

РЕСТОРАНОВЕД

01 (81) январь-февраль 2018

ТЕМА НОМЕРА
**Успешные концепции
и форматы
ресторанного бизнеса**



DUO
Блинов & Маликов:
за идею!



23.04.2018

PALMAFEST

ФЕСТИВАЛЬ РЕСТОРАННЫХ КОНЦЕПЦИЙ



Главный ресторанный интенсив года
 Премия за лучшую ресторанный концепцию

Билеты на сайте palmafest.ru

Партнеры



При поддержке



Информационные партнеры



От редакции

РЕСТОРАНОВЕД

Друзья, и вновь я с вами! Два года я работала на других фронтах ресторанного рынка: сначала в Федерации рестораторов и отельеров Северо-Запад с Леонидом Петровичем Гарбаром, потом — в ресторане «Петруша» с Дмитрием Дикманом.

И это был тот необходимый опыт, которого мне явно не хватало в журнале, — опыт работы «в полях», работы с другой — с вашей, внутренней стороны ресторана. И, думаю, сейчас я воспринимаю ваши проблемы и сложности немножко ближе, чем раньше, — на самом деле гораздо ближе. Ведь я сама была «по ту сторону» заведения, сама пыталась (с переменным успехом!) справиться с тем, с чем вы, легко или не очень, справляетесь каждый день.

Теперь я снова с вами, снова с журналом. Я рада, что мои коллеги так высоко подняли планку издания. Я очень благодарна Алексею Журавлёву, который столь многое вложил в журнал, и рада за него: он теперь концентрируется на «Современном Отеле» и не будет разрываться между двумя «детищами».

А я представляю вам первый номер 2018 года. В нём мы подводим ресторанные итоги 2017-го. Петербургский ресторанный рынок постепенно стабилизируется, но интересно вот что: подняв десятилетнюю статистику, мы выяснили, что количество заведений в городе за эти десять лет почти не изменилось — 5423 точки в 2017 году против 5645 в 2007-м.

А вот качественно рынок поменялся. Если десять лет назад мы говорили фактически только о ресторанах, кафе, столовых и заведениях быстрого питания, выделяя отдельно лишь пиццерии, суши-бары и, возможно, заведения пары-тройки национальных кухонь, то сегодня наш рынок очень богат на ресторанные концепции: пиццерии, разнообразные мясные заведения, винные рестораны и прочее, прочее, прочее. Именно популярные концепции и форматы мы решили рассмотреть в теме номера и, конечно, рассмотрели далеко не все; не страшно: сделаем это в последующих журналах.

Такую тему мы взяли не случайно. Напоминаю, что 19–20 марта в рамках Большого Санкт-Петербургского Welcome форума рестораторов и отельеров мы проводим бизнес-форум — ярмарку ресторанных концепций «ЯРКО!», где на 18 этаже отеля «Азимут» представим более двадцати современных концепций, и эксперты рынка расскажут про каждую из них.

А гостями номера стали Дмитрий Блинов — один из самых известных сегодня молодых шеф-поваров и рестораторов Санкт-Петербурга — и его бизнес-партнёр Ренат Маликов. В заведения, которые они открыли — а их уже три, — нужно бронировать столик заранее, иначе можно не попасть. Сотрудники при этом работают «за двоих», владельцы — «за троих», и текучки ни в одном из заведений нет. В чём секрет этих молодых рестораторов? Его мы и попытаемся раскрыть в материале, который так и называется: «DUO Блинов&Маликов: секрет успеха».

**Светлана Куликова, ваш новый-старый шеф-редактор
журнала «Ресторановед»**

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: Светлана Куликова

Редакция: Александр Дмитраков,
Дарья Антонова, Надежда Феденко, Асмик Ванцян

Исполнительный директор: Евгения Кузнецова

Начальник отдела рекламы: Валентина Голубева

Менеджеры по рекламе: Елена Миндерова, Валентина Малышева, Ольга Коньшева

PR-менеджер: Наталья Симченко

Менеджер по работе с клиентами:
Светлана Маркова

Директор по IT: Дмитрий Мазов

Веб-дизайнер: Нина Тимофеева

Дизайн, предпечатная подготовка:
Кирилл Раевский

Корректор: Нина Мирзоева

Фото: Дарья Антонова, Дарья Ковалева,
Елена Арзуманян

Журнал «Ресторановедъ» 01 (81)
январь-февраль 2017
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 09.02.2018
Отпечатано в типографии PremiumPress.
Адрес типографии: 197374, СПб, ул. Оптиков, д. 4

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

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

E-mail для писем: info@mediavivor.ru

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

медиа группа

**ВЛУЧШИЙ
ВЫБОР**

Содержание

Ресторановед 01 (81) январь-февраль 2017

4 Факты, цифры, цитаты

ПРОДУКТЫ

12 Вкусный сыр? Всегда пожалуйста!

СОБЫТИЕ

14 Ресторанный рынок Петербурга: есть куда расти!

КЕЙС

18 Как ресторатору сохранить репутацию заведения после проверок

РЕСТОРАТОР

22 DUO Блинов&Маликов: за идею!

ВЫСТАВКА

30 Кавказское гостеприимство

ПЕРСОНАЛ

32 Побудьте немного шпионом

УПРАВЛЕНИЕ РЕСТОРАНОМ

36 Инвентаризация: сводим концы с концами на кухне, в зале и в баре

ТЕМА НОМЕРА

39 Успешные концепции и форматы ресторанный бизнеса

40 Мясной концепт: развитие в двух направлениях

На рынке снижается количество суши-баров и растёт число заведений кавказской и восточной кухонь. Кроме того, среди рестораторов сегодня актуально развитие модных концепций и форматов – casual, региональных, авторских, вегетарианских и экзотических кухонь.

14

Сегодня происходит то, во что скептики не верили ещё буквально три-четыре года назад: Россия превращается в винную страну.

58

Владелец сети ресторанов «Мясо & Рыба», руководитель агентства оптимизации ресторанный бизнеса «РестКонсалт» Сергей Миронов в январе 2018-го года сообщил, что сотрудники районного отдела полиции задержали работников одного из его ресторанов и обещали отпустить их в обмен на скидочные карты



18



Мария Максимова: «У нас есть шоколадная пицца, шоколадный суп, шоколадные равиоли, шоколадные фрикадельки, шоколадный бургер, шоколадный штрудель, в проекте – шоколадные суши и десерт «Шоколадный глаз»».

62

44

Пиццерия: стандартной пиццей сегодня не обойтись

50

Новое звучание японской кухни

58

И в России истина в вине?

62

«Сладкая» жизнь. Кондитерская и другие форматы

66

Концепция как краеугольный камень ресторана в спальном районе

PR, РЕКЛАМА, ПРОДВИЖЕНИЕ

74

Карлос Фернандес: «Идеи всеобщей национальной кухни быть не может: только региональной»

Оборудование для баров №1
 глубина: 250, 300, 400, 500, 600, 700
 моечные ванны и рукомойники

HI-COLD

рабочие поверхности
 кеггераторы
 теплоизолированные ванны под лед
 места для хранения
 места для мусорного бака
 ниши под оборудование
 возможность установки холодильных столов
 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 - передняя и задняя линия + хол./мор. столы.

реклама

По итогам 2017 года цены в ресторанах городов миллионников за год выросли примерно на два процента. Такие данные приводит 2ГИС. В 2016 году средний чек в ресторанах в среднем был равен 1232 рублям, а в 2017 вырос до 1259 рублей. Сумма чека складывается из цен на блюда основного меню и не учитывает алкоголь.

Российский рынок общественного питания медленно, но верно восстанавливается после резкого падения оборота в 2015 году. Тогда, по данным Росстата, рынок впервые с 2009 года показал отрицательный рост на уровне 5,5%: в 2009 он вообще составил -12,7%, оставаясь позже в положительном поле в течение шести лет. В 2016 году рост второй год подряд оказался отрицательным, на уровне 3,8%. 2017 ый до конца еще не подсчитан, но оборот рынка растет, и есть надежда если не на выход в плюс, то хотя бы на приближение к нулю.



На Апрельской улице в Санкт-Петербурге открылся пятый ресторан адаптированной грузинской кухни «Пхали-Хинкали».

В январе 2018 года в столице на Кутузовском проспекте открылся ресторан японской кухни «Тоторо». Его владелец Александр Раппопорт дал ему название в честь мультфильма Хаяо Миядзаки. «Тоторо» — первый японский ресторан Раппопорта. Средний чек — 2000 рублей, в меню широкий выбор японских блюд. Шеф-повар — Джонатан Кертис.



ПЕТЕРБУРГСКОЕ 068
ТАКСИ

ДОРОГО ОБХОДЯТСЯ СОТРУДНИКИ?

**ПОМОЖЕМ СЭКОНОМИТЬ
НА ИХ РАЗВОЗКЕ!**

реклама



✓ Автоматизированная система доставки персонала.

☎ 8 (812) 318-40-68 ➔ WWW.TAXI068.RU



9 и 10 февраля в Ижевске состоялся первый Форум рестораторов Удмуртии. Идеологом и организатором мероприятия выступил Максим Коновалов — известный ижевский ресторатор, учредитель и генеральный директор компании Welcome Group, член Наблюдательного совета профессионального ресторанный альянса (РЕАЛ).

Пароконвектоматы

STILLAG ASTRA



ОТКРЫВАЯ БУДУЩЕЕ

STILLAG

тел. +7 813 704 31 25
info@stillag.ru
www.stillag.ru

ЛИЗИНГ*

* Проценты по лизинговым платежам за 6 месяцев оплачивает производитель по программе STILLAG FINANCE



*В кластере «Флигель» на улице Восстания в Санкт-Петербурге открылся бар **HorHead Tap Room**, специализирующийся на неаполитанской пицце и крафтовом пиве. Заведение принадлежит команде пивоварни **HorHead Brewery**, а также молодому российскому шефу-пиццайоло Валерию Максимчику и резиденту **Comedy Club** Алексею Смирнову. У них уже есть паб **HorHead Craft Beer Pub** в Москве.*

На улице Чайковского в Санкт-Петербурге с 7 декабря 2017 года заработало бистро «Легкое чувство голода» (ЛЧГ). Заведение открыли новосибирцы — Роман Башлыков и Сергей Иванов.



Закон о полном запрете на курение в барах и ресторанах Австрии, который должен был заработать в мае, не вступит в силу: по инициативе ультраправой Австрийской партии свободы он будет отменен. В отличие от большинства европейских стран, в Австрии разрешается курить в закусочных при соблюдении ряда условий, в специально отведенных местах. Полный запрет предлагала ввести парламентская коалиция консерваторов и социал-демократов, которая сейчас уходит в отставку.



28-31 марта
Красноярск
2018

Оборудование, технологии и услуги
для пищевой и перерабатывающей
промышленности

Современное хлебопечение

Профессиональное оборудование и
услуги для HoReCa

Организатор —
ВН «Красноярская ярмарка»

Официальная поддержка —
ИП «Сибирская ассоциация
гостиничников»

г. Красноярск
МВДЦ «Сибирь»
ул. Авиаторов, 19
тел.: +7 (391) 22-88-611
horeca@krasfair.ru
www.krasfair.ru

реклама

реклама 04

Улучшенное отстирывание*



**АБСОЛЮТНАЯ
нетерпимость
К СЛОЖНЫМ
загрязнениям**

опыт бесценен.™

P&G
Professional

* по сравнению с непрофессиональным порошком Ariel.

реклама

» *«Русские продукты — это и есть русская кухня. Русская кухня — это тот продукт, который собираешь на своей даче, на огороде. Вся территория России является русской кухней».*



Российский шеф-повар Рустам Тангиров
(из интервью сайту Restoranoved.ru)

В Ковенском переулке Санкт-Петербурга открылся ресторан «Сыроварня» московского ресторатора Аркадия Новикова. Ресторан специализируется на сырах. Здесь производят шесть видов мягких сортов: моцареллу, буррату, страчателлу, качотту, рикотту и халуми. Меню включает европейские блюда в деревенском стиле: сытные и с простой подачей, в некоторые из них добавляют местный сыр.



Ресторан азиатской кухни «Шикари» открылся на Невском проспекте в Петербурге. Площадь заведения — 170 кв. метров, он рассчитан на 80 посадочных мест. Меню ресторана разделено на несколько разделов, один из которых — «Хиты Азии». Блюда отмечены геолокацией, по мнению представителей проекта, это позволит гостям выбрать себе вкус именно той страны, в которой он хочет побывать.

» *«Рынок Москвы и Санкт-Петербурга будет развиваться в сторону упрощения концепции. Гости все больше хотят видеть простую и вкусную еду. Рестораторы начинают придерживаться одного стиля, одной кухни, а не пытаться соединить все в одном месте».*



Дмитрий Левицкий, президент Профессионального ресторанный альянса (РЕАЛ), основатель Группы компаний HURMA

межрегиональная специализированная

ВЫСТАВКА
ИНДУСТРИИ ПИТАНИЯ
И ГОСТЕПРИИМСТВА

20-21
апреля
2018
ВОРОНЕЖ

EXPO
FOOD
SHOW

EXPO
EVENT-HALL

+7 (473) 228-03-29
www.expo36.ru

реклама

«Выставка шоу индустрии питания и гостеприимства. Выставка товаров и услуг для ресторанного и гостеприимного бизнеса, компаний-производителей и дистрибуторов продуктов питания»

ФИЛЬТРЫ ДЛЯ ВОДЫ BRITA PROFESSIONAL (ГЕРМАНИЯ)



Область применения фильтров

- технологическое оборудование, предполагающее подключение к водопроводу (*кофемашины, барные льдогенераторы, вендинг, пароконвектоматы, печи с пароувлажнением, посудомоечные машины фронтального и купольного типов загрузки*);
- источник чистой воды для питьевых целей

Основные преимущества фильтр-систем



- 1) **4 ступени фильтрации** в картридже.
 - механическая очистка
 - умягчение
 - активированный уголь
 - тонкая фильтрация 10 мкм
- 2) **обеспечение стандарта фильтрованной воды**, необходимого для каждого вида оборудования, при любом показателе карбонатной жесткости (КН°) местной водопроводной воды на объекте монтажа фильтра;
- 3) **наличие точной опции контроля** за своевременной заменой сменного картриджа;
- 4) **надежность** (срок службы фильтров 10 лет);
- 5) **комфортный сервис** (замена сменного картриджа без инструмента, усилий, за минуты, без отсоединения шлангов подключения).

6) **международная репутация эффективных фильтров** для HoReCa (рекомендации производителей кофемашин и кухонного оборудования Franke, Saeco, Rational, Electrolux, Convothem, Eloma, MKN, MIWE, Bongard, Kuppersbusch, Чувашторгтехника и многие другие);

ФИЛЬТРЫ BRITA - ВСЕГДА ПРАВИЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ!

Завод-изготовитель:
BRITA GmbH
Heinrich-Hertz-Str. 4
65232 Taunusstein, Germany

Эксклюзивный дистрибьютор в РФ и СНГ:
ООО «АкваБрит», г. Москва
Кутузовский проспект, д. 36, стр. 2, офис 211;
тел. +7 (495) 280-70-02
mail@aquabrit.ru
www.аквабрит.рф

Представительство в Центральном ФО
г. Воронеж +7 (910) 247-26-61 a.l@aquabrit.ru

Представительство в Приволжском ФО:
г. Уфа +7 (917) 767-25-01 volga@aquabrit.ru

Представительство в Южном ФО:
г. Краснодар +7(918) 678-24-02 kuban@aquabrit.ru

Представитель в Северо-Западном ФО:
г. Санкт-Петербург +7 (965) 011-91-18 spb@aquabrit.ru

«РЕСТОРАНОВЕД» № 1 (81) | 2018 | www.restoranoved.ru



**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

Согласно данным «РБК Исследования рынков», за последний год 7% россиян полностью отказались от посещения ресторанов и даже фаст-фуда, вместе с тем, увеличился спрос на сервисы по доставке еды.

Открыто в Петербурге

*В Шведском переулке открылся гастробар **Brisket Eat & Fun**, который специализируется на приготовлении brisketa. Заведение открыла команда бара *Bloody Mary*. Меню заведения сконцентрировано на мясных блюдах.*



На Большой Конюшенной открылся **JoJo bar**. Владелец заведения — шеф-повар Евгений Ермолаев — позиционирует его как стильное заведение с диджей-сетами, интересным алкоголем и закусками к нему, которые готовят в формате **show kitchen** прямо на глазах у гостей.



На улице Ленина открылся бар **Lestr Bar**. Это второй проект команды пивного бара *Breaking Vad* во главе с Романом Кремнёвым. В **Lestr Bar** представлено больше 400 сортов пива со всего мира, среди которых как классика, так и крафтовые российские и зарубежные марки.

28-31 МАРТА
2018

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
РОССИЯ



16-я Международная специализированная
выставка индустрии гостеприимства

★★★★★
ExpoHoreca
Санкт-Петербург



ПРОДУКТЫ
ПИТАНИЯ



НАПИТКИ



ФРАНЧАЙЗИНГ

ОБОРУДОВАНИЕ



ОСНАЩЕНИЕ



ТЕХНОЛОГИИ, ИННОВАЦИИ

Нас выбирают профессионалы!

Организатор
выставки:



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



Вкусный сыр? Всегда пожалуйста!

Однажды, не так давно, в разговоре со знакомым ресторатором, итальянцем по происхождению, мы затронули тему преобразований, которые произошли в России во времена Петра I. Мой собеседник, страстно влюбленный в нашу страну, признался, что никак не может понять, почему человек, который, по сути, полностью изменил жизнь государства, научил строить корабли и возводить дворцы, так и не сумел привить культуру сыроварения.

Я тогда не нашелся, что ответить, только почувствовал легкую обиду за державу. А историю эту вспомнил при встрече с Андреем Куценко, генеральным директором компании «АРТЕЛЬ»:

— Надо признать: ваш знакомый отчасти прав. Сегодня в России не так-то просто найти сыры стабильно высокого качества, да еще и от местных производителей. Полтора года назад именно этот факт и подтолкнул нас к решению создать в Петербурге собственную сыроварню. Причем мы не стали изобретать велосипед, а обратились к европейским специалистам с многолетним опытом успешной реализации подобных проектов. Поехали в Италию, досконально изучили вопрос. Там же закупили большую часть оборудования. И бережно, под руководством инженеров с Апеннин, осуществили задуманное,



Андрей Куценко,
генеральный директор
компании «АРТЕЛЬ»:

в полном соответствии с жесткими евростандартами. При этом учитывалась каждая мелочь. Иначе невозможно было получить все необходимые сертификаты. А они у нас честные.



Едва ли не самым сложным оказалось найти поставщика правильного сырья. Перепробовали несколько вариантов но в итоге все таки отыскали именно то, что нужно.

Начинали с малого: с трех наиболее популярных и востребованных в секторе HoReCa видов мягкого сыра — моцареллы, рикотты и страккино. Со временем стало понятно: ассортимент надо расширять, благо технические возможности и производственные мощности позволяют это сделать.

И вот сегодня мы уже готовы предложить ресторанному рынку полутвердые сыры из цельного коровьего молока: с чесноком и прованскими травами, с пажитником, с паприкой — и сыр со сбалансированным сливочным вкусом, а также полутвердый сыр из цельного козьего молока. Мы выбрали позиции, которые



действительно могут заинтересовать рестораторов.

При этом у нас все созданы все условия для правильного вызревания продукта. Таким образом, заказчик получит стабильно качественный, сваренный по классическим канонам свежайший сыр. Причем по вкусу и аромату любая продукция нашего завода не уступает импортным аналогам. По крайней мере, так утверждают приглашенные зарубежные эксперты. А вот что касается цены, то она, по понятным причинам, значительно ниже. Это вдвойне приятно с учётом действующих экономических санкций.

К тому же, собственное производство позволяет варьировать объемы продукции, работая практически под заказ. Плюс, обеспечивать оперативную доставку, что избавит рестораторов от необходимости ставить те или иные позиции с использованием сыра в стоп-лист.

И еще одна весьма существенная деталь: мы запустили сыроварню не вчера. Все процессы изготовления продукции отлажены и контролируются профессиональным технологом с многолетним практическим опытом.

Вот почему мы гарантируем стабильно высокое качество, которое остается таковым от партии к партии. Более того,

не боимся демонстрировать свое производство.

Хотите лично убедиться, что все обстоит именно так, как я описал? Добро пожаловать! Все покажем и расскажем. А еще будет возможность попробовать наши сыры и выбрать те, что идеально впишутся в меню вашего ресторана или станут неотъемлемой частью предлагаемых блюд. Ведь PREMIOLLA — не просто красивое слово, а своего рода знак качества, за которое мы отвечаем.

Записал Алексей Журавлев





Ресторанный рынок Петербурга: есть куда расти!

**Почти половина ПЕТЕРБУРЖЦЕВ НЕ ПОСЕЩАЮТ
ЗАВЕДЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ**

Окончательные итоги 2017 года ещё подводятся статистическими агентствами, но предварительные уже известны. Организаторы ежегодного делового завтрака BestBreakfast по итогам года в ресторанном бизнесе Санкт-Петербурга оценили петербургский рынок общественного питания как стабилизирующийся: объём рынка постепенно замедляет рост, заканчивая период неуклонного подъёма с 2013 года, когда произошло резкое падение.

Темп роста оборота рынка



Численность петербургских заведений за десять лет не увеличилась

— В 2016 году объём рынка общественного питания в Петербурге вырос на 13 процентов, в 2017-ом — только на 3,7, — отметил Станислав Ступников, руководитель направления торговой недвижимости ГК «БестЪ», в обзоре рынка. — Оборот в 2016 году составил 67,7 млрд рублей. В этом году, по прогнозам экспертов, он перевалит за 70 млрд рублей (см. график «Темп роста оборота рынка» — *ред.*).

На конец 2017 года, по словам Ступникова, в Санкт-Петербурге насчитывалось 5423 заведения общественного питания. 312 из них открылось в этом же году. Из них 12 заведений со средним чеком свыше 2000 рублей, а количество заведений с чеком до 1000 рублей и 1000–2000 рублей разделилось фактически пополам: 149 и 151 соответственно.

При этом 184 предприятия закрылось — таким образом фактическое увеличение сети петербургского общепита составило в прошлом году 128 заведений.

Журнал «Ресторановед» поднял статистику 10-летней давности, и она оказалась достаточно любопытной.

По тогдашним сообщениям Комитета экономического развития, промышленной политики и торговли администрации Петербурга, в 2007 году было открыто 267 предприятий, закрыто — 54 (фактическое увеличение сети составило 213 предприятий). Общая численность сети петербургского общепита составила 5645 предприятий, а оборот — 12 247 млн рублей (не забудем о девальвации рубля к 2017 году).

Таким образом, рынку Петербурга определённно есть, куда расти, — во всяком случае, по количеству заведений.

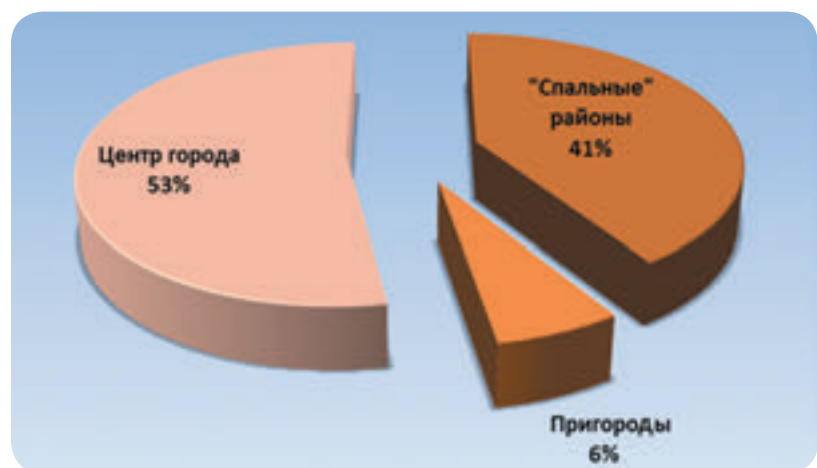
Процент предприятий быстрого обслуживания за десять лет снизился более чем в три раза

Большая часть заведений Петербурга по-прежнему сосредоточена в центре города (см. диаграмму «Географическое распределение предприятий общественного питания»), но количество предприятий в спальных районах перевалило за 40 % рынка. Об особенностях заведений в «спальниках» читайте в материале «Концепция как краеугольный камень ресторана в спальном районе» темы номера на стр. 66.

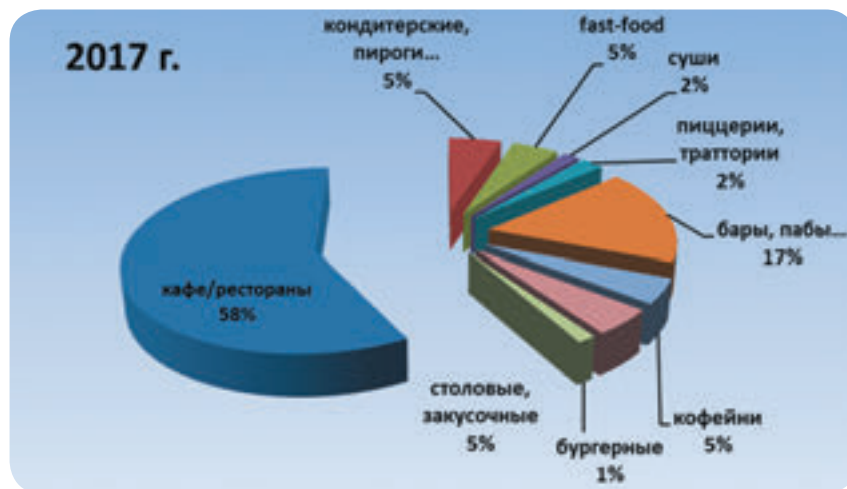
Наиболее популярными форматами также остаются кафе и рестораны, на втором месте по популярности открытия — бары и пабы (см. диаграмму «Популярные форматы»).

Интересно то, что за десять лет развития петербургского рынка в общем количестве заведений сильно снизился процент предприятий быстрого обслуживания. Даже если посчитать в диаграмме проценты фаст-фуда, столовых и впервые выделенных в отдельный сегмент бургерных вместе (а среди них вовсе не все заведения быстрого обслуживания), то в 2017 году они составят

Географическое распределение предприятий общественного питания



Популярные форматы



Петербург нацелен на этническую кухню

В прошлом году под руководством доктора социологических наук, профессора и ведущего эксперта по теме «Социология и экономика питания» СПбГУ Юрия Веселова было проведено социологическое исследование ресторанного рынка Санкт-Петербурга, которое показало картину рынка с точки зрения гостя. Профессор поделился ею на деловом завтраке рестораторов.

— Прежде всего, рестораторам следует подумать над тем, что, согласно исследованию, 40,6 % людей вообще не посещают заведения общественного питания, — отметил Веселов. — И именно это является фактором потенциального роста рынка!

По каким заведениям распределяются остальные гости, можно увидеть из диаграммы «В какие места общественного питания чаще всего ходят жители Петербурга».

При этом в столовые, кафе и заведения быстрого питания до 61% людей ходят несколько раз в неделю — по всей видимости, это связано с пятидневной рабочей неделей: сотрудники фактически перестали брать еду с собой, предпочитая питаться в заведениях где-то неподалёку. В рестораны ходят гораздо реже:

Гости выбирают заведение, прежде всего, за хорошую кухню, качественную еду, приемлемые цены и приятную обстановку, и лишь потом ценят в нём доброжелательность персонала, удобное месторасположение, скорость обслуживания. Наличие скидок, бизнес-ланчей и акций стоит в приоритете гостей на последнем месте.

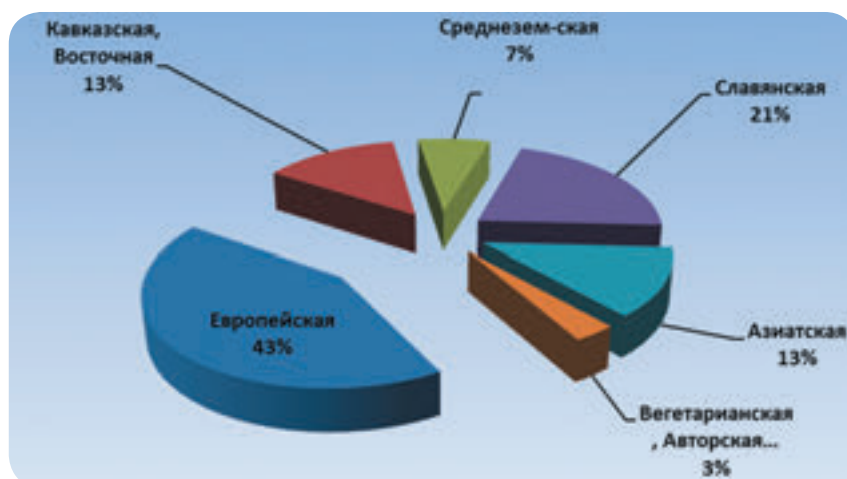
11% от общего количества. Между тем, в 2007 году эти предприятия занимали очень заметное место в городе: их насчитывалось 2054 штуки, а удельный вес в общем количестве предприятий отрасли составлял 36,4%.

Что касается популярных кухонь, то, по данным ГК «БестЪ», в 2017 году на первом месте остаётся европейская, далее — славянская, на третьем — азиатская и объединённая кавказская и восточная (см. диаграмму «Популярные кухни»). В 2007 году из национальных заведений были выделены предприятия с русской кухней, японской, китайской и итальянской.

— На рынке снижается количество суши-баров и растёт число заведений кавказской и восточной кухонь, — отмечает Ступников. — Кроме того,

среди рестораторов сегодня актуально развитие модных концепций и форматов — casual, региональных, авторских, вегетарианских и экзотических кухонь.

Популярные кухни



посещение ресторана несколько раз в неделю отметили 24% опрошенных, 21% — раз в месяц, а 3,3% сказали про ежедневное посещение ресторанов.

Что касается предпочтений конкретных кухонь, то, согласно исследованию СПбГУ, гости предпочитают в основном русскую и советскую кухни, далее — европейскую, кавказскую, японскую и китайскую.

— Петербург нацелен на этническую кухню! — утверждает профессор Веселов.

Заведение выбирается, прежде всего, за хорошую кухню, качественную еду, приемлемые цены и приятную обстановку, и лишь потом в нём ценятся доброжелательность персонала, удобное месторасположение, скорость обслуживания. А на последнее место при выборе заведения гости поставили наличие скидок, бизнес-ланчей и акций.

HI COLD №1
НАСТОЛЬНЫЕ ОХЛАЖДАЕМЫЕ ВИТРИНЫ

реклама

t°+2+7

2*GN V3 + GN V2	1000 мм
6*GN V3	1390 мм
5*GN V3 + GN V2	1485 мм
7*GN V3 + GN V2	1835 мм
9*GN V3	1970 мм
11*GN V3	2280 мм

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

Количество петербургских предприятий общественного питания только приближается к отметке 10-летней давности.

Организаторы BestBreakfast: ГК «БестЪ», «Дювернуа Лигал» и «СтройЭксперт» при поддержке генерального партнёра Dessert Fantasy, официального автомобильного партнёра «Авангард», официального партнёра «Технофлот», портала Arendator.ru и Федерации

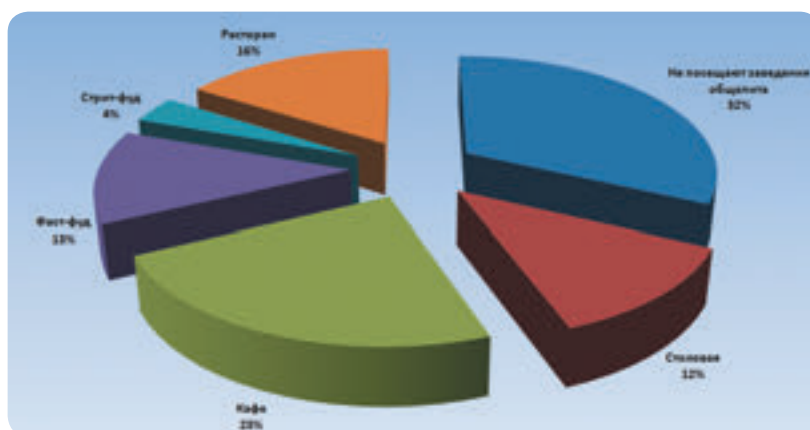
рестораторов и отельеров Северо-Запад.

Главный приз — подписка на журнал

На деловом завтраке рестораторов прошла лотерея, где журнал «Ресторановед» разыграл годовую подписку (2018 год, 9 номеров) с участием в Бизнес-клубе. Коммерческий директор журнала Евгения Кузнецова вытасила визитки двоих гостей: счастливыми оказались президент холдинга «Евразия» Алексей Фурсов и собственник ресторанный группы «ПирГорой» Дмитрий Дикман.

Кроме того, участникам делового завтрака, среди которых была шеф-редактор журнала «Ресторановед» Светлана Куликова, вручили фарфоровые тарелки «За вклад в ресторанное дело», расписанные художником Николаем Копейкиным (см. фото на стр. 14).

В какие места общественного питания чаще всего ходят жители Петербурга



Как ресторатору сохранить репутацию заведения после проверок



Владелец сети ресторанов «Мясо & Рыба», руководитель агентства оптимизации ресторанного бизнеса «РестКонсалт» Сергей Мионов в январе 2018-го года сообщил, что сотрудники одного из отделов полиции Москвы задержали работников одного из его ресторанов и обещали отпустить их в обмен на скидочные карты. История получила резонанс. В журнале «Ресторановед», Сергей Мионов рассказывает, как ресторатору сохранить репутацию заведения после многочисленных проверок.

Удары по репутации

На репутацию заведения («Мясо & Рыба» — ред.) проверка в ТРЦ «Кунцево плаза» повлияла негативно. Со стороны гостей это выглядело так: они увидели, что сотрудники полиции выводят наших сотрудников из ресторана, и факт нашей невинности в тот момент для них ничего не значил. Несмотря на общий негатив по отношению к полиции, у граждан существует высокая степень доверия к ней. И все считают: если что-то происходит, значит, мы нарушаем закон.

А у нас выводят больше десятка человек! Значит, мы его нарушаем очень сильно. А люди нам доверяют самое дорогое — свое здоровье. И если мы нарушаем закон в этом, то, может, нарушаем его и во всем остальном? Возможно, у нас опасно есть? И это был первый удар по нашей репутации.

Второй удар. В связи с проверкой гости, приходившие к нам в тот день в «Кунцево плаза» (мы продолжали работать, так как ресторан расположен в Торговом центре и не может закрыться просто так), не получали свои заказы вовремя. А голодный человек крайне раздражен, он не слушает никаких аргументов. Для него мы — плохо работающий ресторан, не более того. И если начать ему объяснять, что у нас нет сотрудников на кухне, ему это неинтересно. Более того, гость не готов вступить в диалог и что-то обсуждать. Потому что диалог возможен только тогда, когда у оппонентов есть некий взаимный интерес по его продолжению.

Здесь же взаимного интереса нет: гость понимает, что его уже не покормят и он высказывает весь свой негатив, таким образом выпуская пар. И чем будешь больше перед ним оправдываться и объясняться, тем больше негатива получишь в результате. Это патовая ситуация и для гостей, и для ресторана, и для менеджмента.

В ситуации, когда из ресторана забрали персонал, когда в зале

О рестораторе

Сергей Миронов родился 18 марта 1975 г. в Баку. В 2002 г. окончил Академию труда и социальных отношений по специальности «Юриспруденция». В ресторанном бизнесе с 1996 года. Первоначально работал в должности бармена, затем менеджера в известных клубах и ресторанах Москвы.

С 1999 по 2001 год занимал должность директора в клубе «Джентльмен Джек».

В 2002 году работал в должности генерального директора сети ресторанов при кинотеатрах «Пять звезд». С 2004 года вошел в состав её учредителей. В 2006 году создал агентство «РестКонсалт», специализирующееся на оказании консалтинговых услуг и антикризисного управления в сфере ресторанного бизнеса. В 2009 г. начал развивать в Москве франчайзинговые концепции Lizarran и Cantina Mariachi. В 2011 году Сергей Миронов участвовал в запуске ресторана Meat&Fish в ТЦ «Афимолл Сити», затем из-за разногласий с партнерами вышел из бизнеса, а в августе 2016 года выкупил Meat&Fish. В сентябре того же года он открыл второй ресторан Мясо&Рыба в ТЦ «Кунцево Плаза».

В декабре 2017 года открыл третий ресторан Мясо&Рыба в ТЦ «Ривьера», который стал самым большим рестораном Москвы, открывшимся за последние три года.

нет достаточного количества сотрудников, ты не успеваешь просто обслуживать гостей, а не то что объяснять им происходящее вокруг. Плюс — сами сотрудники находятся в стрессовой ситуации, не понимая, что произошло.

Для того, чтобы полноценно объяснить ситуацию, должна быть единая версия, рассказанная сотрудникам, которую они передают гостям. А здесь при отсутствии большого числа сотрудников, при занятости менеджерского состава этой проблемой, на вопрос гостя «Что произошло?» официант не понимает, что ответить.

Приносим извинения

В такой ситуации в ресторане, безусловно, нужно приносить гостям извинения, но делать это надо без ощущения чувства вины. Просто констатировать данный факт, но не виниться, ведь нашей вины тут нет. Излишнее прогибание в данной ситуации только спровоцирует раздраженного гостя, а не погасит возникший конфликт. И, конечно, в таких стрессовых условиях работы ресторана не надо брать с гостей денег за заказанную еду. Ведь основная претензия

у гостя — «я заплатил за то, что я не получил», а не в том, что он потерял время, пока ждал свой заказ. И когда гость не платит, претензия сразу снимается.

В том числе надо включать дальнейшие предпочтения гостям — взять у них телефон, связаться потом еще раз, пригласить их, предложить им бесплатное блюдо или бесплатный ужин и постараться максимально заглаживать вину. Потому что все равно, независимо от того, виноваты мы или нет, спровоцировали мы ситуацию или нет, мы не оправдали ожидания гостя, и это надо заглаживать.

Негатив может пойти и по сарафанному радио. Люди могут не только сами перестать ходить, но и сообщить своим друзьям или коллегам о том, что у нас какие-то проблемы с законом, что полиция десятками выводит сотрудников. Таким образом по сарафанному радио могут передать негативную информацию. И даже, скорее всего, передадут.

Возвращаем гостей

В результате проведенной проверки мы потеряли или могли потерять тех гостей, которые ходят к нам постоянно, которые живут в этом районе, которые уже являются нашими постоянными гостями и у которых наш ресторан в силу данного происшествия утратил доверие.

Как вернуть этих гостей? Надо в другой, более спокойной обстановке дать им максимальную информацию о том, что произошло. Мы попытались это сделать через СМИ, через социальные сети, через различные источники информации. Мы информировали депутатов Кунцевского района, максимально осветив события и сообщив им все наши действия и взаимодействия с силовыми структурами. Потому что это непосредственно их избиратели. И в дальнейшей работе с гостями, которые приходили в ресторан, постарались максимально им рассказать, что произошло, когда

они были настроены более позитивно и уже получили свою еду.

Сначала гости реагировали на наши объяснения очень плохо, они не готовы были их слушать, поэтому в тот день, когда проходила проверка, всех пришедших гостей кормили бесплатно. Как я и говорил: многие посчитали, что раз у нас кого-то задерживают, значит, мы в чем-то виноваты и нарушаем закон. И оправдания были никому не интересны. Потом, когда они увидели информацию в СМИ, они реагировали на это более адекватно. Высказывали нам всяческую поддержку и давали различные рекомендации. В том числе предлагали нам какую-то помощь.

Реакция СМИ

СМИ реагировали по-разному — от совершенно адекватного подхода к ситуации до ее неправильного освещения. Так, некоторые СМИ, чтобы не повторять информацию, которую уже успели опубликовать другие издания и попытаться найти какой-то новый контент, к сожалению, злоупотребили своим положением и подали ситуацию под другим углом, что было неверно.

К примеру, в СМИ разошлась информация о том, что ГУВД дало комментарий о том, что у нас поймано шесть или семь нелегалов, которые нарушили миграционное законодательство. При этом у нас не было обнаружено факта нарушения миграционного законодательства, и СМИ без проверки данного факта не должны были публиковать эту информацию. Но, видимо, кому-то захотелось придать ситуации остроту, показав, что мы тоже не белые и пушистые, и они злоупотребили своими возможностями. Мы впервые с этим столкнулись, и я был этим очень разочарован.

Пять советов рестораторам по сохранению репутации

Если вы попали в такую ситуацию, то, во-первых, не надо

оправдываться: надо объяснять ситуацию. Надо извиняться, но не виниться перед гостями. Во-вторых, придать ситуацию максимальной публичности. В-третьих, когда нарушена работа ресторана, ни в коем случае не брать с гостей деньги за заказы.

В-четвертых, постараться отработать ситуацию с гостями: связаться с ними позже, переговорить и заглаживать свою вину. И, конечно, выработать единую версию случившегося для персонала, чтобы он не выдавал отсебятину и не порождал дальнейшие «утки». Чтобы не было фантазий, которые потом могут быть как-то не так интерпретированы в ущерб репутации ресторана. К сожалению, люди могут приукрашивать и выдавать свои идеи и мысли за случившийся факт.

Как ресторатору сохранить свою репутацию

Ресторатору в такой ситуации стоит придавать все факты максимальной огласке и показывать, что он готов сотрудничать, готов выполнять законные требования и разбираться в рамках российского законодательства, а не понятийно. Таким образом подчеркивая и показывая, что он уверен в качестве своего продукта. В данном случае максимальная публичность играет на сохранение репутации.

Мы пока не можем оценить ущерб, причинный полицейской проверкой нашему ресторану. Репутация бесценна. Сколько мы потратим на восстановление репутации, мы тоже пока не можем сказать. Возможно, эта сумма будет предъявлена как компенсация вреда, нанесенного предприятию.

Выставка оборудования,
продукции и услуг для
ресторанов, кафе и пекарен



17-19.04.2018

КВЦ «Сокольники»



Организатор
Группа компаний ITE
+ 7 (499) 750-08-28
foodservice@ite-expo.ru

Промокод **fsm18iRTDN**

Получите бесплатный
электронный билет на сайте
www.foodserv.ru

DUO Блинов & Маликов: за идею!

Как петербуржцам, которые едут в Москву «отведать чего-нибудь новенького», сложно пройти мимо ресторанов, например, братьев Березуцких или Сергея Ерошенко, так и москвичам и гастрономам из регионов, приезжающим в Питер посмотреть, что тут и как в плане еды, невозможно не посетить хотя бы одно из теперь уже трех заведений Блинова (на фото справа) и Маликова – DUO Gastrobar, Tartarbar или DUO Asia. Сегодня Дмитрия Блинова можно назвать, пожалуй, одним из самых популярных шеф-поваров и рестораторов Петербурга. Настоящий прорыв случился у него во многом благодаря его бизнес-партнеру Ренату Маликову, с которым он дружит с давних пор, еще со времен совместной работы в ресторане «Зималето». Дмитрий сейчас – человек публичный, лицо проектов. А Ренат не любит света камер и вопросов журналистов, предпочитая просто работать и... оставаться в тени. Но для нас он сделал исключение, рассказав об общем с Дмитрием подходе к бизнесу.





Ресторан DUO Asia по площади фактически такой же, как Tartarbar и DUO Gastrobar вместе взятые

Деньги — не самоцель. Мы выбрали путь «за идею»

Поэтому, когда Дмитрий вместе с Ренатом открывали свой первый ресторан, оба понимали, что только предельная требовательность к себе сделает заведение таким, каким они хотят его видеть.

«В предыдущих ресторанах я постоянно с кем-то конфликтовал, выяснял, кто виноват. Меня раздражали люди в зале в одежде. Я спрашивал администратора: «Как вы их пускаете?» — «А как же иначе, — мне отвечали, — они же гости». А здесь спрашивать не с кого: виноват во всем сам. Если у тебя не горит лампа или течет кран, то виноват только ты. А до этого работаешь, проходишь в зал, видишь, что не работает лампа. Не работает три недели. Идешь к директору, директор идет к администратору, администратор — к официантам, те вызывают слесаря, сантехника — всех вызывают, а лампа не горит.

— А если здесь лампа не горит?..

— А здесь лампа — горит!»

Это выдержка из интервью Блинова-2014 журналу «Ресторановед» в первые месяцы работы DUO Gastrobar`а. И удивительно не то, что высокая планка была поставлена тогда, изначально. Прекрасно то, что ребята сумели и потом, по прошествии времени, не расслабиться. Это позволило им отдать деньги инвестору (без которого, конечно, не обошлось) уже через пять месяцев после открытия заведения: поток гостей зашкаливал, превысив все мыслимые и немыслимые прогнозы.

— Деньги — это не самоцель, — объясняет Маликов. — Цель — доказать городу, доказать людям, которые к нам ходят, и людям, которые к нам не ходят, что вкусная еда за честные деньги — это возможно и правильно. И так должно быть.

— Есть два пути развития: либо за «бабки», либо за идею, — подхватывает Блинов. — Они потом могут слиться. Но изначально

ты выбираешь только один. Мы выбрали путь «за идею». Потому что говорить о каких-то баснословных деньгах в ресторане на 24 посадочных места вообще не приходилось.

И не приходится до сих пор! Три ресторана с вменяемыми средними чеками (а ребята не планируют поднимать цены!) — это в три раза выше расходы.

Прикрывая спины друг друга

Ренат — повар. Но так получилось, что в их дуэте за кухню всегда отвечал Дмитрий. И в названии первого заведения они четко обозначили, что их двое, и работают они всегда на равных, но Дмитрий был на виду, Ренат — рядом.

— Я даже в социальные сети не выкладываю ничего, — улыбается он. — Мне хватает живого общения.

Живого общения в зале: он, несомненно, бывает на кухнях

своих ресторанов, когда там нет Дмитрия, но все же больше работает в зале — с персоналом и, если нужно, гостями. Точно так же как Дмитрий, когда в заведении нет Рената (а теперь они все реже бывают вдвоем в одном ресторане), успевает контролировать зал. Они оба — рядом, прикрывают друг друга спины. И это дорогого стоит!

При всей серьезности отношения к делу и к бизнесу у них нет никаких письменных договоренностей. «Когда возникают какие-то вопросы, мы просто садимся и разговариваем», — объясняют они. У них изначально были не партнерские, а дружеские отношения — таковыми они и остаются.

Как остается полное единение во взглядах. Может быть, еще и поэтому в DUO битком каждый вечер — так же, как и в Tartarbar`e, так же, как и в Asia?

У всех ресторанов оборот стула ниже, чем в DUO

Когда первый летний сезон DUO Gastrobar`а прошел, а на улице было столько же посадок, сколько и внутри ресторана и все всегда было занято, Дмитрий с Ренатом поняли, что мало того, что люди зимой не смогут к ним попасть — они могут уже и не захотеть этого делать.

— И со временем мы можем растерять всех гостей, потому что им просто надоест пытаться попасть в ресторан, в который нельзя попасть, — смеется Блинов. — А если мы летом могли за день шесть раз менять сорок посадок, то сделать это же самое зимой, когда их всего двадцать, сложно.

Поэтому сначала они решили придумать рядом некий «бар ожидания мест». Но быстро поняли: какие места можно ждать, когда все в резерве на весь день? Так возникла идея отдельного бара — отдельного проекта, под который надо искать свое помещение.

— Но оно в любом случае должно было быть рядом! — уточняет Ренат. — От DUO до Tartarbar`а у нас 15 минут пешком, и когда где-то в одном ресторане нет мест, мы отправляем гостей в другой.

Чаще в Tartarbar, который больше по площади, и только днем: вечером везде посадки полные.

— Или, бывает, гости приезжают не в тот ресторан, который бронировали, — рассказывает Дмитрий. — А недавно был настоящий коллапс: внезапно вырубил свет в DUO, мы вызвали службу такси и отправили всех гостей в Tartarbar. Там 42 посадки, оборот стула четыре-пять раз.

Феномен Блинова

Дмитрий Блинов всегда вызывал пристрастное внимание коллег, поначалу считавших его просто нахальным мальчишкой. Не без основания считавших: именно таким он и был, доказывая (и доказав впоследствии) право на собственное видение кухни. Сейчас статус «мальчишки» поменялся на «молодого человека», а «нахальный» — на «независимый». Влетев еще в училище на ресторанный рынок Санкт-Петербурга поваром, 20-ти-с-немногим-летний Дмитрий Блинов очень быстро стал шеф-поваром ресторана «Зималето» одноименной ресторанной группы. Ушел в ITALYGroup, вернулся в группу «Зималето» — шеф-поваром ресторана Freeman, s, который был недолго открыт на Казанской. И понеслось...

Так получилось, что это мое, наверное, четвертое интервью с Блиновым для журнала «Ресторановед» за, наверное, лет 12: первое было как раз тогда, когда он стал в «Зималето» шеф-поваром. Помню его в те времена: по виду — реально мальчик, закончивший ПТУ. И по факту — мальчик, закончивший ПТУ, точнее, кулинарный техникум. Правда, успевший поработать в нескольких заведениях и с несколькими очень значимыми шеф-поварами: с Феликсом Маминым (уже, к сожалению, ушедшим) в «Трактире Разгуляй»; с итальянцем Дженоро





Пеллузо в ресторане Vox; с португальцем Мартином Делфином. Все просто: Блинов всегда работал сразу в двух-трех заведениях, изучая параллельно русскую, европейскую и итальянскую кухни. Поэтому когда пришел в «Зималето» су-шефом, очень быстро поднялся на следующую ступень, став шеф-поваром. Там, в «Зималето», Дмитрий познакомился с Ренатом Маликовым. У ребят фактически сразу сложились хорошие отношения. А поняв, что и интересы одинаковые, и взгляды на жизнь совпадают, они подружились. Вместе работали еще в нескольких проектах этой же группы, вместе перекочевали в ITALYGroup, вместе вернулись в РГ «Зималето» — в ресторан Freeman, s. Как понятно сейчас, ставший плацдармом для открытия первого DUO. «Ни оливье, ни борщ, ни салат «Цезарь» в меню не предусмотрен. Это было

первое условие, которое я обговаривал с ресторатором, — то, что здесь будет только то, что я сам хочу видеть и готовить», — это выдержка из одного интервью с Блиновым-2013 во время его короткого пребывания во Freeman, s. И еще: «Это та еда, которую я придумал именно здесь, а не потому, что посмотрел телевизор, а там Джейми Оливер делал какой-то салат. У нас не подают то, чему успел научиться повар, проработав в двух ресторанах, прежде чем стать шеф-поваром. И теперь он «создает» меню в своем: половину блюд из одного ресторана, половину — из другого. Именно так делаются меню в большинстве ресторанов, куда заходишь, и разницы, в общем-то, не замечаешь, будь там средний чек в две тысячи рублей или в 220». Узнаете друга Диму? Он и сейчас подпишет под каждым своим словом. Понимаете, почему к нему

пристрастны коллеги? Все просто: внешне будучи мальчишкой, он всегда имел железный стержень внутри и говорил то, о чем другие молчали. И доказывал делом возможность работы по-другому.

10 января 2014 года Блинов вместе с Ренатом Маликовым открыл первый ресторан — DUO Gastrobar. Заведение сразу же вошло в топ-рейтинг национальной премии Where to eat, заняв 2 место в номинации «Лучшие рестораны Петербурга» в 2014 году, 1-е — в 2015-м, 6-е — в 2016-м, 11-е — в 2017-м.

28 декабря 2015 года Дмитрий с Ренатом открыли Tartarbar, занявший 4 место по итогам национальной премии Where to eat в номинации «Лучшие рестораны Петербурга» в 2016 году и 1-е — в 2017-м.

14 августа 2017 года бизнес-партнеры открыли ресторан DUO Asia. Ждем Where to eat-2018.

Дмитрий Блинов — победитель номинации «Шеф-повар года» 2016 и 2017 годов по итогам национальной премии Where to eat. Он женат, воспитывает трехлетнего сына.

1000–1200 рублей средний счет в DUO и Tartarbar, е, 1200–1500 рублей — в DUO Asia. Качественные продукты, небольшая маржа, большой оборот — это не более чем установка Блинова и Маликова. Как достичь этого — вот что волнует рынок.

” *Есть два пути развития: либо за «бабки», либо за идею. Они потом могут слиться. Но изначально ты выбираешь только один. Мы выбрали путь «за идею». Потому что говорить о каких-то баснословных деньгах в ресторане на 24 посадочных места вообще не приходилось.* **“**
(Дмитрий Блинов)

— Ниже, чем в DUO...

— У всех ресторанов оборот стула ниже, чем в DUO, — смеется Блинов. — Если не брать вокзалы.

— Дима, в чем ваш секрет?.. У вас ни в одном заведении нет детской комнаты, да что там комнаты — стульев детских нет, вы не проводите банкетов и свадеб. При этом — мгновенный взлет DUO, полная заполняемость, люди на улице, запись на неделю вперед... И все это — только потому, что демократичный средний чек?.. Да ну, магия какая-то.

— Заведение-то маленькое, — он молчит.

— Да сколько их, таких маленьких заведений?

— А сколько маленьких заведений, в которых работают профессиональные повара? — хитро улыбается. И сам себе отвечает: — Я думаю, ни одного. Правда, давайте посмотрим: вы видели заведение на двадцать мест, чтобы там работали профессиональные повара? Я говорю о ресторане, а не просто о «кафе домашней кухни». Ничего плохого про них не хочу говорить, но это совершенно другой формат. Я думаю, что DUO один такой.

Во всех наших ресторанах свои шеф-повара и управляющие — те, которых мы сами вырастили

— Но вот появляется Tartarbar. И ваши обязанности возросли, наверное, не в два, но в полтора раза?

— Наверное, в два раза, — они смеются. — На самом деле, у нас работают достаточно хорошие ребята, которые и заняли здесь руководящие должности. Сейчас во всех наших ресторанах свои руководители, свои шеф-повара и управляющие, — те, которых мы сами вырастили. У нас даже есть человек, который занимается HR!

Хотя заведения Дмитрия и Рената небольшие, количество персонала в них порядка 110–120 человек: по сути, на каждую посадку один сотрудник.

— На один стол один сотрудник точно! — подхватывает

В DUO Gastrobar всего 24 посадочных места, но оборот стула выше, чем здесь, только в ресторанах на вокзале





Tartarbar: до DUO Gastrobar отсюда 15 минут пешком, и когда в одном ресторане нет мест, гостей отправляют в другой

Ренат. — И нам нужны только профессионалы: не студенты, решившие подработать, а именно профессионалы высокого уровня, приходящие к нам на постоянную работу. Мы их очень тщательно отбираем, прогоняя через уже открытые рестораны. Но ни я, ни Дима сами уже не можем заниматься каждым из вновь пришедших: для этого нам и нужен HR-специалист.

Это банально, но уважение друг к другу реально работает!

— Если бы у нас не было нашей команды, мы не смогли бы открывать рестораны, — говорит Дмитрий. — Потому что мы делаем это не только для того, чтобы удовлетворить свои амбиции, но уже и амбиции ребят.

Все наши директора — и Максим Дмитриев, и Георгий Тычинский, и Иван Куликов — это те самые ребята, которые работали официантами в DUO три-четыре года назад. Только тогда им было 19–23 года, а сейчас, соответственно, 23–27 лет, они выросли, им хочется какого-то развития. При этом у нас нет управляющего состава, который сидит в «офисе»: все шеф-повара работают на кухне, директора — в зале, — точно так же, как и остальные. Как и мы с Ренатом, собственно.

— Люди хотят развиваться, и либо мы даем им эту возможность, либо они от нас уходят и пытаются развиваться в другом месте. А мы бы этого не хотели, — Ренат.

— Мы даем им условия, которыми бессмысленно пренебрегать. У нас хорошая зарплата, хорошие отношения в коллективе, и нам это важно. Мы предупреждаем людей, когда берем их на испытательный срок: помимо профессиональных качеств нам важны человеческие. И если ты не сможешь

” Наша цель — доказать городу, доказать людям, которые к нам ходят, и людям, которые к нам не ходят, что вкусная еда за честные деньги — это возможно и правильно. И так должно быть. **“** (Ренат Маликов)



Премия Where to eat как победитель номинации «Шеф-повар года» Дмитрий Блинов получает второй год подряд

общаться с су-шефом, с заготовщиком, с мойщицей, какой бы ты суперпрофессионал ни был, нам придется с тобой расстаться, — Дмитрий.

— Это банально, но уважение друг к другу реально работает! — оба.

Быстрее, чем у нас, работать невозможно!

Новый ресторан DUO Asia на 65 посадочных мест ребята тоже открывали так, чтобы он был в зоне пешеходного доступа: от Tartarbar, а до него минут 20 пешком. И если Tartarbar появился фактически по необходимости, из «зала ожидания», то Asia — потому что и тому,

и другому владельцу нравится азиатская кухня.

— У нас много азиатских блюд, мы давно используем сочетания типа «соевый соус-имбирь-чеснок», мы сами очень любим условную «панасию» — это требовало своего логичного развития, — объясняет Дмитрий. — Поесть все это в городе нам сложно. Потому что — ну, есть несколько ресторанов (сейчас их больше): в каких-то слишком дорого, в каких-то невкусно, в каких-то — и дорого, и невкусно, — смеются. — А нам показалось, что мы можем сделать ресторан по-другому — не так, как у всех.

И открытия Tartarbar, а, и открытия Asia гости ждали с нетерпением. А объем работы

владельцев возрос значительно. Если в первом DUO большую часть работы каждый из них выполнял сам, то в DUO Asia многое приходится перекладывать, как они говорят, на другие плечи.

— И там ты уже физически не можешь любую ситуацию просто взять и разрулить сам, отодвинув официанта, — объясняет Дмитрий. — Поэтому в Asia нам пришлось полностью менять систему работы и в зале, и на кухне. Ведь этот ресторан и по площади, и по закупкам, и по отдаче блюд фактически такой же, как Tartarbar и DUO вместе взятые, — там и ошибку можно не сразу увидеть, а значит, ее цена возрастает. И ставить работу в таком большом заведении нужно по-другому.

— Должны ли повара на кухне там работать быстрее?

— Они везде у нас работают быстро, — улыбается Дмитрий. — Но чтобы соблюсти временные рамки, которые соблюдаются у нас в двух других заведениях, нужна другая

” Нам нужны только профессионалы: не студенты, решившие подработать, а именно профессионалы высокого уровня, приходящие к нам на постоянную работу. “
(Ренат Маликов)

система резервации, другое построение работы в целом. В DUO и Tartarbare у нас официанты работают все вместе, все друг другу помогают. В Asia надо делиться по зонам — иначе ты вообще не успеешь вовремя обслужить гостя.

В среднем на обслуживание гостя отводится два часа: за это время ему нужно отдать три-четыре блюда и напиток.

— То есть задачи работать быстрее поварам не ставится? — уточняю я. — Более быстро, чем в DUO и Tartarbar, е, им в Asia работать не нужно?

— Невозможно! — смеется Блинов. — Быстрее работать невозможно!

— Если вам необходимо пообедать быстро, то вы говорите об этом официанту и обедаете в три перемены за 15–20 минут, — поясняет Ренат. — Все зависит от скорости, необходимой гостю. Дмитрий так отладил работу на кухне, что первые закуски во всех трех ресторанах появляются на столе через три-четыре минуты после заказа.

Каждый шеф-повар в мое отсутствие руководит вместо меня — так, как это сделал бы я

И, раз технологические моменты налажены, у Дмитрия появилось больше времени заниматься тем, что более всего по душе — обновлением меню и... ручной работой на кухне. Ренат полностью окунулся в сервис — работу в зале, стараясь ежедневно бывать хотя бы в двух ресторанах из трех.

— Слушайте, но вас ведь двое, а заведений три: явно в одном кого-то из вас нет...

” Дмитрий так отладил работу на кухне, что первые закуски во всех трех ресторанах появляются на столе через три-четыре минуты после заказа. **“** (Ренат Маликов)

” Мы предупреждаем людей, когда берем их на испытательный срок: помимо профессиональных качеств нам важны человеческие. И если ты не сможешь общаться с су-шефом, с заготовщиком, с мойщицей, какой бы ты суперпрофессионал ни был, нам придется с тобой расстаться. **“** (Дмитрий Блинов)

— Процесс отработан, все справляются со своими задачами, поэтому не критично, если в ресторане нет ни одного владельца, — отвечает Ренат.

— Я продолжаю руководить кухней, — объясняет Дмитрий. — Но весь организационный процесс, который мною поставлен при открытии, работает. И каждый шеф-повар — Иван Фролухин, Евгений Югай и Николай Зернаев — в мое отсутствие может и должен руководить вместо меня: так, как это сделал бы я. Да, я думаю о новых меню, но каждый из них вовлечен в этот процесс, каждый может что-то придумать. А в Asia шеф вообще достаточно сильно участвует в смене меню: он что-то придумал, рассказал мне, показал ребятам, все попробовали — понравилось, запустили. Я это блюдо могу попробовать уже дня через три-четыре.

В DUO Asia на Рубинштейна пекут хлеб на все заведения, делают пасту: площадь этого ресторана 320 кв. метров, он поделен пополам на кухню и зал — грех не воспользоваться возможностью и не устроить здесь кухню по своему вкусу. Но заготовки там не делают.

А в кухнях DUO Gastrobar, а и Tartarbar, а используется каждый сантиметр.

— Я могу книгу написать о том, как построить кухню на трех

квадратных метрах, — улыбается Дмитрий.

В первом DUO площадь зала 54 кв. метра, 12 кв. метров — мойка и холодный цех, еще порядка 12 кв. метров — горячий цех.

— На этих 12 метрах потребляется порядка 50 кВт электроэнергии: там помещается все. Это самая маленькая и самая производительная кухня, в которой я был! — смеется Блинов.

Дотационных ресторанов у нас нет

DUO окупил себя еще в 2014 году, Tartarbar — в этом. У Asia все впереди, но на точку безубыточности это заведение вышло в первый же месяц работы.

— У нас ни одного дня не было без прибыли, — говорит Дмитрий. — Дотационных ресторанов у нас нет!

Так в чем же секрет, в чем загадка этого повара, на которого столь пристально смотрит ресторанный братия всего Петербурга — а, пожалуй, и не только Петербурга? Да нет никакого секрета. Профессионализм. Упорный труд. Верность и честность в профессии и в дружбе. Справедливое отношение к персоналу. Глубокое уважение к гостям, достойных — он уверен в этом! — вкусной еды по адекватной цене. И снова, и снова — упорный труд. Банально, а? Попробуйте повторить!

Светлана Куликова
Фото Николая Малышева,
Юрия Ермолова,
Юрия Дормидошина
и присланные владельцами
ресторанов

Кавказское гостеприимство



С 5 по 7 апреля 2018 года в Баку Экспо Центре пройдет 12-я Кавказская международная выставка «Все для отелей, ресторанов и супермаркетов» HOREX Caucasus 2018. Единственное специализированное событие сферы гостеприимства Южного Кавказа и Каспийского региона HOREX Caucasus, которое создает прекрасные возможности для демонстрации товаров и услуг, эффективного обмена идеями и опытом с ведущими игроками индустрии, покупателями и партнерами, анализа конкурентоспособности рынка и налаживания прочных деловых связей. Ежегодно выставку посещают компании-производители, поставщики продукции, эксперты, а также широкий круг потребителей.



В этом году на выставке планируется участие компаний из Азербайджана, Италии, России, Турции и других стран, представляющих мощные средства, оборудование для профессиональной уборки, продукцию из нержавеющей стали, посуду, а также кофе, кофе-машины, вендорное оборудование, прачечное оборудование и воздухоочистительные фильтры для сектора HoReCa.

Поддержку выставке оказывает Министерство культуры и туризма Азербайджанской Республики. Выставка также поддерживается Национальной конфедерацией организаций предпринимателей (Работодателей) Азербайджанской Республики и Фондом поощрения экспорта и инвестиций в Азербайджане. Организаторами выставки являются компании Itesa Caspian и ITE Group.

Таким образом, HOREX Caucasus, отражая потребности интенсивно развивающегося отельного бизнеса в Азербайджане, станет идеальной рабочей площадкой для профессионалов отельной и ресторанной индустрии в Азербайджане.



HOREX
CAUCASUS

реклама

HOTEL
CAUCASUS

restaurant
CAUCASUS

supermarket
CAUCASUS



HOREX
CAUCASUS

12-я КАВКАЗСКАЯ
МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

**ВСЕ ДЛЯ ОТЕЛЕЙ,
РЕСТОРАНОВ И
СУПЕРМАРКЕТОВ**

5-7 АПРЕЛЯ 2018
БАКУ, АЗЕРБАЙДЖАН
БАКУ ЭКСПО ЦЕНТР

ОРГАНИЗАТОРЫ



Тел. : +99412 404 10 00
Факс : +99412 404 10 01
E-mail : horex@iteca.az

www.horex.az

#HorexCaucasus

 www.facebook.com/HorexCaucasus

Побудьте немного ШПИОНОМ

ПРИ НАЙМЕ СОТРУДНИКА СТОИТ ЗАРАНЕЕ УЗНАТЬ О НЕМ КАК МОЖНО БОЛЬШЕ



Ресторанный рынок в России достаточно мал. По истечении буквально двух-трех лет работы в нем вы уже будете чувствовать себя как рыба в воде и знать основных игроков в лицо. Но если у вас нет опыта в этой сфере и вы только хотите открыть ресторан или кафе, то вы понимаете важность рекомендаций о сотрудниках и возможностей их получения.

Нина Макогон,

основатель кадрового агентства по подбору персонала в рестораны и отели

Написание этой статьи меня подтолкнул очередной случай. К нам в агентство поступило резюме шеф-повара. Его портфолио было идеальным, в наличии были стажировки в Европе у достаточно известных гуру гастрономии — все плюсы налицо. Единственное, что насторожило, — кандидат

уже более трех месяцев ищет работу. Мы начали проверку резюме, а именно обзвонили его предыдущих работодателей. Последние два работодателя, чьи контакты были указаны в анкете, сообщили, что у кандидата склочный характер, и именно поэтому они с ним расстались. Остальные отвечали уклончиво.

Таким образом удалось достаточно быстро докопаться до истины и узнать, в чем проблема. Нам в тот раз повезло сделать это быстро.

Порой же удача приходит не столь мгновенно, и нужно точно знать, как получить реальный отзыв о работнике. Как же это сделать?

Проверить контакты кандидата

Все просто: вы просите будущего работника сообщить вам контакты как минимум последних пяти работодателей и коллег, с которыми он недавно сотрудничал.

Обратите внимание на следующее:

А. Быстро ли кандидат предоставил вам нужную информацию. Если он тянет — это первый повод для того, чтобы насторожиться.

Б. Кандидат предоставил контакты только своих коллег (а должен еще работодателей или непосредственных начальников): второй повод.

В. Все в голос хвалят кандидата как сотрудника. Попробуйте докопаться до истины, уточните, какие минусы у него есть в профессиональном и личном плане? Возникали ли конфликтные ситуации и как они разрешились?

Позвонить на предыдущие места работы

Не бойтесь взять трубку и набрать прямой городской номер. Обязательно попросите к телефону менеджера или управляющего и уточните, действительно ли человек работал в данном ресторане. Если да, то когда и как долго.

Насторожьтесь, если его не помнят уже после нескольких месяцев работы: это может говорить о том, что кандидат указал недостоверную информацию (хотя может быть и то, что в ресторане полностью сменилась команда — но об этом вам должны сказать).

Навести справки через знакомых

Пожалуй, это самый действенный способ получения достоверных рекомендаций. Если же у вас совсем нет связи с предыдущими работодателями кандидата, попробуйте

Заметки на полях

” Насторожьтесь, если кандидата не помнят уже после нескольких месяцев работы: это может говорить о том, что он указал недостоверную информацию (хотя может быть и то, что в ресторане полностью сменилась команда — но об этом вам, скорее всего, скажут).

К нам поступило резюме шеф-повара. Его портфолио было идеальным, в наличии были стажировки в Европе у достаточно известных гуру гастрономии — все плюсы налицо. Единственное, что насторожило, — кандидат уже более трех месяцев ищет работу...

Не доверяйте только одной негативной рекомендации. Бывает, что о человеке намеренно распространяют негативные слухи, потому что он, например, когда-то уволил нерадивого сотрудника за прогулы и ряд других нарушений дисциплины... “

уточнить рекомендации через знакомых. Зачастую бывает так, что вам как человеку со стороны дадут только «официальную версию» расставания с работником — тогда как знакомым по секрету поведают детали, о которых сложно рассказать незнакомому человеку.

Но не доверяйтесь только одному из указанных случаев: если вы качественно подходите к данному процессу, то и результаты вас приятно удивят!

Как делать не надо

Хочу поделиться историей о том, как не надо делать.

Мы предложили одному из рестораторов шеф-повара с богатым опытом, отличными рекомендациями и хорошим портфолио. Но ресторатор тянул с ответом. Мы хорошо понимаем, что если работу ищут хорошие адекватные сотрудники,

то находят ее в кратчайшие сроки, так что нужно было ловить момент — о чем мы и сообщили владельцу заведения.

Он ответил, что один из су-шефов, который работает сейчас на другом объекте, негативно отозвался о нашем кандидате. Когда нам удалось выяснить, кто же дал такие рекомендации, оказалось, что около года назад шеф-повар уволил нерадивого сотрудника за прогулы и ряд других нарушений дисциплины. А тот в отместку распространял о нем такие слухи.

Поэтому, уважаемые рестораторы, уделяйте внимание рекомендациям и проверяйте их по несколько раз. Это позволит вам найти тот бриллиант, который украсит ваш новый проект и обеспечит ему долгое и успешное будущее!

Большой Санкт-Петербургский **Welcome Forum** рестораторов и отельеров

19–21 марта 2018 г. в «AZIMUT Отель Санкт-Петербург»

- около 100 лекций и практических семинаров
- более 60 профессиональных спикеров
- 8 залов и учебных классов
- выставочное пространство
- открытая сцена
- неограниченным объемом новых знаний

Лейтмотив мероприятия — развитие и повышение доходности бизнеса, новые форматы и концепции. Будет представлена обширная деловая программа, как по гостиничному, так и по ресторанному бизнесу. В ней не только лекции и презентации готовых проектов. Максимальное внимание будет уделено практической части — профессиональным тренингам, интерактивным семинарам, тематическим диспутам.

Форум открывает возможности получения уникальных знаний, эксклюзивной информации «из первых рук», помогает установить необходимые деловые контакты, а также служит платформой для реализации долгосрочных бизнес-коммуникаций с ведущими игроками рынка.

В программе для гостиничного бизнеса :

Управление. Организация работы различных служб. Безопасность в отеле. Разработка и внедрение программ лояльности. Повышение эффективности работы персонала.

Продажи и маркетинг. «Как забрать гостя у конкурента?». Оптимизация работы отдела продаж. Тренды отельного маркетинга. «Работа с OTA: как получить максимум пользы?».

Реклама и PR. Результативное продвижение отеля с минимальными вложениями. «Ошибки в рекламе и PR. Эффективность партнерских программ.

Финансы. «Что нам стоит дом построить?». Перспективные форматы гостиничных объектов. Источники финансирования. Повышение доходности.

Развитие. Выход на новый уровень. «Must Have» для отельера. Реновация гостиничного объекта.

Спикеры — признанные эксперты рынка, успешные отельеры, ведущие специалисты индустрии гостеприимства. Среди них Вадим Прасов, Анна Шишкина, Алексей Кутчер, Владимир Костромин, Иван Арцишевский, Лилия Биткулова и еще более 30 профессиональных спикеров.

В программе для ресторанного бизнеса:

Концепция проекта. Выбор наиболее успешной концепции и ее реализация с пошаговыми рекомендациями.

Позиционирование проекта. Поиск наиболее эффективной стратегии продвижения и формирования имиджа проекта.

Пути повышения доходности. Анализ возможных способов увеличения прибыли предприятия. Повышение эффективности продаж и увеличение доходности

Расширение целевой аудитории проекта. Выбор каналов распространения информации о проекте и оптимальных вариантов привлечения гостей.

Формирование команды. Методы создания эффективно работающего коллектива. Способы материальной и нематериальной мотивации сотрудников.

Вся подробная информация
о мероприятии:
www.welcome-forum.ru

Приглашаем к участию действующих отельеров и рестораторов, а также инвесторов, предпринимателей, планирующих открытие собственного проекта индустрии гостеприимства.

Для компаний-поставщиков товаров и услуг для отелей и ресторанов предоставляется масштабная площадка для презентации продукции — более 1000 кв. м. под застройку рекламных стендов. Станьте партнером мероприятия и получите выгодные контракты, полезные деловые знакомства, новые знания и бесценный опыт.

ЯРКО!

ярмарка ресторанных концепций

Бизнес-форум готовых решений, проектов и франшиз

Основная задача «ЯРКО» - представить широкой аудитории наиболее успешные ресторанные проекты и концепции.

На Форуме вы узнаете о принципах и правилах **создания успешного и прибыльного заведения** в самых популярных форматах: от фаст-фуда и стритфуда до стейк-хауса и гастрономического ресторана.

2 дня, четыре зала, более 30 ведущих экспертов, презентация франшиз! Специальная закрытая программа для инвесторов, владельцев и топ-менеджеров предприятий ресторанного бизнеса.

Специальный гость и модератор — ресторанный аналитик и мастер продвижения ресторанных проектов **Олег Назаров!**

Спикеры — **ведущие рестораторы Москвы и Санкт-Петербурга**, в том числе номинанты на премию «Пальмовая ветвь 2018», представители списка лучших заведений Национальной ресторанной премии Where to eat 2017, шеф-повара, эксперты в области маркетинга.

21 марта состоится RestoRound (РестоРаунд) – бизнес-тур по 5–6 главным заведениям города, представляющим наиболее популярные концепции, представленные на Форуме. Вы сможете лично увидеть как построены и как работают эти проекты, задать вопросы владельцам и управляющим, получить уникальную эксклюзивную информацию из первых рук.



Олег Назаров, ресторанный аналитик и мастер продвижения ресторанных проектов



Наталья Митчина, директор по развитию Beer Family Project



Игорь Мельцер, владелец ресторана La Perla fishhouse (бывшая «Матросская тишина»)



Серж Фери, французский шеф-повар отелей «Астория» и «Англетер»



Леонид Гарбар, президент Федерации рестораторов и отельеров Северо-Запад



Александр Затуливетров, генеральный директор управляющей компании SkyRest

и еще **более 30 ведущих экспертов** ресторанного бизнеса

Участникам Бизнес-клуба журнала «Ресторановед» и Делового клуба отельеров «Современный отель» - скидка 35 % на билеты!

Координатор: Наталья Симченко

Тел. редакции: (812) 493-33-73, 493-44-04 **E-mail:**
bc.restoranoved@mail.ru

Инвентаризация: сводим концы с концами на кухне, в баре и в зале

Страшное слово «инвентаризация», которое настигло всех нас из советского прошлого, сегодня никуда не ушло, а лишь обрело более современные черты. В каждом ресторане каждый месяц как минимум три подразделения подвергаются данной процедуре — кухня, бар и зал. Иногда ради остротки можно самостоятельно провести выборочную внеплановую проверку, дабы держать персонал в постоянной бодрости духа и кристальной честности.



Елена Львовская, управляющий директор ресторана FermA на Финляндском, директор по развитию White Group (все рестораны и кафе-кондитерские FermA и «Чайка»)

Оценка активов и инструмент контроля персонала

Но — начнем по порядку: для чего существует инвентаризация?

Безусловно, в первую очередь, это объективная оценка

существующих активов, что очень полезно для руководителей предприятия. Реальные остатки всегда дают откровенную картину происходящего — а это, например, возможность принять объективное решение о дальнейших планах закупок. Кроме того, это возможность

сделать выводы о текущей работе предприятия в том или ином его подразделении.

Недаром первое, что делается при любой аудиторской проверке, — это инвентаризация текущих активов предприятия. Пока старшие аудиторы проверяют финансовую отчетность, многочисленные стажеры и помощники ползают по огромным складам и считают реальные остатки. Увы, за столько лет никто ничего другого пока не придумал. Как ни крути, сравнение бумажных цифр и существующих активов по-другому не происходит.

И, конечно, инвентаризация — это эффективный инструмент контроля персонала и его работы.

На кухне расхождений меньше всего

Кухня — это, пожалуй, самая сложная специфика переучета. Бухгалтерская отчетность может выдать остатки по купленным позициям, но если

предприятие достаточно крупное, с большим количеством производственных циклов, все закупки в момент переучета чаще всего оказываются не совсем в исходном положении: что-то коптится, что-то использовано в соус, что-то на сегодняшний день уже в заготовках.

Сосчитать реальное положение вещей на кухне большого ресторана — огромное дело. Именно поэтому часто наши повара всем коллективом остаются на всю ночь после закрытия ресторана, чтобы дотошно взвешивать все, начиная с петрушки и заканчивая тестом для хлеба.

При этом, как ни странно, в моей практике именно на кухне меньше всего выявляется расхождений. Видимо, мне просто везло с шефами, которые столь идеально налаживают всю цепочку целиком, от приобретения товара до выдачи готового блюда гостю. Ведь помимо чистоплотности персонала кухни здесь важна огромная и скрупулезная работа с технологическими карточками, которые должны быть составлены с учетом всех усушек, утрусок и так далее.

Бар — самое лакомое место для воровства

Самая захватывающая инвентаризация всегда проходит в баре. Сколько шуток, сколько фильмов на этот счет! Сколько различных видов мошенничества придумано находчивыми барменами. Увы, никто не придумал ничего лучше, чем дополнительный контроль с помощью чеков,

Ресторатору на заметку

Решение проблемы воровства в баре — установка правильной системы автоматизации. Кроме тотального контроля через отчеты и разделение прав доступа к данным для сотрудников различного уровня, система `r_keeper` поможет организовать интеллектуальное видеонаблюдение. Такое решение включает анализ кассовых операций. Система событийного видеонаблюдения фиксирует любые действия, производимые на кассовом терминале, отображает их не только в видеозаписи, но и в текстовом формате, в виде титров. Текст автоматически совмещается с видеоизображением, таким образом, можно просматривать запись, сопровождаемую титрами, и получать при этом полноценный протокол всех проводимых операций в кассовой зоне. При этом видеокдры сортируются и актуализируются. Таким образом, в любой момент можно просмотреть интересующую вас видеозапись. Управляющий, владелец ресторана или служба безопасности, в том числе удаленно, могут контролировать действия персонала, как в режиме онлайн, так и пост-фактум, обращаясь к видеоизображениям, классифицированным по определенным событиям (например, отмена заказа, удаление блюда, возврат денег, применение клубной карты и т.д.).

www.uks-spb.ru

камер видеонаблюдения, охраны, которая не разрешает ничего ни выносить, ни заносить в ресторан без накладных, — и нашей классической инвентаризации.

Вроде бы здесь все гораздо проще, чем на кухне: все позиции, даже разливные, ясны

и понятны, есть четкая цифра пролитого, соответственно, остаток должен точно совпадать с остатком за предыдущий месяц плюс приход минус расход. Но так почти никогда не получается.

Тому, у кого получается сразу же набрать идеальную команду кристально честных барменов и ежемесячно сверять остатки в виде формальности, надо сразу же поставить памятник! Даже при неконтактной стойке бар — это самое лакомое место для воровства. Здесь я определенно советую часто проводить выборочную

” В баре я советую проводить выборочную проверку остатков — например, только итальянское красное вино или только крепкий алкоголь. Это позволяет держать персонал в тонусе. “

” Если предприятие берет на себя даже 20–30% от суммы разбитых или сколотых предметов, то это уже создает положительный образ в сердцах сотрудников, а идеальные 50% завоюют их расположение и верность на долгие годы совместной работы. **“**

проверку остатков — например, только итальянское красное вино или вдруг сегодня после закрытия мы все считаем крепкий алкоголь и так далее. Это позволяет хотя бы немного держать персонал в тонусе и не давать ему расслабляться.

Часто бывает, что недостача в баре, пересорт или, наоборот, излишки (что хуже всего) объясняются тем, что поставщики, к примеру, что-то прислали без документов на дегустацию. Или в баре пятничным вечером вдруг закончился тоник и находчивый сотрудник побежал в ближайший магазин за ним. Или вдруг очень хорошие гости захотели чего-то особенного за баснословные деньги, и мы не смогли им отказать. В большом ресторане таких историй может быть масса, главное — суметь направить персонал в верное русло и четко обучить документообороту и тому, что все, что находится в ресторане, принадлежит исключительно ресторану.

Какие же чаще всего могут быть причины излишков в баре? Увы, самая популярная причина, когда персонал проносит на предприятие свой алкоголь и продает его гостям, не пробивая через кассу. Исключить такую ситуацию при контактной барной стойке фактически невозможно. Гость

лично общается с барменом, просит его добавить, подлить или обновить, никто ничего не пробивает, и деньги текут мимо кассы вместе с неучтенным алкоголем. Помимо упущенной выгоды эта ситуация грозит еще и довольно крупными штрафами, если Росалкогольрегулирование обнаружит в ресторане напитки, не совпадающие по номерам акцизов с накладными. Так что здесь лучше озаботиться охраной и, как минимум, регулярным осмотром персонала при приходе на работу.

Недостача по посуде чаще всего кроется в безалаберном учете боя и сколов персоналом зала

Последний вид инвентаризации — это зал. И здесь самая регулярная история — посуда. Причем считать приходится и фарфор, и приборы, и стекло, и разнообразное белье. А если заведение занимается кейтерингом, то стоит считать даже мебель, вплоть до столов.

В каждом ресторане учет всего «бьющегося» происходит по-своему. В некоторых за разбитый бокал не чураются брать с гостя, кто-то заставляет за все полностью платить официантов и мойщиц, в некоторых заведениях предприятие берет на себя,

например, расходы по сколам, а бой делит пополам с мойкой.

В процесс переучета часто привлекают охрану: все же если из ресторана одновременно пропала сотня ложек, вряд ли кто-то из гостей смог так аккуратно ее унести в дамской сумочке.

Распространены истории о гостях-клептоманах или заядлых коллекционерах, которые дома собирают сервиз или копят коллекцию пепельниц — и, безусловно, такое бывает. Но чаще всего недостача по позициям фарфора кроется, увы, в безалаберном учете боя и сколов персоналом зала. Конечно, правильный и своевременный учет — это непросто, и на больших предприятиях несложно перепутать многочисленные позиции приборов и бокалов с иностранными названиями. Но все мы знаем, что на самом деле вполне реально обойтись без ошибок.

Я считаю, что, с одной стороны, материальная ответственность сотрудников за свое подразделение повышает их внимание и бережливое отношение к имуществу ресторана, а с другой, в любом ресторане за день возникает такое количество внештатных ситуаций, что их невозможно мерить одной мерой. Я за то, чтобы некоторый процент предприятия возлагало на свои плечи — безусловно, если для этого есть основания. Лояльный персонал при этом не теряет своей ответственности, а нематериальная мотивация, как все мы знаем, гораздо лучше влияет на конечный результат.

Что касается суммы этого процента, то если предприятие берет на себя даже 20–30% от суммы разбитых или сколотых предметов, то это уже создает положительный образ в сердцах сотрудников, а идеальные 50% (особенно если посуда в ресторане дорогая) завоюют их расположение и верность на долгие годы совместной работы.

” Часто наши повара всем коллективом остаются на всю ночь после закрытия ресторана, чтобы дотошно взвешивать все, начиная с петрушки и заканчивая тестом для хлеба. **“**

УСПЕШНЫЕ КОНЦЕПЦИИ И ФОРМАТЫ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Восстановление после острой фазы кризиса российского рынка общественного питания приводит к появлению новых интересных концепций. В теме номера мы рассматриваем несколько популярных и набирающих популярность концепций, рассказывая о современных тенденциях, влияющих на позиционирование любого заведения.

Это, прежде всего, мясные заведения. Сегодня рестораны и кафе, стремящиеся представить гостю мясную кухню, делятся на ряд подконцепций: какие-то выбирают для себя один определённый продукт и с ним работают, какие-то — конкретный вид приготовления (например, копчение, грилирование или что-то ещё), а кто-то представляет меню более широко, включая в него рыбу, овощи и прочие не мясные блюда.

Это пиццерии — формат, ставший очень популярным в России и уже позволяющий ресторатору «поиграть» концепцией внутри него. Пивной ресторан, никогда не перестающий быть популярным, — конечно, он сегодня меняется, становится более интересным для гостя. Наряду с пивными заведениями сегодня очень быстро развиваются винные — рестораны, бары, кафе. Кондитерские — «сладкий бизнес»: мы посмотрим, в какую сторону он движется.

Наконец, развивающийся сегмент — рестораны в спальных районах. Заведения, пожалуй, одни из самых сложных для развития с точки зрения бизнеса: слишком велика там цена ошибки.

В теме номера мы говорим с разными рестораторами: опытными и только начинающими свой путь в ресторанном бизнесе, — и каждый из них делится своими наблюдениями, а иногда даже открытиями на этом нелёгком пути.



Мясной концепт: развитие в двух направлениях

Мясное заведение — одна из самых понятных и любимых гостями (и рестораторами) концепций. Среди лауреатов национальной премии Where to eat 2017, номинантов на премию «Пальмовая ветвь — 2018» таких заведений несколько десятков — начиная с сугубо мясных, культивирующих любовь к мясу «Пирога мясника», «проМЯСО», «Колбасного цеха» и «Бока» и заканчивая мультиформатными Bro&N, Tartaria Sevicheria Vineria и прочими. Всё это — только московские заведения, и уже в этом перечислении видно разделение, не так ли? На деле же ресторанов мясной концепции очень много и в Петербурге, и в других городах России.

Подконцепции мясных заведений

За рубежом есть исключительно мясные рестораны, где гостю предлагается три-четыре вида мяса на один салат. В наших мясных заведениях зачастую предлагалось всё: и мясо, и овощи, и грибы, и рыба. А мясными их называли потому, что учредитель любит мясо, распорядился купить хоспер или гриль и ввести в меню, например, стейки.

Исключениями из правил

являлись заведения, подобные московскому Torro Grill или петербургским Stroganoff Steak House и «CASA del МЯСО», изначально ориентированным на конкретный мясной продукт и строго придерживающимся своего концепта на протяжении многих лет, — но таковых было крайне немного.

Сегодня рынок развивается сразу в двух направлениях. Одни рестораторы делают ставку на какой-то конкретный

мясной продукт, другие развивают идею мяса более широко. Ни те, ни другие при этом не размыывают свою мясную концепцию равным набором грибных, овощных и прочих блюд.

Мы наблюдаем зарождение новой мясной культуры

На каком конкретном продукте концентрируется ресторатор в своём заведении, понятно уже из названия.

«Колбасный цех» — совместный проект Аркадия Новикова и колбасника Андрея Куспица — ресторан с собственным мясным цехом, где по европейским рецептам производятся колбасы, ветчины, сосиски. Они продаются в лавке при ресторане и, конечно, присутствуют в меню, где помимо них представлены стейки, в том числе альтернативные,

Сегодня форматы мясных заведений развиваются в двух направлениях. Одни рестораторы делают ставку на какой-то конкретный мясной продукт, другие развивают идею мяса более широко. Ни те, ни другие при этом не размыывают свою мясную концепцию равным набором грибных, овощных и прочих блюд.



Камера сухого вызревания мяса в одном из ресторанов Goodman, Москва

и горячие мясные блюда.

«Бок» того же Аркадия Новикова специализируется, прежде всего, на мясных боках — телячьих, свиных, бараньих, — хотя в меню есть и стейки сухого вызревания, и рёбра, и блюда из печени, языков, хвостов и прочих частей туш, и салаты с супами.

«Пирог мясника» Тахира Холлибердиева и Алексея Губкина — демократичный мясной ресторан — предлагает мясо и птицу на гриле, в чугуне, на вертеле и в тесте, но акцентирует внимание на пироги из дровяной печи.

В название ресторана «про-МЯСО» Ivlev Group никакой конкретный мясной продукт не вынесен, поскольку заведение действительно «про мясо»: в нём и говядина, и свинина, и баранина, и утка, и страус с индейкой, и блюда из них, и все — под патронажем шефа Ивлева.

Несомненно, во всех этих ресторанах есть

и салаты, и в некоторых даже паста, а то и рыба — но всё это несущественно. Здесь идол — мясо, и жажда — мясо, и прибыль тоже — мясо. Мясной культ! Мясная культура, чьё зарождение мы наблюдаем в Москве.

Сырое мясо тоже нашло своего гостя

Но и Петербург подтягивается своим Smoke BBQ Алексея Бурова и Павла Коккова, United Butchers Анатолия Костромина, «Дикман`s Deli» Дмитрия Дикмана и другими; и Оренбург — рестораном «Пепел и Огонь. Soul Kitchen by Aleksandar Andrejic»

Александра и Лилии Андрейч; и Екатеринбург — «Капчо баром» Никиты Игнатъева и Константина Туйкова, чья концепция строится вокруг коптильни; и другими рестораторами по всей России.

И, конечно, нельзя не упомянуть о развивающейся тенденции тартар-баров — заведений, где подаётся сырое мясо. На их примере можно увидеть, как далеко шагнул в своём развитии российский ресторанный рынок, где ещё с десятков лет назад не то что сырое мясо — стейк прожарки medium rare воспринимался гостями просто недожаренным.

Современной тенденцией является открытие тартар-баров — заведений, где подается сырое мясо.



А сегодня 1 место в Национальной ресторанной премии Where to eat 2017 в Петербурге занял именно «Тартарбар», а его основатель и шеф-повар Дмитрий Блинов второй год подряд стал, по версии Where to eat, лучшим шеф-поваром Петербурга.

Интервью с Дмитрием Блиновым и его партнёром и другом Ренатом Маликовым читайте на стр. 22 нашего журнала.

Мясо и рыба: вполне ходовое сочетание

Мультиформатные рестораны — явление для нашего рынка новое, и мы в последующих номерах расскажем о нём отдельно. Если коротко, мультиформатный ресторан — заведение, объединяющее под одной крышей две-три концепции. Иногда одной из них является именно мясная.

Bro&N, например, Аркадия Новикова и бренд-шефа Мирко Дзаго — это мясной ресторан и пиццерия с собственным сырым производством и пекарней. Tartaria Cevicheria Vineria — мясной бар и рыбное кафе

с авторскими меню и картами напитков, а также винный бутик.

На концепт второго заведения можно обратить особое внимание. Сегодня рыбы в правильном мясном заведении столь же мало, как и ранее, но рестораторы, видя повышенный интерес гостя к рыбе и морепродуктам (а он есть!)? предлагают совместить, казалось бы, несовместимые концепции — мясной бар и рыбное кафе.

Или ещё интереснее: открываемые Сергеем Мироновым рестораны «Мясо & Рыба» — стейк-хаусы и фиш-хаусы вместе. Сергей сделал ставку на постоянно высокое качество блюд и абсолютно

неизменное, не предусматривающее обновлений меню.

В Петербурге в своё время на это делали ставку в ресторане Stroganoff Steak House — и не прогадали.

На ярмарке ресторанных концепций «ЯРКО!» в рамках Большого Санкт-Петербургского Welcome форума рестораторов и отельеров мы выделили специальную секцию, которая посвящена именно мясному концепту: «Мясо: вечная любовь россиян. В жареном, а теперь и сыром виде». Эксперты рынка расскажут о расширении этого концепта и новых ожиданиях гостя.

На ярмарке ресторанных концепций «ЯРКО!» 19-21 марта 2018 года в рамках Большого Санкт-Петербургского Welcome форума рестораторов и отельеров мы выделили специальную секцию, которая посвящена именно мясному концепту. Эксперты рынка расскажут о расширении этого концепта и новых ожиданиях гостя.



РестоОтельМаркет

VII СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА
КОМПЛЕКСНОГО ОСНАЩЕНИЯ ОТЕЛЬНОГО,
РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА И ТОРГОВЛИ

УСПЕЙ ЗАБРОНИРОВАТЬ СТЕНД!

23-25 МАРТА
2018



Организатор выставки:
м/т: +7(978) 900 90 90
т/ф: +7(3652) 620 670
www.expocrimea.com



Место проведения:
РФ, Республика Крым,
г.Ялта, ул. Драйжинского 50,
ГК «ЯЛТА-ИНТУРИСТ»



Пиццерия:

стандартной пиццей сегодня не обойтись

Пицца в России стала вполне привычным блюдом, а пиццерия – крайне популярным форматом, предполагающим большую вариативность – и по ценовой категории, и по целевой аудитории, и по меню. Кроме того, пицца – один из самых актуальных продуктов в отношении доставки: фактически каждая пиццерия сразу же организует у себя эту услугу. Отдельный ресторан в среднем окупается за пару-тройку лет, сетевой – за год-полтора. Окупаемость зависит, конечно, в первую очередь от проходимости, и проходимая пиццерия может окупиться даже за полгода. Однако у этой востребованности есть и обратная сторона: так же, как и в пивной концепции, количество предлагающих пиццу заведений растёт, а гостей больше не становится. И к пицце все уже настолько привыкли, что ресторатору надо предлагать гостям что-то особенно интересное, чтобы проект был воспринят на ура.

Римская пинса вместо пиццы

Может быть, поэтому среди номинантов на премию «Пальмовая ветвь — 2018» была фактически лишь одна пиццерия, и та — пинцерия.

Авторы концепции Pinsa maestrello на Покровке (Москва) Джулия Маэстрелло, Фабио Брессана и шеф-повар Маттео Кастанья вполне понимают, что сегодняшней гость «объелся» стандартной пиццей. Они предложили ему римскую пиццу — пинцу (пинсу), — краст которой готовится на закваске из смеси пшеничной, соевой и рисовой муки.

Около двух десятков видов пинсы в меню, небольшая площадь торгового зала, где помещается не более десяти столиков, высокое качество продукта на выходе — всё это с первого дня открытия не просто выстроило очередь желающих попробовать новое блюдо, а породило столь высокий спрос на него, что заготовки заканчивались задолго до полноценного вечера.

Сейчас владельцы ищут помещения в других районах города, так как понимают сетевую перспективу.

Неаполь в Петербурге

А в Петербурге есть пиццерия, которая давно будоражит умы и вкусовые рецепторы гостей. Заходящие туда делятся на две неравные категории: тех, кому решительно не нравится предлагаемый продукт, и тех, кто от него в восторге. Насколько они неравны, доказывает

Ресторатору на заметку

Открывая пиццерию, сразу подумайте о доставке. Люди не любят долго ждать: они хотят есть горячую пиццу. Система автоматизации поможет привлечь и удержать клиентов: с её помощью можно регулировать время и качество приготовления заказа. R_keeper_Delivery полностью контролирует заказ на всех этапах — от заявки клиента до передачи ему заказа. Вся информация о клиенте хранится в базе (адрес; телефон; блюда, которые обычно заказывают). Система подберёт оптимальный маршрут и рассчитает время доставки.

www.uks-spb.ru

то, что основатели пиццерии «22 сантиметра» на Жуковского в прошлом году открыли второе заведение, уже на Большой Конюшенной, а в конце марта этого года открывают свой первый проект в Москве.

Если одним из номинантов на премию «Пальмовая ветвь — 2018» стала Pinsa maestrello с её римской пиццей, то пиццерия «22 сантиметра» (или «Pizza 22 см») выходила в финал премии «Пальмовая ветвь — 2016» со своей концепцией аутентичной неаполитанской пиццы. Чтобы предлагать гостям такой продукт, владельцы заведения (уже двух!) — друзья и партнёры Андрей Петухов и Эльдар Кабиров — ездили в Неаполь учиться его готовить. Мы писали об этой необычной пиццерии в мартовском номере журнала за 2016 год.

Эльдар тогда смеялся, что столь необычная концепция мало где популярна — разве что в Америке и Японии. Поэтому они с партнёром открыли в Петербурге не очень большую по площади (100 кв. метров) и количеству посадок (буквально на 30 мест) пиццерию — вложив, тем не менее, в её проектирование, оборудование и открытие 10 млн рублей.

И вот — пиццерия «22 сантиметра» на Большой Конюшенной. Фактически в два раза большая площадь (190 кв. метров), фактически в два раза больше посадочных мест — 56. Новый проект Кабирову с Петуховым обошёлся в 15 млн рублей.

Та же технология приготовления пиццы: тесто выдерживают не менее суток, после чего раскатывают краст, кладут начинку и выпекают на живом огне в дровяной печи. Бортики такой пиццы достаточно пышные, с «леопардовыми» опалинами. Именно эти опалины и вызывают удивление гостей, считающих, что их пицца «подгорела». Поварам, шеф-пиццайоло Сергею Макарову, а часто

Чтобы заинтересовать гостей, рестораторы открывают сегодня необычные пиццерии. Например, в Москве открыта Pinsa maestrello, предлагающая римскую пиццу. А в Петербурге пиццерия «22 сантиметра» специализируется на неаполитанской пицце.



и самим владельцам приходится рассказывать, объяснять, убеждать, что это один из показателей аутентичности — обязательный атрибут настоящей неаполитанской пиццы.

Ассортимент не должен наскучить гостю

Концепция меню во второй пиццерии «22 сантиметра» тоже

сохранилась: в нём по-прежнему два раздела — «Старый» и «Новый свет». Первый представлен классикой вроде «Маргариты», «Маринары», «Ортоланы», второй «играет» с экспериментальными начинками — «Груша / горгонзола / суджук», «Бурратина» (пицца с бурратой), «Шпек / таледжио / руккола». В скором времени шеф-пиццайоло



Выдержка из меню

Маринара (пармезан, чеснок, орегано, красный соус) — 250 руб.

Маргарита (моцарелла, базилик, красный соус) — 300 руб.
Неаполитана (анчоусы, оливки, каперсы, красный соус) — 300 руб.

Пять углов (трюфельная рикотта, руккола, пекорино, моцарелла, красный соус) — 420 руб.

Морской бой (копчёный сиг VS креветка, соус биск) — 420 руб.

Салат с бурратой — 450 руб.

Салат с кус-кусом и овощами (табуле) — 240 руб.

Куриный бульон с лапшой — 230 руб.

Томатный суп с моцареллой — 270 руб.

Итальянские митболы — 340 руб.

Лазанья — 340 руб.

Тальятелле с митболом и сливочным песто — 340 руб.

Шоколадный брауни — 220 руб.

Грушевый крамбл с облепихой — 240 руб.



**MODERN
BAKERY
MOSCOW**

12 – 15 марта 2018
ЦВК «Экспоцентр», Москва
Павильоны 7 и Форум

24-я международная специализированная выставка
для хлебопекарного и кондитерского рынка



Пищевые технологии
и оборудование



Сырье, ингредиенты
и добавки



Оснащение ресторанов,
кафе и магазинов

ПОЛУЧИТЕ БЕСПЛАТНЫЙ БИЛЕТ!

www.modern-bakery.ru
+7 495 649 87 75



Холодильное оборудование
и технологии



Упаковка, хранение
и транспортировка
пищевых продуктов



Гигиена
производства



Услуги



messe frankfurt



обещает раздел с сезонными пиццами.

Центром главного зала (есть ещё небольшой второй) — просторного светлого помещения со сводчатыми потолками — является пицца-бар. Если в первой пиццерии — открытая кухня за стойкой, к которой гость может подойти и наблюдать за приготовлением его пиццы, — то во второй — пицца-бар: открытая стойка напротив дровяной печи, за которой можно сидеть и так же наблюдать.

Сейчас на двух точках продаётся порядка 7000 пицц в месяц. Лучшей по продажам является пицца «Пепперони»: пепперони, моцарелла, красный соус — в среднем, количество проданных в месяц «Пепперони» составляет 1600 штук.

Средний чек составляет 650 рублей, он немного различается между двумя точками, но эти различия небольшие.

А чтобы гость не заскучал от привычного предложения, PR-директор заведений Ксения Иванова придумала вместе с известными поварами Петербурга проект Chef's Pizza. Ровно на месяц в меню обоих заведений появляется пицца от одного из шеф-поваров ресторанов Петербурга. В декабре 2017-го была пицца от шеф-повара ресторана GRÄSxMADBAREN Антона Абрезова, в январе 2018-го — пицца от шеф-повара кафе «Миндаль» Марины Наумовой, а в феврале — пицца от шеф-повара ресторана «КоКоКо» Игоря Гришечкина.

Московский проект больше и по площади, и по количеству блюд

В марте «Pizza 22 см» откроется в Москве на ул. Солянка, д. 1. И открылась бы раньше,

но подходящее помещение искали больше года.

Московская пиццерия будет ещё большей площади, чем пиццерия на Большой Конюшенной. Она расположится на двух этажах общей площадью 400 кв. метров, в ней будет 128 посадочных мест.

Меню пиццерии несколько расширится: Эльдар Кабиров планирует добавить новые горячие блюда и увеличить барное предложение. Средний чек в Москве также планируется увеличить, но не кардинально — на 15%, — чтобы оставить цены дешевле, чем в других московских заведениях.

Инвестиции в московский проект составляют порядка 40 млн рублей. Однако, по всей видимости, потенциал неаполитанской пиццы оказался таков, что и Москвы ей будет мало: Эльдар думает о развитии по всей России.

#WHF2018

12+

WEST HORECA FORUM 2018

1 марта, Radisson

westhorecaforum.ru
+7 900 351 62 62
info@westhorecaforum.ru



Отели

Алексей Волов

В какой-то момент я понял, что хочу делиться знаниями с теми, кто управляет отелями. Я убежден, что на нашей встрече вы найдете много новых идей, практик, кейсов, которые помогут сделать ваш отель более прибыльным.

Управляющий партнер Hotelite Group организатор форума по управлению для независимых отелей Hotel Business Forum. Практикующий отельер. Разработчик IT-продуктов для отелей, бизнес-тренер, лектор, автор книг и статей.



Рестораны

Сергей Малаховский

После 15 лет на кухне мне казалось, что я очень крутой. Через 25 лет — я учу крутых парней, и мне не кажется, что я крутой. Я просто очень много знаю, очень много. И всё.

Российский шеф-повар с 27-летним стажем — в послужном списке десятков известных заведений Северной столицы. Именитый питерский ресторатор, владелец ресторана «Ребра House». Бизнесмен, телеведущий (с неподражаемым юмором и страстью к кулинарии он вел программу на кабельном канале «Еда»).

WEST HORECA FORUM 2018

Это профессиональная площадка, которая создана с целью развития отрасли гостеприимства в регионе. Более 20 спикеров с огромным опытом и практическими кейсами. Участники форума примут участие в обсуждении актуальных вопросов и

проблем отрасли, получат практический опыт. В программе 6 профессиональных секций по темам: отель, ресторан, маркетинг и продвижение, дизайн и комплектация, менеджмент, финансы, сервис и услуги.

ПРИГЛАШАЕМ ВАС ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ В WEST HORECA FORUM 2018



ЗАРЯЖЕН НА УСПЕХИ!

Новое звучание японской кухни

Когда проект как на ладони

Проекты малых форматов с новыми необычными предложениями становятся сегодня всё более привычными. Петербуржцы и гости города с интересом пробуют джелато, пигоди, пян-се (дальневосточные паровые булочки с начинкой), с любопытством узнавая новую для себя еду. Как правило, начинают эти проекты энтузиасты, постепенно обрастая последователями, а иногда и конкурентами. Но они, скорее, конкурируют друг с другом, а не внутри концепции, потому что повторить её, даже если она кажется крайне понятной, вовсе не так просто. В этих малых форматах даже привычные нам концепции звучат по-новому — в частности, японская кухня оказывается совершенно непривычной для гостя, но удивительно востребованной. И об этом мы говорим с Анастасией Березенец — очень увлечённым человеком. Анастасия осенью 2015 года открыла типичное заведение малого формата с достаточно узкой целевой аудиторией, выросшее за два с половиной года в небольшую (пока) сеть.

История героини аниме

Анастасия Березенец увлекается японской культурой с 10-летнего возраста: началось всё с просмотра аниме «Сейлор Мун»:

— Меня впечатлило, как героиня добивалась там своей цели, она буквально вдохновила меня! — говорит сегодняшняя владелица небольшой сети «Тайяки».

Тайяки (в переводе с японского — запечённый морской лещ) — очень популярный десерт, который готовят на улицах Японии: вафли в виде рыбок с разными начинками, сладкими и сытными.

Девушка стала интересоваться всем, что связано с Японией: читать, смотреть, ходить на японские выставки, принимать участие в конкурсах и даже рисовать японские иероглифы. Цели открыть кафе тогда у неё не было, и после школы Анастасия поступила в Финансово-экономический институт, чтобы стать переводчиком английского и французского языка — продолжая при этом изучать японскую культуру и даже немного обучаясь японскому разговорному языку по японским фильмам. Во время учёбы работала официанткой, поставив перед собой жёсткую цель: за четыре месяца накопить денег на поездку в Нью-Йорк, куда у неё вышла

Ресторатор Анастасия Березенец рассказывает, что для открытия кафе она была готова продать квартиру. И в результате сделала это.

замуж лучшая подруга. Цели она добилась, и в Нью-Йорке подруга, разделявшая «японское» увлечение Анастасии, повела её в японский квартал.

— Эмоций у меня было через край! И вот именно там, сидя в одной из японских кафешек и пробуя дора-яки — маленькие круглые пирожки со сладкой бобовой пастой внутри, — я поняла, что жить без этого больше не смогу.

Именно с этого дня она стала обдумывать открытие небольшого японского заведения в Петербурге, куда вернулась буквально с тоской в сердце. И сразу поступила в Японский центр на курсы изучения японского языка, сказав на собеседовании, что продаст квартиру и откроет кафе.

— Самое интересное, что именно это я потом и сделала! — смеётся Анастасия.

Ресторанный день показал интерес покупателей к необычным пирожкам

Но это было чуть позже. А пока на курсах она познакомилась с Себастьяном Даниловым — молодым человеком, столь же увлечённым Японией и уже готовившим тако-яки — небольшие круглые пирожки с осьминогом и прочими начинками. А она хотела готовить тайяки — подобные пирожки, но с так любимой ей бобовой пастой внутри и в форме рыбок.

Анастасия с Себастьяном заказали в Китае специальную печь, и 18 августа 2015 года выступили на ресторанном дне, выпекая тайяки.

— Это был тест идеи! — смеётся она. — Ведь мало, что мне нравится, — надо ведь, чтобы это понравилось тем, кто будет покупать мои рыбки. И я так

волновалась, что ко мне никто не придёт, что у меня тряслись руки.

Но люди были в восторге! Пирожки в форме рыбок шли нарасхват, при этом Анастасия всем рассказывала историю тайяки, объясняя, что это такое.

Пирожки в форме рыбок

Через какое-то время, заняв полмиллиона рублей всё у той же нью-йоркской подруги, она стала владелицей проекта «Тайяки» в переулке Бринько — совсем небольшого заведения,

где можно было купить свежесве- выпеченные японские пирожки в форме рыбок со сладкой бобовой пастой внутри. Идея была продавать их навынос, поэтому в кафе поставили всего два столика и четыре стула — просто чтобы они были.

Но первое время даже эти два столика стояли пустыми: заведение «Тайяки» найти было не так уж просто: при крайней близости к Садовой площади и трём станциям метро, на ней расположенным, люди, даже специально приезжая «на рыбок», могли проходить мимо кафе, не замечая его.

— Дело в том, что на двери у нас очень маленькая вывеска: большую не установить, — рассказывает Анастасия. — Конечно,



Краудфандинговый проект с целью открыть заведение общественного питания может сработать, если гости не просто точно знают, что они получат в результате, но и то, что никаким иным способом они этого не получают.



эту дверь никто не замечал, а на промоутеров, которые бы направляли к нам людей — хотя бы от того же метро, — у нас не было денег. Я рассказывала о своём кафе по всем социальным сетям, но этого было маловато.

И первые два месяца у неё в кафе работал всего один человек — сам пёк «рыбок», сам их продавал: этого вполне хватало. А потом произошёл прорыв: офисные сотрудники из близлежащих бизнес-центров, продавцы Апраксина и Гостиного дворов, студенты всех окрестных вузов и те, кто просто прознал про новое интересное заведение, потянулись в неприметную дверь «Тайяки». Пекарей-продавцов стало двое, и сегодня они еле управляют: очередь

часто выходит прямо на улицу. Для третьего же человека места за стойкой (а кухни там нет, печь прямо позади продавца) уже не хватает.

— И люди стали буквально требовать от нас открывать второе — уже большое заведение, — говорит Анастасия. — Писать в отзывах, в соцсетях, и я прикинула, во сколько оно мне может обойтись (в два миллиона), и задумалась, где их взять?

Гости хотят второе заведение? Пусть дают деньги!

Решение пришло простое, остроумное и несколько авантюрное: раз люди требуют — а значит, хотят новое место так же сильно, как и она сама, — пусть и помогают. И Анастасия объявила краудфандинговый проект.

— Вот тогда я и продала свою комнату в коммунальной квартире, потому что всю сумму с помощью моих будущих гостей и покупателей я бы собрать не смогла, — улыбается она. — Но 650 тысяч мы собрали! Сделав это за 2,5 месяца.

Объявив о сборе средств на новое кафе 3 мая 2016 года, фактически ровно через полгода, 5 ноября, Анастасия открыла для гостей его двери.

— Найти помещение было достаточно сложно, — вспоминает она. — Мы не могли далеко уезжать из центра: всё же у нас не очень широкая целевая аудитория, она вряд ли поедет куда-то в спальный район, и не могли платить за аренду 200–300 тысяч рублей: у нас очень демократичный продукт. Поэтому поиск помещения, где бы нас согласились принять за 100–120 тысяч рублей в месяц, немного затянулся, а то бы открыли кафе ещё раньше.

Но помещение нашли, и новое заведение «Тайяки» располагается на улице Марата. Его площадь в несколько раз больше площади первого и составляет 120 кв. метров. В «Тайяки» на Марата два зала: один на 31, второй — на 6 посадочных мест. Второй зал — для небольших

Первое кафе «Тайяки» открылось хотя и в центре города, но не на самом проходном месте, и первые два месяца, пока люди не узнали о нём, покупателей почти не было. Зато потом (и до сих пор) начала выстраиваться очередь на улицу!



Международные выставки
оборудования и материалов
для профессиональной уборки,
санитарии, гигиены,
химической чистки и стирки

МОСКВА



Крокус Экспо
20–22 ноября 2018

ЕКАТЕРИНБУРГ

МВЦ «Екатеринбург-ЭКСПО»
24–26 апреля 2018



Разделы:

- Профессиональная уборка
- Химчистка и прачечная

12+

Организаторы:



primexpo



+7 (812) 380 6008/00
clean@primexpo.ru

Забронируйте стенд
cleanexpo.ru

компаний или романтических встреч: в нём стоит катацу — японский столик с одеялом и обогревателем, привезённый, конечно же, из Японии.

Особенность заведения не только в его национальной направленности, но ещё и в том, что здесь не продаётся алкоголь — совсем, даже пиво.

— Мы предоставляем своим гостям максимально большой выбор японских напитков, включая чай, — напитков, которые в России они не попробуют больше нигде, — объясняет Анастасия. — Но при этом алкоголя нет: наши гости к этому относятся спокойно, ведь они приходят к нам не за выпивкой.

«Тайяки» выходит на улицу и... в Москву

Совсем недавно, в ноябре 2017 года, открылась ещё одна точка «Тайяки» — в виде фуд-трака, небольшого

Анастасия Березенец пришла в этот бизнес буквально с улицы и думала только о том, чтобы всё было красиво и вкусно, забывая про маркетинг и не просчитывая никакие показатели. Поэтому настоящим бизнесом для нее это становится лишь сейчас, в процессе работы.

фургончика на колёсах в японском стиле, который стоит около метро «Горьковская».

— Мы хотим понять, как люди воспринимают наш продукт, — говорит Анастасия. — Дело в том, что мне сейчас часто предлагают занять какое-то помещение или встать на какую-то точку — мол, проект пойдёт! А ведь это не факт: наш продукт ещё слишком узкий, его мало кто знает, и наша задача — его развивать. Что и будем делать с помощью этих маленьких фургончиков, заодно тестируя разные городские потоки — проверяя, как люди

нас воспринимают. Пока наш продукт для людей — это другой мир. Они могут пройти несколько раз мимо и только потом решиться подойти, узнать, что это такое. Это можно сравнить с холодными продажами: если в наши первые две точки гости приходят и приезжают специально, то к тайяки в фургончике относятся... никак! Им нужно решиться совершить первую покупку, чтобы потом, возможно, вернуться.

Вместе с проектом взрослеет и команда. Анастасия запустила второй краудфандинговый проект, на котором собрала уже

Не продавая алкоголь, можно добиться главного — сделать заведение с необычным продуктом и уникальной атмосферой. И это заведение заметят даже в Японии!

Тайяки — очень популярный десерт, который готовят на улицах Японии: вафли в виде рыбок с разными начинками, сладкими и сытными



1 млн 340 тысяч рублей, и ищет помещение в Москве для открытия там «Тайяки».

— Моя задача теперь — просчитать оборачиваемость стула, воронку продаж, чего мы до этого фактически не делали, — улыбается Анастасия. — Я пришла в этот бизнес буквально с улицы и думала только о том, чтобы всё было красиво и вкусно, забывая про маркетинг и не просчитывая никакие показатели — мы даже себестоимость начали просчитывать только спустя два месяца после открытия первого заведения. Поэтому настоящим бизнесом это становится лишь сейчас, в процессе работы.

Проект будет развиваться в двух направлениях

Таким образом, Анастасия, буквально влетев на метле энтузиазма в ресторанный рынок Петербурга и рискнув всем, чтобы в нём состояться, через два с половиной года имеет на руках два кафе, поменьше и побольше, фуд-трак и вот-вот войдёт в Москву. Проект она планирует развивать в двух направлениях.

— Средний чек в первом, маленьком «Тайяки» составляет 350 рублей, во втором — побольше — 500–600, — рассказывает Анастасия. — И мы думаем над тем, как его увеличить. Но сделать это нужно не путём повышения цен — наши гости этого просто не поймут, — а путём ввода новых, чуть более дорогих блюд.

Для этого кафе на Марата она позиционирует как кафе домашней японской кухни с более высоким средним чеком, а заведение на Бринько и фургоны на колёсах будут развивать как заведения стрит-фуда с, соответственно, более низким средним чеком.

— Идея такая: у нас будут маленькие точки с тайяки и большой формат, куда можно прийти, ощутить атмосферу настоящей Японии и поесть не только тайяки, а ещё и много других интересных блюд, — объясняет владелица.

С этой целью в «Тайяки» на Марата ввели экономияки — японскую пиццу, онигирадзу — японский сэндвич — и прочее. Эти блюда чуть дороже, чем те, что были введены раньше, но гости воспринимают это очень положительно, поддерживая разнообразие меню.

— Мы вводим блюда японской домашней кухни, и у меня их ещё много! — улыбается Анастасия.

Цель на ближайшее время: создание в кафе более эффективного пространства

Вместе с руководителями на всех трёх точках работают сейчас 25 человек.

— Как только я открыла кафе на Марата, поняла, что мне нужны помощники: шеф-повар, директор по развитию и продвижению, менеджер по обучению, — рассказывает владелица.

Первая точка окупилась за шесть месяцев работы, вторая ещё окупается: здесь аренда другая.

— Мы хотим этот проект сделать успешным и здесь, и в Москве! — ставит себе задачу Анастасия.

Не продавая алкоголь, она сумела создать заведение с самым главным — с необычным продуктом и уникальной атмосферой. Сейчас она идёт к созданию более эффективного пространства, чтобы увеличить количество посадочных мест, потому что и во втором кафе «Тайяки» часто уже нет мест для всех желающих.

Особая специфика оборудования и продуктов

Главное оборудование для производства тайяки — это специальная печь. Первая была привезена из Китая, теперь печей несколько: для работы в заведениях и на фестивалях.

Из продуктов необходима специальная фасоловая паста, которую изначально покупали, заказывая непосредственно в Японии. Дело в том, что производство этой пасты — японская разработка, которую каждая японская семья, содержащая тайячную, держит в секрете.

А в прошлом году произошло неожиданное и, как считает Анастасия, знаковое событие: японское телевидение сняло о петербургском кафе «Тайяки» передачу для центрального канала Японии TV-Tokio. Эту передачу увидел Озава-сенсей — глава одной из старейших японских тайячных, в которой владеют секретом варки фасоловой пасты.

— Он был тронут тем, что его продуктом заинтересовались в далёком российском Петербурге, пригласил меня в Японию, куда я поехала впервые в жизни, и научил варить фасоловую пасту, раскрыв её секрет, — как о чуде, рассказывает Анастасия.

Фактически это и есть чудо: продолжение «анимешной истории» о девочке, добившейся своей мечты. Продолжение, ведь впереди у выросшей девочки — Москва, и история ещё далеко не окончена.

Озава-сенсей продолжает наблюдать за развитием тайячных в России и помогать Анастасии советами.

Считая, что проект легко повторить, «конкуренты» открывают подобные заведения, экономя на продуктах и всём остальном, и быстро прогорают, не понимая, что дело просто в любви к Японии и уважении к своему гостю...

Выдержка из меню «Тайяки»:

Онигири — 130 руб. (1 шт.), 350 руб. (3 шт.):

- лосось со сливочным кремом;
- нежный краб и нори;
- лосось терияки;
- маринованные огурчики со сливочным кремом;
- чукка и ореховый соус.

Тайяки — 130 руб. (1 шт.), 350 руб. (3 шт.):

- цубуан (легенда японской кухни: то, с чего всё начиналось, — рыбка с домашней сладкой бобовой пастой по рецепту одной из старейших тайячных Японии);
- карри (рыбка с нежным японским карри);
- окономи (знаменитая японская «пицца» окономияки из капусты, бекона, соуса окономи и стружки тунца);
- лосось (с начинкой из лосося и сливочного крема);
- киноко (рыбка с шампиньонами, сыром и секретной приправой).

Онигири — треугольные «колобки» из риса с разными начинками



Теперь ей не надо заказывать в Японии бобовую пасту, а только бобы, из которых пасту варит она сама, рисовую муку и зелёный чай, как она подчёркивает, самого высокого качества.

Смешные конкуренты

Точка безубыточности на Бринько и на фуд-траке составляет 1 млн рублей в месяц, на Марата — 1 млн 700 тысяч.

— И нам достаточно тяжело их заработать, — говорит Анастасия. — Во-первых, у нас действительно очень недорогие цены; во-вторых, мы сразу начали работать «по-белому»: оплачивая все налоги, оформляя персонал и прочее; в-третьих, списываем нереализованную продукцию каждый день: то, что не куплено и не съедено за день, вечером идёт на списание. Наша цель — классный этичный проект, честный по отношению к себе и к гостям. За два года у нас не было ни одной жалобы, ни одного нареkania, потому что контролируем себя мы прежде всего сами.

Но за вывеской и бойкой работой всех точек этого не видно. И периодически появляются конкуренты — «смешные конкуренты», как она их называет.

— Они заходят сюда, видят каждый день полную посадку и, скорее всего, сразу думают, как легко всё это повторить! — она смеётся. — Потом они договариваются с каким-то шеф-поваром, который обещает им «сделать не хуже». И что-то действительно делает! Не понимая, что мы-то с японским сенсеем работаем, который нам раскрыл свой семейный рецепт... Далее наши «конкуренты» начинают на всём экономить, и прежде всего на начинке, и изготавливают продукт не то что не аутентичный японский, а просто невкусный. В итоге одни ребята недавно закрылись и теперь продают мне свою печку.

И не верят, что дело просто в любви к Японии и уважении к своему гостю.

Beviale Moscow 2018

Международная выставка производства напитков

Пиво | Соки | Вода | Вина | Спиртные напитки | Молочная продукция



Мировые технологии

Успех вашего бизнеса

27 февраля - 1 марта 2018

МВЦ «Крокус Экспо»

Москва

NÜRNBERG MESSE



реклама

Получите бесплатный билет на сайте

www.beviale-moscow.ru

И в России ИСТИНА В ВИНЕ?

Сегодня происходит то, во что скептики не верили ещё буквально три-четыре года назад: Россия превращается в винную страну. Количество винных ресторанов, кафе, баров растёт фактически ежемесячно. Открываются бар-шопы, винотеки, винные клубы и винные рестораны, а в обычных заведениях расширяются винные карты и проводятся винные вечера. Это явный тренд, который мы прогнозировали очень давно – ещё шесть лет назад, в февральском номере 2012 года. Конечно, пока эта тенденция наиболее ярко проявляется только на уровне Москвы и Петербурга. Но, как это всегда бывает, российский региональный рынок тоже очень скоро подтянется – уже подтягивается.



Главный тренд — увеличение количества позиций российских вин

Первая всероссийская независимая премия винных карт Russian Wine Awards — знак того, что рынок явно заинтересован в развитии винной культуры: винные карты начали оценивать профессионально, и интерес к этому проявили не только столичные рестораны, но и заведения со всей страны — из Сочи, Челябинска, Новосибирска, Волгограда, Ялты, Омска, Севастополя, Ижевска и многих других городов России.

И хотя среди номинантов на премию «Пальмовая ветвь — 2018» региональных винных концепций ещё нет, обе столицы представили целый ряд заведений, специализирующихся на вине. При этом положительными тенденциями можно назвать увеличение количества позиций российских вин, а также расширение списка вин по бокалам.

Тенденция популяризации русской кухни распространилась и на популяризацию русского вина.

Тенденция популяризации русской кухни распространилась и на популяризацию русского вина. В Петербурге в прошлом году на Моховой улице открылся ресторан Barclay, который специализируется именно на российских винах — из Краснодар, Ростова-на-Дону и Крыма.

— Наша идея — раскрывать потенциал этих вин, рассказывать и показывать гостям их высокое качество, — объясняет один из лучших сомелье Петербурга и один из основателей ресторана Владимир Ясногородский. — Мы за сухое классическое вино от хороших производителей. Более того, мы ориентируемся на производителей, которые неизвестны не только любителям, но и профессионалам рынка. Сами ездим к ним,

сами выбираем вино, при этом находим винодельни, которые ещё в самом начале пути и выпускают всего по несколько тысяч бутылок в год. Они производят свои вина из собственного винограда, выращенного ими самими на их же виноградниках — на русской земле.

Более чем определённый концепт. Меню, несомненно, составлено из местных продуктов — за это отвечает шеф-повар Алексей Муравьёв.

Целевая аудитория — жители города

А Леонид Стерник, один из самых титулованных и известных петербургских сомелье, открывает уже второй винный ресторан. О первом — Vincent, расположенном возле



С 15 января необходимо сканировать акцизные марки на каждой вскрытой бутылке. Система автоматизации — r_keeper — учитывает все изменения в законодательстве. Необходимые обновления выходят своевременно, а значит, ресторан всегда будет готов к любым нововведениям в законе по части торговли алкоголем в общепите.

www.ucs-spb.ru

Мариинского театра, — мы писали в июньском номере журнала «Ресторановед» в 2014 году (на тот момент заведению исполнялся год). Уже тогда Стерник задумывался о втором ресторане.

Сегодня он открыт, причём в Пушкине — в восстановленном особняке XVIII века вблизи Екатерининского дворца. Особняк когда-то принадлежал знаменитому архитектору Джакомо

Кваренги, по имени бывшего владельца и название — Giacomo.

Ресторан занимает три зала, рассчитанных на 80 посадочных мест, и интересен не только своим расположением, но и наличием винного погреба — мечты всякого сомелье. Погреб постепенно наполняется содержимым. Стоимость позиции в винной карте начинается с 250 рублей за бокал и 990 рублей за бутылку.

— Мы рассчитываем далеко не только на туристов, — говорит Леонид. — Винных бутиков в Пушкине явно недостаточно, поэтому надеемся, что к нам придут жители города.

Вместе радоваться вину

Ощущая развивающуюся тенденцию и поддерживая её, рестораторы заинтересовывают гостей различными проектами, от мастер-классов и винных вечеров до создания винных клубов. Или объединяют эти мероприятия. Так, гастрономическое кафе «Мечтатели» на Фонтанке запускает серию мастер-классов в рамках винного клуба Kiss the cup.

— Английская фраза «Kiss the cup» означает «выпивать», — улыбается Людмила Иванова, совладелица и автор концепции кафе «Мечтатели». — Но как изящно!



Суть нового проекта — винные дегустации и мастер-классы, которые объединят участников и превратят их в членов открытого, но оттого не менее частного винного клуба.

— Мы много экспериментировали, и в итоге пришли к тому формату, который нас особенно радует, — рассказывает Людмила. — Мы создадим сообщество, чтобы вместе радоваться вину и вместе учиться. Это не школа сомелье с академическим подходом: это «научный» повод собраться тем, кто бесконечно любит вино.

На встречах клуба планируют рассказывать о том, что интересно самой команде: на «уроке» географии будут составлять винную региональную карту, на «новейшей истории» изучат небезразличных производителей, на практической части опишут вина-открытия и нетленную классику, поговорят о том, что профессиональных «мечтателей» удивило и особо обрадовало.

— Всё это будет безо всякого снобизма или попытки «быть в чьём-то лагере», — подчёркивает Людмила. — Без картинных жестов, зацикленности на «нотках подлеска» и получасовых разговорах о танинах. Условие только одно: «мечтателям» должно очень нравиться то, чем они будут заниматься.

Ощущая развивающуюся тенденцию и поддерживая её, рестораторы заинтересовывают гостей различными проектами, от мастер-классов и винных вечеров до создания винных клубов.

Атмосферно и весело. Доступно, но не массово

«Если люди в Петербурге когда-нибудь начнут читать так же часто, как пить, — я прожил жизнь не зря», — говорит соучредитель магазина «Подписные издания» Михаил Иванов и... становится соучредителем Black Books Bar на улице Рубинштейна. Вино и книги — две великие культуры, объединённые на одном небольшом пространстве площадью 80 кв. метров.

— Мы открываем бар с петербургской душой, — определяет философию места соучредитель проекта Алексей Родионов-Зражевский. — Доступный, но не массовый. Этот бар — для отвязных интеллектуалов, творческих и увлечённых людей, для ценителей, для петербуржцев и гостей города, которые жаждут проникнуться его атмосферой.

Алексей — ещё и соучредитель проекта Frank, и то, что второй ресторан Frank находится здесь же, на Рубинштейна, буквально за стенкой Black Books Bar, крайне удобно: если нужно, необходимая помощь будет оказана всегда.

Меню лаконичное: бульоны, тартары, паштеты, по выходным — выдержанная в маринаде в течение недели и томлёная по традиционным британским рецептам ветчина с домашним хлебом. Каждое блюдо — а концепт-шефом проекта выступил Антон Абрезов — является гастрономическим сопровождением напитков.

Название бара отсылает к известному английскому сериалу, но вовсе не обязательно знать его, чтобы чувствовать себя

здесь своим: гости идут за вином, едой и, конечно, культурной программой, за которую взяла на себя ответственность команда «Подписных изданий». Обещают творческие встречи с известными авторами и, как шутит Иванов, «пьяные презен-

На ярмарке ресторанных концепций «ЯРКО!» в рамках Большого Санкт-Петербургского Welcome форума рестораторов и отельеров мы выделили секцию, посвящённую винному заведению. На ней эксперты рынка расскажут, как построить на вине успешный ресторан.



тации книг».

«Сладкая» жизнь

Кондитерская и другие форматы: чтобы люди наслаждались!

Кофейню и кондитерскую на деле так же сложно разделить, как кондитерскую и пекарню: все эти форматы тесно связаны друг с другом, переплетены, и их владельцы часто и не задумываются о разделении. Более того — иногда вообще выходят за рамки всех этих форматов, оставаясь при этом в рамках чёткой концепции. Именно так произошло с весёлыми новосибирцами Александром и Марией Максимовыми, открывшими в своём городе «Шоколадный бар Please, Don't Stick».



Всё началось с любви к шоколадкам

Рассказывая об этом необычном новосибирском заведении, которому в феврале 2018 года исполняется ровно год, невозможно не рассказать о его владельцах — семейной паре Александре и Марии Максимовых. Космическая харизма каждого возводится в квадрат в семейном дуэте. Она — худенькая и невысокого роста, — улыбаясь, говорит о его страсти к сладкому, а он — конечно же, большой, высокий — между делом с абсолютно серьёзным лицом объясняет, что именно благодаря его слабости к тортам-чизкейкам она и полюбила его.

Владелец новосибирского «Шоколадного бара Please, Don't Stick» Александр Максимов действительно очень любит сладкое.

— Для меня всегда было поразительным, как можно 200-граммовую шоколадную плитку съесть за 15 секунд. Когда мы с ним познакомились, он мог съесть торт-чизкейк целиком за раз, — делится воспоминаниями Мария.

Кондитерских заведений среди номинантов на премию «Пальмовая ветвь – 2018» на удивление мало: фактически одно – Memento + «4096» петербургского ресторатора Александра Затуливетрова. Кофеен как таковых нет вообще. Между тем это очень благодарные форматы: на ярмарке ресторанных концепций «ЯРКО!» в рамках Большого Санкт-Петербургского Welcome форума рестораторов и отельеров мы выделили целых две секции, одна из которых посвящена пекарне и кондитерской, а вторая – кофейне.

— Потому она за меня и за муж вышла, — добавляет Александр. — Ей очень нравилось смотреть, как я ем!

И оба хохочут.

— Я занимаюсь спортом и часто сижу на диете, — так начинается свой рассказ о задуманной концепции. — Поэтому когда — редко! — прихожу в ресторан, ем по полной. И очень хочется съесть сладкого. Заказываешь пирожное — и получаешь порцию в 50 граммов. Так вот, наша концепция построена на том, что у нас очень много сладкого — по-настоящему много. Одного нашего блюда даже мне хватает, чтобы наестся!

На меню без фотографий люди смотрели с опаской

Официанты в «Шоколадном баре Please, Don't Stick» предупреждают гостей: «Не заказывайте много блюд! Возьмите одно, попробуйте его, а потом, если захотите, закажите другое. Или придите ещё раз». Потому что, заказывая даже два блюда, можно их не осилить.

Нет, не все в ресторане блюда на великана Гаргантюа: есть и на простого Гулливера. Опытные гости — завсегдатаи — знают, что здесь можно наестся одним большим блюдом, а можно выбрать несколько маленьких, то есть обычных.

Именно Машина идея была открыть заведение, где Саша мог бы наестся сладкого. Она придумала концепцию, а он настаивал на том, чтобы там было всё, что он так любит.

— У нас есть шоколадная пицца, шоколадный суп, шоколадные равиоли, шоколадные фрикадельки, шоколадный бургер, шоколадный штрудель, в проекте — шоколадные суши и десерт «Шоколадный глаз», — с восторгом говорит он. И тут же добавляет: — Там, конечно, не всё — сплошной шоколад. Суп, например, шоколадный, но с кусочками грейпфрута и корицы — это необычно и вкусно.

Сладко? Не то слово! Поэтому это не просто «Шоколадный бар», а — «Шоколадный бар Please, Don't Stick» — «Пожалуйста, не сплнитесь».

Впрочем, помимо шоколадного в сладком баре есть и основное меню, и бизнес-ланчи, и горячее. При этом, как рассказывает Александр, меню надо было сразу же делать с фотографиями блюд.

— А мы просто написали названия: «Шоколадная пицца», «Шоколадный суп» и прочее, — вспоминает он. — И люди смотрели на это с большой опаской! Мама с папой, например,

Для кофейни и кондитерской подойдёт лёгкое и удобное решение rk_cloud: за символическую цену заведение получит полноценную систему автоматизации с возможностью вести учёт, контролировать работу персонала, следить за расходами и прибылью.

www.ucs-spb.ru



Выдержка из меню «Шоколадного бара Please, Don't Stick»:

Шоколадная пицца с запечённым маршмеллоу, 260 г – 289 руб.

Шоколадная пицца с фруктами, 340 г – 378 руб.

Шоколадные равиоли в вишнёвом или ванильно-сливочном соусе на выбор, 130/60 г – 197 руб.

Шоколадная банка с орехами и печеньем «Орео», 200 г – 249 руб.

Шоколадная банка с фруктами, 200 г – 249 руб.

Шоколадный бургер с орехом: шоколадным муссом, сливками и шоколадным соусом, 220/30 г – 237 руб.

Шоколадный бургер с фруктами: шоколадным муссом, сливками и соусом Тоффи, 240/30 г – 279 руб.

Шоколадный суп: да! Суп из шоколада, с ноткой корицы, с кусочками сочной помелы и клубникой, 150 г – 289 руб.

Цезарь с цыплёнком, 210 г – 298 руб.

Салат с ростбифом и печёным перцем, 180 г – 319 руб.

Оливье с форелью, 180 г – 237 руб.

Beef-пита: котлета из говядины в пшеничной булочке с маринованными огурчиками, свежими томатами, луком, ломтиками сыра, свежим салатом, с красным соусом и горчицей, 350/60/30 г – 397 руб.

Fish-пита: маринованные кусочки красной рыбы, обжаренные со свежими овощами, в пшеничной булочке со свежим салатом и шеф-соусом, 300/80/30 г – 379 руб.

Vasop-пита: сочный кусок свинины, обжаренный на гриле, в пшеничной булочке с луком фри, свежими томатами, ломтиками сыра, свежим салатом под сладко-острым соусом, 330/80/30 – 379 руб.

Рис с морепродуктами, 220 г – 287 руб.

Суп-капучино грибной: нежный суп-пюре из шампиньонов и сливок, подаётся с хрустящими вафлями, 200 г – 247 руб.



когда пришли, долго выбирали и в результате заказали салат «Цезарь» и котлетки.

Семейное заведение «в квадрате»

Площадь торгового зала «Шоколадного бара Please, Don't Stick» составляет 148 кв. метров, здесь размещается 65 посадочных мест.

— В первый же день у нас была полная посадка, — рассказывает Мария. — И во второй, и в третий. К нам возвращаются очень многие гости, так что уже через три месяца после открытия мы



Шоколадный бургер. Попробуй, съешь! И не спипись

вышли на точку безубыточности. Средний чек у нас составляет 600 рублей.

— Думаю, низкий, — тут же добавляет Александр, делая вид страшного возмущения. — Я советую поднимать, а они не поднимают! У меня ведь никто из знакомых даже скидки не просит!

Эта кондитерская — семейное заведение «в квадрате»: открытое семьёй и рассчитанное на семьи — люди приходят с детьми, парочками. Алкоголь есть, но он минимален: небольшой ряд коктейлей, шоколадное пиво, игристое вино. «К нам приходят не выпивать», — подчёркивает Александр.

Надо сказать, «Шоколадный бар Please, Don't Stick» — не первый проект этой пары: первым был Fitness-food Project, оказавшийся неудачным.

— Потому что я открывал его для себя! — объясняет Александр. — Я ведь спортсмен, и думал, что это моё предположение будет востребовано

у спортсменов. Но оно было востребовано только у женщин, которые сидят на диете и фактически ничего не едят. Так что — Новосибирск оказался не готов!

Поэтому они с Марией сели и подумали: что можно открыть, чтобы было прибыльным и для души? Определённо что-то сладкое — например, кондитерскую.

— И мы выбрали кондитерскую, — они смотрят друг на друга. — Чтобы люди наслаждались!

Букву не вернули, но сюжет об этом сняли все телеканалы

Сегодня у них две задачи: привлечь гостей и сделать так, чтобы было вкусно.

— У нас реально вкусно! — подчёркивает Александр. — Наш повар Людмила — просто находка: с чем с чем, а с кухней проблем у нас никогда не было.

В привлечении же гостей они сделали ставку на социальные

сети и сарафанное радио. А вообще — изначально решили вести свой ресторанный бизнес весело: всё рассматривать как весёлый информационный повод.

— Украли, например, у нас с вывески букву О, — рассказывает он. — Мы тут же поставили стрит-лайн с просьбой: «Верните, пожалуйста, букву О, мы всё простим!»

— Вернули?

— Не вернули. Зато сюжет о нас сняли все телеканалы! — они смеются.

А летом придумали сделать самый большой безалкогольный коктейль — Over milk shake: молочный коктейль, бисквит, сверху мороженое. Для этого заказали специальный стакан и устроили праздник. Коктейль получился весом 318 килограммов! Угощали им всех гостей. И вновь привлекли внимание телевидения — приезжал даже Первый канал.

Сейчас они планируют сеть — открывать несколько заведений не только в Сибири, но и в Москве и Петербурге: харизматичный проект, он должен заинтересовать весёлую публику.

Харизматичные владельцы! Бог всех кондитерских им в помощь.

” Мы решили вести свой ресторанный бизнес весело: всё рассматривать как весёлый информационный повод. “

Концепция как краеугольный камень ресторана в спальном районе

Ресторан в спальном районе – это не концепция. Это и не формат с определённой локацией. Пожалуй, это заведение в определённых условиях существования. Эксперты рынка не даром говорят, что сетевики ищут место под свою концепцию, а одиночные рестораторы – концепцию под место. Спальный район налагает на ресторатора очень много ограничений, и цена ошибки велика. Важность локации для заведения общественного питания сегодня всем понятна, но не всегда очевидна. Между тем очевидность «спальной» локации очень часто мешает ресторатору изначально определить концепцию своего заведения, ведь она также кажется вполне очевидной. Пожалуй, именно это является главной проблемой ресторанов, расположенных в жилых районах: они открываются и закрываются, составляя, тем не менее, по итогам прошлого года, 41% всех городских заведений. Такие данные предоставлены на ежегодном деловом завтраке BestBreakfast, организованном ГК «Бестъ», – подробную статистику смотрите в материале «Ресторанный рынок Петербурга: есть, куда расти!» на стр.14 этого номера журнала «Ресторановед».

Гостю стала неинтересна «просто еда»

Совсем недавно в «спальниках» множилось количество проектов с абстрактными для гостя «названиями» – «Кафе», «Хинкали», в крайнем случае «У Петровича». Они, в общем-то, и сейчас открываются. Не очень надолго: до прихода профессионального игрока рынка.

Владельцы этих «кафе», «хинкали», «петровичей» открывают



свои предприятия, считая, что всем и так всё понятно: «здесь кормят едой». У таких заведений нет конкретной направленности ни на тип кухни, ни на целевую аудиторию, нет понимания среднего чека, политики продвижения и прочего. Эти проекты просто открываются – и когда рынок только начинал развиваться, они играли свою вполне важную роль, постепенно приучая людей к питанию вне дома.



Сегодня ресторанный рынок вышел на следующий этап развития: гостю стала неинтересна просто «какая-то еда», и первую скрипку начали играть заведения с концепциями — с определённой направленностью. У них есть своя идея, а у их владельцев — точное понимание того, какие услуги предлагать, на кого эти услуги рассчитывать и как их продвигать.

Руководитель заведения в «спальнике» сегодня больше чем ресторатор

Александр Олегович Волков — опытный представитель ресторанного бизнеса, работавший во всех предприятиях общественного питания, начиная с рюмочных и заканчивая ночным клубом. Сейчас он даже готовится к выпуску своей книги с весёлым названием «Необычайные приключения администратора в ПОПе» — сборнику приключенческих рассказов о том, что происходит на предприятиях общественного питания (ПОПах).

В ресторанном комплексе «Звезда», расположенном в Кировском районе Петербурга — самом что ни на есть «спальнике», — Александр Олегович работает с 11 февраля 2011 года.

Волков руководит банкетными залами «Звезда» на втором этаже, небольшой столовой на первом со средним чеком 200–250 рублей и детским кафе «Звёздочка» рядом со столовой.

— С помощью «Звёздочки» мы работаем со всеми школами: приглашаем учеников начальных классов на мастер-классы — «Испеки пирожок сам», приготовь какое-то блюдо и так далее, — он улыбается. — Это является муниципальной программой, которая реализуется в нашем заведении.

За счёт работы столовой, детского кафе «Звёздочка» и ресторана на больших площадях — а площадь комплекса составляет 700 кв. метров — и при таком месторасположении не выжить. Поэтому основным направлением деятельности стала работа банкетных залов и приём туристов — на эти два направления и нацелился Александр Волков, когда его попросили взять управление на себя.

Потянулись те, кто и должен быть целевой аудиторией: семьи

— Когда я пришёл, увидел заведение, где все сотрудники пытались подстроиться под тех людей, которые живут где-то неподалёку и которые крайне неприхотливы, — вспоминает он. — Это значит: в зале можно курить, можно ходить в верхней одежде, можно плевать и можно подраться. Нужно, чтобы было дешёвое пиво, чтобы был дешёвый кофе и недорогая еда, и шашлыки, и «левое» вино, и водочка подешевле. Потому что считалось, что народ с достатком сюда не придёт. А придут те, у кого нет средств.

Волков прекратил всё это сразу же. С помощью своей команды отчистил, отмыл и подремонтничал пол и стены. Застелил столы скатертями. Положил на них приборы. Заказал тот кофе, который должен быть, и поставил на него ту цену, которой он стоит. Убрал разливное пиво и изменил режим работы.

Наконец, пригласил на кухню профессиональных поваров. Сегодня в «Звезде» два ведущих повара — Виктория Савченко, которая занимается европейской и русской кухней, и готовящий на мангале Ягуб-ака, — азербайджанец, преподававший до этого в Баку кулинарное искусство.

— И те, кто приходил сюда раньше, сразу же стали чувствовать себя некомфортно, — улыбается он. — Матом здесь уже не ругнуться, кулаком по столу не стукнуть. Они перестали ходить фактически сразу! Зато потянулись те, кого я и считаю своей целевой аудиторией: семьи.

Комплекс «Звезда» живёт за счёт проведения банкетов и привлечения иностранных туристов — на эти два направления и нацелился Александр Волков, когда его попросили взять управление на себя.



Рестораны в жилых районах Петербурга составляют 41% всех городских заведений

Мамы, папы, бабушки, дедушки, дети. А что нужно семьям?

В действительности, составляющих успеха заведения для семейных гостей всего три.

Прежде всего, это безопасность: чтобы всё было спокойно, никто не ругался матом, чтобы ребёнок не научился «плохому».

Следующее — гигиена. Гардероб, куда можно без проблем отдать верхнюю одежду; чистота и порядок в зале и на кухне; чистые туалеты, где можно вымыть руки с мылом.

А третья составляющая успеха — конечно, вкусная еда.

— И я им всё это обеспечил! — смеётся Александр Олегович.

” Что нужно людям в жилом районе? Простые вещи: свадьбы, юбилеи, поминки. И нужно строить такое заведение, чтобы они это получили. Не надо навязывать своё! Дай им качественно то, чего они ждут. **“**

Реклама — это то, что передаётся из уст в уста

Но сделать это было не так-то просто. И уж тем более не быстро. Непосредственная перестройка — ремонт, оборудование и организация в целом нового заведения — длилась два месяца, а потом пошёл самый страшный период для любого руководителя предприятия общественного питания — период узнавания его населением, «врастания» в окружающую действительность: опосредованная перестройка — перестройка в сознании гостей.



” *Очень важно, чтобы предприниматель наладил отношения с администрацией. Но для этого нужно работать честно. Мы, военные, можем зарабатывать, но не воровать: воровать ниже нашего достоинства.* **“**

пригласили батюшку из местной церкви, он освятил все залы и благословил на работу: начали по канонам проводить поминки.

— Реклама — это ведь не то, что раздаётся визитками, — говорит он. — Реклама — то, что передаётся из уст в уста. Ведь что нужно людям в жилом районе? Простые вещи: свадьбы, юбилеи, поминки. И нужно строить такое заведение, чтобы они это получили. Не надо навязывать своё! Дай им качественно то, чего они ждут.

Предприятие в гуще общественной жизни

Александр Волков — подполковник в запасе. Служил на Кавказе, преподавал в Пушкинском Высшем военном училище ПВО РЭ (позже — филиале Университета им. Можайского). Выдержанный, спокойный и очень настойчивый в своих действиях человек. Работу с предприятиями общественного питания начал с руководства рюмочной в Московском районе (учредители попросили), которую сменило кафе, далее ресторан, а в начале 2000-х годов — ночной клуб «Неон». В районе была непростая криминальная обстановка, и клубу тоже было непросто. Но кто ещё, кроме военного, с этим справился бы? Сегодня вспоминает о тех временах, как будто фильм о них пересказывает:

— Мы проводили по три дискотеки в день: ранним вечером для школьников, после них — для взрослых; на втором этаже у нас играл тяжёлый синий рок, а на третьем пел Коля Лысый, — смеётся. — Люди ждали, когда освободится стул! Выручки по тем временам были достаточно приличные.

Однажды Александр Олегович решил 9 мая накрывать на улице стол для ветеранов — на 30–40 человек. И стал это делать. Узнали муниципалы: так началось сотрудничество с районной администрацией.

— Так как мы работали со школьниками — устраивали для них дискотеки, — меня знали ученики всех окрестных школ, — вспоминает Волков. — Так как работали с молодёжью, меня знали студенты. И уж, конечно, знали взрослые люди. В мой клуб приходили со всего округа, причём далеко не всегда чтобы повеселиться: приходили со своими проблемами, с какими-то предложениями. Так втянулся в общественную жизнь, начал работать с районной администрацией. Это очень важно — чтобы предприниматель наладил отношения с администрацией. Но для этого нужно работать честно. Мы, военные, можем зарабатывать, но не воровать: воровать ниже нашего достоинства.

Клуб работал десять лет, а потом наступили новые времена: начался серьёзный кризис, да и интерес к такому времяпрепровождению у людей ушёл. И учредители попросили его помочь в заведении Кировского района, которое и стало «Звездой».

«Звезда» Кировского района

Сегодня в «Звезде» проводится до 50 мероприятий в месяц.

— Только поминок — пять-семь в неделю, — рассказывает Александр Олегович. — Все местные о нас знают, все приходят. У нас не халтурят, к каждому — индивидуальный подход. Важно ещё и то, что мы не скупимся

— В целом, узнавание нашего заведения гостями длилось более полугода — до ноября, — вспоминает Александр Олегович. — Мы с поваром ходили по пустому залу, я кроссворды разгадывал, он песни пел.

Но периодически люди заходили. Кто-то заказал свадьбу, кто-то юбилей, кто-то поминки. И в ноябре совершенно неожиданно начался аншлаг. Количество банкетов резко увеличилось — с 3–5 в месяц до 30–40. В декабре всю проводили новогодние корпоративы. А потом

Составляющие успеха заведения для семейных гостей:

- безопасность;
- гигиена;
- вкусная еда.



на еду, остатки упаковываем.

На вопрос о банкетной стоимости отвечает, что есть меню и есть различные банкетные предложения.

— Я не могу сразу назвать цену банкета человеку, о котором ничего не знаю, — объясняет Волков. — И администраторы так же приучены. Человек приходит, с ним садятся и начинают разговаривать — чтобы понять, чего он от нас ждёт, на что рассчитывает, как бы хотел провести своё мероприятие. И если у него денег мало, то мы и за 700 рублей на человека банкет проведём, и все останутся сыты и довольны! Но понятно, что каждый, кто приходит заказывать банкет, приглашает своих гостей и не хочет ударить перед ними лицом в грязь.

В среднем цена банкета составляет 1500 рублей на человека. Но, как рассказывает Александр Олегович, для

заказчиков пожилого возраста — тех, кто отмечает своё 70-летие и старше, — предусмотрены скидки, которые могут достигать до 40%: всё крайне индивидуально.

Кроме того, Волков проводит безалкогольную политику: люди могут принести алкоголь с собой, и даже пробковый сбор с них не возьмут.

Наконец, на банкетах в «Звезде» выступает с концертами шоу-балет «Империя дэнс» — и для заказчика это сюрприз: он не платит ни за шоу, ни за концерт.

— Если ты работаешь для людей, как для себя, они очень быстро начинают это понимать, — убеждён Волков. — Если ты работаешь только для себя, они тоже это очень быстро понимают. И относятся соответственно.

Почему туристы должны заехать именно к нам?

Так Александр Олегович наладил работу в одном из двух главных направлений деятельности ресторанный комплекса — проведении банкетов. Параллельно он налаживал работу во втором направлении — привлечении иностранных туристов.

— Туристический поток у нас значительный, — начинает свой рассказ Волков. — Рядом трасса, по которой гостей Петербурга везут в Петергоф, во дворцы и на фонтаны. Перед нами стояла задача: привлечь туристов, чтобы заниматься бизнесом. Для её решения нужно было понять, почему они должны заехать именно к нам?

Оказалось, что в этом бизнесе есть свои законы и особенности.

О которых мы расскажем в следующем номере нашего журнала, в том числе с помощью Александра Волкова. Следующий номер будет посвящён подготовке к летнему сезону, и привлечение туристического потока является неотъемлемой частью работы петербургского ресторатора.

” Если ты работаешь для людей как для себя, они очень быстро начинают это понимать. Если ты работаешь только для себя, они тоже это очень быстро понимают. И относятся соответственно. **“**

Что объединяет успешных рестораторов

Как видим, рынок сегодня буквально расцвёл необычными заведениями: в нём появились джелатерии (кондитерские, предлагающие итальянское мороженое), пигодийные (заведения быстрого питания, где продаются корейские паровые пирожки), тайячные (кафе и фуд-траки с японскими пирожками в форме рыбок с начинкой из сладкой бобовой пасты)... Эти актуальные концепции малых форматов открываются либо семьями, либо отдельными энтузиастами. Они достаточно быстро превращаются в небольшие сети и сообщества начинают составлять реальную конкуренцию крупным сетям.

Параллельно стремительно

набирают популярность гастропабы и винные рестораны — что вообще мало кто мог прогнозировать ещё несколько лет назад. Продолжают развиваться рестораны в спальных районах и, конечно, форматы, популярные всегда, — пивные заведения, мясные рестораны, пиццерии, кондитерские-пекарни.

При этом люди, которые их открывают, всё так же совершают ошибки позиционирования и продвижения. Ведь, как бы то ни было, успех проекта как бизнеса зависит от того, насколько в его построении всё соответствует друг другу — дизайн, интерьер, кухня, подбор оборудования.

Но главное, о чём забывают порой рестораторы, — успех

проекта в огромной степени зависит от интереса к нему его руководителей, от их любви к своим гостям и чёткого понимания, что этим гостям необходимо.

Мы видим, что все успешные рестораторы — люди разные. Однако их объединяет именно эта любовь к своему делу, стремление сделать его хорошо и привлечь свою целевую аудиторию.

13 февраля 2018 года в ресторане на корабле «Чайка» пройдёт конференция Бизнес-клуба журнала «Ресторановед», на которой мы рассмотрим факторы успеха ресторанных проектов: из чего складывается этот успех, как долго он может длиться и вообще — что считать успехом?

Всероссийский Бизнес-Форум

12 лет успеха

НАШЕ ДЕЛО

РЕСТОРАН ОТЕЛЬ МАГАЗИН

Форум-выставка для ресторанного, гостиничного и торгового бизнеса

КАЗАНЬ • ЧЕБОКСАРЫ • УФА • САМАРА
ЕКАТЕРИНБУРГ • НИЖНИЙ НОВГОРОД

www.bfnashedelo.ru

реклама

КАРЛОС ФЕРНАНДЕС: «Идеи всеобщей национальной кухни быть не может: только региональной»

ГАСТРОНОМИЯ КАК ОДИН ИЗ ВАЖНЕЙШИХ МОТИВАТОРОВ ПОСЕТИТЬ ТУ ИЛИ ИНУЮ ТЕРРИТОРИЮ

Карлос Фернандес — исследователь, занимающийся в числе прочего изучением связи туризма и гастрономии, — посетил Санкт-Петербург, прочитав для студентов Высшей школы экономики лекцию о гастрономическом туризме. После лекции он поделился с представителем журнала «Ресторановед» своими мыслями о гастрономическом будущем Санкт-Петербурга и возможности его продвижения с помощью ресторанов, а также рассказал о современных кулинарных тенденциях.



Роль шеф-повара важна и для сохранения традиций, и для движения вперёд

Гастрономия — это не просто еда. Это опыт наслаждения, опыт впечатлений. Хорошая еда, хорошее вино, хорошее обслуживание, хорошая атмосфера и хорошие друзья — вот пять элементов, на которых зиждется гастрономия впечатлений.

Отличие гастрономии от обычной еды — именно в наслаждении времяпрепровождением: блюдами, напитками, атмосферой, общением. Всё это позволяет человеку получать от всего, что его окружает, не только приятные ощущения, но часто и новые впечатления.

Поэтому во всём мире к гастрономии есть два подхода. Первый — традиционный: когда повар при приготовлении блюда соблюдает определённые традиции, знает, откуда взялись его продукты и как именно их

готовить. Второй — инновационный: когда повар не ориентируется на традиции, а готовит что-то новое — так, как он считает нужным.

Другое дело, что для того, чтобы идти вторым путём, повар должен очень хорошо знать первый, более того: он должен знать не одну традицию приготовления того или иного блюда, того или иного продукта. Он должен понимать множество традиций — чтобы уметь их правильно миксовать, превращая свои блюда в новое искусство.

Гость всегда хочет чего-то особенного, хочет чего-то красивого — и повар берёт традиционный рецепт, оставляет те же самые ингредиенты, но видоизменяет блюдо. Поэтому роль повара в мире сегодня двояка: с одной стороны, он стоит на страже традиций, поскольку очень хорошо их знает и понимает; с другой — всё же потихоньку их изменяет.

И эта роль сегодня как никогда важна — и для сохранения традиций, и для движения вперёд.

Карлос Фернандес является ведущим специалистом факультета туризма Виана-ду-Каштелу (Португалия), директором Лаборатории туризма. Карлос Фернандес — аудитор Всемирной Туристской Организации UNWTO, гроссмейстер гастрономического сообщества Минью. Сфера научных интересов Карлоса Фернандеса: гастрономия и туризм, религиозный туризм и паломничество, инновации в сфере туризма, культурный туризм, менеджмент туристских дестинаций — сопровождение территорий, которые могут привлекать и удовлетворять различные потребности широкой группы туристов.

Большие порции сегодня не в моде

И если в каждой стране мира есть местности настолько далёкие, что традиции приготовления еды там фактически нерушимы — как готовили сто лет назад какое-то местное блюдо, так и продолжают его готовить, — то в городах люди хотят изменений.

Именно поэтому на отдалённых территориях много ресторанов традиционных кухонь, но их прибыльность гораздо ниже, чем могла бы быть. Потому что деньги заработать можно, только если вы вносите какие-то инновации, — тогда за вашей едой люди будут ехать специально.

Сейчас я работаю в Италии и вижу, как там меняется кухня.

Итальянский Альба является одним из городов, которые ЮНЕСКО классифицирует как город гастрономии



” *Чтобы идти путём инноваций, повар должен очень хорошо знать традиционный путь, более того: он должен знать не одну традицию приготовления того или иного блюда, того или иного продукта.* **“**

Это, конечно, сильнее проявляется в городах, нежели в деревенской местности. Изначально целью поваров во всех ресторанах было просто накормить гостя, утолить его голод. Поэтому итальянские порции были большими и повара не старались придавать еде какой-то вид: как положил на тарелку, так и лежит. Но теперь этого уже недостаточно.

Сегодня еда должна наполнять нас эмоциями и быть достаточно здоровой — такой, чтобы мы после обеда или ужина не чувствовали переедания, а, напротив, ощущали лёгкость. Поэтому большие порции в Италии сейчас не в моде. Повара используют меньше масла и соли, стараются разнообразить цветовую палитру своего блюда, ведь оно должно выглядеть красиво, быть эстетичным, радовать взгляд.

Эта тенденция распространяется далеко за пределы Апеннинского полуострова: мы наблюдаем её и в других европейских странах.

Инновации и традиции для кухни Петербурга

У ЮНЕСКО есть классификация креативных городов: город литературы, музыки, дизайна и так далее. Есть в том числе и город гастрономии. Таким городом является, например, итальянский Альба. Гастрономический компонент — несомненная часть культуры, часть креативности.

Но пути построения этой культуры могут быть разными — и через традиции, и через инновации. Например, в Португалии сейчас всё больше углубляются в традиции, идут к корням, копают вглубь. А в Голландии напротив: эта страна так далеко ушла в своих инновациях, что сейчас там изо всех сил ищут традиции — а их уже трудно найти, к ним сложно вернуться.

Между тем, если мы хотим сберечь своё кулинарное наследие, то кому-то необходимо его целенаправленно сохранять. Поэтому и в том, и в другом направлении важна гармония.

Ведь именно еда — ключевой

показатель культуры общества. И гастрономия — один из главных мотиваторов посещения той или иной страны. Поэтому она является одним из важнейших способов продвижения своей территории.

Если говорить о Петербурге, то, думаю, здесь не получится развивать традиционную еду: здесь нужны какие-то инновации. Потому что традиционная еда — это то, чего мы ожидаем от сельской местности, а не от большого города.

Но, как мы понимаем, чтобы продвигать инновации, нужно определиться с традициями.

И здесь нужна определённая самоуверенность. Сейчас утверждается, что никто не знает, что такое петербургская кухня, что это вообще большой вопрос, никем не решаемый и не решённый. Поэтому сначала нужно сформировать неких резидентов петербургской кухни — блюда, которые могут называться блюдами этой кухни, — даже несколько искусственно сформировать! А потом пойти в рестораны, предлагая готовить и продвигать эти блюда. И часть из них — может быть, даже большая часть, — уйдёт сама по себе: гость их не примет. А некоторые, напротив, закрепятся! И останутся в сознании гостя петербургскими блюдами.

Таким образом постепенно, далеко не сразу, но всё же сформируется уникальная петербургская кухня.

Потому что нет и не может быть идеи всеобщей национальной кухни. Даже в таких небольших по сравнению с Россией странах как Португалия и Италия кухни только региональные! А уж в огромной стране в каждом регионе определённо должна быть — и она наверняка есть! — своя кухня.

И когда в городе сформируется понятие своей кухни, это станет ещё одним важным поводом в этот город поехать.

Шеф-повара Португалии сегодня все больше углубляются в традиционную кухню



СОЧИЭКСПО

5-7 АПРЕЛЯ
ГОРОД СОЧИ

ВЫСТАВКИ
ИНДУСТРИЯ
гостеприимства
& развлечений

EXPOFOOD

ВИНО & ПИВО

Выставочная компания «Сочи-Экспо ТПП г. Сочи»
Тел.: +7 (862) 231-11-68 WWW.SOCHI-EXPO.RU

реклама

КОНФЕРЕНЦИЯ РЕСТОРАТОРОВ

ОРГАНИЗАТОР



РЕСТКОН 2018

www.restconference.com

2 МАРТА
2018

ТОП

ВЕДУЩИХ ЭКСПЕРТОВ
ИЗ ЕВРОПЫ

Москва, ВДНХ, Павильон 75



БИЗНЕС-КЛУБ и ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ОТРАСЛЕВОЙ ЖУРНАЛ

Редакционная подписка и варианты сотрудничества:

1. Бизнес-клуб + подписка на журнал, пакет «ПРЕМИУМ»:

- получение печатной версии журнала — 9 номеров в год;
- получение электронной версии журнала сразу после подписания номера в печать — 9 номеров в год;
- возможность участия в 9 закрытых конференциях в год — очно или онлайн;
- участие в программе экспертной и консалтинговой поддержки: возможность присылать вопросы и кейсы, на которые будут отвечать наши эксперты;
- публикация новостей в разделе «Новости ресторанов» на сайте restoranoved.ru;
- возможность участия подписчика в качестве эксперта и ньюсмейкера на сайте и в журнале — по согласованию с редакцией;
- скидка 35% на участие в форумах, семинарах и других платных мероприятиях под эгидой журнала «Ресторановед»

15 930 руб. / год

2. Бизнес-клуб + подписка на журнал, пакет «Онлайн»:

- получение электронной версии журнала — 9 номеров в год;
- онлайн (заочное) участие в 9 закрытых конференциях в год;
- участие в программе экспертной и консалтинговой поддержки: возможность присылать вопросы и кейсы, на которые будут отвечать наши эксперты;
- публикация новостей в разделе «Новости ресторанов» на сайте restoranoved.ru;
- скидка 20% на участие в форумах, семинарах и других платных мероприятиях под эгидой журнала «Ресторановед»

9 558 руб. / год

3. Подписка на печатную версию журнала «Ресторановед»:

- получение печатной версии журнала — 9 номеров в год;
- публикация новостей в разделе «Новости ресторанов»;
- скидка 15% на участие в форумах, семинарах и других платных мероприятиях под эгидой журнала «Ресторановед»
- возможность очного (или заочного) участия в одной из конференций бизнес-клуба «Ресторановед»

6 372 руб. / год

4. Подписка на электронную версию журнала «Ресторановед»:

- получение электронной версии журнала — 9 номеров в год;
- публикация новостей в разделе «Новости ресторанов»;
- скидка 10% на участие в форумах, семинарах и других платных мероприятиях под эгидой журнала «Ресторановед»
- возможность очного (или заочного) участия в одной из конференций бизнес-клуба «Ресторановед»

3 186 руб. / год

Цены приведены с учетом НДС 18%

(812) 493-33-73 и 493-44-04

e-mail: podpiska@mediavibor.ru

bc.restoranoved@mail.ru



**Все номера
журнала
доступны
по ссылке:**



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



«Современный отель» — это искусство гостеприимства, передовой опыт и лучшие практические решения от самых успешных руководителей, ведущих экспертов и признанных аналитиков гостиничного бизнеса в каждой публикации.

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

6 номеров журнала + 6 конференций Клуба в год



Доступ к архиву
БЕСПЛАТНО
по QR-коду

Деловой клуб журнала «Современный отель» — это профессиональное сообщество отельеров и специалистов индустрии гостеприимства

Формат встречи Клуба - закрытая конференция по актуальным вопросам гостиничного бизнеса. Как правило, это ключевые темы свежего выпуска журнала. А также, обязательно, встреча с главным героем номера.

Конференция проводится на территории отеля владельцем или управляющим которого является персоне выпуска журнала «Современный отель», с возможностью экскурсии по отелю.

Мы проводим 6 встреч Клуба в год. А значит 6 встреч с успешными отельерами, 6 интереснейших проектов, 6 поводов к неформальному и познавательному общению с коллегами.

Какие еще привилегии и преимущества для Вас?

- Журнал «Современный отель» (печатная + электронная версия).
- Размещение новостей о вашем проекте на сайте www.hotelexecutive.ru
- Возможность стать экспертом публикаций издания.
- **СКИДКА 35%** на все конференции и форумы Welcome forum Искусство гостеприимства.

ПОДПИСКА НА «СОВРЕМЕННЫЙ ОТЕЛЬ» И ВАРИАНТЫ УЧАСТИЯ В ДЕЛОВОМ КЛУБЕ ЖУРНАЛА

ПРИ ОФОРМЛЕНИИ ПОДПИСКИ И УЧАСТИЯ В ДЕЛОВОМ КЛУБЕ ДО 29.12.2017 г. —
АРХИВ ЖУРНАЛА ЗА 2017 ГОД **В ПОДАРОК**

1. Деловой Клуб пакет «Профессионал»:

- получение печатной версии журнала — 6 номеров в год;
- получение электронной версии журнала сразу после подписания номера в печать — 6 номеров в год;
- возможность участия в 6 закрытых конференциях для отельеров в год — очно или онлайн;
- участие в программе экспертной и консалтинговой поддержки: возможность присылать вопросы и кейсы, на которые будут отвечать наши эксперты;
- публикация новостей в разделе «Новости ресторанов» на сайте hotelexecutive.ru;
- возможность участия подписчика в качестве эксперта и ньюсмейкера на сайте и в журнале — по согласованию с редакцией;
- скидка 35% на участие в Форумах, на семинарах и других платных мероприятиях по эгидой журнала «Современный Отель».

~~9500 руб/год~~

-10%

Специальная цена для участников конференции PR в секторе B2B — **8550 руб**

2. Деловой Клуб пакет «Онлайн»:

- получение электронной версии журнала — 6 номеров в год;
- онлайн (заочное) участие в 6 закрытых конференциях в год;
- участие в программе экспертной и консалтинговой поддержки: возможность присылать вопросы и кейсы, на которые будут отвечать наши эксперты;
- публикация новостей в разделе «Новости ресторанов» на сайте restoranoved.ru;
- скидка 20% на участие в Форумах, на семинарах и других платных мероприятиях по эгидой журнала «Современный Отель».

~~5500 руб/год~~

-10%

Специальная цена для участников конференции PR в секторе B2B — **4950 руб**

3. Подписка на печатную версию журнала «Современный Отель»:

- получение печатной версии журнала — 6 номеров в год;
- публикация новостей в разделе «Новости ресторанов»;
- скидка 15% на участие в Форумах, на семинарах и других платных мероприятиях по эгидой журнала «Современный Отель»

~~4800 руб/год~~

-10%

Специальная цена для участников конференции PR в секторе B2B — **4320 руб**

4. Подписка на электронную версию журнала «Современный Отель»:

- получение электронной версии журнала — 6 номеров в год;
- посещение / электронный доступ к одной встрече «Делового Клуба»

~~2000 руб/год~~

-10%

Специальная цена для участников конференции PR в секторе B2B — **1800 руб**

СПЕЦИАЛЬНЫЙ ПРОМО-КОД НА СКИДКУ **10%** — RESTORANOVED

Стоимость действительна при оплате на сайте www.welcome-forum.ru

(812) 493-33-73 и 493-44-04

e-mail: podpiska@mediavibor.ru, pr@mediavibor.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



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, армянских 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**

Сохраняйте олимпийское спокойствие*



* Любой тираж от листовки до многостраничника
будет напечатан качественно и в срок

 ПРЕМИУМ
П Р Е С С

Санкт-Петербург, улица Оптиков, 4; тел.: (812) 324 1815, (812) 324 1816

www.premium-press.ru

Новинка!

StoreHouse_5

СКЛАДСКОЙ УЧЕТ

_позволяет полностью автоматизировать процесс управления производством в вашем заведении, а также эффективно управлять себестоимостью, правильно организовать закупки и контролировать действия персонала.

Модуль интегрируется с r_keeper и 1С_>



100%
ПОДДЕРЖКА
ЕГАИС

ПРЕИМУЩЕСТВА:



ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ
Высокая производительность специализированного сервера.



ЗАКРЫТАЯ БАЗА ДАННЫХ



ПРОЗРАЧНОСТЬ УЧЕТА
Возможность проследить реальную себестоимость до первичного документа независимо от количества промежуточных точек учета.



КОМПЕНСИРУЮЩИЕ ЗАПИСИ
Корректировка отрицательных остатков автоматически создаваемыми компенсирующими записями, а не изменением калькуляционных карт.



НИЗКИЕ СИСТЕМНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ

r_keeper_50000_ресторанов_48_страниц_официальное представительство компании 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_>>](#)