

РЕСТОРАНОВЕД

01 (94) январь-февраль 2020

18+

тема номера

**Факторы
успеха
ресторанного
проекта**

**Ресторан
при отеле:
опыт двух
столиц**

Правила икры

**Максим Шинкаренко
и Ольга Ратасеп.
Семейный бизнес
в уникальном формате**





ФЕДЕРАЦИЯ РЕСТОРАТОРОВ
И ОТЕЛЬЕРОВ РОССИИ

БИЗНЕС ФОРУМ ФРИО ИСКУССТВО ГОСТЕПРИИМСТВА

Learning & Networking in St.Petersburg

Впервые в Петербурге!

Самый важный форум для рестораторов, отельеров
и других профессионалов сферы гостеприимства

13-14 апреля 2020 года



Регистрация на форуме:

8 (812) 493 44 04, 8 (812) 910 42 42

8 800 222 26 52 (звонок по России бесплатно)

Организаторы: Федерация Рестораторов и Отельеров,
медиагруппа «Лучший выбор», журнал «Ресторановед»

От редакции

Оборот предприятий общественного питания по итогам прошлого 2019 года вырос на 4,9% и достиг 1,656 трлн рублей в денежном выражении. При расчете оборота Росстат учитывал результаты работы ресторанов, кафе, баров, столовых при предприятиях и учреждениях, а также предприятий, поставляющих продукцию общественного питания.

Казалось бы, неплохо! Но, как всегда в наших реалиях, есть кое-какие нюансы.

Во-первых, цифры роста оборота нужно соотносить с уровнем инфляции в стране. Средний чек, если и растет в вашем ресторане, то скорее – вынужденно. Дорожают продукты, ползут вверх коммунальные платежи, автотранспорт требует больше денег, оборудование, услуги сервисных компаний тоже не становятся дешевле. В итоге: рост выручки не всегда означает увеличение доходности.

Кроме того, в статистику включили оборот «предприятий, поставляющих продукцию общественного питания». Да, доставка растет. Действительно, люди больше тратят на питание вне дома. Но что в большинстве случаев они заказывают через сервисы доставки? Изысканные блюда с красивой подачей? Так это разве что в рекламном ролике одного популярного агрегатора. Да и существенная доля денег идет сейчас через столовые и бюджетные заведения. Недавно мой друг Макс Беляев, вице-президент Федерации Рестораторов и Отельеров, рассказал о ресторане, который запускает проекты по принципу: хочешь зарабатывать много – корми бедных. В принципе, в этом тоже нет ничего плохого.

Я о другом. Цифры часто бывают лукавыми. И рост ниже уровня реальной инфляции – это падение или, как минимум, стагнация. На увеличение доходов вместе с таким «ростом» рассчитывать не приходится.

На самом деле, конечно же, картина не такая грустная. Работать успешно и, что самое важное, прибыльно можно в разных форматах и ценовых сегментах. Есть много востребованных проектов, замечательных рестораторов и талантливых шефов, которые ежедневно это доказывают. Но в кризис как никогда важен высочайший профессионализм и внимание к каждой мелкой детали в своем бизнесе. Это главные факторы успеха и основные оставляющие рецепта успешного ресторана. Собственно, об этом все номера нашего журнала, но этот – особенно.

Поэтому, на Росстат надейся, а сам не плошай!

Александр Марков,
Учредитель журнала «Ресторановед»

РЕСТОРАНОВЕД

Журнал для рестораторов, шеф-поваров, и других профессионалов ресторанного бизнеса.

Издается с 2005 года (до 2010 года выходил под названием «Современный бизнес. Ресторан»)

www.restoranoved.ru

Учредитель/главный редактор:
Александр Марков

Исполнительный директор:
Евгения Кузнецова
ek@restoranoved.ru

Начальник отдела рекламы:
Валентина Голубева
va@restoranoved.ru

PR-директор:
Наталья Симченко
pr@restoranoved.ru

Редактор сайта:
Александр Марков-мл.
life@restoranoved.ru

Корреспондент:
Елизавета Грибова
adv@restoranoved.ru
Юлия Козлова
editor@restoranoved.ru

Дизайнер:
Кирилл Раевский
print@restoranoved.ru

Директор редакции:
Светлана Маркова
sv@restoranoved.ru

Журнал «Ресторановед» 01 (94)

январь-февраль 2020

Св-во ПИ № ТУ 78 - 01042 от 13.01.2012 г.

Учредитель Марков А. В.

Издатель ООО «Медиагруппа «Лучший выбор»».

Перепечатка материалов допускается только с согласия ООО «Медиагруппа «Лучший выбор»». Товары, рекламируемые в номере, подлежат обязательной сертификации. Ответственность за сведения в рекламе несет рекламодатель.

Заказ №78 Тираж – 8 000 экз.

Подписано в печать 20.02.2020

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

E-mail для писем: media@restoranoved.ru

Телефоны редакции:
8 (812) 493 44 04

8 800 222 26 52

звонок по России бесплатно

медиа группа

**ЛУЧШИЙ
ВЫБОР**

Содержание

Ресторановед 01 (94) января-февраль 2020

ФАКТЫ. ЦИФРЫ. ЦИТАТЫ

4

ТЕМА НОМЕРА / ФАКТОРЫ УСПЕХА РЕСТОРАННОГО ПРОЕКТА

10

Ресторан будущего

12

Алексей Воронков: «Инвестор должен четко понимать свою роль в бизнес-проекте»

15

Нина Ефремова: Уникальный квартал в центре Петербурга открывает новые возможности для малого бизнеса

18

Фаст-фуд гораздо больше, чем кажется

20

Эффективное масло – составляющее успеха современного ресторана

22

Фуд-холл – площадка для новых гастрономических возможностей

26

Нейтральное оборудование – основа профессиональной кухни

28

10 шагов к своему ресторану

30

Улучшаем сервис в ресторане вместе с беспроводными системами вызова персонала iКнопка

33

Как поднять средний чек в ресторане?

34

Секреты продающего меню

COVER STORY

37

Правила икры

ОБРАЗОВАНИЕ И КАРЬЕРА

50

Искандар Слаев: «Когда-то я поставил себе цель войти в сборную России»

СОБЫТИЕ

58

Томас Гуглер: «Worldchefs откроет тайны России»

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КУХНЯ

62

Виктор Беляев: «Все соскучились по живому общению»

Очень важно не только иметь деньги на инвестиции в ресторанный бизнес, но и четко определить свою роль в будущем проекте. Условно ее можно разделить на несколько категорий: ресторатор (предприниматель), соучредитель проекта, который участвует в управлении и деятельности ресторана и, непосредственно, инвестор. Инвестор, как правило, не занимается проектированием, построением и развитием бизнеса, а вкладывает средства в проект с целью получения прибыли. Такое вложение денег может быть настолько же выгодным, насколько и рискованным.

12



Искандар Слаев – первый российский повар, победивший на мировом чемпионате рабочих профессий WorldSkills. Яркий пример того, как молодой человек в 21 год, поставив перед собой цель, может начать строить большую карьеру и добиться международного признания. «Ресторановед» поговорил с Искандаром и о первом успехе, и о новых планах.

50

В этом году Россия примет Всемирный конгресс шеф-поваров WorldChefs, который пройдет в Санкт-Петербурге с 29 июля по 1 августа 2020 года. Одним из главных идеологов, вдохновителей и организаторов проведения этого мероприятия в нашей стране является Виктор Борисович Беляев – президент Национальной ассоциации кулинаров. Один из самых известных шефов России, возглавлявший долгое время комбинат питания «Кремлевский» и кормивший многих руководителей многих стран мира.

62

- 68 Должность шеф-повара – это постоянная жизнь на работе

РЕСТОРАН ПРИ ОТЕЛЕ

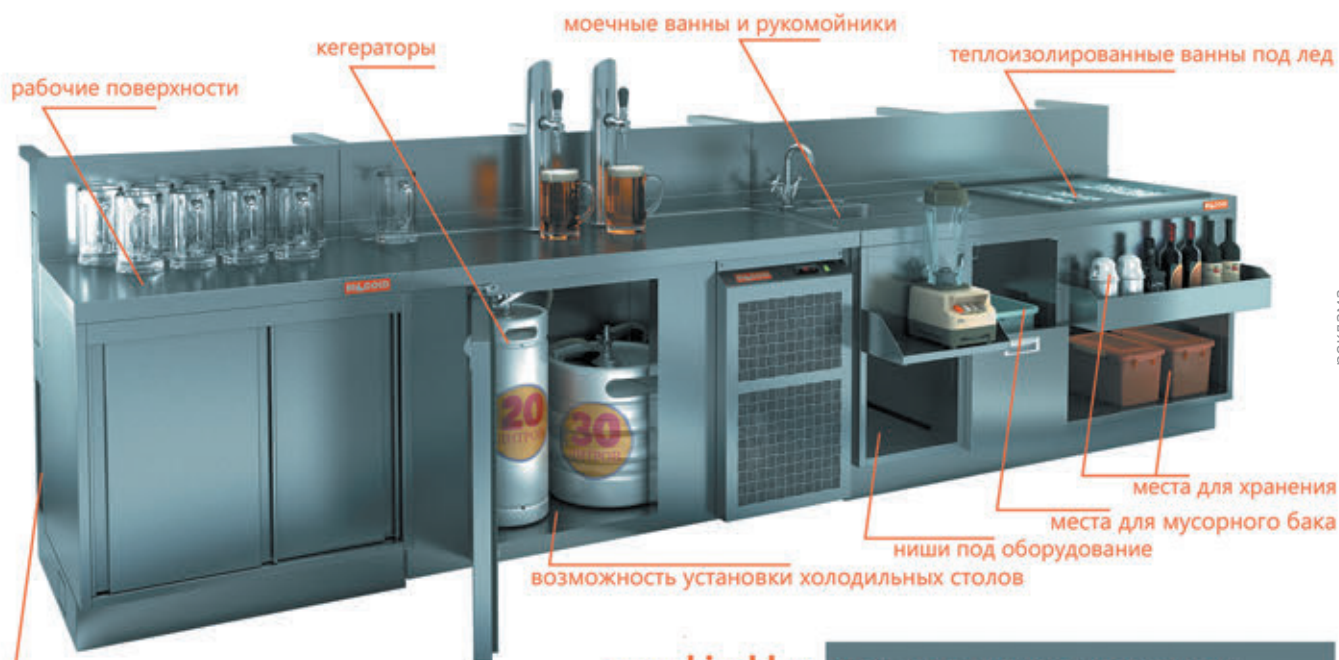
- 76 История гастрономических ужинов набирает популярность
- 80 Мероприятие в ресторане при отеле. Особенности организации и преимущества для заказчика

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ

- 82 Форум «Ресторан при отеле: опыт двух столиц»
- 86 Люблю тебя, Петра творенье!
- 90 Тему гастрономического туризма поднимут на выставке Tatarstan Hospitality Expo 20-22 апреля 2020 года в Казани
- 94 Календарь мероприятий

Оборудование для баров №1

глубина: 250, 300, 400, 500, 600, 700



реклама

www.hicold.ru

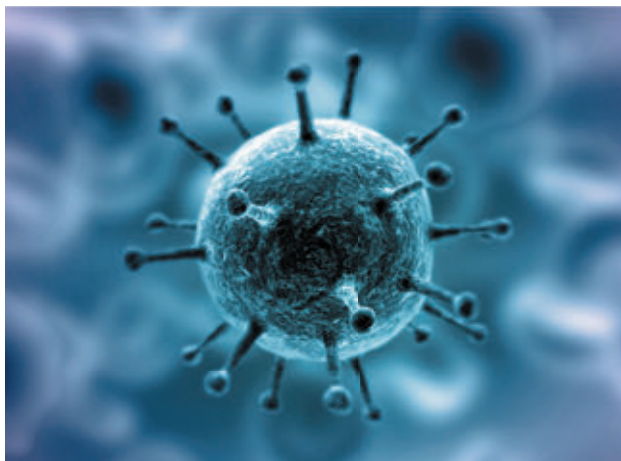
☎ 8 800 333-55-15

☎ 8 495 411-08-08

Весь ассортимент модульного оборудования для баров - передняя и задняя линия + хол./мор. столы.

1,7 трлн рублей составил оборот рынка общепита в России по итогам 2019 года. За прошедший год он увеличился на 4,9%

На **10** процентов снизилась выручка московских ресторанов во второй половине января 2020 года. Главная причина падения оборотов - китайский коронавирус, из-за боязни которого москвичи стали реже ходить по ресторанам



TechnoTec

professional equipment HoReCa

www.techno-tec.com

Профессиональные проекты
Надежное оборудование

г. Санкт-Петербург

реклама



Екатеринбург возглавил список наиболее безопасных для ведения бизнеса. Благоприятной обстановкой отметились также Ростов-на-Дону, Санкт-Петербург, Новосибирск и Москва. Рейтинг криминогенности был составлен компанией «Delta Системы безопасности» на основании количества выездов групп быстрого реагирования и числа охраняемых в каждом регионе объектов.

Сеть бургерных «Мираторга» – «Бургер & Фрайс» – объявила о приостановке работы с сервисами доставки еды из-за низкого качества обслуживания, как говорится в пресс-релизе компании. Сотрудничество прекращено в трех городах, где работает сеть: Москве, Воронеже и Брянске.



ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ БРЕНД МАСЛА ДЛЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА:

- ✓ Разработан совместно с шеф-поварами для шеф-поваров
- ✓ Максимальные результаты благодаря высокой производительности
- ✓ Высокий уровень экспертизы
- ✓ Не содержит пальмового масла!



000 «БУНГЕ СНГ», bungepro@bunge.com,
+7 (495) 721-18-18 www.bungepro.ru

Салат за минуту? Это реально!

Холодильный стол для салата, который сохранит все продукты в свежести и позволит быстро приготовить качественное блюдо

Салат за минуту в вашем ресторане позволит приготовить новый вид холодильного оборудования – Саладетта HICOLD.

Технический прогресс не стоит на месте, в связи с этим все технологии постоянно совершенствуются и модернизируются. Для того чтобы значительно облегчить поварам работу на

кухне и превратить процесс приготовления салатов в минутный процесс, компания HICOLD предлагает широкий ассортимент холодильных столов для салатов различной конструкции и мощности.

Саладетта – это еще одно название этого вида холодильного оборудования, которое



предназначается для хранения ингредиентов для салатов и других продуктов питания, а также напитков не только на профессиональной кухне, но и на предприятиях общепита и торговли.

Однако основным предназначением столов для салата от компании HICOLD является все же обеспечение сохранности и свежести составляющих для холодных закусок и салатов. Благодаря удобной конструкции все необходимое для приготовления всегда под рукой у повара. Саладетты от HICOLD сочетают в себе удобство использования и правильное хранение ингредиентов

Стандартные холодильные столы (модели HICOLD SL1–11GN (1/3), HICOLD SL2–111GN (1/6)), сквозные с распашными дверцами с двух сторон и с нижним расположением холодильного агрегата (HICOLD SLE1–11GN (1/3), HICOLD SLE2–1111GN (1/6) и др.). Столы со столешницей из полипропилена с нижним расположением агрегата с дверями (HICOLD SLE3–11GN).



№1

БАРНЫЕ ХОЛОДИЛЬНИКИ

Серия BN — глубина 500 мм.
Серия SN — глубина 600 мм.
Серия GN — глубина 700 мм.

- ★ От 2 до 4 секций.
- ★ Глухие или стеклянные двери.
- ★ Стандартный или увеличенный объем.
- ★ Нержавеющая сталь или пластификат.
- ★ Температурный режим -2+10/-18-20



реклама

www.hicold.ru

☎ 8 495 411-08-08 ☎ 8 800 333-55-15

Вдвое может увеличиться в течение 2020 года число фуд-холлов Санкт-Петербурге. Эксперты ждут массового открытия проектов такого формата в городе на Неве вслед за Москвой

В Москве появился сервис, который позволяет горожанам искать собеседников для завтрака. Чтобы найти компанию для совместного завтрака, пользователю необходимо скачать приложение и заполнить анкету. После этого программа сама подберет и предложит потенциальных собеседников в зависимости от указанных юзерами предпочтений. Это далеко не единственный пример инноваций «с участием» предприятий питания. Есть петербургская разработка, которая позволяет находить пару для знакомства с учетом предпочтений тех или иных ресторанов, приложения для знакомства в барах и другие подобные решения.



«Это действительно так. Ничего не могу рассказать, но это действительно так – мы готовим новый проект», – сказал Сергей Бондарчук – сын известного продюссера, режиссера и актера Федора Бондарчука, – комментирую новость о том, что он откроет ресторан на Грузинском Валу в Москве вместе с ресторатором Алексеем Киселевым, автором проектов Kisa bar и Patara

Delo Zvuka
Музыка имеет значение

- Аудиобрендинг
- Фоновое озвучивание
- Проектирование и внедрение систем мультимедиа
- Автоматизация управления гостевым пространством

delozvuka.ru | 8-800-707-23-59 | hello@delozvuka.ru

реклама

Российская команда примет участие в европейском полуфинале Bocuse d'Or в эстонском Таллинне.

Эстония впервые примет отборочный тур этого престижного гастрономического состязания вслед за Норвегией, Швейцарией, Бельгией, Швецией, Венгрией и Италией. 28 и 29 мая 2020 года состоится континентальный отборочный раунд, в котором примут участие команды из 20-ти стран Европы. По итогам национального отборочного тура в 2019-м году кандидатом от России станет Виктор Белей – шеф-повар московского ресторана «Ухват», а место его помощника в конкурсном боксе займет молодой, но уже заслуженный повар Искандар Слаев, имеющий в своем арсенале несколько наград за участие в российских и международных кулинарных состязаниях.



100 миллиардов евро составила стоимость контрафактных продуктов Made in Italy в 2019 году, более чем вдвое обогнав экспорт агропродовольственных товаров из Италии (оцениваемый в 42 млрд. евро). За последние десять лет производство фальшивых продуктов с благозвучным итальянским названием выросло на 70%, отняв 300 тысяч рабочих мест, говорится в отчете Filiera Italia – ассоциации, которая объединяет лучшее из национального сельскохозяйственного производства.

HoReCa. RetailTech

29-я международная выставка

для баров / ресторанов / гостиниц / ритейла

HORECAEXPO.BY

7-9 АПРЕЛЯ 2020

Конькобежный стадион пр. Победителей, 111 А Минск, Беларусь

реклама

| Современные тенденции | Комплексные решения | Технологические преимущества

#horecaretailtech

ЭКСПОФОРУМ выставочное предприятие | pan@expoforum.by

Тема номера

стр. 9-35

Факторы успеха ресторанного проекта

Секрет успеха – загадка, над которой человечество бьется веками. Вот и мы в этом номере попытались порассуждать на тему того, что делает современный ресторан успешным, найти ту самую универсальную формулу. Ясно одно: работать успешно и, что самое важное, прибыльно можно абсолютно в разных форматах, не зависимо от ценового сегмента. Главный фактор – высочайший профессионализм и внимание к каждой мелкой детали в своем бизнесе.



Ресторан будущего

Говоря о факторах успеха бизнес-проекта, предприниматели на стадии его разработки неизбежно заглядывают в будущее, в котором и прогнозируют тот самый успех. Интересно, что многие известные рестораторы, которые уже успели зарекомендовать себя, как достаточно талантливые предприниматели, не всегда сходятся в представлениях того, как выглядит ресторан будущего. Можно выделить несколько ориентиров.

Лишние люди

Самый популярный тренд будущего, который часто обсуждается на профессиональных форумах и мероприятиях – роботизированный ресторан. Такие фантастические догадки далеко не беспочвенны. В основе всего, что происходит в мире, лежит экономика. Объем кошельков напрямую влияет на ресторанный бизнес. Уже сейчас мы видим, что дорогая аренда заставляет рестораторов в России выбирать небольшие помещения и сокращать расходы на персонал. Однако, эта проблема не только нашей страны.

Денис Иванов – ресторатор и владелец более 40 успешных заведений в Новосибирске и Москве, отмечает: «Когда мы консультировались по поводу открытия бизнеса в Японии, мы увидели такую же тенденцию к сокращению. Рестораторы в Токио стремятся избавиться от лишних людей. На кухне могут работать 3–4 человека по универсальному принципу «и швец и жнец...» Существуют даже заведения, где почти нет поваров на кухне. Все уже достаточно роботизировано».

Вечная классика

Вторая по популярности тенденция, к которой склоняется большинство

рестораторов – заведения будут больше ориентированы на общение с гостями. Кажется, это полностью противоречит сказанному ранее. Между тем, совсем даже наоборот – напрямую произрастает.

С развитием технологий, люди будут все больше нуждаться в других людях. Классических ресторанов, в прямом понимании этого слова, с настоящими шеф-поварами и официантами с бабочками, всегда будет не хватать. Такой сегмент станет сродни классической музыке – еще более элитарным и дорогим, как концерт в Большом театре.

Гастрономический квартал

Фуд-молл – гастрономическое пространство, направление будущего, которое олицетворяет еще одну общую тенденцию ориентира на людей и разнообразие. Этот формат уже захватил ресторанный рынок и переманивает на свою сторону все больше рестораторов и инвесторов.

Показателем того, что такой формат необходим, стало открытие весной 2019 года фуд-молла «Депо» в Москве на месте бывшего трамвайно-конного депо. На 13 тысячах квадратных метров действуют около 100 ресторанов. Проект «Депо» изначально задумывался не только, как

особая туристическая метка, но и как повседневное заведение жителей столицы. «Не хотелось делать ресторан, чтобы просто зарабатывать деньги. Было желание придумать проект для города, для людей» – рассказывает Алексей Васильчук, создатель проекта и владелец холдинга REStart Vasilchuk Brothers. Как добавляет Алексей: «Люди должны отдыхать и кушать».

Разнообразие во всем

Не смотря на разность позиций, все-таки, большинство рестораторов сходятся во мнении, что рестораны будущего определяет разнообразие.

Молодые рестораторы Михаил и Роман Левченко, поддерживая эту теорию, заявляют, что исчезнет в принципе такое понятие, как целевая аудитория. «Мы же не можем выстроить друзей по какой-то определенной линейке и пытаться понять и предугадать, что они хотят. Мы хотели бы видеть будущее в разнообразии и поэтому именно таким образом подходим к собственным проектам». Один из них – японское бистро J'PAN стало финалистом национальной премии «Пальмовая ветвь 2019» за лучшую ресторанный концепцию.

*Елизавета Грибова,
по мотивам Форума
лидеров фуд-индустрии*

Алексей Воронков: «Инвестор должен четко понимать свою роль в бизнес-проекте»

Очень важно не только иметь деньги на инвестиции в ресторанный бизнес, но и четко определить свою роль в будущем проекте. Условно ее можно разделить на несколько категорий: ресторатор (предприниматель), соучредитель проекта, который участвует в управлении и деятельности ресторана и, непосредственно, инвестор. Инвестор, как правило, не занимается проектированием, построением и развитием бизнеса, а вкладывает средства в проект с целью получения прибыли. Такое вложение денег может быть настолько же выгодным, насколько и рискованным. Причем, чем выше сумма, которую планирует получить инвестор в результате вложения средств, тем выше риск потерять эти деньги.



Алексей Воронков, директор по маркетингу управляющей компании Evdokimov Group, гендиректор компании Super Easy.

Изучение специфики

В этой связи существует проблема неподготовленности вкладчика. Потенциальному инвестору, который не имеет опыта ведения ресторанного бизнеса, но уже обладает неким денежным ресурсом, я бы не советовал хвататься за первый попавшийся проект, каким бы прибыльным он не казался. Необходимо понять специфику рынка и особенности работы ресторанного проекта.

На данный момент уже существует достаточно много образовательных программ, чтобы помочь в этом. Например, полноценные бизнес-школы: Novikov School, Ginza School и другие. Пусть на первый взгляд покажется, что это кем-то выдуманная теория. Я сейчас не берусь оценивать качество такого образования, но оно, безусловно, полезно. Есть определенные универсальные правила ведения бизнеса, которые нужно знать до вхождения на тот или иной рынок. Кроме этого, существуют краткосрочные программы, профессиональные форумы, конференции, выставки и онлайн-программы.

Если у человека действительно горят глаза и есть желание развиваться в определенном направлении, всегда можно найти возможность посмотреть на бизнес изнутри. Никто не мешает, как минимум, поработать официантом, либо на кухне. Более того, многие уже состоявшиеся бизнесмены сами проходили этот путь и не видят ничего зазорного. На самом деле, это базовый подход, который впоследствии позволит находить общий язык с сотрудниками и легче их понимать.

Как и в любом деле, необходимо получить начальную базу. Если вдруг нет времени или



возможности для этого, то лучше не открывать свой ресторан.

На что ориентироваться потенциальному инвестору

Прежде всего, следует изучить бэкграунд человека или компании, узнать сколько, и какие проекты открыл ваш потенциальный бизнес-партнер. Если такого бэка нет, я бы, скорее всего, не участвовал в проекте. Это не значит, что с ними точно ничего не получится, но риски большие. Вместе с тем, иногда даже бэкграунд не гарантирует успех в новом проекте. Но вероятность успеха во втором случае гораздо выше. Я бы выбирал команду по принципу «открыто-закрыто». Простейшая математика. Смотрим, сколько из открытых ранее, вашим потенциальным бизнес-партнером, проектов работает на данный момент. Далее, изучайте каждый предыдущий проект отдельно. Посмотрите, на какой стадии он был взят, какие вложены инвестиции, какие финансовые показатели получены, через какое время и т.д.

Нельзя недооценивать и такой

важный фактор, как личные качества ваших будущих компаньонов. Общаясь с человеком какое-то время, потенциальный инвестор может понять, комфортно ли ему в этой компании, чем люди занимаются помимо ресторана, какие у них интересы. Недостаточно просто встретиться пару раз, выпить водки, поговорить о жизни, и после этого ударить по рукам. Полезнее будет общаться с этими ребятами последовательно, в течении какого-то времени. Например, сегодня вы пришли – у них полная посадка, но никто не знает, что будет завтра или через месяц. Или на переговорах он старался показаться с лучшей стороны, был красноречив и убедителен, а через неделю оказывается, что с ним и поговорить не о чем.

Преимущества и недостатки инвестиций в ресторанные проекты

Сегодня становится меньше завышенных ожиданий. Большинство инвесторов понимают, что бизнес с потенциальной

доходностью в 15–20%, которые при определенных условиях может дать ресторан – это очень даже неплохо. Учитывая условия российского рынка, почти не осталось тех, кто еще живет в параллельной реальности и ожидает, что инвестиции вернутся за год. Необходимо понимать, что уже хорошо, если ресторан окупился за 3–5 лет.

На самом деле, есть много и преимуществ в том, чтобы инвестировать в ресторан. Рынок общепита ежегодно растет. Конечно, создается большая конкуренция, но, вместе с этим, открываются новые возможности. Намного сложнее быть первым и заходить на рынок, которого еще нет. Можно просто не угадать не столько с концепцией и форматом, сколько со временем, когда народ еще не готов принять вашу идею.

При всем при этом, в любом бизнесе есть вероятность того, что просто не пойдет. Иногда это не зависит ни от локации, ни от команды, ни от опыта. Мы видим примеры того, как даже

признанные метры и корифеи закрывают свои рестораны и, кстати, открыто говорят об этом.

Опасность быстрого запуска

Спешка, чрезмерное желание побыстрее открыть свой ресторан зачастую играет не на руку начинающему предпринимателю. Есть опасность прогадать еще на этапе выбора локации. Наткнувшись на хорошее, но дорогое место, человек впадает в некое состояние эйфории, и может не рассчитать, что его бизнес-модель просто не выдержит слишком высокой аренды. Люди неоправданно рискуют, а потом рынок выбрасывает их на мель.

Есть и другой вариант, не менее опасный. Случается обратная ситуация, когда чувствуя нехватку опыта и определенную эмоциональную и материальную ответственность перед инвестором, руководитель проекта или управляющая компания стараются для подстраховки снизить издержки на этапе выхода на рынок. В результате, выбор падает

на локацию подешевле, но менее выгодную. Как правило, далеко не в самом проходимом месте. Но в этом случае еще есть шанс выиграть за счет удачной концепции и маркетинга.

Низкая арендная ставка компенсируется маркетингом

Как показывает опыт, низкая арендная ставка зачастую перекрывается правильным маркетингом. Примеров огромное количество, когда бывшие заводы, далеко не в центре города, неприметные дворы и прочие сомнительные места превращаются в очень самобытный ресторанный кластер, где в рамках определенной концепции могут соседями существовать разные гастрономические и концептуальные форматы. Они генерируют друг другу определенный трафик. Яркий пример такого проекта с не очень большими инвестициями – «Co-op Garage» на Гороховой улице в Санкт-Петербурге. Они сделали упор на заведение в формате смарт-кэжуал с низким средним чеком, а двор стал местом тусовки байкеров. То есть, они пошли обратным путем и сами увеличили проходимость, благодаря маркетингу и креативному подходу. Все было продумано на старте, вплоть до деталей.

Ресторанный проект – бизнес, который тяжело вести в одиночку. Чаще всего, это становится историей о партнерстве, когда люди объединяют свои силы капитал знания ради достижения общей цели. Очень важно, при этом, подойти осознанно и расчетливо к выбору формата финансовой модели и стратегии, как и к выбору партнеров по бизнесу. Только в этом случае шансы на успех существенно повышаются.



Нина Ефремова: Уникальный квартал в центре Петербурга открывает новые возможности для малого бизнеса



Проект «Лиговский, 50» может послужить примером превращения старого центра в практичную современную площадку, привлекательную, в равной степени, как для бизнеса, так для гостей Северной столицы и местных жителей, при этом без ущерба для исторической памяти и первоначальной целостности городской композиции.

Нина Ефремова, генеральный директор управляющей компании «Лиговский, 50»

Квартал по адресу Лиговский, 50 в самом сердце Санкт-Петербурга рядом с площадью Восстания и Московским вокзалом – это исторический комплекс малоэтажной застройки начала 19 века. Сегодня это 18 отдельно стоящих зданий, первыми владельцами которых были купцы Кокоревы.

Всю свою долгую царскую, а затем и советскую историю они использовались, как склады. Большую часть времени здания эксплуатировались лишь частично, что и поспособствовало постепенному разрушению пустующих объектов и потере внешней презентабельности. Со времен перестройки и до

недавних пор все большие города в России развивались по принципу: «снести, нельзя оставить» – фраза, которой чаще выносили приговор старинным городским объектам в пользу новых – из стекла и бетона. Это неудивительно, ведь некоторые исторические здания давно потеряли свой прежний вид, и



требуют больших вложений для реставрации. В этом отношении Санкт-Петербург не исключение. В центре города появилось большое количество современных построек с бизнес-центрами и апарта-отелями. Однако за последние годы администрация и сами жители Северной столицы пересмотрели свое отношение к историческим сооружениям.

Лиговский, 50 представляет неоспоримую ценность, и является уникальным местом для центра Петербурга. Понимая его значимость, нам очень близка позиция, которую занял город. Необходимо непременно поддерживать идею сохранения исторического центра и использовать, заложенный в него, потенциал.

Вторую жизнь площадка обрела в начале 2000-х, с приходом

новых собственников, мотивированных на сбережение локации в ее естественном виде. К 2009 году на *Лиговском, 50* полностью избавились от складов, и перешли в формат делового бизнес-центра с небольшими магазинами и кофейнями, расположенными на первых этажах. Теперь, на рубеже 2020 года перед нами возникла другая цель – как создать уютное туристическое и торгово-развлекательное пространство со своими двориками, пешеходными зонами, местами для отдыха, но не отделяя его от города, а, наоборот, гармонично дополняя.

С пользой для бизнеса

Главное преимущество для арендаторов заключается в том, что мы расположены на большом земельном участке.

Развивая актуальную концепцию фуд-холлов, такая территория могла бы комфортно вместить сразу несколько зон концентрации разных гастрономических форматов. Таким образом, образуется собственная экосистема, обеспечивая внутри выгодный трафик.

Помимо ресторанов, такая площадка привлекательна и для малых отелей. Сейчас эта сфера на многих локациях, таких как улица Рубинштейна, улица Жуковского, Невский проспект и многих других, испытывает трудности из-за отношений между бизнесом и местными жителями. Существует целый пласт предпринимателей, давно ведущих свой бизнес в отельном направлении, и которых буквально выгоняют с их прежних мест.

«Лиговский, 50» – комплекс нежилых помещений, на которых можно избежать конфликтов с владельцами квартир, которых там просто нет. Теперь появится возможность разместиться у нас, тем самым сохранить выгодное расположение и не потерять клиентов.

Возможны и другие интересные предложения для разных видов и форматов бизнеса. Например, мы видим среди своих арендаторов, в том числе, туристические агентства, которые смогут обеспечивать гостей билетами в театры, на речные прогулки и экскурсии. Их дополняют и прокатные компании, предоставляя автомобили и, например, вечерние наряды...

С выгодой для города

В Санкт-Петербурге слишком мало мест, где можно приятно провести время на свежем воздухе, не выезжая за пределы центра: поесть в уличном кафе, погулять, элементарно почитать книгу маме с коляской. Мы хотим сформировать пул арендаторов таким образом, чтобы предложить нашим гостям возможность комплексного городского отдыха. Он включает в себя различные варианты размещения, питания, развлечения, проведения мероприятий, зоны коворкинга и многое другое. То разнообразие услуг, которые могут предложить арендаторы в рамках одного пространства, в том числе, экономит время, которого, как известно, нам всегда не хватает. Помимо зоны развлечений, появится также рабочая зона, где будет удобно проводить переговоры и деловые мероприятия.

МНЕНИЕ

Кристофер Спейрс

Генеральный директор
«Северо-Западной
кофейной компании»



«Северо-западная кофейная компания» переехала на Лиговский, 50 в 2012 году. Тогда эта площадка привлекла тем, что напоминала Smithfield Market – старейший продовольственный центр Лондона, сохранивший свое историческое расположение в сердце города. Оказавшись на «лиговке», мы прониклись особой аурой этого места. Лиговский, 50 – это маленький город, где можно найти все. Я вижу огромный потенциал, прежде


всего, благодаря выгодной локации – в двух шагах от Московского вокзала. И ведь он не исчерпан. Следующая ступень развития – это увеличение пешеходного трафика, создание комфортного универсального пространства. Если в центре Петербурга появится такой уютный квартал, где местные жители, туристы и предприниматели найдут каждый свою выгоду, город от этого только выиграет.



Фаст-фуд не сдает свои позиции на рынке и продолжает быть самым быстрорастущим форматом ресторанного бизнеса. С каждым годом данный сегмент увеличивает свои показатели по количеству открытых предприятий питания и денежному обороту. Но действительно ли выбор в пользу быстрой еды и вклад в открытие такого проекта является гарантией успеха для будущего предпринимателя или инвестора?

Фаст-фуд гораздо больше, чем кажется





Нет ничего удивительно в такой популярности фаст-фуда. Она в большей степени обусловлена быстрым темпом жизни современного человека и нехваткой времени. К тому же, на предпочтение в еде прямым образом влияет общая экономическая ситуация. Доходы населения заметно снизились. Сводя воедино эти два фактора, получается, что мы охотно покупаем уличную еду по дороге на работу или в обеденный перерыв, если она быстро приготовлена и, что тоже очень важно, по доступной цене.

Однако, если раньше слово «фаст-фуд» ассоциировалось, разве что, с бургерами или нагетсами в картонной коробочке от известных сетевых брендов, то теперь его значение стоит рассматривать в более широком смысле. Требования к качеству выросло наравне со спросом. Увеличилась осведомленность потенциального гостя о том, что полезно, а что вредно. Вот такие, иногда противоречивые факторы, влияют на то, насколько будет успешен бизнес.

В ответ на требования населения «есть не только быстро и дешево, но полезно и вкусно», стали чаще встречаться принципиально новые операторы быстрой еды – проекты, несущие в себе идеологию городской уличной гастрономии – простой, быстрой, но качеством нисколько не уступающей ресторанам. Одним из ключевых факторов успеха стрит-фуда становится именно еда в ее разнообразии. Поэтому можно смело сказать, что фаст-фуд не только увеличивает обороты, но и расширяет границы самого формата. У гостя, который куда-то торопится, и хочет перекусить, теперь появились возможности выбора: заскочить в Макдональдс, в независимую бургерную или пойти в фуд-маркет и посетить один из авторских корнеров.

Конечно, гостю, наличие такого ассортимента концепций и вкусов,

только на руку. Но если подойти к этому с точки зрения ресторатора и бизнесмена, возникает опасность несоответствия в конкурентной борьбе. В этой связи, прежде чем обращаться к сегменту стрит-фуда, эксперты советуют изучить рынок и грамотно выбрать локацию. Но и если вы нашли проходимую точку, провели хороший маркетинг, этого все еще недостаточно, чтобы пожинать плоды успеха. Нужно работать. Традиционные точки также вынуждены будут меняться под новые вкусы потребителей и, чтобы выдерживать конкуренцию, ориентироваться на более продвинутых коллег. Даже международные сетевые проекты, которые упоминались выше, продолжают развиваться, соответственно требованиям современного гостя. Например, вводят в меню такие блюда, которые раньше им были совершенно несвойственны. Кто-то экспериментирует с искусственным мясом, кто-то делает упор на низкокалорийное меню.

Размывает привычные границы и доставка – услуга, ставшая неотъемлемой частью ресторанного бизнеса. Развитие такого сервиса продолжит менять традиции потребления, не просто поддерживая спрос, но и формируя новую культуру потребления.

Прошедший 2019 год ознаменовал себя, как пора фуд-холлов и фуд-моллов. В Москве появилось около десятка точек подобного формата. Фуд-холлы и фуд-маркеты уже стали одним из самых доступных и популярных способов развлечения. Их развитие приведет к тому, что люди будут посещать их, даже если они не голодны. Если фуд-корт в торговом центре чаще всего воспринимается как место для перекуса во время шопинга, то фуд-холлы могут стать полноценным вариантом досуга, где еда – не продукт первой необходимости, а способ провести время, развлечься с семьей или друзьями.

Эффективное масло – составляющее успеха современного ресторана

Визиты в рестораны и кафе стали неотъемлемой частью жизни в современном городе. Гости становятся более подкованными и требовательными к цене, качеству и вкусу. Это требует от профессионалов фудсервиса оперативного реагирования и соответствия желанию россиян. Но как в конкурентной гонке за внимание гостя улучшать качество готовых блюд, создавать новые актуальные концепции ресторанов и, при этом, сохранять цены приемлемыми? Правильные продукты и искусство шефа – основа вкусной еды. Одним из самых массовых продуктов, используемых на кухне, является растительное масло. Своими секретами делится шеф-повар Роман Степаненко.

Гости ресторанов выбирают высокое качество блюд и хороший сервис. Соблюдение этих двух условий, при разработке любой концепции заведения, в дальнейшем формирует его репутацию и способствует росту потребительской лояльности к

новому проекту и, как следствие, его развитию в индустрии. «От качества выбранного продукта зависит конечный результат, – соглашается шеф-повар Роман Степаненко. – Безусловно, наряду с отличной кухней, слаженной работой команды,

грамотно выстроенным сервисом и экономикой, качество сырья – это фундамент успешного заведения».

Открывая свой ресторан, необходимо определить среду – ориентир, по которому будет идти заведение. Стоит признать,



Роман Степаненко, шеф-повар, принимал участие в организации питания на зимней олимпиаде Сочи-2014, Чемпионате мира по футболу – 2018, Всемирном фестивале молодежи и студентов – 2017, универсиаде в Казани и других крупных международных проектах:

– Каждая сэкономленная секунда – это еще один довольный гость. В заведениях общественного питания еда должна быть не просто быстрой, но и качественной. Я выбираю масло Bunge Pro Cuisine потому, что это лучшее экономическое решение как для отдельного ресторана, так и для крупных сетей фастфуда. Работа с Bunge Pro Cuisine позволяет эконо-

мить на закупке фритюрных масел порядка 18%. Снижение частоты замены масла и при этом сохранение безупречного качества приводит к росту прибыли. Мой совет: уделяйте больше внимания качеству продукции, не подвергайте бизнес риску, ведь в конце концов это отразится на репутации – вашей и вашего ресторана.

что фокус индустрии все больше смещается в сторону молодого поколения, которое выросло с фастфудом. Поэтому, приходя в рестораны другого формата и более высокого уровня, они ориентируются на сложившиеся приоритеты, которым следуют современные миллениалы – простота, экономичность, скорость. И зачастую к этому добавляется экологичность и польза. Лояльность именно этой целевой аудитории даст, в конечном итоге, конкурентное преимущество и позволит заведению оставаться актуальным в меняющейся окружающей среде.

Как сохранить и передать естественный вкус входящих в блюдо продуктов

Для оптимизации затрат без ущерба качеству, следует выбирать эффективные в работе профессиональные решения для ресторанной кухни – в том числе качественные фритюрные масла. Произведенные с применением современных технологий и отвечающие повышенным требованиям ресторанной кухни, профессиональные масла характеризуются долгим сроком службы и экономичным расходом. Их использование

позволяет не только максимально сохранить и передать естественный вкус входящих в блюдо ингредиентов, но и минимизировать риски при его приготовлении. «В своей работе я использую растительные масла Bunge Pro Cuisine, – делится опытом Роман Степаненко. – Ассортимент бренда отвечает ключевым потребностям и гарантирует стабильность результата. Масла Bunge Pro Cuisine подходят для большинства ресторанных форматов».

В отличие от обычного подсолнечного масла специальные фритюрные масла выдерживают большее количество жарок, выделяют меньше вредных веществ и продлевают срок службы оборудования. Более того, благодаря натуральным функциональным добавкам фритюрные масла не перегреваются и не оказывают негативного влияния на продукты, обеспечивая при этом их равномерную прожарку и обеспечивая сохранение массы и формы изделий на выходе. Кроме того, использование профессиональных масел для жарения во фритюре значительно ускоряет время приготовления блюд – а значит, вы получаете больше довольных гостей и, как следствие, больше прибыли.



Лайфхак от шефа: клубника во фритюре

При жарке во фритюре очень важно передать естественный вкус продукта, при этом сделать его ярче и насыщеннее. Предлагаем приготовить клубнику в ванильном кляре. Для начала замешиваем жидкий кляр с добавлением кукурузного крахмала и небольшого количества ванильного сахара. Клубнику насаживаем на деревянную шпажку, окунаем в кляр и обжариваем во фритюре при температуре 185°C до золотистого цвета. Результат – оригинальный десерт, насыщенный ароматом клубники с тонкой хрустящей корочкой. Подавать рекомендуем с кремом из творожного сыра.

F1 ФРИТЮРНОЕ МАСЛО

- 100% ПОДСОЛНЕЧНОЕ МАСЛО
- ДЛЯ ЖАРЕНИЯ ВО ФРИТЮРЕ
- 225 °C ТОЧКА ДЫМЛЕНИЯ*
- ПЕНОГАСИТЕЛЬ

* среднее значение

Фуд-холл – площадка для новых гастрономических возможностей

Максим Попов – ресторатор с более чем 20-летним опытом. Собственник и совладелец гастрономической улицы strEAT – первого фуд-холла в Москве, который решился создать полноценную гастрономическую историю без включения рынков.



Окончил Российский государственный технологический университет имени К.Э. Циолковского (МАТИ) и после университета собирал макеты самолетов в конструкторском бюро «Туполев», но мечтал о карьере бармена. С 2004 года управлял лучшим японским рестораном Москвы «Seiji» и в конце 2000-х присоединился к команде «Ginza Project»: открывал рестораны холдинга «Вуопо», «Такаса», караоке «Трубадур» и зал «Романтик» в гостинице «Украина». В 2011 году получил предложение возглавить Даниловский рынок, провел полную реконструкцию и за три года превратил его в модный европейский фудкорт, полностью изменив бизнес-модель. В 2017 году основал собственный проект – Гастрономическую улицу strEAT, который сразу же удостоился премии «Пальмовая ветвь ресторанного бизнеса 2018» в номинации лучший «Фудхолл-концепт».

– Вы отмечаете рост популярности стрит-фуда в России?

– Безусловно, очевидная тенденция последних нескольких лет в Москве – это бум различных фуд-холлов, фуд-маркетов, гастро-маркетов и т.д. Могут сказать, что современные рестораны намерены активно осваивать новые просторы, поэтому тренд на создание подобных

гастрономических пространств будет непременно расширяться и в сторону регионов. В первую очередь это Санкт-Петербург и города-миллионники, но также к нам обращаются за консультациями из городов с населением от 400–600 тыс. человек.

– Можно ли справедливо называть фаст-фудом все заведения, которые открываются в различных фуд-кортах и фуд-холлах?

– Многие путают понятия фаст-фуд, фуд-корт, фуд-холл, фуд-молл и так далее. Если говорить о площадках – то фуд-корты – это привычные всем точки питания в торговых центрах, а фаст-фуд – еда, которую предлагают эти, как правило, сетевые операторы: механизированная и не отличающаяся ресторанным качеством.

Поскольку мы говорим о тенденциях развития гастрономического рынка, я бы обращался к терминам фуд-холл в отношении площадки и стрит-фуд в отношении еды. В основе идеологии стоит идея получения пакетного предложения с

набором качественной гастрономии, классной атмосферы и невысоким средним чеком под одной крышей. Такие заведения нельзя назвать просто фаст-фудом. Это полноценные ресторанные концепции с практически полным циклом приготовления блюд, но сниженным средним чеком и усеченным меню. В strEAT, например, 44 резидента и более 30 кухонь мира. Каждый участник, который заходит на площадку, проходит строгий отбор, поэтому гости могут быть уверены в высоком качестве продуктов и уникальной концепции меню.

– Подходит ли такой формат для шеф-повара или он там не нужен?

– Разумеется, подходит. В настоящее время шеф-повара – сплошь медийные лица. Они делают шеф-тейблы, гастро-ужины, участвуют в паблик-токах и всячески поддерживают свои проекты за счет усиления личного бренда.

При этом площадки фуд-холлов для шефов – отличная возможность дать волю своим



Японский суши-бургер с мягким крабом от корнера Yum Yum



Стрит-фуд активно развивается, экспериментирует с новыми кулинарными направлениями, но его основу традиционно составляют блюда фри: куриные крылышки, мясные боллы, фиш энд чипс и разнообразие картофельных снежков. Фритюр позволяет очень быстро обжаривать продукты одновременно со всех сторон. Профессиональное фритюрное масло BUNGE PRO CUISINE помогает шеф-повару создать аппетитную хрустящую корочку, сохранив при этом сочность и вкус самого продукта. Секрет успеха повара – правильно подобранное масло, которое поможет сделать блюдо топовой фишкой заведения.

www.bungepro.ru

творческим амбициям и проявить креативность. Яркая иллюстрация – корнер японских суши-бургеров «Yum Yum» от шефа Максима Волкова. Аналогов этому проекту в России до сих пор не представлено, но они уже есть на гастрономической улице strEAT. Еще один пример оригинального стрит-фуда – «DIZENGO99». В нем, кроме классики уличной еды Израиля, предлагают новые блюда: питы «Неряха Йоси» с фаршем и креветки карри, вафельный рожок «Батата» с кремом-батат, сливочным сыром и т.д. Шеф-повар проекта «SEVER» в strEAT Григорий Захарий разработал меню из традиционных продуктов севера России – сугудай, строганина, оленина, муксун и т.д. – неочевидные для стрит-фуда ингредиенты.

Как раз качественной гастрономией и отличаются концепции фуд-холлов от фаст-фуда. Здесь важна каждая деталь: продукты, продуманное меню, подача, знание рынка и, при этом, возможность предложить потребителю качественное блюдо по цене ниже ресторана на 30%.

– Вы согласны, что фуд-холл – самый подходящий формат для начинающего инвестора?

– Направление фуд-холлов многообразное и гибкое, и может предложить больше новых интересных концепций. Старая гвардия уже устала от своей известности и знаменитости, многие уже не стартаперы, а серьезные рестораторы. Мы же стараемся выводить новых игроков, которые заражают желанием создавать самобытные качественные продукты, интересные потребителю. Я согласен, что начинающему гастроэнтузиасту



Бурпер от Prime Beef

правильнее попробовать свои силы и обкатать бизнес-модель в рамках гастрономической площадки, а затем двигаться в сторону расширения. Это мудрое решение для начинающего инвестора, потому что он платит за аренду, при этом получая стабильный трафик, маркетинговую поддержку и доступ к огромной экспертизе арендодателя. Ни один стрит-ритейл за те же деньги открыть нельзя.

– Что самое сложное после открытия гастрономического проекта?

– Раньше считалось, что открытие фудхолла или гастромаркета – это легкие деньги, многие хватались за любую площадку в надежде вернуть инвестиции в кратчайшие сроки. Сейчас стало очевидно, что нужно проделать огромный объем работы, чтобы окупить вложенные средства. Сегодня много проектов, которые ярко и быстро вспыхивают, но уже через год-полтора от их популярности ничего не остается. Поэтому для многих самое сложное после открытия – удержать качество на достойном уровне, прогнозировать потребности аудитории и сохранять интересное предложение на протяжении длительного времени, например, гастрономической улице strEAT в 2020-м исполнится 3 года, и она по-прежнему качает.

– Можете определить главные ошибки начинающих рестораторов?

– Если говорить о начинающих рестораторах, открывающих корнер в гастрономических пространствах – их ошибки часто бывают в выборе несоответствующего технологическому процессу размера площадки, неграмотной ценовой политике и игнорировании предпочтений аудитории.



Нейтральное оборудование – основа профессиональной кухни

Правильный выбор нейтрального оборудования – гарантия эффективного решения многих важных вопросов и проблем на кухне заведения любого уровня, от рационального построения производственного процесса до обеспечения чистоты и соблюдения санитарных норм. От нейтрального оборудования также зависит удобство в организации хранения посуды, кухонного инвентаря и аксессуаров.

Об особенностях выбора нейтрального оборудования рассказывают специалисты производственной компании «Центр оборудования».

Разделочные столы

Разделочный стол – один из самых важных элементов общего проекта кухни. Он используется практически ежеминутно. Опытный повар точно знает, что, если сдвинуть его хотя бы на пару десятков сантиметров, будет неудобно работать. То же касается и размеров. Они должны соответствовать и площади всей кухни, и тем задачам, которые предстоит решать. Поэтому, при выборе кухонного стола из нержавеющей стали, нужно определиться и с размером, и с месторасположением: пристенное, угловое или островное. Пристенные столы, как правило, комплектуются бортиком. Благодаря этому частички пищи не будут падать за стол, что повышает уровень гигиены кухни.

Каркасы у столов бывают разборные и сварные. На выбор конструкции влияют многие факторы: особенности доставки оборудования, перемещения его внутри помещения. Важно учитывать нагрузку и силу вибрации от оборудования, которое стоит на столе. Есть несколько вариантов исполнения каркасов: оцинкованный уголок, нержавеющей уголок и нержавеющая труба. Могут быть разные варианты комплектования столов полками. Мы делаем и столы-тумбы, оснащенные дверьми распашными или купе.

Моечные ванны

Моечные ванны бывают 1, 2, 3 и даже 4 – секционные. Различаться могут размеры и глубина емкостей, габаритные размеры всего изделия целиком. Здесь нужно понимать прямое назначение ванны на вашей кухне.

При проектировании моечной группы важно учитывать расположение смесителя. Он может крепиться к стене, а может на самой моечной

ванне. Поэтому при заказе обязательно уточняйте наличие отверстия под смеситель.

Емкости бывают цельнотянутые и сварные. При выборе мы рекомендуем оценивать и бюджет, и условия их дальнейшей эксплуатации.

Спросом пользуются ванны с рабочей поверхностью, иными словами, моечная ванна со столом на одном каркасе. Такую ванну можно изготовить и с отверстием для сбора остатков пищи.

Выбор каркасов у ванн такой же, как и у столов.

Полки, стеллажи, шкафы

Настенные полки бывают двух видов – закрытые и открытые. Рассмотрим открытые настенные кухонные полки. Они отлично вписываются в общую линейку с оборудованием, помогают освободить стол от мелочевки и расширить рабочее



Хорошо, когда борт разделочного стола не прикручен к столешнице, а является цельнотянутым. В этом случае те же крошки не будут скапливаться в щели.

пространство столешницы, все нужное будет всегда под рукой. Исполнение настенной полки может быть любое: сплошная, перфорированная или решетчатая. Главное определиться с назначением. Закрытые полки представляют собой навесной шкаф, защищенный с боков и задней стенки нержавеющей сталью. Они могут быть с дверьми-купе, с распашными дверьми или вовсе без них.

А как быть если стол стоит островом на кухне, а у повара нет возможности бегать целый день к настенной полке? В этом случае к островному столу прикрепляется сварная полка-надстройка, которая крепится фиксаторами за края стола. Она может быть в несколько уровней, от одного до трех.

Стеллажи для кухни изготавливаются со сплошными полками. Все полки регулируются по высоте, а по необходимости изготавливаются перфорированными или решетчатыми. Каркас может быть сварным или разборным, на оцинкованном или на нержавеющей уголке. Также возможно изготовление сварных стеллажей на нержавеющей трубе.

При выборе стеллажей заказчик должен обратить внимание на такой показатель, как максимальная нагрузка полок. Стандартная нагрузка на кухонный стеллаж составляет до 50 кг на полку. В зависимости от назначения, а значит, и планируемой нагрузки, при производстве используются различные материалы.

Комплектация нейтрального оборудования

В состав нейтрального оборудования также могут входить подставки, вытяжные зонты, тележки-шпильки, столы для сбора остатков пищи и прочие изделия.

Необходимым на современной профессиональной кухне является такой предмет стандартного оснащения как подтоварник. Назначение подтоварника отличается от назначения стола, поэтому высота его обычно ниже.

Например, крайне неудобно ставить большую кастрюлю с первыми блюдами на стол и производить раздачу блюда. Здесь и пригодится подтоварник. На подтоварниках удобно также разместить готовую продукцию и заготовки, продукты в упаковке – мешки и коробки. На профессиональной кухне ничего не должно располагаться под ногами персонала.

При проектировании кухни и выборе нейтрального оборудования важно учесть все



Если в ванну будут ставиться большие кастрюли, то самый маленький размер точно не подойдет. Для этих целей существуют удлиненные ванны, называемые котломойками.

нюансы, подойти к этому вопросу ответственно и профессионально.

В своей работе компания «Центр оборудования» ориентируется на запросы клиентов, учитывает все пожелания заказчиков, обеспечивает качественный современный сервис, использует гибкую ценовую политику, а также придерживается еще одного принципа – индивидуального дифференцированного подхода. Так, любая разновидность нейтрального оборудования для пищеблоков может быть выполнена по размерам и эскизам, предоставленным клиентом.

Более подробно о каждом типе нейтрального оборудования мы расскажем в следующих номерах журнала «Ресторановед»



ООО «Центр оборудования»

Телефон в г. Москва +7 (495) 137-55-93,
сот.тел.8-926-511-45-47

Телефон в г. Краснодар +7 (861) 201-18-83,
сот.тел. 8-918-496-41-23

Телефон в г. Сочи +7 (918) 496-41-23,
Телефон для регионов РФ 8 (800) 505-42-90

www.centri-oborudovaniya.ru

e-mail: ooo-co@mail.ru

реклама

10 шагов к своему ресторану

Многие задумываются над открытием собственного бизнеса, и нередко выбор падает на кофейню, бар, или даже полноценный ресторан, если позволяют возможности и бюджет. Что для этого нужно?

1. Изучение рынка

Если возникла идея открыть ресторан, первым делом стоит проанализировать рынок с уже существующими предложениями.

Нужно сформулировать и обозначить следующие вопросы:

- Какой формат популярен?
- Насколько большая конкуренция в выбранном сегменте? Это поможет понять успешность самой бизнес-идеи.
- Плюсы и минусы потенциальных конкурентов
- Кто целевая аудитория (возраст, бюджет, увлечения)?

2. Выбор концепции

При большой конкуренции необходимо выделяться, предлагать то, чего еще нет на рынке. Нужно привлечь внимание, это можно сделать при помощи интересных предложений/акций и качественного сервиса.

Концепция включает в себя не только выбор направления меню, но и общую философию заведения: оформление, атмосферу, портрет гостя, отличающие от других фишки.

3. Бизнес-план

После выбора направления и анализа конкурентов составляется бизнес-план. Он поможет понять объем работы, определить порядок действий, поставить ограничения времени и бюджета, чтобы оградить себя от лишних трат и ошибок.

При планировании нужно учесть: вложения, состав меню, оборудование, которое нужно приобрести, количество

сотрудников, способы рекламы.

Оценка доходов в ресторанном сегменте достаточно субъективна. Обычно просчитывают три варианта: ожидаемый, негативный и позитивный.

В ресторанной индустрии более половины затрат приходится на три основные статьи: продукты, аренда, зарплата сотрудников. Остальное на оплату коммунальных услуг, налогов, оборудования, закупку хозяйственных товаров, вывоз мусора, рекламу, обслуживание ПО и многое другое.

4. Помещение

Выбирая помещение, нужно помнить про требования для локаций под организацию общественного питания. В идеале найти помещение, где до этого также находился ресторан. Такие помещения соответствуют требованиям и часто имеют часть оборудования: кондиционеры, вытяжку, вентиляцию.

Выбирать нужно не только по внутренней планировке, но и по расположению. Место выбирается с учетом концепции.

Оцените помещение: пройдет ли оно по всем требованиям, возможна ли перепланировка, сколько придется вложить в ремонт, есть ли вентиляция, канализация, дополнительные комнаты под склад, туалеты, служебные помещения. Также уделите внимание электричеству, так как кухонному оборудованию требуется много энергии.

5. Сбор документации

Следует отвести в бюджете отдельную статью расходов для

оформления документации.

Во-первых, нужно зарегистрироваться в государственных органах. Выбрать форму ведения бизнеса (ИП, ООО).

Во-вторых, оформить всю необходимую документацию: свидетельство ОГРН и ИНН; договора с СЭС и пожарной службой; санитарно-эпидемиологическое заключение от Роспотребнадзора; документы проверки контрольно-измерительных приборов и мерной посуды; постановка кассовых аппаратов на учет в налоговой; договор на вывоз мусора; соглашение с арендатором; журнал по технике безопасности и прочее.

Если ресторан планирует продавать алкоголь, то необходима еще лицензия от ФСПАР.

6. Меню ресторана

Разработка меню – важный этап при открытии ресторана, от него во многом зависит прибыль и успех предприятия. Оно должно соответствовать выбранной концепции заведения, как по наполнению, так и по ценам.

Составляя меню важно помнить про:

- технологические карты для каждого блюда. На их основе рассчитывается себестоимость и расход продуктов;
- принцип полного и взаимозаменяемого использования ингредиентов. Он позволит уменьшить порчу продуктов при непопулярности каких-то блюд;
- разнообразие: новинки и сезонные предложения;
- конкурентоспособные



цены относительно подобных заведений;

7. Оборудование и мебель

К выбору кухонного оборудования нужно подходить ответственно, от него зависит производительность кухни и вкус еды.

В зависимости от меню список необходимого оборудования у каждого заведения свой.

Есть и универсальный список для любой кухни:

- 1) холодильники и морозильники;
- 2) духовой шкаф, плиты;
- 3) посудомоечная машина;
- 4) для напитков: соковыжималка, кофемашинка;
- 5) электрические миксеры, блендеры, комбайны;
- 6) мелкое оборудование (ножи, разделочные доски, подставки, контейнеры).

А также, потребуется мебель (барная стойка, столы, стулья) и прочее оборудование (рабочие станции, фискальный регистратор, терминал для оплаты картами, предметы декора).

8. Персонал ресторана

От выбора сотрудников во многом зависит качество сервиса и репутация заведения.

Начинать выбор лучше с управляющего состава. Самое сложное – найти хорошего шеф-повара.

Искать лучше не просто через размещение вакансии, а еще и в других ресторанах, на мастер-классах или через специализированные кадровые агентства.

Не менее важны официанты. Это главные представители заведения в глазах посетителей. Хороших сотрудников можно воспитать самим: проводить для них обучающие тренинги, контролировать и мотивировать на результат.

9. Выбор поставщиков

Перед открытием ресторана для гостей, необходимо выбрать поставщиков продуктов, алкоголя и хозяйственных товаров. Основное требование к ним – своевременная доставка свежей продукции высокого качества. Важно, что все закупаемые ингредиенты должны соответствовать ГОСТу и иметь сертификаты качества.

Список необходимого сырья для каждого ресторана свой. Более-менее универсальны закупки мяса, круп, свежих овощей, молочной продукции, соусов, специй, чая и кофе.

Удобнее заказывать у комплексных поставщиков, которые могут поставлять сразу всю необходимую продукцию. Они имеют систему скидок, гарантируют быструю доставку и избавляют от лишней документации. Плюс

небольших поставщиков, занимающихся определенной продукцией, в том, что они могут учитывать отдельные потребности клиентов.

10. Реклама

Перед запуском рекламы нужно понять кому может быть интересно рекламируемое предложение. Для каждой аудитории эффективными будут свои маркетинговые методы (наружная реклама, реклама в социальных сетях, печатные материалы и пр.) и формы (тексты, видеоролики, флаеры и т.д.).

На рекламу лучше не экономить. Особенно активно следует заниматься ей перед открытием и в начале работы, чтобы сразу привлечь внимание потенциальных гостей.

Способов маркетингового продвижения много, но лучшей рекламой для ресторана остается «сарафанное радио». Это бесплатно, эффективно, но непросто. Нужно постоянно поддерживать хорошую репутацию, ведь рекомендации могут сыграть в противоположном направлении.

Открытие бизнеса в сфере общественного питания требует больших затрат, времени, сил и финансов. Чтобы стать успешным, нужно заранее внимательно разобраться в ресторанной специфике и всех ее нюансах. За внешней привлекательной картинкой скрывается сложная система. Только при грамотном управлении, контроле и аналитике можно построить успешный и прибыльный бизнес.



ucs.ru

реклама

Улучшаем сервис в ресторане вместе с беспроводными системами вызова персонала

ІКНОРКА

Кнопки вызова официанта это давно известная и хорошо себя зарекомендовавшая технология, которая помогает повысить уровень сервиса в ресторане. Гостю не нужно активно привлекать к себе внимание официанта – достаточно нажать беспроводную кнопку, расположенную на столе, чтобы система передала сотрудникам ресторана информацию о вызове. Такие системы не только повышают комфорт гостей, они еще и облегчают работу сотрудников заведения – теперь даже в самый загруженный час при полной посадке ни один вызов не потеряется, и для этого не нужно, чтобы кто-то из ваших официантов постоянно находился в зале. А значит, тот же уровень сервиса можно обеспечить меньшим числом сотрудников. Но современные «кнопки вызова» – это уже гораздо более технологичные системы, которые помогают реализовать самые разные варианты эффективной работы заведения. Сегодня мы обсудим некоторые из них.

Кнопки вызова с несколькими вариантами запроса

Современные кнопки могут в одном корпусе совмещать до трех вариантов вызова. Например, кроме классического «Вызов», это может быть кнопка «Счет», «Кальян» или «Отмена» (см. Кнопки вызова iКнопка АРЕ130/АРЕ130-Ф, АРЕ930/АРЕ930-Ф). Это помогает гостю не просто вызвать персонал, а сразу обратиться к нему с уточнением: готов оплатить счет, хочет заказать кальян или сделать дозаказ. Об этом теперь можно сообщить дистанционно, а значит, сделать это быстрее и комфортнее. Да и сама «кнопка» может быть выполнена в разных вариантах, в т.ч. иметь специальную вставку, тейбл-тент, для размещения рекламных и информационных материалов. Таким образом, одно устройство решает две задачи одновременно.

Кухонные пульты вызова сотрудника

С помощью кухонного пульта iКнопка АРЕ100–1 повар может

набрать номер сотрудника – и тому придет сообщение о готовности заказа для того или иного столика. Официанту не нужно отслеживать зону выдачи, он может больше внимания уделять гостям, а готовое блюдо не «умрет» в ожидании своего официанта. Кроме того, такие системы помогают не перепутать заказы, ведь вызов будет отправлен именно тому официанту и именно для того стола, за

которым сделан заказ. А если дополнить систему табло R50, можно получить бюджетный вариант электронной очереди.

Система оповещения клиентов iКнопка T180/R18

Если необходимо информировать клиента о готовности чего-либо, предоставив ему больше свободы и сведя к нулю толчею



Фото Михаил Гринев

перед зоной выдачи/входом, необходимо еще более гибкое решение. Используя систему оповещения клиентов iKnopka T180/R18, можно подать сигнал о готовности заказа на вынос или освободившемся столике с центрального пульта на специальный брелок, заранее выданный клиенту. Самый распространенный пример такой схемы – фудкорт или рестораны с обслуживанием у стойки. Вы делаете заказ у стойки, получаете брелок с номером и можете спокойно заниматься своими делами. Вам не нужно больше ждать в нетерпении у стойки, постоянно глядя на экран монитора с электронной очередью из номеров заказа. Это очень удобно при большом зале, когда можно спокойно расположиться где-то вне зоны прямой видимости и при этом не пропустить свой вызов. Радиус действия сигнала – до 150 метров, поэтому вы даже с легкостью можете прогуляться неподалеку. Как только ваш заказ будет готов, брелок подаст звуковой, световой и/или вибросигнал. Вернув брелок, вы получите свой заказ или сможете пройти к освободившемуся столику.

Мониторинг качества обслуживания

Давно известно, что сама по себе технология не сделает ваше заведение лучше. Его таким могут сделать только ваши сотрудники и только та позитивная атмосфера порядка и контроля, которую вы для них создаете. Именно поэтому работу сервиса нужно измерять, а действия сотрудников мониторить и корректировать, в случае необходимости. Но делать это нужно только на основе проверенных данных. Именно такие данные можно собирать из систем вызова персонала. Уже простое дополнение клиентской



Фото Михаил Гринев

кнопки функцией «Отмена» позволяет администратору отслеживать обработку вызова на табло. А из специальной Системы сбора статистики iKnopka, совместимой с кнопками вызова, можно получать информацию о числе вызовов, скорости их обработки, времени подачи блюда, скорости расчета гостей. Позднее эти данные можно соотнести с информацией из системы учета и получить полную картину уровня сервиса в вашем ресторане.

Современный ресторан не сможет работать без технологических

решений. Но очень важно помнить, что они должны быть удобны для гостей и персонала, а также окупаться в разумные сроки. Системы вызова официанта именно такие решения.

iKnopka

Больше информации
на нашем сайте –
<https://iknopka.ru/>

реклама



завтра'к
шефа

PIR EXPO

IV МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОБУЧАЮЩИЙ ФОРУМ ДЛЯ ПОВАРОВ «ЗАВТРА'К ШЕФА»

ГДЕ ДЕНЬГИ?

МЫ НАУЧИМ ВАС ЗАРАБАТЫВАТЬ!

LOFTHALL МОСКВА 18-20 МАЯ 20X20



реклама

БИЗНЕС × ТВОРЧЕСТВО × ЕДА



BESTCHEFS.RU

Как поднять средний чек в ресторане?

Чаевые – большая часть заработка официанта. В некоторых заведениях за смену официант легко может заработать несколько тысяч рублей. Точнее, зарабатывал раньше, пока многие гости не перешли на оплату картами.

Более 60% гостей в ресторанах платят картами и не оставляют чаевых.

В результате сотрудник не получает чаевых. Это сказывается на мотивации персонала, особенно в тех случаях, когда оклад небольшой и чаевые являются дополнительным источником средств.

Для удобства гостей ресторанов мы запустили сервис, который позволяет оставлять чаевые картой по QR-коду.

Мы интегрируем QR-код официанта в предчек. Сама настройка занимает не более 30 минут и не требует никаких доработок кассовых систем R-Keeper, iiko.

Гостю достаточно навести камеру смартфона на QR-код официанта – открыть страницу, ввести сумму и оплатить. Все работает штатными средствами смартфона в браузере, т.е. гостю не нужно скачивать приложения.



При оплате чаевых гость может оценить официанта по 5-балльной шкале и оставить непубличный отзыв – эта информация сразу попадает в сервис и доступна администратору.

Это отличный инструмент для оценки персонала. Бывает так, что гостю как-то неловко жаловаться администратору или наоборот – официант проявил себя на отлично, но писать о нем хороший отзыв в книге предложений или на сайте ресторана гостю лень. А в нашем сервисе можно и чаевые перечислить и свое мнение высказать. Удобно.

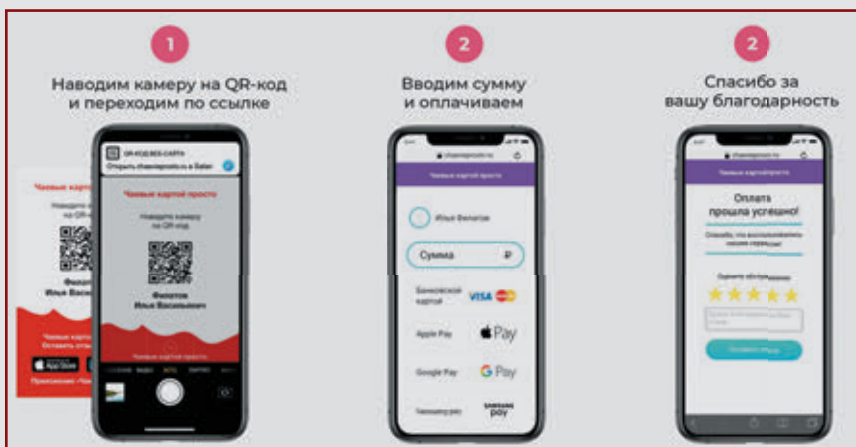
На текущий момент сервисом пользуются уже более 6000 получателей чаевых по всей России.



Для новых клиентов мы проводим акцию первые три месяца без комиссии, а далее 5% от чаевых. Официантам доступно моментальное получение чаевых на любую карту.

Подключайтесь и поднимайте мотивацию персонала и средний чек.

Как это работает?



+7 (495) 981-0328, +7 (916) 779-5879

support@chaevieprosto.ru

www.chaevieprosto.ru

Секреты продающего меню

Меню – это визитная карточка заведения. И это очевидно так же, как и то, что солнце восходит на востоке.

Меню – это основа диалога между гостем и рестораном. Именно держа в руках меню посетитель решает: останется ли он и сделает заказ или уйдет из ресторана без объяснений. Меню – это не просто список блюд, которые подают в заведении. Это способ захватить внимание клиента и заставить его остаться.

Комплексный подход

На наш взгляд, в вопросах создания меню важен комплексный подход, когда все этапы работ доверены одной компании. Высока вероятность, что люди, работающие в одной компании, договорятся между собой намного быстрее, чем разные подрядчики. Не будет постоянного переключивания ответственности и возгласов «сам дурак».

Шаг № 1 – Дизайн

Работу над созданием дизайна меню мы начинаем с заполнения брифов – анкет с вопросами, начиная от истории создания заведения и его аудитории, и заканчивая техническими параметрами меню. Этому процессу очень важно уделить достаточно времени и внимания. Не стоит относиться к этому этапу поверхностно и все отдавать в руки исполнителя с фразой «я вам полностью доверяю». Даже если вы уже изучили портфолио дизайнера и уверены в его профессионализме, у него может быть свое видение концепции. Он может сделать идеальный дизайн, но, увы, совершенно неподходящий вашему



Сергей Иванов, директор
коммуникационного агентства Мэйт

заведению. Поэтому очень важно составить четкий список пожеланий и расписать каждый пункт технического задания.

При создании вашего уникального меню очень важно не «подсматривать» уже готовые варианты у конкурентов. Ни в коем случае не просите сделать «вот как у этих ребят, только другое» и тем более не просите оставить ваше прошлое меню и сделать «улучшенную версию». Начинайте работу с новым дизайнером с нуля. Поверьте, свежие идеи всегда лучше, чем точное копирование старых.

Шаг № 2 – Работа с фотографом

Разрабатывать меню следует поэтапно. Ни в коем случае не приглашайте фотографа на съемку до разработки концепта меню. В лучшем случае дизайнер сможет

подстроиться под те фотографии, которые вы ему предложите. В худшем – вам придется все переснимать. Фудсъемка – это довольно трудоемкий и дорогостоящий процесс. Подумайте сразу – нужны ли вам лишние траты?

Если у вас все готово: продуман концепт, составлено техническое задание – приглашайте фотографа на съемку. Здесь лучше отпустить процесс и расслабиться – выбор уже сделан. Не стоит вмешиваться в работу фотографа, давать ему советы. Тем более не стоит спрашивать: «может быть переставить тарелку на другой край стола?» или «что-то мне не нравится, как выглядит это блюдо, давайте заменим?». Если вы не сэкономили и выбрали профессионала, то поверьте, он знает, что делает. Доверьтесь ему на этом этапе.

Очень важный момент фудсъемки – фотографии должны соответствовать тому, как будет подаваться блюдо в ресторане. Самым большим расстройством посетителя будет диссонанс между картинкой и жизнью. Если клиент получит от вас не то, что ожидает, вряд ли вы его еще раз увидите.

Шаг № 3 – Эскизы дизайна

Итак, фотографии готовы, рекомендации услышаны – начинается работа над дизайном. Заранее обговорите сроки сдачи готового материала и не торопите художника. Ни в коем случае не просите показать черновые эскизы – поверьте сырой материал никак не расскажет вам чего

Виды меню

В основе меню может лежать или текст, или фотографии. Выбор зависит от индивидуальных особенностей вашего заведения. Оно должно соответствовать виду кухни, способу подачи блюд и типу заведения. Конечно, лучше обратиться за советом к профессионалу, но и к согласию с самим собой прийти тоже желательно. Создание текстового меню довольно понятно и просто. А вот создание фотоменю – это технически сложный и дорогостоящий процесс, на котором лучше не экономить. Часто рестораторы обращаются к «сыну маминной подруги», который купил фотоаппарат, чтобы он «что-нибудь пофотографировал». Чаще всего гости в таком заведении, «как-нибудь и заказывают».



WE COMMUNICATE YOUR NECESSITIES!

ждать в итоге. Главное правило – это предоставить все материалы сразу, не стоит говорить: «оставьте здесь пустое место, я потом все пришлю». Не усложняйте работу дизайнеру – он должен видеть картинку полностью и сразу. Это сэкономит вам и время, и деньги.

Когда вы получите готовый дизайн-макет меню, есть два варианта развития событий. Первый – вам все понравилось. Замечательно, тут все просто. Второй – вам до конца не нравятся предложенные варианты. В таком случае постарайтесь точно понять, что именно не так. Пройдитесь по нескольким опорным пунктам: цветовая гамма, смысл, акценты, настроение, шрифты, стиль. И главное выслушайте все предложения до конца. Хороший

дизайнер может предложить вам не только красивую картинку, но и все возможности полиграфии – тиснение, лакировку, фольгирование и т.д. Возможно фишкой вашего меню станут именно тактильные ощущения от полиграфических технологий. Это станет отличным дополнением к тексту и фотографии.

Делегирование

Занимайтесь всем проектом сами или полностью делегируйте. Не стоит постоянно вмешиваться в процесс и вносить коррективы. Найдите такого человека, который бы точно понимал ваши пожелания. Если помощник заполняет все брифы и ведет процесс, а потом владелец смотрит и говорит: «я представлял это по-другому,

переделявайте», то это просто бесполезная трата времени и ресурсов и неуважение к чужому труду. Доверяйте своему выбору или участвуйте в разработке меню сами от этапа заполнения брифа и до утверждения макета.

**Коммуникационное
агентство Мэйт**

89045577801

<http://www.m8agency.ru/>
ceo@m8agency.ru



реклама



Правила икры

Все чаще появляются проекты, способные удивить своей оригинальностью. Но и на их фоне, икорный бар – заведение, которое редко встретишь даже на центральных улицах большого мегаполиса. Естественно, в ядре его концепции – черная икра, продукт, который в первую очередь ассоциируется с Россией. Устойчивый тренд на переосмысление русской кухни нашел отражение в меню многих знаковых ресторанов, но икре в них отводится место локального специалитета. В икорном баре уверены, что такой продукт требует нестандартного подхода. Создатели идеи Caviar Russia, супруги Максим Шинкаренко и Ольга Ратасеп, призывают творцов новейшей гастрономической истории России вдохновляться икрой, дают возможность всем шеф-поварам участвовать в авторских ужинах и создавать свои блюда, с одним только условием – подчеркнуть вкус икры, а не сделать ее украшением.

Caviar Russia – это сеть икорных баров, где в рамках одного формата гармонично существуют несколько функциональных самостоятельных проектов: магазин, ресторан, бар, дегустационная площадка и обучающий центр.

Нас окружали знаки

– Почему вы решили заниматься такой специфической областью гастрономии, как черная икра?

Максим:

– В икорный и ресторанный бизнес мы пришли неожиданно. Потом выяснилось, что на протяжении всего пути нас окружало множество знаков, на которые мы раньше просто не обращали внимания. Они стали очевидными только, когда мы уже достаточно глубоко погрузились в это дело.

Начнем с того, что я родился в городе Уральск – это бывший казацкий городок на реке

Урал, который находится сейчас на территории Казахстана. Это место исторически считается осетровым. Основным занятием уральских казаков во все времена было рыболовство. Богатая осетровыми река Урал давала основной «урожай» черной икры для царского стола. Я вырос в определенной атмосфере и рыболовной культуре. Тогда я не находил в этом ничего уникального, и был уверен, что так везде. Представляете, я прожил 16 лет в Уральске и не знал, что не Астрахань, а моя родина – икорная столица царской России. Когда мы с Ольгой целенаправленно занялись сбором информации и посетили мои родные места, то нашли в краеведческих музеях множество

материалов о значимости Уральска для осетроводства в России. Осетры присутствуют даже на гербе города. Теперь его изображение украшает стены нашего заведения, как напоминание.

Нельзя не сказать и о символизме места в Санкт-Петербурге, где находится первый бар Caviar Russia (Владимирский пр., 1). В конце 19 и начале 20 века на углу Невского и Владимирского проспектов был знаменитый ресторан Соловьева. Именно в этой части помещения располагался рыбный отдел. Более того, уже после открытия от мамы Ольги мы узнали, что ее бабушка работала здесь кассиром.

Кстати, не обошлось и без магии чисел. Наш второй бар мы

открыли в Москве в ЦУМе по адресу: Петровка, 2. Теперь ищем помещение с номером 3. Наприри- мер, Пикадилли, 3.

– Насколько тяжело начи- нать путь в икорном бизнесе?

Ольга:

– Когда в 2014 году мы нача- ли заниматься черной икрой и

Шинкаренко Максим



Родился в 1975 году в Уральске (Казахстан) Высшее медицинское и экономическое образова- ние.

Дополнительное образо- вание в сфере финансов и управления проектами Член Ассоциации «Союз Осетроводов».

Работал в структурах Росрыболовства, руково- дил федеральной сетью рыбозаводных заводов, возглавлял Лабораторию экономических исследова- ний Государственного НИИ озерного и речного рыбо- го хозяйства им. Л. С. Берга (ГосНИОРХ).

Эксперт Национальной ресторанной премии WhereToEat.

создали торговый дом для реали- зации продукции одного из рос- сийских заводов, столкнулись с такой проблемой – чтобы расска- зать про свою икру, нужно рас- сказать, что такое вообще икра. Никто из покупателей, в числе которых закупщики и шеф-по- вара ресторанов, не понимал тол- ком, что же такое черная икра, как она добывается, какая быва- ет, а самое главное – чем легаль- ная лучше браконьерской.

Легальные компании по про- изводству и продаже икры дели- ли между собой меньше полови- ны рынка, а большая часть была занята браконьерами. Представ- ления покупателей о производ- стве икры были сильно искажены стараниями нелегальных продав- цов, которые поддерживали миф о труднодоступности «продукта в синей банке с красной резинкой». Все чаще звучало слово «дикая» применительно к браконьерской икре, а слово «аквакультурная» заменялось на менее привлека- тельное – «искусственная», что быстро прижилось в народе. Надо

сказать, что их маркетинговая стратегия оказалась куда дей- ственнее, ведь легальные икор- ные дома традиционно делали акцент на «лакшери». При этом их икра могла продаваться в ка- ждом супермаркете у дома и в сувенирных лавках рядом с ма- трешками. Складывалось ощу- щение, что потребитель и про- изводитель находятся в разных слоях атмосферы, у них нет воз- можности встретиться и понять друг друга. При таком развитии, в минусе все: покупатели не по- лучают качественный продукт, а производители не могут досту- чаться до покупателя и наладить сбыт.

Когда мы проводили опросы покупателей, больше полови- ны даже не знали об уголовной ответственности за приобре- тение нелегального продукта. Некоторые наоборот были уве- рены, что черная икра вовсе за- прещена. Стало очевидно, что необходимо повышение общей покупательской грамотности. Важно донести, что черная икра

В 2016 году в Уральске установили памятник осе- тру. Река Урал обладает важнейшей экосистемой для сохранения разнообразия видов рыб, и, в том числе, имеет большое значение для восполнения промысловых запасов осетровых пород Ура- ло-Каспийского бассейна.

Интересно, что знакомые и друзья Максима, зная, чем он занимается, уверены, что именно он приложил руку к тому, чтобы на берегу Урала появился этот памятник. Однако, ресторатор не устает повторять, что не имеет к этому отношения. Данная композиция была установлена на спон- сорские средства меценатов.

не запрещена, но легальным может считаться только продукт, добытый в рыбоводческих хозяйствах.

Общая неинформированность играла на руку браконьерам, а то, как представители разных торговых марок черной икры конкурировали между собой, только способствовало процветанию черного рынка.

Тогда-то и пришла мысль, что легальные производители черной икры должны действовать вместе и выступить против главного конкурента – браконьеров, вытеснить с рынка их опасный продукт. А у покупателя должна быть вся доступная информация для того, чтобы он мог сделать взвешенный обоснованный выбор.

Так появился самый большой в России магазин черной икры, где в одном месте была представлена продукция ведущих осетровых заводов, и социально-образовательный проект – Caviar Russia.

Максим:

– Мы познакомились с Новиковым Александром Васильевичем – владельцем компании «Русский икорный дом». С ним у нас удачно совпали интересы. В тот момент он был озадачен идеей создания Союза осетроводов. Самое удивительное, что эта отрасль – одна из немногих, где не было своего профессионального сообщества. Именно он всех объединил и призвал совместными усилиями бороться с браконьерами, некачественной продукцией и другими проблемами. Он создал ассоциацию в 2014 году, и это практически самая молодая ассоциация среди профессиональных сообществ.

Наш магазин стал площадкой, где все заводы могли равноправно представлять свою

продукцию. Сначала производители немного напрягались. Боялись, что мы станем продвигать какого-то одного. Но мы всегда были за честность и прозрачность. Каждый завод имел одинаковые возможности: предлагал свою ценовую политику, выбирал ассортимент, задавал то, как он должен быть представлен, и мы никого не обманули. И это не могут не признать все участники рынка. Проект оказался интересным. С самого первого дня пошли продажи. На этом вполне можно было остановиться, но мы чувствовали, что рынок необходимо развивать. Поэтому, несмотря на первый успех, решили двигаться дальше.

Икра без балалайки

– *Как родился формат Caviar Russia?*

Ольга:

– Создав проект о черной икре, мы смогли напрямую общаться с теми, кто ее любит. Постоянные покупатели приходили уже не только за икрой, но и за рекомендациями. Им было интересно, как ее есть, с какими продуктами и алкоголем можно сочетать.

Закономерно, что следующим этапом развития проекта стало открытие самого правильного икорного бара Caviar Russia, своего рода, эногастрономической лаборатории, где можно было найти ответы на все эти вопросы.

Конечно, выбранный формат кажется необычным, и тем приятнее видеть, как скептицизм сменяется интересом, затем удивлением и, наконец, восторгом.

Максим:

– Я ответственно заявляю, что жизнь гостя делится на до и после посещения нашего бара. Мы

Ратасеп Ольга



Родилась в 1983 году в Ленинграде
Высшее педагогическое и лингвистическое образование, профиль межкультурная коммуникация и иностранные языки
Дополнительное образование в сфере маркетинга, productmanagement и HR
Работала в структурах Росморпорта, руководила Торговым домом российского осетрового завода, открыла первый в России специализированный магазин черной икры
Золотая Панда WWF (член бизнес-клуба сторонников Фонда дикой природы)
Эксперт Национальной ресторанной премии WhereToEat
Главный редактор портала IKRA.expert

ведь не только продаем, как в магазине, но и готовы предложить совершенно новые ощущения и знания, посредством дегустаций и той информации, которую дают наши специалисты. Например, гость узнает, что рыбу, оказывается, доят, что икру можно есть

Аквакультура (товарное рыбоводство) – (от лат. aqua – вода и cultura – возделывание, уход) – это разведение и (или) содержание и выращивание объектов аквакультуры (рыб, ракообразных, иглокожих, моллюсков, водорослей) в искусственно созданных условиях или естественной среде обитания, а также их выпуск в водные объекты рыбохозяйственного значения с целью изъятия или пополнения запасов водных биоресурсов, а также получения продукции аквакультуры и оказания рекреационных услуг.

Источник: сайт Федерального агентства по рыболовству.

в качестве десерта и еще много всего.

Наступила новая эпоха. Раньше было два вида икры: свежая и несвежая. Рыбу ловили в Каспии. Она жила в определенных одинаковых условиях. Икру получали единственным способом и готовили по ГОСТу. Продукт был стандартный. Он был понятный и воспринимался однозначно: икра – это икра! Сейчас, с учетом разнообразных условий разведения осетровых и получения продукта, это стало больше походить на виноделие. То есть, сейчас на вкус и на продукт оказывает влияние не только вид рыбы, но также способы получения, качество воды, используемые корма, технологии и т.д.

Нашими важнейшими принципами по-прежнему остаются: богатство ассортимента и



легальность. Чтобы конкретная банка оказалась на полке, мы ездили на осетровое хозяйство, знакомились с людьми, которые там работают, смотрели, в каких условиях живет рыба, буквально заглядывали в глаза осетрам. Я считаю, что перспективным может быть только тот проект, когда создателям не все равно.

Со временем мы стали расширять список поставщиков. Если раньше были представлены только крупные российские заводы, то сейчас мы значительно обновили базу. Больше половины – это фермы, которые производят икру непосредственно по нашему заказу.

– В чем вы определяете секрет вашего успеха?

Ольга:

– В синтезе. Наш проект коммерческий, гастрономический, туристический, образовательный, социальный, природоохранный. Это не только про деньги, это определенная идеология. Этим мы и отличаемся от тех, кто пытается заниматься чем-то подобным в икорной сфере. Недобросовестных предпринимателей больше всего устраивает низкая информированность потребителя.

Максим:

– Это и синтез разных взглядов на бизнес. Мы нашли сферу, в которой нам обоим было бы интересно. Прежде всего, мы правильно определили роли друг друга. Я – коммерсант, Оля – девушка идейная. В нашем случае, эта комбинация работает именно так, и все идеально совпало.

Конечно, говорить, что мы не планировали зарабатывать деньги – глупо. Это изначально коммерческий проект. Я вкладывал в него личные деньги – около

В настоящее время действует запрет на промышленный лов осетровых в Волго-Каспийском бассейне. Важно знать, что не только браконьерский вылов, а также оборот черной икры, добытой таким способом, уголовно наказуем. Единственно легальной является икра, которая произведена в специализированных осетроводческих хозяйствах.

20 млн рублей. Естественно, мы рассчитывали на долгосрочный проект с понятной стратегией и планами развития. Наш первый бар достаточно быстро оправдал наши ожидания, и окупился меньше, чем за два года.

Однако, с самого начала мы понимали, что это должна быть не только лишь коммерческая история. Мало просто снять помещение на Невском и выставить красивые банки на витрину. Это работать не будет. Мы столько делали вещей, которые нам денег не приносили! Участие в деятельности профессиональных сообществ и групп, работа с Фондом дикой природы, проведение презентаций и дегустаций... Кроме этого, не стоит забывать, мы же не просто продаем икру, но и прилагаем усилия, чтобы уменьшить спрос на браконьерский продукт. Думаю, что тем самым мы координируем легальный рынок черной икры в России.

Ольга:

– Еще одна важная составляющая успеха – интуиция. Как известно, существует две стратегии выхода на рынок. Первый путь – потратить много времени и сил на тщательные исследования продукта, но момент при этом может быть упущен. Второй

путь – следуя интуиции, незамедлительно вывести на рынок продукт, в котором существует потребность. Мы поступили именно так, и отшлифовывали нашу дальнейшую стратегию уже в процессе, используя обратную связь от потребителя.

– Как вы оцениваете рынок потребительской аудитории? Кто ваш покупатель?

Максим:

– Можно выделить три группы.

Первая группа – туристы. Мы принципиально должны быть встроены в маршрут: Русский музей – Эрмитаж – Мариинский театр – икорный бар Caviar Russia. Мы готовы нести русскую культуру без балалайки, без матрешки, без лишнего китча. Для искушенного гостя это более интересно. Балалайка – чудесно, медведь – замечательно, но если гость хочет качественно погрузиться в русскую современную культуру, осознать ее – это к нам. Икра – это русский деликатес, он недешевый, но от него можно получить искреннее удовольствие. Особенно в правильном сочетании с алкоголем. В Португалию едут, чтобы есть их сардины и пить портвейн, а в Россию – естественно, за икрой. Поэтому,

Создатели Caviar Russia создают совершенно новый имидж русской культуры. Они болеют за то, чтобы отойти от стереотипных представлений об икре и презентовать ее, как деликатес, без лишнего китча.

бывает обидно, когда из Китая через полмира приезжают люди, и на Красной площади покупают свою же китайскую икру, переплачивая в 10 раз. Что-то здесь не так.

Вторая группа – непосредственно те, кто любит и ест икру. Надо понимать, что этот продукт нужен не всем, не независимо от дохода. Поэтому не надо идти в «лакшери» – это не обязательно нужная аудитория. Нужная – это те, кто покупает на рынках и у браконьеров. Но с ними надо работать. Обычно, главный аргумент один: «браконьерская вкуснее». Я слышу подобное даже от своих знакомых. Тогда я предлагаю попробовать им забойную икру, которую привозят по нашему заказу с осетровой фермы, например, из Астрахани. Только икра и соль. Срок годности – два месяца. Без консервантов. Русский осетр. По вкусу замечаний просто не может быть, она именно такая, «как раньше». Но она и стоит дороже в два раза, чем браконьерская. Если вопрос изначально был не в деньгах, люди уже задумываются. Ведь, покупая легальную икру, они могут быть уверены, что ее брали чистыми руками, ее можно есть даже ребенку без опасения. Интересно, что и браконьерская бывает фальшивая. Существует такая практика, когда за нее выдают китайскую икру,

играя на чувствах таких людей. Натурально, привозят заводскую китайскую икру, фасуют в банки и продают на московских рынках, как браконьерскую.

Третья группа – фуди. Те, кто любит получать удовольствие от еды, гедонисты.

Икра «как раньше»

– Чем отличается дойная и забойная икра?

Максим:

– Прежде всего, и то и другое – легально, качественно и полезно. Дойная и забойная икра – просто разные стадии формирования продукта. Раньше, когда рыбы было много, ее ловили и убивали. Икра в этот момент находится в ястыках, приклеенная к животу внутри. Когда этим стали заниматься осетровые хозяйства, данный процесс стал весьма затратным. Ведь, прежде чем осетр первый раз даст икру, рыбу нужно растить 8 лет. Чтобы получить икру от белуги, надо ждать 20 лет. Столько с женами не живут! Поэтому появилась методика, когда рыбу доят. Кстати говоря, к ней имеют отношение российские ученые. Если по-простому, технология заключается в том, чтобы дождаться стадии, когда икра ближе к мальку. Тогда оболочка становится более плотной, икра опускается к родовым путям. В этот момент

можно естественным образом, поглаживая, получить продукт. Рыба остается живая и можно доить ее каждые два года. У такой икры уже совсем другая себестоимость. Она, конечно, должна быть дешевле.

Дойная не менее вкусная, но она другая. Однако, на восприятие такой икры влияет желание большинства людей попробовать «как раньше», чему она, честно сказать, не соответствует.

Мы возвращаемся опять к вопросу браконьерства. Самая большая проблема в том, что на банке не написано, как именно добыли икру. Человек покупает в магазине, смотрит: астраханская, малосол, «как раньше»... а у нее другой вкус. Ожидания не оправданы. Он тут же делает вывод, что вся легальная – невкусная. Он больше никогда не пойдет в магазин за икрой, а обратится к браконьерам. То есть, недалеко-видный поставщик, продав дойную икру за большую цену, сам себе вредит.

Однако же, люди, которые не ели раньше забойную икру, нормально воспринимают дойную. Один из факторов, по которому люди предпочитают именно дойную – у нее более нейтральный вкус. Именно поэтому мы настаиваем, что момент пояснения очень важен. Человек должен понимать, что он ест.

Смелость быть ресторатором

– Какие качества нужны, чтобы стать ресторатором?

Ольга:

– Смелость. Смелость быть первыми. Смелость следовать интуиции. Также работоспособность – все свободное время и силы придется тратить на проект. А еще глубокая вовлеченность,



Слева-направо: Алексей Родионов «Полугар», Максим Шинкаренко и гость ужина в Caviar Russia TSUM

умение погружаться во все аспекты.

В ресторанном бизнесе важно все – от стратегии до цвета туалетной бумаги.

– Насколько структура вашего проекта отличается от обычного ресторана?

Максим:

– Когда мы открылись, мы не могли четко определить, кто мы – бар, магазин или ресторан. Потом мы поняли, что это и не нужно. Есть такое понятие, как полигибридный проект, когда на одной площадке пересекаются разные потоки и разные услуги. Кто-то приходит купить 30 грамм икры, как сувенир из России, кто-то выпить водки с икрой, кто-то на ужин, а кто-то на лекцию. Каждый из этих потоков формирует свой трафик, свою историю и

потребности. В этом заключается принципиальное отличие от ресторана. Такой формат сейчас уже существует в России, но мы это сделали чуть раньше, отчего нам было несколько неуютно и непонятно. Но сомнения были недолгими.

Эксперименты – неотъемлемая часть нашей концепции. Мы создали определенные условия, где повар может проявить себя. Икра очень разная, и ее можно есть не только с блинами

и водкой, как подают во многих ресторанах до сих пор. Мы стали изучать, как можно использовать икру в блюдах, но тема оказалась практически не исследована. Да, есть опытные специалисты, но новый продукт они не знают – он другой. Если предложить обычному повару сделать авторское блюдо с черной икрой, то, почему-то, это всегда утиная грудка и на ней ложка икры. Убери ложку икры – будет такая же грудка.

В ресторанном бизнесе важно все – от стратегии до цвета туалетной бумаги. В Caviar Russia она тоже черная.



На церемонии премии «WHERE TO EAT»

Она украшает блюдо, безусловно, увеличивает добавочную стоимость в глазах гостя, но никак не влияет на вкус. Икра стоит того, чтобы быть важной составляющей структуры блюда.

У талантливых людей возникают интересные сочетания, которые поражают. Например, у нас проходил ужин замечательного шеф-повара Сержа Фери. Среди прочего, шеф придумал использовать трехступенчатую подачу. Выглядит так: картофель ратте с маслом – это съедобно, добавьте к нему фрешфуа-гра – вкусно, и заключительный этап – ложка икры – супер! Гости могут буквально почувствовать мысль повара, понять, как рождается блюдо. При работе с таким продуктом, важно поймать эмоцию, которую ты не получишь без икры.

Мы не конкурент ресторанам, мы – клуб. Мы хотим, чтобы люди

здесь занимались творчеством. Мы сотрудничаем с разными шефами. Каждый ужин, который они дают здесь – уникален.

Caviar Family

В семейном бизнесе важно правильно обозначить роли и определить четкую иерархию. Если кто-то на передовой, кто-то должен подавать ему патроны.

– Принято разделять работу и личную жизнь. В вашем случае, семья помогла профессиональной карьере или возникали трудности?

Ольга:

– Наш бизнес изначально задумывался, как семейный. Я считаю, такой формат всегда более живуч, потому как владельцы связывают цели компании со своей жизненной стратегией. Каждый рабочий день важен не только для будущего компании, но и семьи.

Совмещать работу и личную жизнь очень и очень непросто, но плюсов больше. Часто семейное предприятие страдает из-за «нерабочей» атмосферы. Секрет ведения такого бизнеса один – иерархия. Применяя военную терминологию, если кто-то на передовой, кто-то должен подавать ему патроны.

Как не парадоксально, совместная работа позволяет проводить больше времени вместе, мы много путешествуем всей семьей, с интересом общаемся с осетроводами, виноделами, рестораторами и шефами Европы, Азии, Южной Америки. В свою очередь, по-семейному, с удовольствием принимаем их в наших заведениях, демонстрируя уникальные гастрономические ресурсы своего проекта.

– Как вы подходите к подбору персонала?

Ольга:

– Бизнес этот почти камерный, личный. И понятно, что совместную работу мы видим с теми, чьи ценности совпадают с нашими. Это один из критериев, по которому мы принимаем сотрудников, но не менее важный, чем профессиональные компетенции. Вместе мы создаем свою историю. Свою Caviar Family. Работаем на свою мечту.

Максим:

– Конечно, это не должно противоречить концепции. Когда мы перед открытием первого бара искали барменов, я месяц жизни потратил на общение с ними. Все классные. Но меня не покидало чувство, что я делаю что-то неправильно. Потом я понял, что нам не нужен бармен, который подкидывает бутылки и занимается миксологией. Нам нужен сомелье, который будет владеть терминологией и правильно консультировать, прежде всего,

По мнению Максима и Ольги, шансы на долгую перспективу имеют, в основном, туристические проекты.

по вкусам. Это принципиально другое общение с гостем. Наша винная карта позволяет много общаться. Сейчас у нас почти 50 видов шампанских вин. Мы можем предложить самое женское шампанское, любимое шампанское Черчилля и т.д. Про каждую бутылку можно рассказать историю.

Что потом?

– Насколько эта история масштабируема? Есть ли уже планы на будущее?

Максим:

– Формат, в котором мы сейчас живем, не подходит для создания франшизы. Это наш ребенок, которого мы вырастили. Сейчас нам остается наблюдать, как он идет и развивается почти автономно. В нем есть потенциал. Эти три года показали, что такой проект может быть успешным.

Люди хотят, «как у нас». Им нравится такой уже упакованный концепт: сочетание гастрономии, фирменного стиля, подхода, отношения и продукции. Конечно,



Слева-направо: бар-сомелье Инна Гайченя, управляющая баром Карина Глушкова, бар-сомелье Евгения Дмитриева и Анна Затлер



Уха осетровая с черной икрой



Caviar Коллекция «5»



Печеное яблоко «Хан Батый»

существуют варианты развития. Думаю, это больше европейская история, потому что я не очень верю, что даже города-миллионники в России могут дать такую комбинацию потоков. «Перспективу на вечность имеет только туристический проект». Рестораны проживают свой срок, цикличность, а по-настоящему намоленные места обретают перспективу вечности. Нам хочется, чтобы и через 5 и через 10 лет, на вопрос: «А где икра в Санкт-Петербурге?», отвечали: «Владимирский, 1». Хочется, чтобы это стало культовым местом.

Ольга:

– Если раньше мы искали контакты, то теперь проект сам притягивает внимание профессионального сообщества. Это касается как России, так и поваров, которые работают за границей.

Сейчас мы запускаем информационный аналитический интернет-портал про икру, который будет нести, прежде всего, просветительский характер. В нем мы структурируем и дополняем ту информацию, которую распространяем здесь. Таким образом получится охватить огромную аудиторию.

Мы развиваем и творческую составляющую посредством гастрономического сообщества CaviarChefCommunity – это авторские ужины с черной икрой от лучших шеф-поваров мира. Регулярно проводим «слепые» дегустации среди экспертов для исследования и составления оценки продукции, которая есть на рынке.

Можно сказать, что проект имеет международное значение. Мы работаем над тем, чтобы созданная нами экосистема, которая

защищает интересы и помогает решать проблемы ответственных производителей и покупателей, эффективно функционировала и за пределами российского рынка.

– Не хотите попробовать другие форматы ресторанного бизнеса?

Максим:

– Везде есть своя специфика. Сложно вот так пойти в незнакомую сферу ресторанного бизнеса. Мы общаемся со многими известными рестораторами, и все они нас поддерживают и говорят, что надо идти своим путем. Все стадии развития мы прошли на одном дыхании, принимали их, как логическое продолжение начала. Возможно, настанет такой момент, когда нужно будет развиваться дальше, но это произойдет само собой.



Пельмени со стерлядью и черной икрой



Ажурные блинчики с черной икрой



Стейк из осетра с черной икрой

Морской еж с муссом из тыквы с икрой белуги

ОТ ШЕФ-ПОВАРА GOOSEGOOSE РОМАНА КИСЕЛЕВА



Молодой картофель с трюфельным кремом и осетровой икрой



**ОТ ШЕФ-ПОВАРА ТРЮФЕЛЬНОГО ДОМА BRUNO
АННЫ ХАХМАШВИЛИ**



Унжир с заварным кремом Мармезан и икрой белуги

ОТ ШЕФ-ПОВАРА ИКОРНОГО БАРА
CAVIAR RUSSIA SAINT-PETERSBURG
ДЕНИСА СИНИЦЫНА



**«Когда-то
я поставил
себе цель
войти
в сборную
России»**

стр. 50-33



Искандар Слаев – первый российский повар, победивший на мировом чемпионате рабочих профессий WorldSkills. Яркий пример того, как молодой человек в 21 год, поставив перед собой цель, может начать строить большую карьеру и добиться международного признания. «Ресторановед» поговорил с Искандаром и о первом успехе, и о новых планах.

– *Расскажите о себе.*

– С недавних пор я живу в Москве. Работаю в колледже МОК Запад (Московский образовательный комплекс Запад) специалистом по развитию чемпионатного движения. Туда меня пригласили после чемпионата мира WorldSkills. Сейчас занимаюсь тем, что подготавливаю сборную этого колледжа к региональным чемпионатам. Параллельно я стал сертифицированным экспертом WorldSkills.

В профессию меня привел случай. Когда рассказываю эту историю, все смеются. После 9 класса я хотел поступать на программиста, а повар был запасным вариантом. Мы решили с другом подавать документы, заговорились в автобусе, и проехали нужную остановку. Оказались мы прямо у кулинарного техникума. Меня приняли сразу. Забрали все оригиналы – так я остался учиться на повара-кондитера.

На самом деле, выбор был не совсем случайным. Я давно интересовался профессией и целенаправленно думал об этом. Муж моей сестры работал в Москве шеф-поваром. Мне всегда нравились его рассказы о работе в ресторане, о том, что происходит на кухне...

Соревнования

– *Помните ваше первое соревнование?*

– Конкурсами я стал интересоваться еще на первом курсе,

и меня выставляли на внутренние чемпионаты колледжа среди студентов. На втором курсе я уже занимал первые места по колледжу, даже среди технологов. Со временем, меня приняли в сборную Оренбургской области, и я стал выступать уже на российском уровне. В 2015 году Оренбургская область вступила в движение WorldSkills. Это был мой первый чемпионат WorldSkills, и там я занял первое место. Тогда же, в 2015 году я поставил цель – пройти в сборную России. Я знал, что с ними работают лучшие наставники.

На протяжении двух лет я пытался попасть в сборную. 2015 год оказался неудачным. После Оренбургской области я поехал на отбор по округу. Чтобы пройти в следующий этап, нужно было войти в тройку, а я тогда занял пятое место. К концу 2016 года мне уже нужно было выпускаться, а участвовать в чемпионате могли только студенты. Мне предложили поступить в тот же колледж, но на технолога, и я продолжил участвовать в чемпионате. Начал с самого начала. На региональном этапе снова взял первое место. Потом был отбор для полуфинала по России. Потом финал. Со мной работал тренер, который готовил уже непосредственно к финалу в Краснодаре. Там я занял второе место по России.

Затем в течении полугода была полная тишина. Я не знал, попал я в сборную или нет. Как

Искандар Слаев

Возраст: 21 год

Место рождения: Ташкент, Республика Узбекистан

Окончил ГА ПОУ «Колледж сервиса» по специальностям «повар-кондитер» и «техник-технолог (технология продукции общественного питания)».

Взял серебро в финале V Национального чемпионата «Молодые профессионалы» (WorldSkills Russia) в Краснодаре в 2017 году.

Получил медальон за профессионализм на европейском чемпионате по профессиональному мастерству EuroSkills Budapest 2018.

Стал золотым призером в номинации «Поварское дело» мирового чемпионата по профессиональному мастерству WorldSkills Kazan 2019.

Сертифицированный эксперт Союза WorldSkills Russia.

раз в этот момент ввели новое правило, согласно которому принимать участие можно только один раз. Если не зашел в тройку, больше тебя не допустят до соревнований. Я закончил обучение в колледже, устроился на работу, и уже думал поступать в университет. В июне мне позвонил международный эксперт WorldSkills Евгений Николаевич Иришкин и пригласил приехать на тренировку сборной в Санкт-Петербург. И все-таки в 2017 году, меня включили в расширенный состав. В 2018 году после длительных тренировок и отборов внутри сборной мне посчастливилось оказаться в основном составе. Я должен был представлять Россию на международном уровне на чемпионате Европы, а потом и мира.

– *Как проходила подготовка?*

– Подготовка проходила по всей стране. Мы старались бывать на разных площадках и тестировать продукты, потому что от региона к региону качество отличается. Это очень важно для чемпионата. Распорядок дня выглядел так: мы просыпались в 6–7 утра, занимались спортом, потом завтракали, затем было свободное время, а к 9–10 часам мы приходили непосредственно на площадку и там начинали тренироваться. Конкурсное задание на чемпионат оглашают за три месяца. Месяц-полтора мы посвящали тому, что составляли вкус блюд, пробовали различные комбинации, виды подачи, а последующие полтора – отрабатывали выполнение задания на время. Чемпионат мира длился 4 дня. Каждый день нужно было приготовить по одному блюду на 4 порции за 3 с половиной

часа. 15 минут на подготовку рабочего места и старт. Поэтому необходимо было отработать все движения до секунды, подбить все тайм-листы – последовательность выполнения действий. Последние недели две работали особенно упорно, вместе с тренерами, которые наблюдали за нами на протяжении всего времени до этого. Команда была очень сильная. С нами работали лучшие шеф-повара и эксперты, такие как Андрей Матюха, Артем и Алексей Гребенщиковы, Владимир Олькиницкий, Антон Исаков, Сергей Селиванов, Александра Козубенко, Сергей Хрхрян. За всю подготовку полностью отвечал международный эксперт Евгений Иришкин.

Важный аспект тренировки – моральная готовность участника. Иногда наставники нарочно создавали стрессовые ситуации для меня, могли даже забрать что-то из продуктов. Это необходимо, чтобы быть внутренне готовым к любым обстоятельствам, которые могут возникнуть на чемпионате, и не потеряться.

– *В реальной жизни были такие экстремальные ситуации?*

– У меня случилась неприятность на третий день чемпионата. Кто-то выключил аппарат шоковой заморозки. Мне нужно было слегка подморозить картофельное пюре. Когда я ставил его в шок, аппарат работал. Через 15 минут я вернулся, а он выключен, и пюре слегка подтаяло. В сахар могут соль подмешать. Поэтому необходимо иметь привычку пробовать заранее, проверять все сырье, даже сахар, как оказалось.

– *Кто были вашими основными конкурентами?*

– Китай, Бразилия и северные страны Европы. Это как

” *Важный аспект тренировки будущих участников кулинарных чемпионатов – моральная подготовка.*



раз таки те страны, которые уже достаточно развиты в данном направлении.

– На соревнованиях вы общаетесь со своими коллегами из других стран? Как вы думаете, чем их опыт отличается от вашего?

– Есть разница в познании именно классических рецептов. Главная проблема в толковании международных заданий – термины. Понимание искажается в переводе на русский. Нам иногда приходилось подходить к иностранным коллегам и просить, чтобы они объяснили буквально на пальцах. Надо сказать, они всегда идут на встречу и помогают. Вообще, я считаю, что все международные чемпионаты должны создаваться не для того, чтобы враждовать, а чтобы, в первую очередь, обмениваться опытом, помогать друг другу и учиться на своих ошибках. Раньше я приезжал на первые чемпионаты с убеждением, что вокруг все враги. После того, как я впервые пообщался с ребятами, я понял, что нет смысла с ними воевать. Я стал интересоваться, узнавать, как у них проходят тренировки и обучение. С некоторыми мы поддерживаем общение. Все отзывчивые, добрые ребята. Это полезно и чтобы английский подтянуть. Иностранные языки необходимы, чтобы общаться со специалистами. Ведь это важно для повара, если он планирует развиваться дальше.

Образование

– Чем занимается сертифицированный эксперт WorldSkills?

– Провожу региональные чемпионаты в разных регионах



Призеры WorldSkills 2019 (слева направо): Мацей Писарек, Польша (серебро), Искандар Слаев, Россия (золото), Юнкан Линь, Китай (бронза).

России, а также демонстрационные экзамены по стандартам WorldSkills и чемпионат «Навыки мудрых» – это направление чемпионатов по стандартам WorldSkills для профессионалов старше 50 ти лет.

– Сейчас вы сами выступаете в качестве наставника. Как обстоят дела с образованием в России?

– Не совсем хорошо, но мы выходим на новый уровень по сравнению с тем, что было лет 5 назад. Тогда в некоторых регионах даже не видели профессиональных плит или пароконвектоматов. Мы в состоянии влиять на систему образования через движение WorldSkills. Согласно стандартам, если учебное

заведение проводит чемпионат, оно должно соответствовать специальному инфраструктурному листу. К тому же, в WorldSkills существует «Академия WorldSkills», при помощи которой у нас есть возможность готовить педагогов. Обучение проходит для всех преподавателей и мастеров производственного обучения со всей России. Моя задача передать те знания, которые были получены на чемпионате международного уровня, а они в свою очередь транслируют это уже непосредственно своим студентам.

– Из ребят, с которыми вы начинали обучение в колледже, сколько остались в профессии?

– Многие пошли дальше в

” Международные чемпионаты существуют не для того, чтобы враждовать, а чтобы, в первую очередь, обмениваться опытом, помогать друг другу и учиться на своих ошибках.



университет. Могу сказать, что большинство из тех, кто со мной учился, изначально выбрали колледж, потому что после 9 класса нужно было просто куда-то поступать. На текущий момент, неосознанность выбора – это одна из важнейших проблем в образовании. Если люди учатся только, чтобы избежать армии, им не поможет и самый лучший преподаватель.

– Как же в такой атмосфере студенту, который осознанно выбрал профессию, сохранить – стержень и не потерять желание развиваться?

Самое главное – иметь цель и желание обучаться. Своим студентам я всегда говорю, что, выйдя из школы, они по жизни должны заниматься самообразованием. В профессиональном плане я сам тренирую себя, учу высокой кулинарии, сложным комбинациям и техникам.

Стараюсь находить иностранные электронные источники, потому что в русскоязычном интернете, в основном, все сайты для домохозяек.

Мне повезло, потому что заведующая отделением в колледже, где я учился, познакомила меня с шеф-поваром, который стал моим первым тренером. На тот период времени, именно он был моим главным учителем и наставником. Может быть, просто стоит найти человека, как в моем случае, который бы давал конкретные советы.

Работа

– Кроме соревновательного, есть ли у вас опыт работы в реальных заведениях?

– Я начал работать поваром, когда только поступил в колледж. С 15 лет я всего проработал полтора года, пока не столкнулся со всеми чемпионатами. Из-за

тренировок на это просто не хватало времени. Дольше всего я работал в ресторане европейской и японской кухни – чуть больше года. Остальные полгода я старался менять заведения, потому что мне хотелось попробовать разное меню. Мне было неинтересно работать на одном месте больше месяца, потому что в регионах все однотипно.

– Вы себя чувствовали комфортно в процессе реальной работы?

– Я ничего не знал. Я не в полной мере мог понять, как связана кухня и зал, как ведется документация, вообще проследить путь, который проходит блюдо от этапа заказа сырья до момента, когда его получает гость. В колледже преподают на словах, хотя важный элемент обучения повара – это практика.

Вообще, главное делать то, что любишь. Хотя, сейчас уже будет



” *Через движение WorldSkills можно влиять на всю систему образования и постепенно развивать ее.*

нелегко вот так прийти в заведение. За время, которое я провел в сборной, я привык к очень насыщенному ритму жизни. Постоянные перелеты, переезды, мероприятия. Если я вернусь куда-то линейным поваром и стану делать заготовки, мне будет очень скучно.

– К вам обращаются рестораны за советом по своему меню?

– Приходят предложения, но я отказываюсь. Если заниматься каким-то заведением, то в полном объеме: прорабатывать меню, ставить кухню... Не хочу скакать с места на место. Стал шефом – развивайся сам, развивай ресторан. Тогда это будет успех. Сейчас я хочу довести до логического завершения соревновательный этап, а потом двигаться в этом направлении.

– Как вы думаете ресторанный бизнес Москвы и Санкт-Петербурга отличается от регионов?

– Зависит от того, о каком уровне ресторанного бизнеса мы говорим. Они же разные, начиная от фастфуда и заканчивая ресторанами премиум-класса. Например, в регионах не

открывают рестораны премиум-класса. Им либо не хватает денег, либо не интересно.

Если говорить только о «столицах», в плане кулинарии я не вижу разницы. И там и там есть свои специалисты. Нужно рассматривать конкретные места и конкретных шефов.

Кухня

– Какие направления в кулинарии вам ближе? Что считаете своей сильной стороной?

– Больше всего мне нравится заниматься приготовлением мясных и рыбных блюд. Нравится и кондитерское искусство, но когда уже отработана рецептура. Если в поварском деле можно обойтись и без весов, то в «кондитерке» нужно использовать только точные граммовки. Говоря о национальной кухне, больше отдаю предпочтение европейской и азиатской. Но, если честно, я себя не ограничиваю. Сейчас стараюсь изучать все, что доступно. Потом из этого можно легко собирать интересные комбинации. Например, взять традиционный соус какой-то страны, добавить немного азиатских мотивов, и уже получится что-то совсем новое.

Я думаю, профессиональный повар, пусть и не должен все уметь готовить, но он должен многое знать. В этом и заключается профессионализм – в знаниях.

– Если бы вам необходимо было дать гастрономический ужин от Искандара Слаева, что бы вы приготовили?

– Вот так сходу сказать тяжело. Думаю, там были бы и мясные блюда, и морепродукты, и десерт. Я бы включил максимум ингредиентов, чтобы показать разнообразие. Это бы точно не был «олдскульный» ужин. Обязательно бы использовал новые технологии в приготовлении. Для меня ресторан – это такое место, где человек может попробовать то, что не сделает дома. Пожарить картофель каждый и сам может. Поэтому я бы старался удивить своих гостей.

– Дома жарите картофель?
– Конечно. Я люблю картофель.

– Часто готовите для близких?

– Приходится готовить, когда родители на работе. Если у них выходной, то я ничего не делаю. Как-то я приготовил пюре из



корня сельдерея. Скажем так, родители этого не поняли. Для них я стараюсь делать просто вкусную домашнюю еду.

– Вы любите приходить в ресторан, как гость?

– Да, конечно. К сожалению, в рестораны попадаю не часто. Но вот сейчас мы приехали в Санкт-Петербург, и пошли на сет в ресторан ВОВО к Артему Гребенщикову. Было интересно посмотреть, что он предлагает нового в плане вкуса. Сейчас я

пытаюсь укрепить свой вкус, и для меня такие вылазки очень полезны.

Планы

– Каким вы представляете свое будущее?

– Ближайшие года 2–3 планирую оставаться в системе WorldSkills, чтобы передавать все свои знания, которые получил за это время, продолжать проводить мастер-классы и параллельно обучаться самому. Сейчас

пока не вижу смысла говорить об открытии собственного ресторана. Я бы еще поработал с шефами в хороших заведениях, посмотрел, как они строят бизнес. Важно же иметь не только поварской опыт, но и управленческий. Думаю, лет через 5 можно будет думать о каких-то конкретных проектах, хотя идеи уже есть.

– Насколько сейчас для вас важны деньги? Если вдруг поступит заманчивое предложение, готовы ли вы отказаться от намеченного пути и просто пойти работать?

– Деньги всем нужны. В том числе, на дальнейшее развитие. Все-таки, ответ на такое предложение будет зависеть от моих собственных планов. Я уже составил некий сценарий на

” Неосознанность выбора – это одна из важнейших проблем в образовании. Если люди учатся только, чтобы избежать армии, им не поможет и самый лучший преподаватель.

ближайшие полгода. Если мне предложат прямо сейчас пойти работать куда-то, то я, скорее всего, откажусь. Сейчас главная цель – выступить на чемпионате Vocuse d’Or и занять призовое место. Даже сумма не играет особой роли перед такой перспективой.

– Есть ли зарубежные школы, где хотелось бы поучиться?

– Да. Это либо классическая школа Le Cordon Bleu, либо школа Поля Бокюза. Хотелось бы постигнуть именно классические рецептуры Франции, потому что именно французская школа остается основополагающей в кулинарии.

Меня уже приглашали в Европу и на обучение, и поработать. Не сложилось, потому что в то время я, как раз, готовился к чемпионату.

– Мечтаете о звезде Мишлен?

– Я думаю, о ней все мечтают.

– Что вам нравится в профессии?

– Мне нравится честность. Даже если у тебя много денег, ты не сможешь купить место хорошего шефа. Ты должен пройти через определенный опыт и заслужить доверие людей своим трудом. Еще мне нравится, что эта профессия, если ты действительно ее любишь, не позволяет стоять на месте. В кулинарии каждый день появляется что-то новое, и повару приходится принимать этот вызов и удивлять, будь то жюри на чемпионате или гость в обычном ресторане.

Интервью подготовлено при содействии Санкт-Петербургской ассоциации кулинаров

МНЕНИЕ

Виктор Шабалин

Как известно, с 2021 года обучающиеся колледжей будут сдавать Государственную итоговую аттестацию в формате Демонстрационного экзамена по стандартам WorldSkills. Для этого в учебных заведениях необходимо оборудовать современные площадки по стандартам WorldSkills. На данный момент Москва и Санкт-Петербург лидируют. В регионах пока большие сложности, даже в Ленинградской области. В Санкт-Петербурге три колледжа, ведущие подготовку специалистов для индустрии гостеприимства, уже имеют такие площадки. Остальные продолжают активную работу по обустройству и комплектации оборудованием данных лабораторий.

В настоящее время в российской системе кулинарного образования есть некоторые проблемы. В первую очередь, необходимо менять систему оплаты труда преподавателей. Если повар в возрасте 35-40 лет без педагогического образования придет работать в колледж, ему положена самая минимальная ставка. При этом, чтобы получить свои деньги, он будет вынужден работать



5-6 дней в неделю. На таких условиях мы не привлечем в систему профессионального образования представителей отрасли, которые являются носителями знаний современных технологий и ингредиентов. К сожалению, сейчас в колледжах, в основном, работают преподаватели 50+. Перестраиваться под систему WorldSkills им очень тяжело, но есть и достаточно грамотные, в том числе, благодаря WorldSkills, и они являются настоящими наставниками. Таких мало. Есть и те, что просто пересказывают учебник, и не хотят развиваться в этом направлении. Они не понимают, что происходит в реальных заведениях, куда пойдут их ученики. Поэтому следует начинать с того, чтобы привлекать профессионалов, которые будут проводить различные мастер-классы для обучающихся и преподавателей.



Томас Гуглер: «WORLDCHIEFS открывает тайны России»

Томас Гуглер – президент Всемирной ассоциации шеф-поваров (WACS). Его считают одним из самых известных и успешных поваров в мире. За свою насыщенную событиями жизнь этот человек работал фактически на всех континентах и побывал более чем в 90 странах. Именитый шеф признается, что необычайно рад тому, что в 2020 году Всемирный конгресс шеф-поваров пройдет именно в России.

– В 2020 году Россия впервые принимает у себя Всемирный конгресс шеф-поваров. Чего вы ждете от этого события?

– Прежде всего, я рад, что Всемирный конгресс шеф-поваров, наконец-то, пройдет в России. Люди со всего мира смогут увидеть красоту этой страны, исследовать ее богатые культурные сокровища, которые для многих из них, до недавнего времени, оставались тайной.

Я ожидаю от конгресса фейерверка различных кухонь, который обогатит кулинарный мир, откроет границы и вдохновит на еще более плодотворное профессиональное сотрудничество между всеми народами мира.

– Насколько важно для российских шефов стать частью конгресса?

– Очень важно, учитывая, что долгое время у России просто не было возможности представить мировой аудитории свои кулинарные способности. К тому же, конгресс – отличная платформа для российской кулинарной команды, чтобы подняться на новый уровень и впервые посоревноваться в Global Chefs Challenge с лучшими из лучших.

– Что для вас русская национальная кухня и знакомы ли вы с кухней современной России?

– Я часто бывал в России. Мне уже удалось проехать по всей стране и даже немного заехать в соседней. Например, я был в Монголии. Так что я познакомился с русской национальной кухней во всем ее разнообразии. Могу сказать, что это совершенно особая культура приготовления блюд. Неповторимость создают те вековые традиции, которые до сих пор остаются в ее основе. Я уверен, что сохранение этих традиций важно не только для познания истории России, но и чтобы творить гастрономическое будущее.

Могу отметить также современную российскую кухню, которая определенно развивается. В Москве и Санкт-Петербурге я посетил несколько обедов уровня Мишлен. Это было фантастически. У вас огромный потенциал, ведь я встречаю в России большое количество талантливых поваров, которые не боятся смелых экспериментов, но, при этом, не забывают о корнях.

– Вы много встречаетесь с профессионалами со всего мира. Есть ли разница в подходе к

работе шеф-поваров из разных стран?

– Определенно. По-другому не может быть, ведь у людей разный менталитет. Каждая страна воспитывает ребенка в определенной культуре. То, чем его кормят дома, и развивает вкус будущего повара, вдохновляет в профессии и, соответственно, формирует стиль работы. Тем интереснее наблюдать разнообразие подходов.

В странах, промышленно более развитых, можно купить какие угодно продукты, найти любые рецепты. Это, как вы понимаете, значительным образом облегчает приготовление пищи. Я же восхищаюсь поварами из сельской местности, из небогатых стран, где до сих пор дефицит. У них совершенно другое отношение к еде. Именно они показывают пример настоящей кулинарии, с чего все начиналось. Настоящая кулинария – это когда блюдо приготовлено из натуральных продуктов, собранных в лесу и поле, из ингредиентов, которые люди добывают сами.

Идеально, когда можно комбинировать опыт разных поваров, их менталитеты, знания и возможности. Мастера учатся друг у друга. Возникает взаимное

уважение и шеф-повара, которые не были знакомы с техниками своих коллег, проникаются к ним и потом используют.

– У вас такой богатый опыт. Когда вы последний раз удивлялись блюду, которое попробовали?

– Не зависимо от того, какие эмоции мне принес этот опыт: позитивные или негативные, я почти каждый раз удивляюсь, когда пробую новое блюдо. Для меня кулинария – это впечатления, это особый вид искусства и способ наслаждаться жизнью. Не важно, готовите вы из дорогих продуктов или дешевых, или собрали их сами, главное, чтобы вы ценили то, что едите. Поэтому я всегда даю себе возможность удивляться, получать удовольствие от каждого блюда: завтрака, обеда и ужина. Ну и, конечно, я не устаю изумляться таланту и профессионализму своих коллег, которые

создают настоящие гастрономические шедевры каждый день, чтобы сделать этот мир лучше.

– В современном мире у талантливового повара есть масса возможностей добиться успеха. Насколько важно теперь профессиональное образование?

– Основа любой профессии – это образование. Если вы решили стать поваром, первые три года должны обязательно посвятить обучению, исследованию различных нюансов и дегустации, чтобы сформировать вкус. Это нужно хотя бы для того, чтобы элементарно понять, что можно и чего нельзя делать. Никогда не стоит недооценивать важность азотов. Именно на этом фундаменте вы будете строить ваш профессионализм и карьеру.

– Есть те, кем вы восхищаетесь в профессии?

– Каждый шеф-повар – уже маленький герой. Своими блюдами он каждый день создает настроение людей: гостей ресторана, своих друзей или семьи на домашнем ужине. А еще профессиональный повар обязан следить за развитием отрасли, которая никогда не стоит на месте. И восхищает, когда видишь, как люди стараются изо всех сил.

Вспоминая великих, хочу сказать, что Огюст Эскофье во многом создал ту высокую кухню, какой она является сейчас. Он написал путеводитель по приготовлению пищи, своего рода GPS для повара, говоря по-современному. Но и сейчас есть знаменитые профессионалы, которыми я, по настоящему, горжусь, и восхищаюсь их трудом. Альбер Ру, Раймонд Бланк – люди, которые время от времени делают невозможное. Они поражают полетом поварской мысли.

WORLDCHIEFS

Всемирная ассоциация сообществ шеф-поваров (Worldchefs) – это глобальная сеть, объединяющая более 10 миллионов шеф-поваров из 110 профессиональных ассоциаций со всего мира. С 29 июля по 1 августа Санкт-Петербург превратится в эпицентр событий для мировой ресторанной индустрии. Шеф-повара, рестораторы, топ-менеджеры ресторанных и торговых сетей, поставщики продуктов и ресторанного оборудования, гурманы и гастрономические туристы имеют шанс стать частью глобального профессионального сообщества на WorldChefs Congress & Expo 2020.

Миссия

Образование, нетворкинг, конкуренция и гуманитарные ценности – это 4 сферы, на основе которых ассоциация Worldchefs уже более 90 лет продвигает индустрию кулинарии вперед.

Образование

Ассоциация Worldchefs поддерживает профессиональное развитие своих членов через онлайн

6000 шеф-поваров из **110** стран

350 компаний-экспонентов

150 российских и международных спикеров

100 мероприятий деловой программы

70 участников Global Chefs Challenge Final

тренинги, расширение сети кулинарных школ и улучшение системы сертификации кулинарных стандартов по миру.

Конкуренция

Ассоциация Worldchefs устанавливает правила соревнований, проводит судейские тренинги и организывает главное турнирное событие среди шеф-поваров – Global Chefs Challenge.

Нетворкинг

Ассоциация Worldchefs предоставляет платформу для налаживания связей в мировом сообществе шеф-поваров.

Гуманитарные ценности

Программы ассоциации Worldchefs направлены на борьбу с бедностью и голодом и способствуют поддержанию стабильности по всему миру.

Beviale Moscow 2020

Международная выставка производства напитков

Оборудование | Ингредиенты | Технологии розлива | Упаковка | Бизнес-решения



Мировые технологии

Успех вашего бизнеса

24-26 марта 2020

КВЦ «Сокольники», Москва

- Барное оборудование
- Дегустации российского крафтового пива
- Дегустации лучших винодельческих хозяйств страны

NÜRNBERG MESSE



БЕСПЛАТНЫЙ БИЛЕТ НА WWW.BEVIALE-MOSCOW.COM

Виктор Беляев: «Все соскучились по живому общению»

В этом году Россия примет Всемирный конгресс шеф-поваров WorldChefs, который пройдет в Санкт-Петербурге с 29 июля по 1 августа 2020 года. Одним из главных идеологов, вдохновителей и организаторов проведения этого мероприятия в нашей стране является Виктор Борисович Беляев – президент Национальной ассоциации кулинаров. Один из самых известных шефов России, возглавлявший долгое время комбинат питания «Кремлевский» и кормивший многих руководителей разных стран мира. Ведущий рубрики «Профессиональная кухня» в журнале «Ресторановед» Виктор Шабалин поговорил с мэтром и о его нынешней профессиональной деятельности и об уровне современной гастрономии, и месте русской кухни в российском ресторанном бизнесе, и о подготовке к главному мировому кулинарному событию года.



РЕСТОРАНОВЕД

стр. 62-67



«Профессиональная кухня»

Ведущий рубрики – председатель Правления Санкт-Петербургской Ассоциации кулинаров Виктор Шабалин

Возвращение к реальности и основам

– **Виктор Борисович, вы часто путешествуете и общаетесь с коллегами. Чем они живут и интересуются сегодня?**

– Вы знаете, в связи с подготовкой к конгрессу у меня было много поездок в 2019 году, как по России, так и за рубеж. Особенно запомнились визиты в Азербайджан, Узбекистан и Армению. И надо сказать, людям настолько надоело все это напускное и навязываемое: телевизоры, шоу-бизнес, звезды, которые поют по сорок-пятьдесят лет, все эти пиф-паф ой-ой-ой. Люди соскучились по живому общению. Им этого не хватает. Например, на один из моих мастер-классов собралось аж 150 человек. Я сказал организаторам: «Послушайте, с такой аудиторией я не смогу работать. При таком раскладе очень сложно с каждым наладить эмоциональную связь». Мы договорились разделить всех, кто пришел, на два зала. Я был поочередно и в первом, и во втором. Завести такую большую публику, казалось, будет очень тяжело, но постепенно, с рассказами, с дегустацией блюд старой русской кухни, процесс пошел. В итоге они не отпускали меня два часа. У нас даже гала-ужин задержали из-за моего мастер-класса.

– **Какой был средний возраст аудитории?**

– Разный. И молодежь, и люди среднего возраста, даже пенсионеры. Все внимательно слушали, не зависимо от возраста. Люди

соскучились по такому живому общению. Они готовились к тому, что будет выступать человек, отработавший долгое время за кремлевской стеной. Конечно, думали, что придет «царский генерал», но вдруг увидели просто-го меня, и мы быстро наладили контакт.

– **Вы постоянно общаетесь с профессиональным сообществом, следите за развитием отрасли. Что на ваш взгляд поменялось в России за последние двадцать-тридцать лет?**

– Самое главное, по моему мнению, это то, что мы наконец-то вернулись к реальности. Объясню, что я имею в виду. Когда рухнула великая страна – Советский Союз, и поднялся железный занавес, к нам хлынули иностранные шефы. Они были для нас как для папуасов золотая обертка или зеркальце. На самом деле, сюда приехал просто суррогат. Суррогат, который зарабатывал хорошие деньги. Он ничего не мог дать. Но мы схватились, потому что испытывали информационный голод. В этом плане, мне повезло. Я работал в Кремле и знал кухни всех республик. А когда у нас бывали лидеры зарубежных стран, всегда был представлен повар из посольства. Так что, я хорошо знал и кухни мира. А остальные повара? У них же не было такой информации. И интернета ведь не было...

Помню, в начале 2000-х годов меня пригласили на одну встречу с ведущими рестораторами Москвы. Я изначально не собирался выступать, но то, что они

говорили, меня задело. Я тогда сказал: «Ребята, все молодцы. Рестораны замечательные, но во что стали превращаться наши города с кулинарной точки зрения? Идем по Тверской и смотрим на вывески: «Пицца», «Суши» – ничего русского. Попробуйте во Франции такое сделать! Да вас «убьют». Там своей кухней очень дорожат».

В итоге мы столкнулись с тем, что снизился общий уровень профессиональной подготовки. Я никогда не думал, что обработка и пластование свежей рыбы или обвалка мяса будут восприниматься, как профессорская работа. Всегда считал, что это все равно, что картошку почистить – поварская рутинка.

– **Сейчас все в основном работают с фабричными полуфабрикатами...**

– А при чем тут полуфабрикаты? Что повар, не должен уметь картошку чистить?

– **Повар должен уметь чистить картошку. Когда я в пятнадцать лет, будучи учащимся Профессионального лицея кулинарного мастерства, впервые пришел на практику в столовую завода «Адмиралтейские верфи», то сразу же оказался в мясном цехе, где, собственно говоря, узнал что такое говяжья четвертина, свиная полутуша и как правильно осуществлять обвалку. Но сейчас другие условия. Из-за нехватки площадей предприятия питания переходят на заводские полуфабрикаты.**

– Согласен! Но все равно повар должен знать основы. А если вдруг случится форс-мажор, и ему



принесут тушу барана? Нужно ведь знать, как ее разделать.

Не буду говорить, в каком городе, но там в одном учебном заведении на технологическом факультете из программы убрали первичную обработку мяса и птицы. Я предложил тогда таким же образом обучать гражданских пилотов. А что? Нажал на кнопку и получил диплом. Мы к этому уже пришли. Сейчас, когда я даю мастер-класс в колледже, обычно в помощь присылают 4 курс. Даю им задание разделать курицу, пока я буду рассказывать. Говорю с аудиторией, а краем глазом вижу, что они не могут даже филе снять. Это выходной курс!

– На ваш взгляд, как изменилась система профессионального образования с того момента, как вы закончили училище?

– Сейчас методика обучения совсем другая. Ушли от Организации труда, ушли от Бухгалтерского учета. Что говорить, у нас даже был предмет Эстетика. Многие из тех дисциплин, которые ушли, просто необходимы повару. Однако, не смотря на все недостатки современного образования, оно помогает хоть как-то ориентироваться в профессии. Повар обязан знать, например, как провести калькуляцию блюда

или как сделать технологическую карту. Теоретическая база должна быть обязательно.

– Как мы можем повлиять на эту ситуацию?

– Проблемы есть, но не все так плохо. Мы начинаем медленно разворачиваться. Например, на выставке ПИР уже четвертый год работает стенд, посвященный русской кухне. Русскую кухню обсуждают, ее готовят. Можно сказать, мы прошли вынужденный этап становления современной российской гастрономии, пусть и не самый приятный. Все постепенно возвращается на круги своя.

Что действительно работает на рост профессионализма

– Какую роль в этих изменениях играет Национальная ассоциация кулинаров России?

– Большую. Совместно с компанией METRO C&C мы делаем Всероссийский открытый кулинарный чемпионат Chef a la Russe. Перед финалом в марте мы целый год ездим с отборочными этапами по городам и весям (около 16 регионов). В правилах указано: «национальный обед из географических продуктов данного региона». Удивительно, как

мы попали в точку, потому что проект возник в 2014 году, как раз когда наложили санкции. Так вот, ребята-участники чемпионата охотно ушли от зарубежных продуктов и стали работать с нашими – исконно русскими.

В Перми, например, в рамках их регионального чемпионата, есть номинация «Ее превосходительство Каша». Они там такие каши варят! Я таких круп даже не знаю, а они варят. Повара делают каши с разными начинками в современной интерпретации. И это пользуется популярностью.

Мы не сможем всегда есть только креветки и рукколу. Это не в нашей физиологии. Хорошо, в этом году зимы нет, а если ударят морозы, сможете ли вы питаться хотя бы две недели в традициях, скажем, средиземноморской диеты? Кулинария – это наука о килокалориях. Поэтому летом мы едим окрошку, а зимой супы с большим куском мяса, жареную картошку и квашеную капусту. Великий Пирогов говорил: «Надо слушать свой организм».

Я не против мировой кухни. Пусть она присутствует, но нельзя забывать и о своей национальной.

– Виктор Борисович, вы прошли путь от простого повара до генерального директора комбината питания «Кремлевский». Можно сказать, собственным трудом создали свое имя в отрасли. Сегодня повара предпочитают находить удобные трамплины. Например, нынешние кулинарные шоу, создающие популярных шеф-поваров. Они действительно помогают развивать отрасль?

– Действительно, я проработал в Комбинате питания «Кремлевский» с 1978 по 2008 год. Путь, который я прошел от повара до генерального директора – это

большой опыт в профессии, настоящая школа жизни и труда. Наше поколение еще застало настоящих мастеров, которые были для нас наставниками. Это великие повара, у которых мы учились и постигали тайны ремесла. Конечно, трудностей было множество, как у меня, так и у моих коллег. Я, например, тогда не мог работать в присутствии кого-либо. Вот стою у плиты, готовлю мясо, а сзади ко мне подходит руководитель и наблюдает за моей работой. У меня сразу все из рук валится. Я не могу сосредоточиться. Поначалу даже все бросал, прекращал работу и уходил в другое помещение. Но самодисциплина и любовь к профессии помогли преодолеть блок.

Тогда не было кулинарных телешоу. Свою репутацию и профессионализм мы доказывали и продолжаем доказывать своими делами, а сегодняшние кулинарные телешоу порождают звезд, а не профессионалов. Вы мне назовите хотя бы одно шоу, где повар учится. А уж когда в шоу приглашают великих актеров – понятно, что они приарятся. Когда я вижу, что они готовят, мне становится жутко. Это любительская кухня.

– Как Вы оцениваете профессиональный уровень в российских регионах?

– Когда мы в первый раз в 2014 году проводили наш кулинарный чемпионат Chef a la Russe, в качестве судей к нам приехали многие именитые шефы. В том числе, Герт Клотцке – руководитель образовательного центра Worldchefs. Он тогда отметил, что нашим поварам необходимо еще учиться и учиться, главным образом, технологии приготовления. Спустя 4 года, тот же Клотцке мне сказал, что на чемпионате уже есть шефы из России, которые

спокойно могут выступать на международных соревнованиях.

Чемпионат – это профессиональное развитие поваров, потому что возникает определенное взаимодействие между судьями и участниками. То есть, судьи рассказывают участникам на примере их блюд об ошибках, неточностях или о том, что было сделано на хорошем профессиональном уровне. Это обучение. Поэтому с уверенностью могу сказать, что, после школы чемпионатов, уровень шефов стал заметно выше.

Если говорить про развитие кулинарного мастерства в регионах, то мы должны туда ездить и учить поваров, давая им мастер-классы. Они не виноваты, что живут в маленьких городах. Мы должны об этом помнить и помогать их профессиональному становлению.

Мода не сможет заменить вкус

– Говоря про чемпионат, как вы относитесь к использованию поварами элементов молекулярной кухни и применению современных технологий. Насколько необходима эта гонка за модой?

– В 2000-м году возникла мода на молекулярную кухню. В Сингапуре тогда проходил Всемирный конгресс и состоялся чемпионат лучших команд кулинаров, в рамках которого была выставка холодных блюд. Так вот, каждое холодное блюдо было с молекуляркой. Тогда был еще жив Билл Галахер – замечательный шеф-повар и в то время президент Worldchefs. Когда он оценивал эти холодные закуски, настоял на том, чтобы члены жюри все-таки попробовали. Мы попробовали. Ерунда полная. Тогда Билл Галахер сказал, что молекулярная кухня имеет право на существование только лишь как

придаток к традиционной кухне, иначе мы закончим тем, что будем съедать на завтрак одну таблетку, на обед – две, и так далее.

Сейчас, например, практикуют сьювид. Лично я не вижу высокой технологии в том, чтобы варить мясо 3 часа при температуре 55 градусов. Не надо портить продукт. Просто пожарьте хорошее мясо. Оно отдаст свой сок. Для нас сьювид – это русская печь. Сейчас во многих ресторанах появилась русская печь. Невероятно вкусно. Первым это сделал у себя Андрей Матюха. Но, опять же, плохого мяса, плохую рыбу печь не выносит. Она для того и создана, чтобы там был качественный продукт.

– Большие фестивали – это уже данность. А вот нужны ли нам небольшие кулинарные праздники местного, муниципального значения?

– Могу поделиться своим опытом. Я был в Загребе, и меня друзья пригласили в небольшое село на такой фестиваль. Там готовили разное тесто. Я поделился рецептом старого медовика, только карамелизованного. Он получается хрустящим. И у них такой праздник проходит раз в две недели. Темы всегда разные. Подобные фестивали объединяют людей, а также несут важные социальную и воспитательную функции. Нам нужны такие праздники. Небольшие, уютные и необязательно на центральных площадях больших городов. Это хорошая традиция. Она приучает людей готовить и дает возможность передать семейные рецепты от поколения поколению.

У каждого члена моей семьи свой путь

– Виктор Борисович, вы видите своих внуков на профессиональной кухне, то есть



отпустили бы вы их в нашу профессию?

– Как любящий дед, я не хочу им такой участи. Поварское дело – это мужская работа. Почему в Советском Союзе большинство поваров были женщины? Да потому что зачастую это матери-одиночки. Они шли на такой труд по-необходимости. Сейчас ситуация поменялась, и поварами и шефами, в основном, работают ребята.

А, если говорить про внучек, то старшая Варя, ей восемь лет, делает со мной блинчики, варит борщ. Она сама готовит барбекю, знает, как разжигать угли. Агния, которой два с половиной, видит, что Варя делает, и тоже старается не отставать. Мы ей даем замешивать тесто, насыпаем муку, туда добавляем яйцо, воду – и она стоит, месит. Вся испачкается, но довольна собой.

Я хочу, чтобы они были хорошими хозяйками и женами. Любая женщина, все-таки, должна дома вкусно готовить.

– Хорошо. Про внучек понятно. Но ведь ваш сын, Максим, имеет отношение к профессиональной кухне.

– После окончания университета, он устроился в одну крупную компанию. Там он зарабатывал даже больше, чем я в Кремле. Отработав ровно месяц, пришел ко мне и сказал, что больше не хочет

бумаги перебирать и в галстук ходить. Честно говоря, я уговаривал его отработать еще хотя бы полгода. Он отказался и ушел оттуда. Потом создал свою компанию «Беляев-Кейтеринг». Он не повар, а, скорее, менеджер и руководитель, но любит и умеет готовить.

Повар должен постоянно развиваться и делать то, что он умеет лучше всего

– Вы когда-нибудь видели себя в роли ресторатора?

– Никогда не стремился ни создать свой ресторан, ни быть каким-то знаменитым. Сейчас развелось много рестораторов, но мало хороших ресторанов. Лучше, чтобы было наоборот. В моем понимании хороший ресторан – технологичный ресторан, где работают повара, которые, на самом деле, умеют готовить. Парочка поваров на кухне должны быть обязательно прирожденными, как говорится, от Бога. Остальные пускай помогают. Кухня держится на талантливых.

– Финальный вопрос. Совсем немного времени остается до грандиозного события, которое состоится летом 2020 года в Санкт-Петербурге. Это Всемирный Конгресс шеф-поваров. При этом многие российские шефы не знают о таком мероприятии, а

некоторые не понимают смысла его проведения.

– Всемирная ассоциация сообществ шеф-поваров существует с 1928 года и объединяет поваров из 110 стран. Национальная ассоциация кулинаров России входит в Worldchefs с 1993 года. Такое поварское правительство. Конгресс проводится один раз в два года в разных странах мира. Россия выиграла право проведения конгресса в 2016 году. Ключевые события конгресса – это финал Всемирного кулинарного чемпионата и Парад Наций, когда шеф-повара в белых кителях и белых колпаках с флагами и оркестрами проходят торжественно по центру города.

Мы ожидаем порядка 2000 делегатов со всех стран мира. Это известные мировые шеф-повара. Они будут выступать на площадках конгресса. Наши шефы будут готовить вместе с ними. Повара люди общительные. Им даже не обязательно знать иностранный язык. У поваров свой язык. Для всех стран конгресс – это хорошая возможность обмена опытом. Включается дух профессии, задор.

Повара – это люди, которые постоянно на кухне, а здесь впервые в истории России для них будет праздник. Сами посудите: лето, июль, Санкт-Петербург. Что еще нужно?

Некоторые иностранные шефы разрабатывают для себя персональную программу пребывания в России. Два дня в Москве, потом два дня обзорных в Санкт-Петербурге, а потом четыре дня на конгрессе.

Я думаю, что каждый шеф и повар, который хочет развиваться и двигаться вперед, должен использовать такую уникальную возможность для профессионального роста, как Всемирный конгресс шеф-поваров в России!

«В нашей семье было трое детей»

Виктор Беляев: автобиографические заметки на полях

Когда я был еще ребенком, в стране царила эра космонавтики. Все мечтали быть космонавтами. Потом я посмотрелся фильмов и захотел стать геологом. Потом меня потянуло на историю, ближе к археологии: ездить по стране, вести раскопки. Рядом с баракком, где мы жили, был историко-архивный техникум, и я туда поступил.

В нашей семье было трое детей. Так получилось, что отца не было. Эту роль взял на себя дед, участник войны. В его понимании архивариус – это человек, который сидел в нарукавниках, в пыли, грязи и бумажки перекладывал. Сразу встал вопрос о будущем, о зарплате. Мне было сказано, что я должен думать о младших брате и сестре. Короче, раскритиковал он меня в пух и прах за такой выбор.

Дед как-то в субботу вышел из одного питейного заведения, а напротив – Московское профессиональное кулинарное училище. День открытых дверей. Ему навстречу вышел, как раз, мой будущий мастер по производственному обучению – Минаева Валентина Петровна. Она провела его по всем аудиториям, показала гипсовые муляжи блюд, красивые, как настоящие. Он был в восторге! Вот так по воли деда в 1972 году я поступил в кулинарное училище.

Во время учебы мы проходили практику в ресторане «Черемушки», что на Профсоюзной улице. Первые три недели мы чистили яйца. Представляете, три 50-литровых котла доверху забитые яйцами, мы чистили каждый день. Мысли об уходе из училища возникали сами собой. Что это за профессия яйца чистить! Тогда наш мастер Валентина Петровна Минаева, педагог с большим стажем, всю жизнь отдавшая профессии, увидела негативное наше настроение, пошла к шефу и договорилась, чтобы мы прошли все цеха. С этого момента мы познакомились с обвалкой мяса, обработкой осетрины и так далее. Закончил я училище с красным дипломом и пятым разрядом. Для себя я считал,

что у меня уверенный четвертый. Потому что пятый разряд – это верх профессионализма. Выше только шестой и мастер-повар.

По распределению я попал в ресторан «Прага». Вот там я почувствовал всю серьезность нашей профессии. Мы ходили в Кремль на работу. Нас стали чаще приглашать на банкеты, выездные мероприятия.

Первый раз попал в Кремль, когда мне было 17 лет. Было это 6 мая 1975 года в дни тридцатилетней годовщины Великой победы. Меня сразу направили на спецкухню. Я тогда впервые увидел Брежнева, Косыгина – даже ноги подкосились. Иду по Кремлю, висит доска «Здесь жил и работал Ленин». Я чуть сознание не потерял от осознания, куда пришел. Кремлевский шеф-повар меня заприметил и предложил перейти работать, но поскольку у меня впереди была армия, то мы договорились, что я отслужу, и тогда уже будем решать.

После армии я вернулся в «Прагу», познакомился со своей будущей женой, и снова очутился в Кремле. Шеф-повар ко мне подходит и говорит: «Ну, что надумал к нам? Решайся. Через три года квартиру получишь. Давай!» Работал, работал и доработался до генерального директора комбината питания «Кремлевский».

Я никогда не хотел быть каким-то великим. Более того, я даже не думал, что стану генеральным директором комбината питания «Кремлевский». В Национальную ассоциацию кулинаров пришел в 2008 году, когда ушел из Кремля по состоянию здоровья после инфаркта. Надо сказать, что до этого активно помогал и Московской ассоциации, и Национальной. Когда стал президентом этого профессионального объединения, на меня сразу накнулись регионы с просьбой организации работы ассоциации в местных представительствах. Я согласился и не жалею. Мне нравится этим заниматься. Надеюсь, что смогу еще принести пользу всему профессиональному сообществу в этой роли.

Должность шеф-повара – это постоянная жизнь на работе



Даже сегодня в ресторанном бизнесе не так уж много женщин шеф-поваров. Особенно успешных. В этом номере в рамках рубрики «Профессиональная кухня» мы беседуем с одной из них – Светланой Сурсиковой, шеф-поваром петербургского ресторана «Сыроварня».

– Светлана, первый традиционный вопрос участника рубрики «Профессиональная кухня»: Когда Вы решили стать поваром и как пришли в профессию?

– Все из детства. Мне всегда нравилось готовить. И, конечно же, моя мама показывала мне своим примером любовь к приготовлению вкусовых. Она всегда придумывала что-то необычное

и новое. У меня с ранних лет была маленькая посуда, маленькие алюминиевые сковородочки, в которых делала яшеники. Тогда были не самые легкие времена и мои родители все время говорили: повар не благодарная профессия, тебе это не надо... Поэтому сначала я отучилась после школы в ИНЖЭКОНе на экономиста, менеджера по туризму. Даже какое-то время успела поработать

экономистом в строительной фирме, но не долго. К моменту окончания университета, я уже была замужем, а через некоторое время я ушла в декрет. Родила дочку. Но, находясь в декрете, я поняла, что не могу сидеть без дела. Мне без работы тяжело. Начались разговоры, а куда можно пойти. Мой друг шеф-повар Антон Тарасевич, присутствовал при одном из них. Он,

кстати, знал, что я хочу быть поваром. Тогда он предложил мне пойти работать к нему. Начинала я помощником повара. Через какое-то время меня перевели на должность повара-раздатчика холодного цеха. Вскоре я ушла работать в бар Сергея Шнурова «Синий Пушкин». Там довольно быстро, видимо оценив мою работу, мне предложили попробовать себя в роли шеф-повара. Естественно, я согласилась. Вот до сих пор и пробую (улыбается – прим. ред.).

– Отчасти провокационный вопрос: можно ли женщине быть шефом, занимаясь по сути мужской работой, и сохранять женственность?

– Сейчас уже да! До этого, когда была поваром, я была абсолютно бесполом существом, так как на кухне нет разделения по половому признаку. Поэтому мне пришлось забыть про всю свою женственность на начальном этапе своего пути и стать «цербером», работая с мужчинами, потому что не все мужчины могут работать под руководством женщины. И только работая в «Сыроварне» я наконец-таки вернула себе свою женственность, а до этого я была «чертов» псих.

– Какое из этих двух состояний Вам больше нравится?

– Нынешнее. У нас сформирована команда. Ребята все молодцы. Мне так кажется, пусть это прозвучит слегка не скромно, везде где я работала: бар «Синий Пушкин», ресторан «Вместе», «Сыроварня», – я особо не прилагала усилий для формирования команды. Все получалось само собой. Возможно, у меня дар делать все как надо. То есть – выстроить работу так, чтобы оставалось время и на дочку, и съездить в отпуск так, и чтобы

в мое отсутствие на предприятии не происходило какого-то вселенского бедствия. Для этого, безусловно, нужна команда. Например, та же «Сыроварня» в какой-то момент была мной фактически брошена, так как у нас появился второй ресторан «Nama» – здесь с нами под одной крышей. Но ребята не подвели и в тот период отработали на все сто.

– Откройте секрет, вы пользуетесь своей женственностью, когда управляете мужчинами на кухне?

– Нет! Я не могу себе этого позволить, потому что мне от этого не по себе. Работа это работа, а общение с мужчинами это – другое. И, слава Богу, что коллеги не проявляют ко мне никаких знаков внимания, потому что для меня это определенный дискомфорт.

– То есть вы считаете, что различий между шеф-поваром женщиной и шеф-поваром мужчиной быть не должно?

– Нет. Различия должны быть. Просто я о них не знаю. Я женщина и никогда не была в шкуре мужчины, но итоговый результат и шефа женщины, и шефа мужчины должен быть одинаковый. Конечно, этот вопрос лучше задавать тем людям, которые успели поработать как с женщинами, так и с мужчинами. Но мне кажется, что с женщинами работать тяжелее. Мы такие эмоциональные, хотя и мужчины разные бывают. Возможно, мне ближе «мужской» стиль управления по принципу «Меньше слов, больше дела». Меня папа с детства воспитывал как взрослого человека, который отвечает за свои поступки и не дает пустых обещаний, что не всем свойственно сейчас. Есть такое слово «Надо».

Светлана Сурсикова

Начинала помощником повара, а затем повара-раздатчика холодного цеха в кафе «Денисов» в 2011 году.

Работала в баре Сергея Шнурова «Синий Пушкин» 2011-2014 годы, получила там должность шеф-повара. Стала шеф-поваром в ресторане «Сыроварня» 10 декабря 2017.

Если надо, значит надо, и каким образом это будет сделано, уже никого не волнует. Перед тобой поставили задачу, значит, ты ее должна выполнить, раз ты взяла на себя эти обязательства. То же самое и в отношениях с подчиненными: задача поставлена, даны все вводные – работай! Но, к сожалению, не все люди фанатики своего дела, не все готовы биться за результат. В такие моменты приходится лавировать. Мы московский холдинг, и если Москва ставит мне задачу, я не спрашиваю, как мне ее достигнуть, что мне сделать. Задача стоит – выполняем, при этом Москва тоже не указывает пути решения поставленной задачи. Мы предлагаем, они согласовывают. Например, когда мы открывали «Сыроварню» я все свои проработки согласовывала с нашим бренд-шефом Сергеем Носовым, но сейчас у него настолько много проектов, что я даже не пытаюсь его отвлекать. Можно сказать, что определенное доверие уже заработано. Папа мне всегда говорил: «Сначала ты работаешь на авторитет, а потом уже авторитет работает на тебя». Значит, я

заработала определенный авторитет, и Москва не контролирует каждый мой шаг.

– Папа какие-то мальчишеские пристрастия Вам привил?

– Машины. Папа очень хотел побыстрее посадить меня за руль и первая машина у меня появилась в 18 лет. Это были Жигули 12-й модели. Вся битая, перебитая, потому что мне казалось, что я еду на гоночном болиде, из

которого можно выжать все. Я ее даже не красила. Била, ставила новые запчасти и ехала дальше. Машины, скорость – это моя страсть. Сейчас, конечно, я уже повзрослела и еду спокойнее, но иногда хочется погонять. Иногда...

– Скажите, а сколько шеф-поваров женщин Вы знаете и с кем из них Вы общаетесь?

– У нас в Сыроварне

шеф-кондитер девушка Александра Ковалева. С ней мы общаемся очень много. Мы не сразу пришли к полному взаимопониманию, но сейчас она моя сахарная феечка, без нее никуда! Вся десертная витрина это ее заслуга. Также я делала ужин в Ginza с Натальей Масловой. Это, наверное, первый шеф-повар девушка, с которой я общалась за всю свою жизнь. В основном это мужское сообщество. Существует стереотип, что лучшие шеф-повара – это мужчины. Просто потому что, мужчина в любом возрасте может себе позволить завести семью, а женщина такой роскоши не имеет. Перед женщиной стоит выбор: либо карьера, либо семья. Соответственно 90% женщин выбирают семью, что, в общем-то естественно. Работа шеф-повара – это постоянная жизнь на работе. Мужчина может себе это позволить, а женщина нет.

– Хорошо. Коллегам мужчинам шеф-поварам надо доказывать, что Вы настоящий шеф или нет?

– Сейчас уже нет. Раньше, когда я только начинала карьеру работу шеф-повара, даже не коллегам, а сотрудникам приходилось объяснять, что они должны принять, что у них шеф-повар женщина. Тут каждый решает для себя: либо мы работаем, либо нет. Не могу сказать, что это была проблема, но такие ситуации возникали. И знаете, почти все принимали эту реальность и оставались работать.

– Вернемся к вашему становлению в качестве повара. Как это происходило?

– Поначалу мне просто нравилось ходить на работу. Горы лука, горы моркови. Шинковка, подготовка полуфабрикатов. Потом я встала на раздачу



холодного цеха, начала отдавать блюда и в процессе работы начал появляться опыт, знания технологий. Я самоучка. Я не училась в каких-то специальных колледжах, университетах. Единственное, что я сделала, когда мне сказали, что хотят меня попробовать в качестве шефа, я посетила курсы заведующих производством, чтобы получить корочку, при наличии которой я могла бы официально работать шеф-поваром. Эти курсы были чистой формальностью. Профессиональные знания я получала и получаю на практике, и мне не составляет труда, увидев блюдо, разобрать его на составные части и воспроизвести. Я очень люблю путешествовать и очень люблю Италию. Бываю там очень часто в различных заведениях, конечно, не все готовы пускать на кухню, но иногда удается заглянуть на итальянские кухни, поговорить с итальянскими шефами. Также я слежу за работой российских шефов, смотрю, что они делают.

– Часто расстраиваетесь, когда посещаете рестораны как гость?

– Смотря, в какие. Сейчас не

Рекомендации от шеф-повара Светланы Сурсиковой

Блюда из меню ресторана «Нама», которые нужно обязательно попробовать:

- 1) *Такаи из свеклы,*
- 2) *Креветки Типаньяки*
- 3) *Тако в крабах*
- 4) *Суши-бар*

расстраиваюсь, потому что хожу в рестораны к коллегам, которые берут первые строчки во всех ресторанных рейтингах и первые места в премиях. А раньше – да, было сложно ходить в другие рестораны, так как, когда я заказываю блюдо, я понимаю, как оно должно выглядеть. И если оно не такое, то я расстраиваюсь, но никому ничего не говорю и не высказываю свои претензии. Я привередливая.

– Сейчас многие шефы ездят за границу для обучения в различных кулинарных школах. У Вас есть желание поехать, поучиться?

– Желание есть. Хочу поехать в Италию. Даже знаю регионы, в которых хотелось бы поучиться, но пока что это не осуществимо.

– Желание получить новые знания у Вас есть, а есть ли у Вас желание передать имеющиеся уже знания, то есть начать преподавать в какой-нибудь кулинарной школе?

– Я боюсь. Я стеснительный человек и боюсь публичных выступлений. Честно признаюсь, что я каждый раз перебарываю свой страх, когда меня приглашают сделать ужин, и надо будет потом говорить в микрофон, или здесь, когда выхожу в зал мне



Рекомендации от шеф-повара Светланы Сурсиковой

Блюда из меню ресторана «Сыроварня», которые нужно обязательно попробовать:

- 1) Фокачча с бурратой
- 2) Буррата на печеном перце,
- 3) Котлеты из индейки,
- 4) Лосось терьяки,
- 5) Рассольник,
- 6) Сырный суп,
- 7) Пирог с малиной, а летом пирог с земляникой.

страшно общаться с гостями. Я, может быть, и хотела попробовать преподавать, но пока мне страшно.

– И так Италия. Один шеф-повар нам рассказывал, что в Италии в этой стране есть ряд заведений, где работают настолько консервативные шефы, что у них нет никакой

современной техники. Условно, только обычный старенький пароконвектомат. Как вы к этому относитесь и используете ли Вы в своей работе продукты молекулярной кухни?

– По поводу оборудования. Все очень просто. Некоторые шефы, которые к нам приезжают в гости говорят мне, чтобы я купила РАКОJET. Возникает

вопрос: зачем, если при помощи классических технологий я могу добиться нежной текстуры блюда. Работа шеф-повара – это не только придумывать и готовить блюда, но и считать деньги. С моей стороны это будет каприз, если я обращаюсь с просьбой купить мне дорогое оборудование, к людям, которые делают бизнес для того, чтобы зарабатывать деньги, а не для того, чтобы мы их тратили на какие-то свои прихоти. Зачем мне то, без чего я справляюсь и так. Что касается химии для молекулярной кухни, то у нас это запрещено. Даже для питания сотрудников у нас запрещено использовать сухие бульоны. Концепция заведения диктует свои правила. Я не введу в «Сыроварне» элементы молекулярной кухни. У нас деревенский ресторан с домашней кухней с уклоном в Италию. Когда я участвую в винных ужинах, тогда там я могу позволить себе делать все, что угодно, но в





меню «Сыроварни» мы придерживаемся стандартов компании. В «Нама» другая история. Там Азия, Паназия, но и там тоже нет места молекулярной кухни.

– Мы плавно подошли к «Сыроварне». Как давно Вы здесь работаете?

– С открытия. С момента проектирования, так как принимала активное участие в этом процессе. Дни и ночи сидела рядом с профессиональным проектировщиком и говорила, что и где я хочу видеть. В итоге в декабре 2017 года мы открылись, а за год до этого мне позвонил Аркадий Анатольевич (Новиков – прим. ред.) и сообщил, что можно приезжать в Москву на стажировку. Они как раз открывали «Сыроварню» на «Красном Октябре». Уезжала на месяц, а в итоге осталась на семь. За это время поработала и на «Красном Октябре», и на «Бадаевском». Можно сказать, меня на практике готовили для работы шеф-поваром в питерской «Сыроварне». Стажировка в Москве и проектирование нашего проекта шли параллельно. Я очень люблю свои детища – как «Сыроварню», так и «Нама». Есть желание открыть что-то

свое в итальянском стиле, и я очень надеюсь, что когда-то это произойдет, но пока я не готова отказаться от «Сыроварни» – тем более, что никаких рамок и ограничений для творчества здесь нет. Только одно требование – соблюдение концепции. Конечно, в меню всех «Сыроварен» можно встретить одни и те же блюда, но их не так много – где-то процентов тридцать. Хотя на этапе открытия соотношение было пятьдесят на пятьдесят. Локация диктует свои правила. То, что едят в Москве, не всегда едят здесь. Поэтому часть блюд постепенно ушла из меню.

– Как часто вы обновляете меню и вводите новые блюда?

– В зависимости от сезонности продуктов, но при этом мы не делаем сезонное меню. У нас постоянная ротация блюд: два-четыре блюда приходят, два-четыре блюда уходят. Мы в «Сыроварне» ежемесячно анализируем продажи. Часто этот анализ показывает, что все блюда очень хорошо продаются. В какой-то момент мы дошли до того, что постоянно что-то добавляли, но при этом ничего не убирали. Но меню

не резиновое. Сейчас вот столкнулись с проблемой, что нужно что-то убрать. Пока мы не понимаем, что именно. И обратная связь от гостей очень хорошая. Мы для этого завели специальную книгу, куда

Ресторан «Сыроварня»

Адрес: Ковенский пер., 5
Время работы: 12:00–0:00;
пт,сб 12:00–1:30

Кухня: домашняя, итальянская, авторская

Общая площадь заведения: 1500 вместе с верандой летней

Количество посадочных мест: 180

Средний счет: 2000–2500 ₽

Особенности заведения: ПРОИЗВОДСТВО СОБСТВЕННЫХ СЫРОВ меню на английском, барная стойка, детская анимация, летняя веранда, винная карта, доступно на кресле-коляске

Ресторан НАМА

Адрес: Ковенский пер., 5

Время работы:

Кухня: паназиатская, авторская, азиатская.

Общая площадь заведения: 60

Количество посадочных мест: 54

Средний счет: 1500–2000

Особенности заведения: летняя веранда, оплата картой, винная карта, специальное меню: сезонное.

официанты ежедневно записывают отзывы посетителей. Такая ситуация, но мы находим решения. Сейчас будем убирать раздел «Паста» из меню, следовательно, освободится место, и мы туда добавим новые блюда. А «Паста» будет в виде отдельной вкладки, в виде конструктора: есть гость выбрал пасту, затем – соус и далее по списку. Делаем это для того, чтобы гость получил именно то блюдо, которое он хочет.

– В процессе нашей беседы складывается впечатление, что Вы больше экономист. Экономическое образование не мешает творчеству?

– Оно помогает. На моем предыдущем месте работы в сети ресторанов «Вместе» был бренд-шеф Владимир Капустин, который мне всегда говорил: «Света, мы делаем бизнес. Творчество, творчеством, но мы делаем бизнес. Люди должны зарабатывать каждый день, иначе теряется весь смысл».

Поэтому, помимо творческой части, нам надо думать о том, чтобы блюдо было вкусным с хорошей подачей, и чтобы гостю блюдо оно понравилось. Но с другой стороны блюдо должно быть недорогим по себестоимости и при этом доступным по цене для гостя, а нашими учредителями была получена прибыль. Сегодня, если брать все мое рабочее время за 100%, то из них 60% – это управление, а 40% – творчество.

– Что для Вас самое главное в работе кухни?

– Любить свою работу и не быть роботом. Я всегда ребятам говорю: «Вы не роботы, которые идут по прямой. Отклонения вправо или влево у Вас не должны вызывать дисбаланс. У вас должна работать смекалка. Если что-то произошло,

например, закончился какой-то продукт, Вы не должны идти к менеджеру и просить поставить блюдо на «Стоп». Наоборот – включайте мозг и думайте, чем можно заменить этот продукт в блюде, чтобы на выходе был достойный результат. А, задача официантов – предупредить гостей о том, что сегодня в этом блюде по определенным обстоятельствам один продукт заменен на другой». Естественно все замены нужно согласовывать со мной. Повара – люди творческие и придумать могут многое, но лучше без фанатизма.

– И в заключении. Что вы не прощаете поварам?

– Не прощаю пьянств. Не прощаю наглости. Не прощаю безответственности, ели ты что-то обещал, ты должен это сделать.



HOtel
REstaurant
CAfé
ЮГ



Международная специализированная выставка
индустрии гостеприимства



— MENU —

Всё для оснащения санаторно-курортной отрасли, ресторанов, супермаркетов, офисов и дома. Оборудование, технологии и материалы для гостиниц, ресторанов, кафе, баров.

HoReCa-Юг – это:

оптимальная специализированная B2B площадка для демонстрации своей продукции и презентации новинок в ресторанно-гостиничной сфере

ВЫСТАВОЧНАЯ КОМПАНИЯ

СОУД

+7 (862) 262-31-79

SOUD.RU



Семен Жарких, шеф-повар гостиничного комплекса «Президент-Отель»

История гастрономических ужинов набирает популярность

Семен Жарких - шеф-повар гостиничного комплекса «Президент-Отель», шеф со стажем более 10 лет, соавтор гастрономической концепции The Tastes of Russia, профессионал своего дела, по-настоящему любящий работу, которой занимается.

– Семен, какая самая главная особенность создания блюд для гастрономических ужинов?

– Знаете, вообще сам проект, который мы воплотили в жизнь сам по себе уже особенный, но об этом немного позже. Что касается блюд, то главный акцент мы делаем на наших продуктах – российских из разных регионов нашей великой страны, отсюда и название «Вкусы России – The Tastes of Russia».

На этих ужинах мы хотим продемонстрировать нашим гостям приготовление одного и того же продукта в разных вариациях.

Наша страна богата интересными продуктами, ингредиентами, которые шикарно могут выступать в подаче самостоятельно, а также быть замиксованы в самых необычных сочетаниях. Очень жаль, что мы порой забываем об этом. Свежесть, качество и простота – прежде всего на что мы ориентируемся при выборе продукта.

– Как проходит создание меню и подготовка к ужину?

– Для всех нас это каждый раз, как новое путешествие. У тебя есть четкое направление и далее в голове ты уже начинаешь выстраивать планы на тот или иной город.

На этих ужинах у нас такая же история. Изначально для создания этого праздника (для нас это всегда праздник) выбирается тематика ужина (уже прошедшие – Гастроботаника, По-президентски, Новогодний, Калининградский и впереди еще много новых), на основе этого находим продукты по сезонности и составляем меню, а так же подбираем флагманские вина наших российских виноделен, за которые кстати отвечает наш директор ресторанной службы и сомелье высшей категории – Алексей Митрофановский. На ужине Калининградской области, который состоялся у нас буквально на той неделе помимо вин было

представлено и несколько видов пенного напитка от семейной пивоварни Zötler.

Подготовка к ужину происходит в кратчайшие сроки. По времени стараемся все четко рассчитать – в этом так же помогает мне моя команда, которая понимает что и как должно быть и какой результат в итоге я ожидаю. Это приятно, когда работа идет слаженно и все объединены одной целью.

– Как вы считаете, есть ли интерес у иностранных гостей к локальным российским продуктам и традиционным блюдам российской кухни?

– У иностранцев еще какой. Более того скажу, что и у наших гостей порой возникает интерес. Ведь русская кухня – это не только борщ, котлеты и пельмени)) Каждый человек откуда бы он ни был, хочет попробовать что-то новенькое – русскую кухню, российские продукты, интерес к блюдам просыпается



ФИЛЕ ТРЕСКИ с соусом из Калининградской облепихи и чипсами из батата

на этапе изучения меню, как только оно оказывается в руках гостя и тот начинает представлять те или иные сочетания. Кроме всего прочего, когда гость попадает в «Президент-Отель» в наш панорамный ресторан «Ассамблея» с захватывающим видом на Москву, в гостиницу, где сложилась целая история – воплощение вкуса, эстетики и вида сливаются воедино. Гостям хочется снова вернуться сюда и почувствовать это настроение.

– Что может рассказать миру российская современная кухня?

– Для создания современной русской кухни из российских продуктов есть все: (мясо, рыба, сыры, овощи, фрукты). Ранее всего этого было очень мало, а также страдало качество. Сейчас всего в избытке и это просто рай, особенно для ресторанной индустрии. Появились свои

сыроварни, фермы по выращиванию скота, разведению рыбы и т.д. Классно осознавать, что все это нашего российского производства. Современная российская кухня может и должна оставаться традиционной, но в новой интерпретации, в новом виде, в новой подаче. Ориентируясь на сезон мы делаем специальные предложения из локальных продуктов. Так же в своей работе мои коллеги и я стараемся использовать новейшие технологии для приготовления блюд.

– Творчество в проекте The Tastes of Russia сильно отличается от работы с повседневным меню и чем?

– На данный момент для повседневного меню мы используем все продукты которые в наличии круглый год, особенно для банкетных мероприятий, чтобы не возникало проблем

с поставками, а в дальнейшем с самим банкетным меню. К вопросу создания меню для гастрономического ужина подходим аккуратно. Обычно закупаем продукты по сезону и уже в процессе работы с особой осторожностью их сочетаем. Это занимает чуть больше времени, но это того стоит – ведь это не просто блюдо на каждый день.

– The Tastes of Russia – уникальный проект. Каким вы видите его развитие в дальнейшем?

– Проект The Tastes of Russia очень глобальный и со временем, как мне кажется, узнавать его будут и страны G8.

Проект The Tastes of Russia призван показать и все многообразие нашей родины, и возможности самого отеля. Вся серия ужинов The Tastes of Russia демонстрирует гостю, как на основе традиционных, локальных

продуктов можно создавать современные, сложные, концептуальные блюда, формирует новые базисы, продвигает их на мировом уровне.

Вкусы России направлены на то, чтобы развеять мнение об уже сложившихся стереотипах русской кухни и рассказать гостям о блюдах неординарных, но традиционных, которыми богата наша страна.

История гастрономических ужинов набирает популярность, как среди отечественных, так и зарубежных гостей.

Этот проект вечный, только вдохновляйся, развивайся и иди вперед.

Дальнейшее развитие этой истории мы увидим позже и уже можно будет выявить своего рода все плюсы и минусы. Однако, я уверен, что мы будем прикладывать еще больше усилий только для одних плюсов.

– **Расскажите кратко о себе.**

– Я родился в Московской области, г. Королев. В детстве к нам приезжала бабушка с Одессы и мы готовили много разных вкусняшек: вареники из домашнего творога, колбасы, домашние пельмени, пироги. Как и многие, она всегда говорила «Путь к сердцу мужчины (и не только) лежит через его желудок», как сейчас помню – меня очень зацепила эта фраза и видимо в тот самый момент я четко понял, что свяжу свою жизнь с едой. В 8 классе я уже понял, что пойду учиться на повара. Поступив в МТКП РГ-ТЭУ проходил практику в министерствах, кремле и в разных гостиницах Москвы, включая любимый «Президент-Отель». После учебы ушел служить на военно-морской флот Калининградской области, г. Балтийск, где так же служил по

профессии Кок.

Начиная с 2007 начался мой путь в мир отельного бизнеса, который стал для меня ВСЕМ (большой семьей, вторым домом и конечно же, командой единомышленников).

Я работал в «Baltshug Kempinski Moscow 5*» где трудился на одной кухне с большим количеством иностранных шеф-поваров из разных стран от которых набрался опыта и перенял их взгляд на блюда, также оказывал помощь в открытии отеля «Bristol Hotel 4*» в столице Боснии и Герцеговины в городе Сараево.

С 2013–2018 я работал в «Mamaison All-Suites Spa Hotel Pskov 5*». Побывал в большом количестве отелей по обмену опытом в CPI Hotels. На сегодняшний день работаю в гостиничном комплексе «Президент-Отель», чему я очень рад.



Говяжье филе с пюре из сельдерея и мини овощами

Мероприятие в ресторане при отеле. Особенности организации и преимущества для заказчика

Банкеты отеля «Вега Измайлово»: русское радушие и европейский уровень

Чтобы мероприятие прошло удачно, нужно продумать все до мелочей: чем угостить гостей, как украсить зал, какая музыка будет играть, когда подавать горячее. Профессиональная команда отеля «Вега Измайлово» поможет вам организовать любое мероприятие, будь то банкет, юбилей, свадьба, корпоративное мероприятие или теплая встреча с друзьями. Все заботы по организации мы возьмем на себя, гостям же останется только наслаждаться великолепной кухней, качественным сервисом и прекрасным вечером.

Отель «Вега Измайлово» расположен в Москве, рядом со станцией метро Партизанская и станцией МЦК «Измайлово», что позволяет в течение 10 минут оказаться в центре столицы. А чудесный вид на Измайловский парк и Измайловский Кремль не оставит равнодушным никого.

Отдельного внимания заслуживает и своя большая парковка. Наши гости могут полностью расслабиться в праздничной атмосфере, не волнуясь за свой автомобиль.

В отеле «Вега» вас ждет 7 залов, способных вместить от 10 до 450 человек. Каждый зал здесь имеет свою особенность.

Ресторан «Гуси-лебеди»

Входит в топ 50 русских ресторанов по мнению TripAdvisor.

Просторный зал ресторана способен принять до 120 гостей и разделен на несколько разноразмерных зон для комфортного проведения мероприятия: зона для банкета и фуршета, танцпол,



Лисина Екатерина, менеджер по работе с корпоративными клиентами и мероприятиями

а также сцена.

Интерьер, созданный знаменитым архитектором Гретой Денисовой, выполнен в современной классике с элементами изысканного русского стиля: дубовый пол, белоснежный лепной камин с фреской и резные зеркальные колонны, которые

придают интерьеру уют и роскошь. По желанию гостей зал может быть украшен в любом стиле.

Наши специалисты помогут подобрать декораторов, флористов, организаторов шоу-программ, заказать лимузин и многое другое. Меню ресторана «Гуси-лебеди» искусно сочетает в себе блюда русской, европейской и средиземноморской кухни, а винная карта порадует настоящих ценителей. Кроме того, по согласованию алкогольные и безалкогольные напитки можно принести свои.

С мая по сентябрь особенно актуальна веранда ресторана «Гуси-лебеди». Это настоящий шатер посреди мегаполиса с большим количеством зелени, адаптированный под перепады погоды, который также может быть использован в качестве welcome-зоны.

Зал-трансформер «Вега»

В гостинице «Вега Измайлово» готовы обеспечить прием и более масштабных торжеств.

Здесь оборудован банкетный зал вместимостью до 450 человек. Этот светлый и просторный зал с видом на измайловский Кремль отлично подойдет для проведения свадеб. Классический интерьер, нежные кремовые тона, панорамные окна и, самое главное, близость к дворцу бракосочетания, делают этот зал идеальным местом для проведения свадебного торжества. Благодаря специальной звуко-непропускаемой перегородке зал «Вега» может быть разделен на два зала вместимостью до 260 и 60 человек соответственно, для мероприятий поменьше.

Приятный подарок для молодоженов – традиционный каравай и свадебный номер, украшенный воздушными шарами и свечами, станет прекрасным завершением этого вечера.

В русском стиле

Поистине уникальным можно назвать банкетный зал «Измайловский двор». Своды потолка повторяют архитектуру старорусских царских дворцов, а стены расписаны тематическими картинами из российской истории эпохи правления Петра I. Любое торжество в этом зале пройдет в атмосфере царской роскоши, гости смогут представить себя на месте дворянских особ того времени и прикоснуться к истории нашей страны. Зал рассчитан на 120 человек при рассадке «банкет».

Для камерных мероприятий подойдет зал «Московский» вместимостью до 30 человек. Его стены расписаны картинами Москвы 20-го века, что придает залу особый колорит и шарм.

Угощения

Авторские блюда знаменитого шеф-повара Александра Горького доставят поистине



Ресторан «Гуси-лебеди»

гастрономическое и эстетическое удовольствие.

Щука, фаршированная судаком и креветками, утка, запеченная с сычуанским перцем, мидии в белом вине, рулет из поросенка с душистыми травами – варианты блюд в банкетном меню пестрят разнообразием.

На welcome-фуршет предложат фирменные салаты, канапе, изысканные десерты. Для вегетарианцев также найдутся блюда по вкусу. Детское или диетическое меню придется по душе даже самым требовательным гостям. Хотите, чтобы на вашем банкете было блюдо которого нет в меню? В ресторане пойдут вам навстречу и постараются учесть все ваши предпочтения.

Многоярусный торт, candy bar или порционный десерт – выбор за вами, а наши кондитеры помогут вам подобрать начинку и дизайн. Для тех, кто не может определиться с выбором, порционные блюда предложат для дегустации.

Продукты заказывают специально ко дню мероприятия, чтобы на столе гостей

встречали самые свежие блюда.

Кейтеринг

Наши фуршеты доступны не только на территории комплекса. Шефы подготовят кейтеринг «под ключ» до 1000 человек в любой точке Москвы. Команда поможет в выборе площадки, оформлении, продумает закуску и будет сопровождать вас на протяжении всего мероприятия.

Подготовка

Забронировать дату и обсудить все детали мероприятия лучше на личной встрече с банкетным менеджером. Важно обговорить количество гостей, предпочтения по меню, оформлению и расстановке столов.

Рекомендуем сделать это заранее, как только определитесь датой, минимум за 10 дней, а мы поможем воплотить ваши желания.

8 (800) 550-04-23
sales@hotel-vega.ru

Форум «Ресторан при отеле: опыт двух столиц»

Санкт-Петербург, 10-11 марта 2020 года

Генеральный директор Tsar Palace Luxury Hotel & Spa

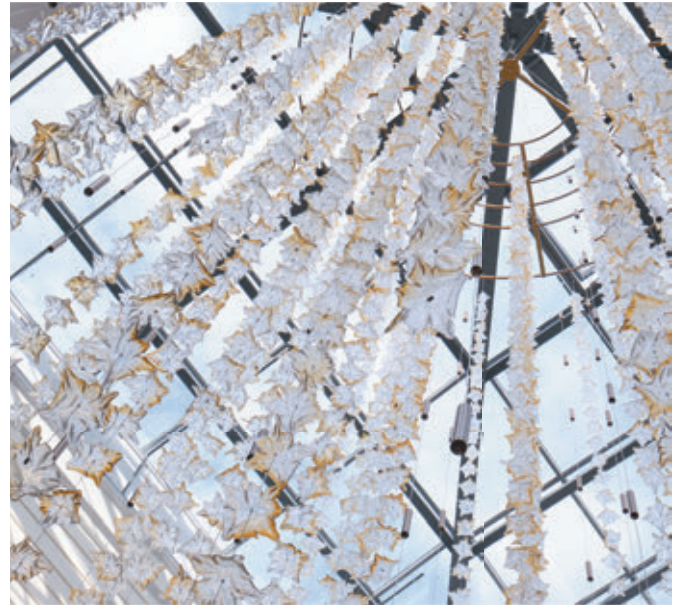
Ольга Миротина:



Еще на этапе строительства мы сформулировали концепцию отеля Tsar Palace – Дворец, в котором можно жить. Авторские интерьеры номерного фонда и публичных пространств, перекликающиеся с мотивами внутреннего убранства летней резиденции российских императоров, оснащены по последнему слову техники для удобства и комфорта наших гостей. Основная концепция получила продолжение и в блюдах от шеф-повара ресторанного комплекса отеля Виктории Богушевой. В меню ресторанов отеля представлены авторские блюда русской кухни, с элементами молекулярной кухни и современной подачей традиционных рецептов. Разнообразие, представленное в трех ресторанах отеля, привлекает гостей, а особая атмосфера в интерьерах ресторанов возвращает их к нам вновь и вновь.

Санкт-Петербург, 10-11 марта 2020 года. Отель Tsar Palace Luxury Hotel & Spa: Санкт-Петербург, гор. Пушкин, бульвар Софийский, дом 32, строение 1





Форум «Ресторан при отеле: опыт двух столиц»

Москва, 16-17 марта 2020 года

Генеральный менеджер отеля Park Inn by Radisson Izmailovo
Москва Ирина Овсянникова:

Гостиница в спальном районе Москвы, хоть и новая, современно укомплектованная четверка международной сети, казалось бы, обречена остаться с рестораном, работающим как комната для завтраков. Однако, мы смогли сделать практически невозможное и привлекли своего гостя. Чтобы сломать стереотипы, нам пришлось перевернуть мышление в первую очередь свое и своей команды. Основной акцент мы сделали на деловые обеды, к которым традиционно относятся, как к малозначимой и неэффективной части ресторанного бизнеса. И мы готовы поделиться опытом, как с их помощью убедить гостей не бояться заходить в рестораны при отелях и получать гастрономическое удовольствие от каждого дня!



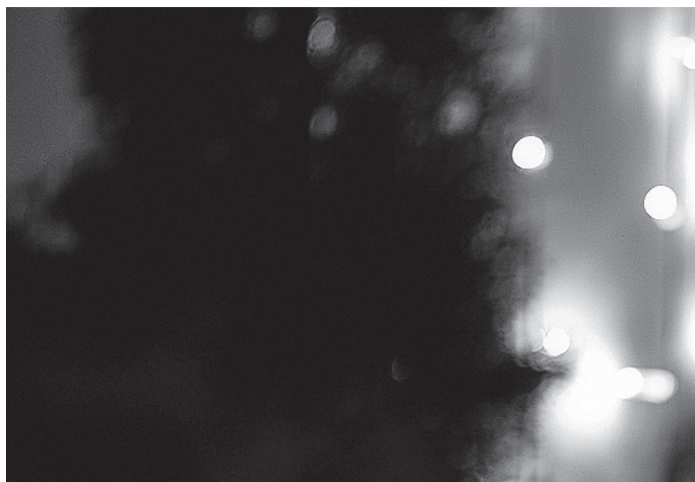
Москва, 16-17 марта 2020 года. Park Inn by Radisson Izmaylovo: Москва, ул. Никитинская, дом 10 А





Люблю тебя, Петра творенье!

14 февраля 2020 года в Официальной гостинице Государственного Эрмитажа отметили «День влюбленных в Петербург» – новый городской праздник, который был учрежден год назад, по инициативе руководителя отеля, при поддержке Правительства Санкт-Петербурга, Государственного Эрмитажа и Всемирного Клуба петербуржцев.



«Идея родилась именно у нас не случайно. Официальная гостиница Государственного Эрмитажа – уникальный проект. Наша цель – сохранить и возвести на уровень искусства традиционное петербургское гостеприимство. Наша миссия – продвижение культурных и исторических ценностей России на международной арене. И вся наша работа, по сути, – признание в любви к Санкт-Петербургу. – Объясняет

генеральный директор эрмитажного отеля Элшан Бабаев. – Я надеюсь, что этот замечательный праздник очень быстро станет популярным, и в будущем году его будут отмечать уже по всему городу, во всех музеях, на всех площадках».

Действительно Официальная гостиница Государственного Эрмитажа постоянно и активно участвует в жизни Петербурга, предоставляя свои залы для самых

важных городских событий, предлагая идеи новых мероприятий, помогающих подтвердить и упрочить статус культурной столицы России.

Вот и программа праздничного вечера включила в себя не только торжественную часть, но и деловую. Первыми в любви к Северной столице признались участники круглого стола «Санкт-Петербург в призме перспективных направлений





событийной индустрии» – члены городской администрации, бизнесмены, представители творческих кругов. Они подошли к вопросу конструктивно и наметили целый спектр новых направлений событийного и делового туризма. В числе прочего, обсудили и такие нестандартные форматы, как «прямое включение» участников деловых мероприятий в жизнь города. Например, медикам, приехавшим на конференцию, вскоре могут предложить поработать в одной из петербургских бригад Скорой помощи, а преподавателям, собравшимся на конгресс, – провести несколько занятий со студентами Петербургского университета. Говорили о том, что необходимо осваивать новые площадки, которыми могут стать библиотеки, музеи, рестораны. Эксперты отметили также, что современные технологии открывают перед организаторами деловых событий широчайшие перспективы. Важно помнить об этом и грамотно использовать возможности нашего времени – «времени виртуальных впечатлений».

Сразу после завершения круглого стола в конференц-зале Официальной гостиницы Государственного Эрмитажа было подписано несколько партнерских соглашений. В том числе, соглашение между Конгрессно-выставочным бюро Санкт-Петербурга и новым участником программы «Амбассадоры

Санкт-Петербурга» – телеведущей Никой Стрижак.

В этот же вечер в отеле открылся новый бутик – представительство ювелирного дома Baldi, выступившего официальным партнером праздника.

Затем началась торжественная часть, провела которую Валентина Орлова, председатель правления Всемирного клуба петербуржцев. Она напомнила о том, что Санкт-Петербург, построенный вопреки стихиям, как никакой другой город нуждается в любви своих жителей. Именно эта любовь делает его неуязвимым, помогает расти и развиваться.

О своих чувствах к любимому городу рассказали председатель Комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга Евгений Панкевич, генеральный директор Конгрессно-выставочного бюро Санкт-Петербурга Андрей Мацарин, генеральный директор АО «Императорский фарфоровый завод» Тальяна Тылевич, директор компании Baldi Home Jewels Леонардо Бони и другие почетные гости.

Кульминацией праздника стал модный показ. Яркие, не похожие друг на друга коллекции всем влюбленным в Петербург, собравшимся в Официальной гостинице Государственного Эрмитажа, продемонстрировали петербургский дизайнер Катя Андержанова и модный дом August van der Walz. Сильнейшее впечатление произвели «фарфоровые» платья



Генеральный директор гостиницы Государственного Эрмитажа Элшан Бабаев

Татьяны Чапургиной – замечательной художницы, которая работает на Императорском фарфоровом заводе и своими творениями снова и снова расширяет наши представления о возможностях этого хрупкого материала.

Праздник завершился роскошным ужином от шеф-повара ресторана «Екатерина Великая» Владимира Гришукова, который представил гостям современные вариации на темы исторических блюд, пользовавшихся популярностью при российском императорском дворе.

Официальная гостиница Государственного Эрмитажа благодарит за поддержку мероприятия Baldi Home Jewels, а также Императорский фарфоровый завод, группу «Ладога», и транспортную компанию «Маркатэк».

*Фото предоставлены
Официальной гостиницей
Государственного Эрмитажа*



Тему гастрономического туризма поднимут на выставке TATARSTAN HOSPITALITY EXPO 20-22 апреля 2020 года в Казани

Республика Татарстан – регион, которому очень повезло с аутентичной национальной кухней. Главное – эту кухню не потерять, сохранить и передать новым поколениям, не забывая обновлять, используя актуальные на сегодняшний день тренды и технологии. Республика крепко ассоциируется у российских и иностранных туристов с несколькими блюдами: чак-чак, элеш, казылык и, конечно, эчпочмак. Именно треугольник («эчпочмак») был выбран организаторами выставки Tatarstan Hospitality Expo как элемент, отображающий аутентичность региона. Кроме того, в 2020 году темой выставки стал «Гастрономический туризм», а треугольник только усиливает позиции Татарстана как региона со сложившимся гастрономическим блоком туризма.

Мы пообщались с организаторами выставки, чтобы узнать подробности о предстоящем мероприятии.



Сергей Иванов, Председатель Государственного комитета Республики Татарстан по туризму:

- В 2020 году мы отмечаем большой праздник – 100-летие ТАССР, и в связи с этим хотим поделиться со всеми регионами России секретами и идеями в отрасли гостеприимства, которые есть у Республики Татарстан. Кроме того, в 2020 году мы объединяем на одной площадке всю отрасль гостеприимства, объединяя ресторанный, барный, гостиничный бизнес с туристическим. Ведь благодаря тесной коллаборации отраслей и совместной работе мы сможем вывести индустрию гостеприимства регионов Российской Федерации на качественно новый уровень.



Юлия Булейко, креативный продюсер выставки Tatarstan Hospitality Expo. Horeca by Kazan



– Тема гастрономического туризма витала в воздухе уже несколько лет, а в 2019 году Татарстан получил награду в номинации «Лучший регион России для гастрономического туризма» премии National Geographic Traveler Awards. Поэтому мы решили,

что пора поделиться опытом Татарстана с другими регионами.

Конечно, нам повезло с гастрономической базой. Рецепты татарской кухни не были утрачены: в советские времена Юнусом Ахметзяновым была проделана огромная работа по сбору национальных рецептур, кроме того, в татарских семьях все традиции и секреты передаются из поколения в поколение до сих пор, по сей день мы чтим праздничные гастрономические традиции – «пельмени жениха», семейные пироги, «Праздник ощипывания гуся» и так далее.

Но и нашему региону есть куда расти, поэтому проведение круглых столов, семинаров, рабочих групп просто необходимо, чтобы оставаться первыми на этом месте.

Есть и еще один момент. Мы хотим расширить стандартное понимание гастротуризма и предложить форматы и проекты, которые можно реализовать не только в нашей Республике, но и в других регионах: сельско-гастрономические туры, фестивали, гастроужины, и гастроэкскурсии различных форматов, которые будут привлекать туристический поток.

Конечно же, помимо тематических блоков, мы придерживаемся нашей стандартной формы построения деловой программы, которая является бесплатной для всех гостей мероприятия. Мы делаем отдельные залы для рестораторов, отельеров, шеф-поваров, барменеджеров. В этих залах мы поднимаем актуальные темы управления, персонала, маркетинга и т.д.

Совместно с партнерами готовим блок цифровизации, хлебопекарную зону, а также зону туризма.

Как обычно, более 60 спикеров высочайшего уровня абсолютно бесплатно будут делиться своими знаниями все 3 дня выставки. Поэтому мы приглашаем специалистов отрасли гостеприимства со всей России к нам в гости – учиться, знакомиться между собой, и конечно, попробовать татарскую кухню!

На площадке выставки пройдет 4-ый Международный конкурс национальной кулинарии имени Юнуса Ахметзянова, целью которого является повышение качества и популяризация национальной кухни. В первую очередь, это соревнования по татарской кухне. Причем участниками являются не только местные шеф-повара, но и шефы, живущие за пределами родного края и даже страны. Организаторами, Ассоциацией рестораторов и отельеров г. Казани и РТ, ведется активная работа со Всемирным конгрессом татар, а также с татарскими диаспорами по всему миру: они получают приглашение не только как участники соревнований, но и как зрители и эксперты.

Также, уже во второй раз, одним из этапов конкурса станет задание «Кухни народов мира». Мы живем в многонациональной Республике и для нас и для организаторов конкурса важно показать все разнообразие национальных кулинарных блюд и традиций. Главным критерием здесь является сохранение аутентичности блюда и его качественное исполнение.

Это единственный в России конкурс национальной локальной кулинарии, который очень глубоко погружается в главную задачу проведения – сохранение традиций татарского народа не только на территории Республики, а по всему миру. По итогу конкурса запланирован выпуск сборника рецептов от участников конкурса, который будет дополняться ежегодно свежими рецептами и нетривиальными взглядами молодых шеф-поваров на татарскую кухню.

Зуфар Гаязов, председатель Ассоциации рестораторов и отельеров г. Казани и РТ:

– На Международном конкурсе национальной кулинарии имени Юнуса Ахметзянова, мы вместе с общественностью хотели бы еще раз показать, что татарская кухня – это наше достояние. Понимая то, как развивается туризм в нашем регионе, мы должны поднять уровень национальной кухни, привлекая к ней как можно большее внимание.

Юнус Ахметзянов вошел в историю татарского народа как популяризатор традиций национальной кухни, исследователь, стоявший у истоков возрождения ценностей и обычаев гостеприимства.

Я всегда считал, что татарская кухня должна перейти из национальной в интернациональную, как японская, итальянская или французская. Чтобы татарскую кухню узнавали во

всем мире, нам надо идти по пути французской школы – они создают свои институты национальной кухни, задают стандарты и обучают им поваров со всего мира.

Например, в Леоне есть институт Поля Бокюза. Уже сейчас при поддержке Президента нашей Республики мы планируем открыть в Казани Кафедру национальной кулинарии при одном из учебных заведений, где известные и опытные шеф-повара будут передавать свой опыт молодому поколению.



Справка о выставке:

Первая выставка Horeca by Kazan состоялась в 2016 году, привлекла более 1500 специалистов индустрии гостеприимства. За пять лет проведения мероприятие выросло и стало всероссийским: в 2019 году более 30% посетителей мероприятия приехали в Казань из других регионов и стран.

Даты проведения в 2020 году: 20-22 апреля

Место проведения: ВЦ «Казань Экспо»

Сайт мероприятия, где можно получить бесплатный билет на вход:
horeca-kazan.ru

Календарь мероприятий

Coffee Tea Cacao Russian Expo 2020

12 Марта 2020 - 14 Марта 2020

Москва, КВЦ «Сокольники».

Бизнес выставка и конференция Coffee Tea Cacao Russian Expo (CTCRE) – одно из крупнейших мероприятий в своем сегменте в России и других странах СНГ.

Modern Bakery Moscow

17 Марта 2020 - 20 Марта 2020

Москва, ЦВК «Экспоцентр».

Modern Bakery Moscow – это единственная выставка в России и СНГ, которая охватывает весь цикл производства и реализации кондитерских и хлебобулочных изделий.

РестоОтельМаркет

12 Марта 2020 - 14 Марта 2020

Республика Крым, г. Ялта, ул. Дражинского, д. 50, гостиничный комплекс «Ялта-Интурист».

«РестоОтельМаркет» традиционно объединяет лучших российских и зарубежных производителей, поставщиков оборудования, текстиля, посуды, инвентаря и расходных материалов. Ежегодно крымские представители отельного и ресторанного бизнеса налаживают деловые контакты и заключают выгодные контракты с ведущими российскими и зарубежными производителями.

METRO EXPO 2020

18 Марта 2020 - 20 Марта 2020

Москва, Крокус экспо. Павильон 3, зал 13, 14, 15.

Подробности на сайте выставки: <https://metro-expo.ru/>

Beviale Moscow 2020

24 Марта 2020 - 26 Марта 2020

BevialeMoscow2020 – выставка оборудования, ингредиентов и упаковки для производства и продажи всех видов напитков в России и СНГ.

Продукты питания 2020

26 Марта 2020 - 29 Марта 2020

Сочинская выставка Продукты питания ценится производителями как ключевое региональное мероприятие на Юге России и всегда собирает большое количество участников и посетителей, заинтересованных в поиске новых поставщиков.

HoReCa. RetailTech

07 Апреля 2020 - 09 Апреля 2020

Минск, Конькобежный стадион (Минск-Арена) ул. Победителей, 111А.

HoReCa. RetailTech – ежегодная отраслевая выставка, посвященная ресторанному рынку, индустрии общественного питания и сфере гостеприимства в Республике Беларусь. Она объединяет шесть основных разделов:

RESTO HOTEL MARKET IX МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА КОМПЛЕКСНОГО ОСНАЩЕНИЯ HoReCa

12-14 МАРТА 2020
 📍 Крым. Отель «Ялта-Интурист»

НОВЫЕ ЭКСПОЗИЦИИ • ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА • МАСТЕР-КЛАССЫ • ПОДАРКИ

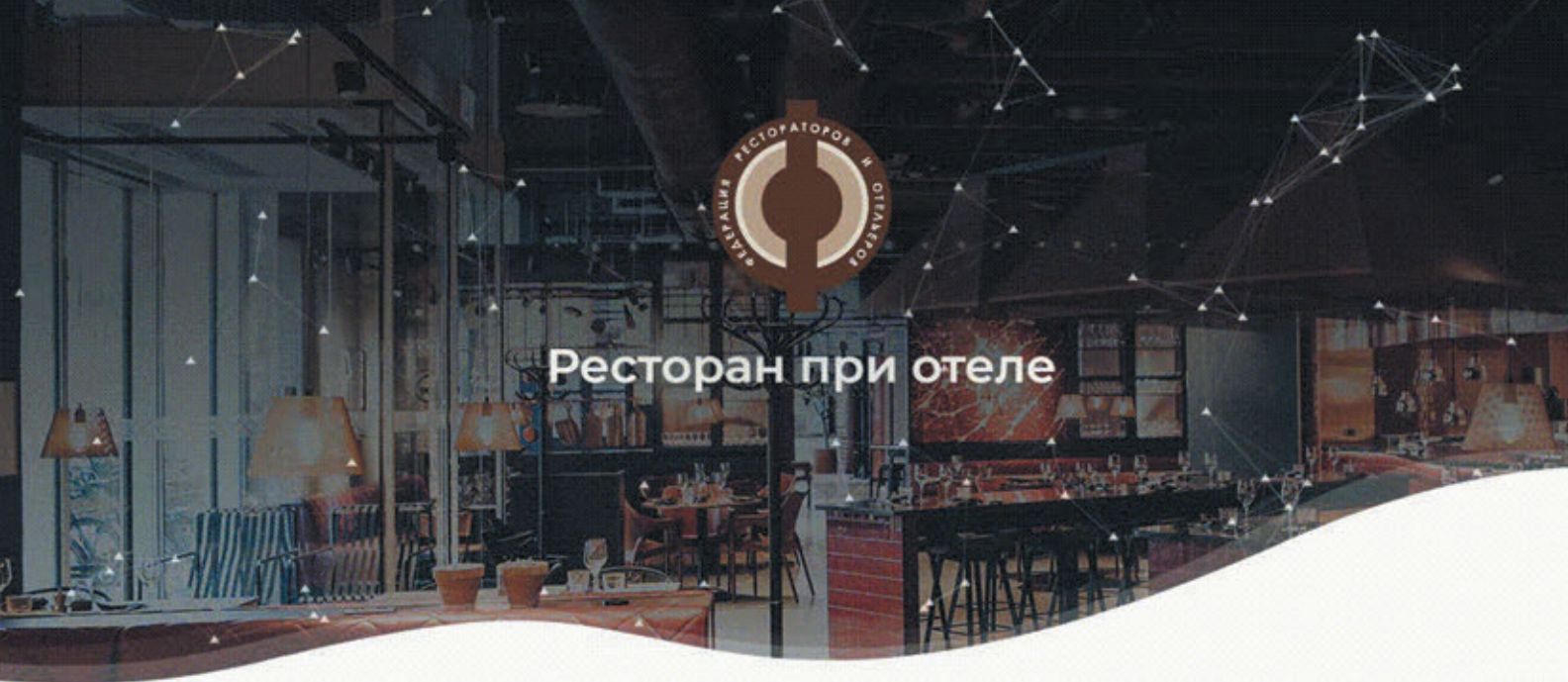
ПРИГЛАШАЕМ К СОТРУДНИЧЕСТВУ

🌐 www.exposcrimea.com Официальная поддержка:   

☎ +7 (499) 110 8090

☎ +7 (978) 900 90 90

реклама



Беспрецедентные мероприятия Федерации Рестораторов и Отельеров для собственников отелей, управляющих и шеф-поваров

**В Москве и Санкт-Петербурге.
Выбирайте один или два форума на самых выгодных условиях**

Ресторан – одна из ключевых стратегий продвижения отеля

Каким должен быть ресторан, чтобы повысить уровень доходности отеля и привлечь новых гостей в ресторан при отеле.

Именной сертификат от СПК в сфере гостеприимства с заработанными квалификационными баллами

Форум «Ресторан при отеле: опыт двух столиц» аккредитован Советом по профессиональным квалификациям в сфере гостеприимства. По окончании мероприятия каждый участник Форума получит именной сертификат от СПК в сфере гостеприимства с заработанными квалификационными баллами.

Ресторан как имиджевая и сервисная составляющая отеля

Уровень и качество сервиса в ресторане при отеле.

Реальные кейсы по привлечению и созданию команды персонала ресторана с лучшими сотрудниками. HR-бренд ресторана при отеле.

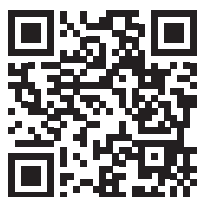
Кто Гость вашего ресторана при отеле или Точное попадание в свою целевую аудиторию

Кулинарная составляющая ресторана при отеле: завтраки, меню A La carte, деловые обеды, гастрономические ужины.

Планирование и проведение рекламной кампании
Сравнительный анализ необходимых и бесполезных затрат на рекламу. Наиболее эффективные способы продвижения ресторана.

Практические советы по открытию или перезапуску ресторана

Новые возможности и потенциальные угрозы для ресторана при отеле.

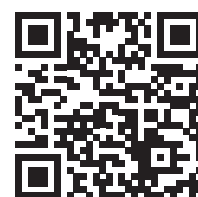


Петербург

10-11 марта 2020 года
TSAR PALACE LUXURY
HOTEL & SPA

Москва

16-17 марта 2020 года
PARK INN BY RADISSON
IZMAYLOVO



РЕСТОРАНОВЕД

О ресторанном бизнесе
со знанием дела!



Все номера
журнала
доступны
по ссылке:





10 ЛЕТ РАЗВИВАЕМ БИЗНЕС

ИДЕИ КОМПЕТЕНЦИИ ◀ ▶ ЗНАНИЯ

10 ПРИЧИН ПОСЕТИТЬ METRO EXPO 2020:

1

30 000 ВЛАДЕЛЬЦЕВ БИЗНЕСА
METRO EXPO объединяет предпринимателей со всей России. Максимальная концентрация профессионального сообщества для общения и обмена опытом.

2

В 2 РАЗА БОЛЬШЕ ЭКСПОНЕНТОВ
600 крупнейших российских федеральных поставщиков, локальных производителей и международных компаний.

3

РЕШЕНИЯ ДЛЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА
Теперь все решения для гостинично-ресторанного бизнеса собраны в одном зале: от продуктов до оборудования, мебели и сервисов. Вы можете найти все, что нужно вашему ресторану!

4

ВЫСТАВКА ФРАНШИЗ
Думаете о новом направлении бизнеса? На METRO EXPO представлены более 80 готовых к запуску ресторанных концепций до магазинов на колесах и даже сауны!

5

ПРИКЛАДНЫЕ DIGITAL СЕРВИСЫ
Современные решения для разных задач бизнеса: автоматизация внутренних процессов, системы лояльности для клиентов и сотрудников, финансовые сервисы и многое другое!

6

350 ЧАСОВ ДЕЛОВОЙ ПРОГРАММЫ
Программа METRO EXPO уникальна тем, что ее создают лидеры рынка, которые специализируются на ключевых вопросах бизнеса: маркетинг, HR, менеджмент, тренды рынка.

7

ФОРУМ ДЛЯ ВЛАДЕЛЬЦЕВ МАГАЗИНОВ
Специальная программа от экспертов рынка ритейла, которые поделятся опытом и знаниями в области управления магазином. А также презентация решений франшизы Фасоль 2.0.

8

3 ДНЯ СПЕЦИАЛЬНЫХ ЦЕН
Каждый участник выставки готовит выгодный прайс-лист на продукцию и сервисы. Цены действуют только 3 дня – не упустите свой шанс сделать выгодную закупку!

9

ЗАКРЫВАЕМ ГЕШТАЛТЫ
METRO EXPO – это площадка готовых решений, новых идей и возможностей, место, где партнеры становятся друзьями! Ищем ответы на любой вопрос вашего бизнеса.

10

ПРАЗДНИК ДЛЯ ВСЕХ!
Уже 10 лет METRO EXPO работает для бизнеса и для вас – приглашаем вас отметить этот юбилей вместе! Не пропустите одно из ключевых событий для малого бизнеса в России!

реклама

**РЕГИСТРАЦИЯ
ОТКРЫТА!**

на сайте или в официальном мобильном приложении

METRO-EXPO.RU



Организатор:



Стратегический партнер:



Генеральные партнеры:



18+



TATARSTAN HOSPITALITY EXPO

HORECA

BY KAZAN

V Международная выставка для индустрии
гостеприимства в городе с тысячелетней
историей

20-22 апреля
#НАКАЗАНЬ

Бесплатные лекции,
конкурсы для профессионалов,
новинки и скидки от поставщиков,
гестнайты и вечеринки

horeca-kazan.ru

18+

