: Могу сказать: существует очередь из желающих стать частью команды City Coffee. Почему? Потому что ребятам нравится работать именно в наших кофейнях. Как только чувствую, что у человека пропала заинтересованность, отдаю его в хорошие руки. Зато я знаю, что в тех местах, куда уходят наши сотрудники, всегда будет вкусный кофе.

Георгий Мтвралашвили: Вы боитесь, что у вас персонал обучится



Леонид Гарбар,
Stroganoff Group



Юлия Кантола,
сеть кофеен City Coffee



Георгий Мтвралашвили,
компания RestoSTART

и уйдет? А я боюсь, что он не научится и останется. Да, в условиях большого города обучить сразу всех официантов тяжело. Но если бы каждый ресторатор занялся этим вопросом, гарантирую: через два-три года данная проблема исчезла бы на 70–80%. Сейчас мало кто из владельцев и топ-менеджеров заведений занимается персоналом, большинство не считает нужным вкладывать деньги в обучение.

В одном из сетевых заведений мы применяли такую технологию: сначала проводилось серьезное обучение с жестким контролем, была продумана целая система — от обучения до аттестации. Подключали мотивационную программу. Происходило ранжирование персонала по разрядам. И в одном из моментов мотивации была прописана ситуация, связанная с чаевыми. Мы в течение трех месяцев контролировали, сколько чаевых получает официант, просто записывая сумму. Когда нас спрашивали, для чего мы это делаем, отвечали: хотим проверить, как вы работаете с гостями. И они поняли, что все бумажки, которые были розданы, надо читать. Потому что если сумма чаевых по нашим расчетам окажется меньше, чем мы ожидали, то значит, материал плохо усвоен. Это стимулирует лучше всего. Конечно, лучше всего стимулируют деньги, но не менее

важный момент — нематериальная мотивация. Причем, слава Богу, последние годы официанты начали, наконец-то, «стареть». Когда сам молодой, этого не понимаешь, но с возрастом это приобретает ценность. Когда в заведении к тебе подходит 20-летняя девушка-ромашка, сразу возникает вопрос: «А что эта юная особа знает?» У меня был официант, который не носил хлеб гостям. Месяца три мы его учили подавать хлеб к столу. И я нашел выход. Сказал ему: «Знаешь, другие люди его едят». Он на меня смотрел секунд сорок. Спрашиваю: «Ты меня понял?» Отвечает: «Да». И стал выносить хлеб.

Юлия Кантола: А почему нельзя деньги, потраченные на обучение сотрудников, потом с них получить? Еще 10–15 лет назад считалось, что учить персонал не надо, особенно если он иногородний. Потому что вложенные деньги не вернуть.

Однако большинство заведений в регионах учит персонал. Знаем это на собственном опыте, потому что уже много лет ездим по стране, учим персонал. И ни у одного владельца не возникал вопрос, как ему получить обратно деньги, потраченные на обучение сотрудника. Это волновало исключительно предпринимателей Петербурга и Москвы.

И вроде бы однажды настал момент, когда владельцы ресторанного бизнеса начали понимать: учиться надо, потому что если чего-то не знаешь, хуже будет самому. А сейчас опять вернулись времена, когда не считается нужным обучать персонал. А при этом средний уровень заведений города таков, что в них часто не хочется даже входить.

Георгий Мтвралашвили: Согласен с Юлией: в регионах относятся к обучению более основательно. Причем это проявляется во всех уголках России вплоть до Магадана, где не так много ресторанов, а весь коллектив порой состоит из шести-семи человек. В Питере же нередко видишь другую ситуацию: платят за обучение, подписывают договор, но его не соблюдают. Или другой вариант: рестораторы требуют от персонала продаж, но сами



Леонид Гарбар

” Если вам не нравится претендент на должность продавца, значит, он не нравится и кому-то из ваших покупателей. Не берите его. Тот же принцип работает и в ресторане с вероятностью на 80%. **“**

не знают, что это такое, или о самом понятии слышали, но как это делать, не представляют. Обучение — не просто изучение правил сервировки стола и подачи блюд, особенно сегодня, в условиях демократизации форматов ресторанного бизнеса.

Вот почему я уже лет шесть-семь учу не «вилкам-тарелкам», а продавцам, учу понимать гостя, учу психологии. Тем более это важно сегодня, когда все хотят к себе индивидуального отношения. Да, существует, например, правило, древнее, как мир, что подходит официант должен слева. Но как он подойдет слева, если стол на шестерых, да еще и к стене придвинут? А за спиной сидит компания молодых людей внушительных размеров (XXL). Естественно, тарелку официант передаст. Сегодня нужно учить официантов индивидуальному подходу к гостю.

Леонид Гарбар: Есть такая книга Тадао Ямагочи — «Путь торговли». В ней несколькими фразами или короткими притчами описаны бизнес-процессы, происходящие в сервисе. Согласно одной притче, ученик спрашивает учителя: «Как понять, подходит ли человек для торговли?» — И сам же отвечает: «Если человек мне не нравится, значит, не подходит». Так что если вам не нравится претендент на должность продавца, значит, он не нравится и кому-то из ваших покупателей. Не берите его. Тот же принцип работает и в ресторане с вероятностью на 80%. Так удастся подобрать команду и сохранится атмосфера в заведении. Действует и собственный пример, когда сотрудники видят владельца в зале или знают, что он может в любой момент появиться, с 9 утра и до 12 ночи. Всегда говорю своим ребятам: до тех пор, пока я вхожу в ресторан как гость, вам всем будет плохо, а гостям хорошо. И наоборот: как только я войду сюда как директор или администратор, вам будет хорошо, а гостям плохо.

Однако если привить сотрудникам хозяйский взгляд, сделать так, чтобы они входили в ресторан, как гости, — тогда сервис будет на уровне.

Записал Алексей Журавлев

Иван Кравец: «Мне повезло: я с детства знал, что стану поваром!»

Шеф-поварами не рождаются, ими становятся... Шеф-повар московского ресторана Grut еще в детстве понял, какую профессиональную нишу займет. Он поведал счастливую историю о том, как человек горячо любит свою профессию и ни на что ее не променяет.

Чем раньше начинается путь к успеху, тем быстрее воплощаются мечты. Об этом свидетельствует история успеха молодого шеф-повара Ивана Кравца, которой он поделился с нашими читателями, а также дал ряд советов начинающим поварам.



О пути в профессию

Мне повезло, я с детства знал, кем буду, и всячески стремился к профессии повара. Меня с семи лет начало тянуть на кухню — стал помогать готовить маме, и как-то все легко давалось и запоминалось: один раз показали, второй раз уже сам делал. Поэтому с раннего детства знал, кем стану. Хотя родители не особо обрадовались моему выбору, поскольку на самом деле в профессии повара не все так просто. К примеру, есть утверждение, что повар всегда сыт. Это миф! В хорошем ресторане с большим потоком гостей у повара не всегда есть время пообедать, да зачастую и поужинать. Я помню, когда в самые насыщенные дни вспоминал уже под конец смены, что утренний кофе — единственное, что побывало в моем желудке за сегодня. Но это меня не пугало: мне нравилось на кухне, нравилось движение, постоянная занятость, и через какое-то время начал стремиться к большему — к должности шеф-повара.

Окончил курсы повара-кондитера и училище, затем поступил в институт на инженера-технолога в пищевой

промышленности. И в итоге стал шеф-поваром.

Сегодня часть операционной деятельности мне помогают решить мои су-шефы. Это касается, например, закупок, проверки качества товара, они также занимаются проверкой готовности кухни, а я, в свою очередь, анализирую рынок поставщиков, ищу баланс качества и цены, слежу за сезонностью и занимаюсь инвентаризацией продуктов и ее ежемесячным разбором. У меня все поделено на зоны ответственности. Я и мои ребята, приходя на работу, четко знаем, кто и чем будет в данный день и в данный час заниматься. Разбор инвентаризации иногда занимает много времени, особенно со сменой сезонов или поставщиков, но стараюсь часто проводить проверки, чтобы сдавать корректные цифры по остаткам продуктов и т.д. В зимний период намного чаще происходят перебои с поставками и качеством, часто не принимаем продукты и просим второй поставкой привезти более качественный товар.

О трудностях профессии

Каждый новый проект сложен по-своему. Труднее всего пришлось в начале карьеры, из-за недостатка опыта. Со временем уже видишь, как было, понимаешь как есть сейчас, и знаешь, как будет после. Мне нравится работать именно в сложных проектах, наводить порядок, создавать хорошую команду, делать меню и выходить в зал к довольным гостям.

А еще непросто объяснить близким,

Биография

Иван Кравец, шеф-повар ресторана современной кухни с собственной пивоварней Grut. За 11-летнюю карьеру Иван успел поработать в следующих проектах: ресторан Аркадия Новикова «Недальний Восток» во главе с шеф-поваром Гленом Балисом, ресторан Vassarat krustall room с Давидом Эмерле, работал с Эриком Фрешоном — обладателем трех звезд Мишлен. Далее началась шеф-поварская карьера, Иван Кравец работал в ресторанах: «Первое солнце», Coffee shot, «Длинный хвост» в Санкт-Петербурге, — поработал в одном из самых дорогих ресторанов Армении Old beijing, выступил в роли бренд-шефа сети «Маки маки».

Здесь и далее блюда Ивана Кравца. Утка конфи с антири-зотто

почему работе уделяется намного больше времени, чем им, — особенно если ведешь несколько проектов и тебя дома видят только ночью. Это, наверно, самое сложное. Шеф отвечает за многие процессы, и график у него далеко не нормированный. Что касается непосредственно работы, самое сложное подобрать хорошую команду поваров.

О команде

Если говорить о команде, то многие ребята, которых я привел, рядом со мной не один год и вместе мы прошли не через один ресторан. И мы во многих моментах с полуслова друг друга понимаем. Персонал подбираю,





конечно, сам, в начале работы в новом заведении вызываю уже зарекомендовавших себя соискателей и предлагаю работу, провожу собеседование с потенциальными кандидатами, вызываю на стажировку. Далее я сам или су-шеф наблюдаем за работой, порядком и отношением. Для меня самое важное, чтобы повар любил свое дело.

Салат с вялеными томатами и ravioli из свеклы

О призвании

«Я очень доволен своей профессией и ее выбором. Рад, что нашел свое призвание. Рад, что делаю блюда, которые нравятся людям, и что делаю их довольными и сытыми. Если бы мне задали вопрос: хотел бы я что-то изменить или, если вернуться назад, попробовать себя в чем-то другом, ответил бы: ни за что, я абсолютно рад всему, что происходит в моей профессиональной деятельности!»

Об отношениях владельца и шеф-повара

Если бы владелец не инвестировал деньги в заведение, не было бы ни ресторана, ни шеф-повара, работающего в нем, но и от шефа многое зависит. Если он будет халатно относиться к работе, меню его не будет востребовано, гости не придут, и ресторан придется закрыть. Поэтому они оба должны быть на одной волне и работать слаженно. Все должны быть нацелены на результат, а разногласия решать за столом переговоров.

О ресторане Grut

Ресторан Grut — не просто ресторан, а вызов обществу со сформировавшимся мнением, что вкусно и современно может быть не только в центре. Мы готовы показать и доказать: не обязательно ехать по пробкам до Патриарших прудов (ресторан располагается на улице Шипиловской, Орехово-Борисово Северное — ред.), чтобы вкусно поесть, получить меню с современными блюдами и комфорт от обслуживания в заведении. Все блюда в меню свежие, современные и неповторимые. Меню небольшое, раз в месяц-полтора часть блюд меняется на новые, соблюдается сезонность, делается акцент на качество и свежесть, современные технологии. Все, что можно приготовить самостоятельно, а не купить в готовом виде, мы готовим: вялим мясо, делаем чипсы, печем хлеб, коптим рыбу, утиную грудку холодным способом. А еще пиво сами варим (ресторан имеет собственную пивоварню — ред.). Мы стараемся быть неповторимыми во всем: у нас просторный зал с мягкой мебелью, открытая кухня, экскурсии по пивоварне, даже детский уголок есть — все сделано для комфорта. Я часто выхожу в зал и общаюсь с гостями, узнаю, все ли понравилось, или что-то рекомендую попробовать.

О масштабах кухни ресторана Grut

В ресторане Grut мы стараемся все делать сами, с минимальным количеством покупок в готовом виде. У меня есть заготовительный цех, где мы сами делаем котлеты

на наши бургеры, обрабатываем рыбу и мясо. Имеется большая копильня, в который мы коптим мясо, птицу, рыбу, овощи, утку способом холодного копчения. Мы используем аппарат для низкотемпературной варки в вакууме, на котором можно задавать постоянную температуру от +25 до 99 градусов. Из-за большого количества блюд и объемов у меня два таких аппарата. На кухне также есть кондитер, который делает десерты, выпекает хлеб, булочки для бургеров, лепит пельмени и вареники, делает разные пасты и спагетти. Кондитер всего один, и все перечисленные задачи лежат на его плечах. Есть большой хоспер, в котором мы жарим стейки и рыбу. Кухня не маленькая: в смену работает девять поваров: заготовщик, кондитер, три повара в горячем цеху, два — в холодном, повар на хоспере и су-шеф. Работы хватает всем, меню небольшое, но сложное, требует большого внимания к маленьким деталям.

О вкусовых предпочтениях

Моя любимая кухня — паназиатская. Также мне нравится авторское исполнение блюд молодых московских шефов, и я очень рад, что европейская кухня последние годы обрела второе дыхание и уже не кажется такой примитивной, как раньше.

Об итогах 2016 года

Для меня прошедший год был успешным, я работал в другой стране с шикарным климатом, в середине лета прилетел в Москву и тут же в новом ресторане Grut сделал свое

Советы начинающим поварам

«Любите то, что делаете! Цените свой и чужой труд! Всегда старайтесь узнавать что-то новое и не бойтесь выходить за рамки комфорта. Цените напарников и команду, в которой работаете. И если вы чувствуете, что место, где вы работаете, уже не дает вам учиться новому, находите новое место для себя. Начинайте старт своей карьеры с хороших ресторанов, даже если там платят меньше, чем в неизвестных кафе. Хорошие рестораны и работа в них заложат в вас правильный фундамент и дадут вам действительно правильные навыки работы и правильное отношение к ней. А это очень важно».

Уха с костра



авторское меню. До сих пор получаю удовольствие от работы. С каждым новым месяцем в нашем молодом ресторане количество гостей увеличивается. Мы надеемся, что тенденция продолжится и в 2017 году.

О планах на будущий год

От 2017 года жду многого. Во-первых, долгожданного отпуска (улыбается), которого у меня не было уже два года. Жду, что гости в наш Grut станут ходить еще чаще, а их количество и дальше будет расти. Много думал об открытии собственного кафе или стритфуда, но пока не созрел еще до этого. Однако определенно — такая цель есть, может не в этом или следующем году, но когда-нибудь я к собственному проекту приду.

Записала Марина Лютова

Салат по-строгановски

Салат по-строгановски – традиционно русское блюдо, рецепт известного графа Строганова Григория Александровича, который славился большим гостеприимством. Он считал, что застолье – главное развлечение и поражал современников всевозможными угощениями. Любил выписывать французских поваров, был большим гурманом. Внес большой вклад в развитие русской кухни. Любил сочетать традиционную русскую кухню и французскую изысканность.

В салате используются простые ингредиенты, которые хорошо сочетаются между собой, он легкий и питательный одновременно. Заправка к нему просто превосходна, ее можно использовать и в других салатах.

Василий Соколов



С 2011 является су-шефом в ресторанной службе отеля «Введенский»

С 2007 года работал в ресторане фьюжн кухни «Акварель».

До ресторана «Акварель», поработал в таких проектах как «Гуашь», «Ля Фабрик», Sunday Family.

С 17 лет начал изучать поварское искусство.

Обучался мастерству у известных европейских шеф-поваров: Сержа Фери, Кристофера Презутти, Фабриса Пантера и многих других.

Участвовал в конкурсах кулинарного искусства, открытии проекта ресторана и компании «Sunday Family».

Проводил мастер-классы по приготовлению различных блюд для взрослых и детей.

Ингредиенты:

- ▶ Огурцы маринованные – 40 г
- ▶ Грибы шампиньоны – 30 г
- ▶ Сыр «Гауда» – 20 г
- ▶ Опята маринованные – 30 г
- ▶ Перец болгарский – 30 г
- ▶ Говядина вырезка – 80 г
- ▶ Лук красный – 20 г
- ▶ Укроп – 5 г

Для заправки:

- ▶ Сметана – 50 г
- ▶ Хрен – 10 г
- ▶ Лимон (для сока) – 40 г

Для украшения блюда:

- ▶ Томаты черри – 3 шт.
- ▶ Петрушка кудрявая – 5 г
- ▶ Соль гавайская черная – 2 г

ТЕХНОЛОГИЯ ПРИГОТОВЛЕНИЯ:

Нарезаем соломкой огурцы маринованные, грибы шампиньоны, перец болгарский, вырезка говяжья и красный лук.

Мясо и грибы обжариваем отдельно на растительном масле до золотистой корочки и даем остыть. Убираем лишнее масло, при помощи бумажной салфетки. Измельчаем укроп и петрушку.

Помидоры черри обжариваем в небольшом количестве оливкового масла с добавлением тимьяна. Для приготовления заправки выжимаем сок лимона и перемешиваем со сметаной и хреном до однородной массы.

Все ингредиенты перемешиваем в салатнике, заправляем готовым соусом, выкладываем на тарелку. Посыпаем рубленым укропом и украшаем обжаренными томатами черри и петрушкой.



Тигровые креветки «Термидор» от Дениса Мельникова, шеф-повара Grand Hotel Emerald



Денис Мельников первое образование получил в Балтийском туристском колледже, после чего окончил Санкт-Петербургский институт гостеприимства. Работал в компании Viking River Cruises, в сети Park Inn by Radisson под руководством шефа Вольфганга Кольмана, далее возглавил ресторан загородной кухни Barbeque при «Президент-отеле». С октября 2016 года является шеф-поваром Grand Hotel Emerald.

Термидор – название блюда из лобстера, приготовленного впервые в январе 1894 года в ресторане Maire's на бульваре Сан-Дени в Париже, в день премьеры спектакля «Термидор» режиссера Виторьена Сарду (так сказано в Энциклопедии Гастрономической академии).

Ингредиенты:

- ▶ тигровые креветки – 2 шт.;
- ▶ сливочное масло – 80 г;
- ▶ мука высшего сорта – 2 ст. ложки;
- ▶ молоко 2,5% – 150 мл;
- ▶ помидор – 1 шт.;
- ▶ оливковое масло – 1 ст. ложка;
- ▶ половина лимона;
- ▶ пармезан;
- ▶ соль, перец, мускатный орех – по вкусу.

ТЕХНОЛОГИЯ ПРИГОТОВЛЕНИЯ:**Приготовить соус бешамель**

Растопить сливочное масло в сотейнике, добавить муку, аккуратно влить молоко.

Медленно размешать, добавить мускатный орех, соль и перец. Продолжать медленно мешать до появления «орехового» запаха.

Подготовить креветки

Креветки надрезать вдоль спинки и удалить пищевод.

Обжарить креветки 2 минуты с обеих сторон на оливковом масле.

**Сделать помидоры конкассе**

На помидоре сделать крестообразный неглубокий надрез и опустить его сначала в горячую воду, потом в холодную.

Снять с помидор кожицу и разрезать пополам, удалить сердцевину и нарезать кубиками.

Запечь креветки

Переложить обжаренные креветки в форму для запекания, полить соусом бешамель, на спинку выложить конкассе, посыпать пармезаном и поставить в духовку на 2–3 минуты.

Готовое блюдо украсить долькой лимона и зеленью.



Филе лосося со свеклой и салатом из огурца

Александр Петроченко



Карьеру повара начал строить с 15 лет, успешно работая в семейном ресторане. Через 5 лет упорного труда прошел стажировку и обучение во Франции, Чехии и Московских ресторанах Александра Новикова (Sirena, Grand Опера). В 2000 году окончил курсы повышения квалификации «Повар-кондитер 5-го разряда», в 2004 - Алматинский Технологический университет по специальности инженер-технолог. Приобрел большой опыт работы на открытом огне, с экзотическим диким мясом и дорогими сортами рыбы. В 2012 году работал с французским шеф-поваром Сержем Ферри в отеле «Введенский». В 2013 году перенимал опыт, работая со звездным шеф-поваром Андреа Аккорди (2*Мишлен) в Отеле Four Seasons SPB. В 2015-2016 году в городе Смоленске открыл семейный ресторан «Питер Пуш». С 2016 года является шеф-поваром ресторана Claret Cafe.

Ингредиенты: на 1 порцию:

- ▶ Лосось Норвежский филе – 150 гр
- ▶ Масло Оливковое для жарки – 10 гр
- ▶ Соль Морская – 2 гр

Крем-фреш из свеклы (90 гр):

- ▶ Корень хрена – 2 гр
- ▶ Свекла отварная – 100 гр
- ▶ Ксантан – 1 гр
- ▶ Тростниковый сахар – 2 гр

Желе лимонное:

- ▶ Сок лимона – 20 гр
- ▶ Агар-Агар – 4 гр
- ▶ Тростниковый сахар – 4 гр
- ▶ Фенхель свежий (слайс) – 12 гр

- ▶ Огурец свежий (слайс) – 15 гр
- ▶ Редис свежий (слайс) – 6 гр
- ▶ Микрогрин из редиса – 1 гр

Лимонный дрессинг:

- ▶ Сок лимона – 10 гр
- ▶ Масло Оливковое Extra Virgin – 10 гр
- ▶ Тростниковый сахар – 5 гр
- ▶ Зеленое масло из зелени укропа:
- ▶ Зелень укропа – 100 гр
- ▶ Масло оливковое – 100 гр

Земля из оливок:

- ▶ Оливки черные без косточек – 30 гр
- ▶ Зеленое масло из зелени укропа:

ТЕХНОЛОГИЯ ПРИГОТОВЛЕНИЯ:



Мусс из свеклы

Отварную свеклу нарезаем кубиком и выкладываем в блендер, добавляем тертый хрен, сахар и ксантан. Перебиваем все ингредиенты в однородное, густое пюре и оставляем в сторону.

Лимонное желе

Лимон разрезаем пополам и выдавливаем через ситечко в сотейник, добавляем Агар-Агар.



Добавляем тростниковый сахар, даем отстояться 5-6 минут, затем нагреваем на огне до закипания и выливаем в подготовленную форму. Ставим в холодильник для застывания на 10-15 минут.

Огурец свежий, Фенхель, Редис

Огурец нарезаем вдоль тонкими полосками. Редис, - тонкими кружочками. Фенхель, - тонкой соломкой. Если под рукой у Вас есть слайсер для нарезки овощей, все операции займут не более 5-ти минут.



Лимонный дрессинг

Приготовленный заранее сок лимона смешиваем с оливковым маслом холодного отжима Extra Virgin.



Добавляем тростниковый сахар, взбиваем венчиком до однородной консистенции.



Стейк лосося

Стейк лосося обжариваем с двух сторон на оливковом масле с добавлением небольшого количества морской соли, выкладываем в противень и запекаем в духовке 6-8 минут при 180С.

Подача

Готовый свекольный мусс разогреваем на плите и выкладываем в подготовленную разогретую тарелку.



Слайс огурца, фенхеля и редиса перемешиваем вместе с лимонным дрессингом. Готовый лосось выкладываем на мусс из свеклы. Поверх лосося выкладываем приготовленное заранее лимонное желе.

На лосось, поверх желе, выкладываем салат из овощей.



По краям украшаем зеленым маслом и «землей» из черных оливок.

Добавляем веточки проросшего редиса.



Кофе в воронке Kalita



Набор для заваривания методом pour over: воронка и сервер Kalita, чайник Vona Vita

Роман Кантола, шеф-бариста
сети кофеен CITY COFFEE



Помещаем в воронку бумажный фильтр, ставим воронку на сервер и смачиваем



Засыпаем молотый кофе – 20 гр.
(помол чуть крупнее сахарного песка)



Заливаем в кофе 50 мл горячей воды (90-94°C), настаиваем 30 секунд



Каждые 30 секунд доливаем по 50 мл, пока не прольём 250 мл



Идёт экстракция



Кофе готов



Наливаем кофе в стакан, добавляем лёд

Кофе в вакуумном сифоне

Набор для заваривания кофе в вакуумном сифоне: вакуумный сифон с фильтром, сервер Nario, кофемолка



Мелем кофе – 18 гр



Размер помола – чуть мельче сахарного песка



Заранее нагреть воду до 80 градусов



Заливаем горячую воду в нижнюю колбу сифона – 360 мл



Поджигаем горелку и начинаем догревать воду



Устанавливаем верхнюю колбу



При закипании вода поднимается из верхней колбы в нижнюю



Перемешиваем воду в верхней колбе



Засыпаем и размешиваем кофе



Завариваем кофе в течение двух минут, затем выключаем горелку



При остывании отфильтрованный кофе опускается в нижнюю колбу



Осторожно снимаем верхнюю колбу



Переливаем кофе из нижней колбы в сервер



Аэрируем кофе, т.е. насыщаем напиток кислородом



Напиток готов, можно пить

КАТАЛОГ КОМПАНИЙ ПАРТНЕРЫ ФОРУМА

Компания Robot-Coupe

Robot-Coupe предлагает гамму аппаратов для всех потребностей профессионалов кухни. Постоянное совершенствование качества и разработка новых моделей позволили компании стать мировым лидером в выбранной нише.

Сегодня Robot-Coupe выпускает более 90 моделей и 6 основных групп оборудования: а теперь еще и новинку в области профессионального оборудования – Robot-cook. Продукция компании продается дилерами во всех регионах.



www.robot-coupe.ru

Компания «Технофлот»

Успешно работает на рынке HoReCa с 2003 года, внедряет и адаптирует лучшие мировые концепции в структуру российской индустрии гостеприимства.

«Технофлот» сегодня - это:

- оборудование более 150 ведущих мировых производителей;
- свыше 4000 оснащенных объектов;
- более 200 дилеров в России, Казахстане, Беларуси;
- 4500 кв. м складских помещений.



Тел.: (812) 454-69-19
www.tfdecor.ru

Компания KDL group

Тентовые конструкции в аренду и на заказ

- отлаженное производство в СПб
- индивидуальное решение вашего замысла
- большой арендный парк
- доставка и установка своими силами по приемлемой цене
- особые условия для дилеров и дизайнеров



(812) 974-64-84
www.tent-spb.ru

Группа компаний Laro Power

Laro Power - первый в России производитель уникальных и универсальных зарядных устройств и зарядных станций для всех сфер бизнеса. Мы работаем с 2012 года и представлены в более чем 3000 заведениях РФ, СНГ, Европы и Азии. Решение идеально для посетителей кафе и ресторанов, салонов красоты, переговорных комнат, мероприятий, в офисы, гостиницы, ТЦ, а также для аэропортов и вокзалов.



+7(495)150-11-87
www.laropower.ru



WWW.FRANKO.SU



info@franko.su

Официальный дистрибьютор Franke Kaffeemaschinen AG (Швейцария), Marco (Ирландия), La Marzocco (Италия) в России, Казахстане, Беларуси

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

Суперавтоматические кофемашины
FRANKE (Швейцария)



Рожковые кофемашины
La Marzocco (Италия)



Фильтровые кофемашины
и водонагреватели
MARCO (Ирландия)



Компания «ЮСИЭС СПб»

Компания «ЮСИЭС СПб» - официальное представительство «ЮСИЭС» (UCS) в Петербурге. IT-лидер сферы HoReCa предлагает экономичные и удобные системы, специально созданные для эффективного управления бизнесом. Количество пользователей программных продуктов UCS по всему миру превышает 42 000.

U_C_S

СПб, Московский пр., 91. +7
(812) 329 05 60 info@ucs-spb.
ru www.ucs-spb.ru

Компания HRS

HRS (Hospitality & Retail Systems) международная компания, лидер в сфере IT решений для индустрии HoReCa и розничной торговли на территории стран Центральной и Восточной Европы, России и СНГ, Центральной Азии. Инновационные технологии для управления предприятиями индустрии гостеприимства, общественного питания – являются основной и успешной сферой деятельности компании HRS.



www.hrsinternational.com

Петербургский Институт кофе и чая

Петербургский Институт кофе и чая – консалтинговая компания, работающая в сегменте HORECA и занимающаяся обучением специалистов ресторанного бизнеса и сферы услуг по эксклюзивным образовательным программам с 2004 года. С 2007 года производит и продает кофе под собственной торговой маркой CITY COFFEE.



(812) 314-5567, 8-904-6161046,
e-mail: kofe-info@yandex.ru,
www.kofe.info, www.clubrobusta.ru

ООО «ФЛИТСЕРВИС Ко»

Профессиональная гигиеническая продукция, моющие средства, техника и инвентарь для гостиниц и ресторанов, торговых и медицинских центров. Подбираем подходящие методы уборки и необходимый набор моющих средств. Устанавливаем и настраиваем дозирующее оборудование. Обучаем персонал. Помогаем взять расходы под контроль и повысить эффективность работы.



+7(495)741-08-69
www.fleetservice.ru

Электронное меню для ресторанов. Эффективно. Современно. Прибыльно.

Уникальный коммуникатор в сегменте HoReCa

Преимущества

- Комфорт для гостей
- Яркая визуализация меню
- Экономия рабочего времени официанта на 30%
- Увеличение среднего чека
- Оперативное обновление меню
- Видеоряд новинок ресторана, акций и сервиса
- Освобождение столиков от рекламных материалов
- Экономия на полиграфии

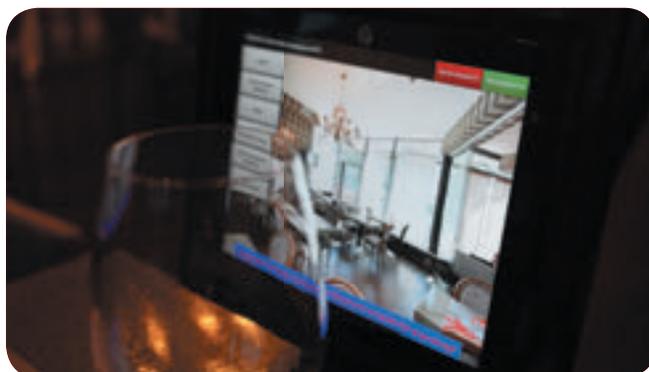
Система полностью автономна!

Группа «Тайм-Инфо»

Санкт-Петербург, ул. 9-я Советская, 4

(812) 401-60-28

www.time-info.ru info@time-info.ru



r_keeper

КОМПАНИЯ «ЮСИЭС СПб» / UCS SPb

Официальное представительство UCS в Санкт-Петербурге
196084, Московский пр. 91, офис 324 +7 (812) 329-05-60
info@ucs-spb.ru www.ucs-spb.ru

реклама



MegaPos MP-3275L

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

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



Glaive RT665

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

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



Eco POS i 9000. Бюджетный POS-терминал с оптимальными техническими характеристиками

Процессор Intel ATOM D2550 1,86 ГГц. Сенсорный дисплей с диагональю 15 дюймов. Оперативная память 2 Гб. Имеет LPT порт и может работать в DOS. Считыватель магнитных карт 1-2-3. Терминал может быть, как настольным, так и настенным, сконструирован по схеме Panel PC. Гарантия 3 года.

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



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 **U.C.S**



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 **U.C.S**



Термопринтер Sam4s Ellix 50DB. Надежный и качественный принтер чеков Sam4s Ellix 50DB, Ethernet/COM/USB.

Термопечать, скорость печати 250 мм/сек, ширина печати 80 мм, ширина бумаги 80 мм. Типы штрих-кодов: UPC-A/E, JAN (EAN) 13/8, ITF, CODE39, CODE93, CODE128, CODABAR, PDF417,QR. Есть автоотрезчик, интерфейсы подключения USB, RS-232, Ethernet. Вес 1.9 кг, габариты: 250x201x220 мм. Питание 24VDC/2.5A. Диапазон рабочих температур 0°C - 35°C.

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



Планшетный терминал Prestigio MultiPad Viscone 4U в металлическом антивандальном корпусе

Оптимальное решение для сезонных кафе, временных проектов, залов со сложной конфигурацией. Металлический антивандальный корпус. Экран размер - 10.1" Разрешение 1280x800. Плотность пикселей 149.4 ppi. Операционная система - Windows 10. Процессора - Intel Atom Z3735F, конфигурация - 4x SoFIA 1.33 ГГц, Оперативная память - 2 Гб. Встроенная память - 32 Гб, Модуль сотовой связи - 3G, Стандарт Wi-Fi - 802.11b/g/n, Версия Bluetooth - 4.0, Тыловая камера и фронтальная камеры, встроенный динамик и микрофон. Поддержка GPS. Емкость аккумулятора - 6600 мАч. Датчики - акселерометр (G-сенсор). Разъемы - micro USB, USB. Видео выходы - HDMI. Хаб USB 2.0 3-порта + RJ45

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

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

Профессиональный журнал о ресторанном бизнесе от издательства «Наша деловая пресса»

Подписка на журнал «РесторановедЪ»



«РесторановедЪ» - это искусство гостеприимства, передовой опыт и лучшие практические решения от самых успешных руководителей, ведущих экспертов и признанных аналитиков ресторанного бизнеса в каждой публикации.

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

Периодичность выхода журнала — 6 номеров в год

Стоимость подписки:

Период	Версия	Печатная	Электронная
6 номеров (1 год)		4248 руб.	2124 руб.
3 номера (полгода)		2478 руб.	1416 руб.
1 номер		1062 руб.	531 руб.

**Оформите годовую подписку на «РесторановедЪ» прямо сейчас
и вступайте в Деловой Клуб нашего журнала!**

Деловой клуб журнала «РесторановедЪ»

Привилегии и стоимость участия в Деловом клубе:

Участие в Деловом клубе журнала «РесторановедЪ»	Заочное участие в Деловом клубе журнала «РесторановедЪ»
Годовая подписка на печатную версию журнала	Годовая подписка на электронную версию журнала
Участие в закрытых конференциях для постоянных читателей журнала	Заочное участие в закрытых конференциях для постоянных читателей журнала (онлайн трансляция)
Бесплатные заочные консультации и рекомендации от экспертов журнала	Бесплатные заочные консультации и рекомендации от экспертов журнала
Скидка 20 % на участие во всех мероприятиях Издательства «Наша деловая пресса»: конференции, семинары, форумы «Искусство гостеприимства»	Скидка 20 % на участие во всех мероприятиях Издательства «Наша деловая пресса»: конференции, семинары, форумы «Искусство гостеприимства»
Приоритетное размещения новостей вашей компании на сайте www.restoranoved.ru	Приоритетное размещения новостей вашей компании на сайте www.restoranoved.ru
Пост –релиз и тезисы 1 конференции	Пост –релиз и тезисы 1 конференции
Возможность участия в публикациях журнала в качестве ньюсмейкера или эксперта	-

При оплате

с 1 января 2017 года	11210 руб./год	с 1 января 2017 года	4720 руб./год
----------------------	-----------------------	----------------------	----------------------

Restoranoved.ru

Будем рады видеть вас в числе наших читателей и членов Делового клуба.

(812) 493-33-73 и 493-44-04 e-mail: podpiska@mediavibor.ru

MODERN BAKERY MOSCOW



Международная
специализированная
выставка для хлебопекарного
и кондитерского рынка

13–16 марта 2017
ЦВК «Экспоцентр», Москва



ПОМОГАЕМ БЫТЬ ЛУЧШИМИ

R-KEEPER™ – КОМПЛЕКСНОЕ
РЕШЕНИЕ ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦИИ
ВАШЕГО РЕСТОРАНА

БОЛЕЕ
42 000
РЕСТОРАНОВ

В **47**
СТРАНАХ
МИРА

U_C_S

r_keeper

КОМПАНИЯ «ЮСИЭС СПБ»/ UCS SPb:

Официальное представительство UCS в Санкт-Петербурге
196084, Московский пр. 91, офис 324 • +7 (812) 329-05-60
info@ucs-spb.ru • www.ucs-spb.ru

[_СЕРВИС_ON-LINE_24/7/365_>>](#)