

РЕСТОРАНОВЕД

10 (104) декабрь 2021

18+

Иван Антропов:
Национальная
кухня
республики
Марий Эл

Гастрономический
сет: мировой
тренд в
российской
реальности

Шоу-
программы
и концерты:
риски и
преимущества

Александр Журкин:

«Качество и стабильность —
основа бизнеса
на все времена»



HoReCa. RetailTech

30-я международная выставка

для баров / ресторанов / гостиниц
туризма / ритейла



12-14
АПРЕЛЯ 2022


ФУТБОЛЬНЫЙ МАНЕЖ
Минск, пр. Победителей, 20/2

НОРЕСАЭХРО.ВУ

#horecaretailtech



+375 17 367 94 33

+375 29 644 63 69

 **ЭКСПОФОРУМ**
выставочное предприятие

Унитарное предприятие «ЭКСПОФОРУМ»
УНП 100702781



КулинарШоу
фестиваль кулинарного искусства



Free Kitchen
фестиваль авторских блюд



Cake/Pie/Bun HoReCa
кондитерский фестиваль



Pizza Expo
пицца-чемпонат



COFFEE FEST BELARUS EXPO

Между наградами и пропастью

Для бизнеса осень и декабрь 2021 года прошли в череде диаметрально противоположных трендов.

С одной стороны, кризис давил со страшной силой и пытался окончательно добить оставшихся в живых предпринимателей. Как всегда, с особой «любовью» прилетало ресторанному бизнесу. Как только активизировалась очередная (которая уже по счету?) волна коронавируса, власти начинали соревноваться в традиционной забаве: кто введет более изощренные ограничения для общественного питания. QR-коды на вход, работа только до 23 часов, а то и вовсе – навывнос... Многие для пущей убедительности вводили сразу, одновременно все возможные ограничения, да ещё грозили полной приостановкой работы всех и вся. Как обычно, из логики чиновников получалось, что коронавирус в непостижимой концентрации притаился именно в залах ресторанов, кафе и баров. Не в метро и автобусах. Не в поездах и самолетах. Не в переполненных поликлиниках и коридорах государственных учреждений! В ресторанах живет эта нечисть... И, как повелось, бизнес вступил в «жестокую схватку» за возможность получить хоть какие-то шансы на выживание. На меры поддержки особо рассчитывать не приходится. Как всегда. Одна надежда, что услышат голос здравого смысла, посмотрят на цифры падения оборотов в сфере общественного питания. Поймут, наконец-то, что после введения ограничений для ресторанов люди не перестают собираться вместе, весело и шумно проводить досуг, встречаться и ежеминутно нарушать социальную дистанцию. Просто делают они это в других местах – на квартирах и дачах, в офисах, наконец, – под еду и выпивку из ближайшего супермаркета.

Вместе с тем, осень уходящего года стала самой насыщенной и яркой по части всевозможных ресторанных премий и рейтингов. Главным событием стало, конечно же, официальное явление московского рейтинга Красного гида Мишлен. Согласитесь, российский ресторанный рынок и наше кулинарное сообщество давно заслужили это внимание. Но результаты первого списка главного мирового путеводителя удивили даже самых отчаянных оптимистов. В гид «Мишлен. Москва-2022» вошли 69 ресторанов, 45 из них не получили наград, но заслужили статус «Рекомендовано „Мишлен“». Семь проектов получили по одной звезде, еще два были отмечены двумя звездами!

Мишлен удивительным образом активизировал другие многочисленные премии и рейтинги в нашей стране. При этом, продюсеры нескольких из них смело заявили, что именно они подготовили почву и привели Красный гид в Россию. У каждой победы, как известно, много отцов...

Но не это главное. Важно, что именно в кризис наш ресторанный рынок взял новую высоту и доказал, что он всегда будет бороться не только за выживание, но и за качественное движение вперед!



С уважением, издатель Александр Марков

Содержание

Ресторановед 10 (104) декабрь 2021

ФАКТЫ. ЦИФРЫ. ЦИТАТЫ

4

ПРАКТИКА БИЗНЕСА

5

СОБЫТИЕ

16 MICHELIN in Russia – 2021. Шепот мишленовских звезд услышали в столице России

21 Мишлен. Мнения

22 Красный гид MICHELIN. О чем говорят «звезды»?

27 Раздача мишленовских звезд московским ресторанам вызвала споры

30 IV Форум лидеров фуд-индустрии. Регионы России показали свою силу.

35 IV Форум лидеров фуд-индустрии в цифрах и фактах

38 Лонг-лист премии «Пальмовая ветвь ресторанного бизнеса 2022»

УПРАВЛЕНИЕ РЕСТОРАНОМ

44 Шоу-программы и концерты в ресторане. Риски и преимущества

48 Александр Журкин: «Качество и стабильность на все времена»

ПРАКТИКА БИЗНЕСА

52 Крафтовый креатив для ресторанов

МНЕНИЕ

54 Игорь Карапетян: «Государство должно поддерживать

Впервые, спустя 120 лет существования гида Мишлен, на его страницах появятся адреса московских ресторанов, которые по мнению справедливых экспертов являются лучшими среди лучших.



16



Александр Журкин – шеф-повар, телеведущий и управляющий директор кафе «Пирогви Вино и Гусь», что расположен на Цветном Бульваре в Москве – частый гость нашей рубрики, с которым всегда приятно беседовать на профессиональные темы.

48

Леонид Гарбар, почётный консул Португалии в Санкт-Петербурге и вице-президент Федерации рестораторов и отельеров России, знает и любит и русскую, и португальскую кухни, которые в полной мере отражают историю своих стран, изменяясь и совершенствуясь вслед за развитием государства.



58

За длительную историю марийский народ создал богатую и разнообразную кухню, которая формировалась веками и сегодня нашла своё воплощение в ресторанном бизнесе и современных кулинарных традициях региона



76

рестораторов и дать им свободу от ограничений»

58 Леонид Гарбар: «Петербургская кухня имеет все шансы быть представленной миру!»

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КУХНЯ

66 Имидж Петербурга. Противоречия и перспективы петербургской кухни

72 Гастрономический сет. Мировой тренд в условиях российского ресторанного бизнеса

76 Национальная кухня республики Марий Эл

ПРАКТИКУМ / ДОГОВОР АРЕНДЫ

84 Договор аренды ресторанной недвижимости

Оборудование для баров №1

глубина: 250, 300, 400, 500, 600, 700



реклама

каркас для крепления декоративной облицовки и прокладки коммуникаций

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

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

30 ноября 2021 года комитет международной премии *50 Best* объявил, что вручение наград *The World's 50 Best Restaurants 2022*, спонсируемое *S. Pellegrino & Acqua Panna*, будет проходить в Москве в июле 2022 года.



На 50% за год выросли продажи готовой еды в магазинах. Такое увеличение происходит в том числе и за счет оттока гостей из традиционных ресторанов. При этом продажи готовых блюд онлайн выросли не так значительно. Так, согласно данным *Cloud Payments*, за 11 месяцев текущего года рост составил 18%.

Сергей Миронов, ресторатор, вице-президент Федерации рестораторов и отельеров, президент Союза управляющих ресторанами:

«Прорыв года» – моя победа в номинации на премии «Омбудсмен года-2021»

Друзья, коллеги, спасибо за доверие и поддержку!

На мой взгляд, год для всех нас был эффективным. И премия стала логичным его завершением.

Все вместе мы отлично поработали: про отмену НДС для ресторанного бизнеса с выручкой до 2-х миллиардов и изменение критериев МСП (чтобы рестораны могли иметь 1,5 тысячи сотрудников) знает вся страна. Ну, и кроме этого у нас десятки различных побед и успешно прошедших инициатив – как федеральных, так и региональных

Мы наладили взаимодействие со всеми министерствами и ФОИВами, ну, и конечно ежедневно помогаем предпринимателям в «ручном режиме» – от этого тоже никуда не уйти

Отдельно хочу поблагодарить Татьяну Минееву за такой праздник. Круто, что в предновогодней запаре удалось собрать вместе крепких профессионалов своего дела и настоящих друзей.

Считаю, что каждый из номинантов был достоин победы, а прорыв года – наша общая победа

Соратники и единомышленники, спасибо за надежную дружбу и крепкое плечо!

Работаем дальше! Только вперед!»



Настольные холодильные витрины HICOLD с верхним расположением агрегата



HICOLD представляет вашему вниманию модельный ряд настольных холодильных витрин с верхним расположением агрегата.

В новых витринах применяется система динамического охлаждения, за счёт чего во всём внутреннем пространстве поддерживается равномерная температура.

В качестве остекления используются однокамерные стеклопакеты, что положительно сказывается на энергоэффективности витрин.

Новые витрины доступны в среднетемпературном исполнении, длиной 790 либо 990 мм.

Возможен вариант с глухой задней стенкой из нержавеющей стали либо прозрачной стеклянной задней стенкой (настольные пристенные и настольные островные холодильные витрины).

На выбор представлены 5 вариантов цвета: нержавеющая сталь, бежевый, шоколадный, бронзовый и чёрный.

Технические характеристики

Длина:	990 мм; 790 мм
Глубина:	520 мм
Высота:	1030 мм
Температура:	+2 ... +10 °C
Объём:	290 л; 230 л
Мощность:	300 Вт
Питание:	220 В, 50 Гц
Материал:	крашеная сталь
Толщина теплоизоляции:	30 мм
Охлаждение:	динамическое
Оттайка:	автоматическая
Панель управления:	электронная
Размер полки:	930x405 мм; 730x405 мм
Распределённая статическая нагрузка на полку:	9; 7 кг
Светодиодная подсветка	

HICOLD №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

Высокая кухня – высокие технологии

Опыт, впечатления, эмоции, и, конечно же, необычные блюда – все это относится к «Haute cuisine», кухне, восхищающей рецепторы самых искушенных гостей. Высокая кухня задает себе высокую планку, устанавливая требования к каждой детали. Качественные свежие ингредиенты и чистая сбалансированная вода – критический фактор успеха для приготовления любого блюда или напитка. Требования к свежести и происхождению продуктов ясны и прозрачны, а какие характеристики влияют на качество и сбалансированность воды?

Органика, соли жесткости, хлор и другие вредные примеси в воде делают ее не пригодной для приготовления пищи. Жесткая водопроводная вода напрямую отражается на вкусе блюда, придает ему

посторонний привкус и неприятный запах. Поэтому обычно в ресторанах используют производственные фильтры для очищения воды. Такая вода не гарантирует идеальный вкус готового блюда или напитка.

Специалисты отмечают, что качественная вода способна придать блюду неповторимый насыщенный вкус, который, несомненно, оценит гость вашего ресторана. Но для этого нужна особая продуманная фильтрация. Чтобы удовлетворить высокие требования «Haute cuisine» к воде, необходимо использовать только специализированные фильтры, в первую очередь связанные с производительностью, безопасностью и улучшением органолептических свойств.



ВКУСНАЯ, ОБОГАЩЕННАЯ МАГНИЕМ ПИТЬЕВАЯ ИДЕАЛЬНОГО КАЧЕСТВА ВОДА ДЛЯ ИЗЫСКАННЫХ БЛЮД И НАПИТКОВ **ВЫСОКОЙ КУХНИ.**

Профессиональные фильтры **BWT Bestmax** отлично справляются с задачей удаления солей жесткости, остаточного хлора, регулируют минеральный баланс воды. Фильтры **BWT Besttaste** превосходно удаляют из исходной воды взвешенные частицы, посторонние привкусы, запахи и хлор. **BWT Bestmax PREMIUM** обеспечивает превосходные органолептические характеристики горячих напитков. **BWT Bestprotect** – предотвращает образование отложений и гипса, таким образом, защищает дорогое технологическое оборудование от отложений и предотвращает проблемы связанные с коррозией деталей из нержавеющей стали.

Фильтры **BWT water+more**

- » Компактное решение
- » Сбалансированный минеральный состав воды
- » Истинный вкус блюд и напитков
- » Защита оборудования от накипи
- » Возможность использования в 99% ситуаций





СИСТЕМА ОБРАТНОГО ОСМОСА BWT BESTAQUA 14ROC | 16ROC

ОПТИМАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ ВОДОПОДГОТОВКИ ДЛЯ ПАРОКОНВЕКТОМАНОВ, ХЛЕБОПЕЧЕК, КОФЕМАШИН, ВЕНДИНГОВЫХ АППАРАТОВ, МАШИН ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА ЛЬДА И ПОСУДОМОЕЧНЫХ МАШИН.

Фильтрация воды в минимальном пространстве

- » Компактная конструкция высокого качества
- » Высокопроизводительная мембрана от BWT
- » Стандартная производительность 120 л/ч | 180 л/ч
- » Производит деминерализованную воду, качество воды <math>< 0,5 \text{ mS/cm}</math>
- » Требуется минимального и простого обслуживания
- » Простое отображение и настройка рабочих параметров с помощью приложения на смартфоне
- » Простая замена фильтрующего элемента без использования дополнительного инструмента



БЛАГОДАРЯ СИСТЕМЕ ФИЛЬТРАЦИИ BWT WATER+MORE ВЫ ГАРАНТИРОВАННО ПОЛУЧИТЕ СБАЛАНСИРОВАННЫЙ МИНЕРАЛЬНЫЙ СОСТАВ ВОДЫ ДЛЯ ПОЛНОГО РАСКРЫТИЯ ВКУСА И АРОМАТА БЛЮД И ГОРЯЧИХ НАПИТКОВ, КОТОРЫЕ, НЕСОМНЕННО, ВЫСОКО ОЦЕНИТ ГОСТЬ ВАШЕГО РЕСТОРАНА.

Погрузитесь в мир ароматных специй и приправ с Peppermania!



Андрей Емец,
генеральный директор
ООО «Консьюмер Холдингс»

Мир специй, пряностей и приправ – тонок и многогранен. Прикоснувшись к нему, можно услышать его ароматные мотивы, почувствовать вкусы, окунуться в океан эмоций, которые невозможно выразить словами. В окружении специй, пряных трав и приправ любое блюдо обретает особый смысл, неповторимость и чарующее притяжение. Это та самая магия, которой виртуозно владеют шеф-повара на кухне. Главное, выбрать правильного поставщика.

Среди изобилия представленных на российском рынке специй и приправ многие шеф-повара ресторанов отдают предпочтение продукции бренда «Peppermania» от компании Consumer Holdings.

В чем же их преимущества?

Во-первых, бренд «Peppermania» выпустил отдельную линейку для сегмента HoReCa, состоящую из 21-го наименования продукции. В основе разработки – удобная, эргономичная пластиковая упаковка. Данный формат максимально комфортен для шеф-поваров в процессе работы. Такую банку весьма приятно и удобно держать в руке, ее содержимое не просыплется в «запаре» как это случается со вскрытыми бумажными пакетами, при этом не нужно тратить время на то, чтобы открыть или закрыть банку: достаточно одного движения пальца для совершения данных действий. Более того, защитная крышка оснащена двумя дозаторами – с перфорацией и без, что необходимо для приготовления разных объемов еды. Средний вес каждой упаковки – 400–500 грамм.

Во-вторых, при выпуске бренда компания сделала упор именно на качество продукта. Поэтому все специи и приправы «Peppermania» – 100% натуральны, обладают абсолютной свежестью и ароматикой природного происхождения.

В-третьих, продукция была создана специально для шеф-поваров, поэтому она не содержит соли. В их составе нет аллергенов, сои и молочного белка, отсутствует усилитель вкуса умами (глутамат натрия), чем, кстати, грешат многие конкуренты на рынке.

В-четвертых, на лицевой стороне этикетки мы видим понятное обозначение вкусов на двух языках – русском и английском, что облегчает процесс работы шеф-поварам-экспатам.

Каков ассортимент продукции?

В ассортименте продукции для HoReCa представлены:

– несколько видов перца, включая любимую шеф-поварами смесь из 5-ти перцев;





marketing@consumerholdings.ru
Instagram Peppermania_

- готовые приправы для блюд национальных кухонь, гармоничные по своему содержанию;
- моно-специи (пряности) и ароматные травы, высушенные особым способом для сохранения ароматных и полезных свойств.

Копченая паприка ASTA 130. Выгодно, качественно, быстро!

Под брендом «Peppermania» выпускается КОПЧЕНАЯ ПАПРИКА с высоким показателем качества – ASTA 130. Профессионалы поймут, о чем идет речь. Данная специя отличается насыщенным красным цветом, тонким однородным помолом, приятным выраженным ароматом и сладковатым вкусом с легким оттенком горечи в шлейфе. Копченая паприка от «Peppermania» – то самое выгодное и качественное предложение, от которого невозможно отказаться.

А что в итоге?

Душа специй, пряностей и приправ весьма утонченная и глубокая. Поэтому при выборе подобной продукции для кухни стоит прислушиваться к ее мелодичному звучанию, оценивать качество звука каждой ноты, чувствовать энергию, которая предназначена обогащать блюда вкусовыми и ароматическими нюансами, придавая им индивидуальность. На Востоке говорят: «правильная специя придает силы, а неправильная – отнимает целый год жизни». Всегда делайте правильный выбор. И тогда ваша жизнь будет длиться вечно.

Любое блюдо, приготовленное с продукцией от «Peppermania», приобретает неповторимые вкусовые и ароматные ноты, которые возвращают гостей в ресторан снова и снова. В этом уже успели убедиться многие рестораторы и шеф-повара. Попробовав «Peppermania» на вкус раз, вы останетесь верным ей навсегда.

Лиана Бергер.



ТОП-10 лучших российских вин

Forbes представил ежегодный рейтинг российских вин в 2021 году. Структура списка соответствует структуре потребления вина в России – в нем 55 красных, 31 белое, 14 игристых.

1. Sikory. Пино нуар. «Семейный резерв». Семигорье. Сухое красное. (Производитель: Имя Сикоры)
2. «Эссе». Каберне фран. Сухое красное (Сатера)
3. «Винный клуб Бельбек». Каберне фран. Сухое красное. (Бельбек)
4. Абрау-Дюрсо. Victor Dravigny. Брют розовый. (Абрау-Дюрсо).
5. «Высокий Берег». Мерло. Выдержанное сухое красное. (Кубань-Вино).
6. «Черное из Черного». Сухое красное. (Мысхако)
7. «Лимитированная серия». Сира. Сухое красное. (Усадьба Перовских)
8. Шардоне. Выдержанное сухое белое. (Поместье Голубицкое)
9. Formula Q. Выдержанное сухое красное. (Фанагория)
10. Cuvée de Vitmer. Коллекционный брют белый. (Золотая Балка)



«Это самая высокая награда в кулинарном мире! Одна из лучших кулинарных книг последних 25 лет по версии французского жюри – книга о русской кухне на английском языке»

Сергей Чернов о победе книги «Russia's Cuisine, Tradition et Modernite» («Кухня России, региональная и современная») российского издательства гастрономической литературы «Чернов и Ко» в категории «Best of the Best Gourmand» в этом году

Федор Овчинников, основатель и со-владелец сети «Додо пицца»:

«Помню, когда мы приняли решение уйти из агрегаторов в России, в Facebook разгорелась дискуссия. Один из руководителей Mail.Ru / Delivery Club написал «пчёлы против мёда». Кто-то писал, что у нас нет будущего, как и у независимого таксопарка. Я объяснял, что еда и услуги такси - совершенно разные продукты. Это было в январе 2017 года. Прошло пять лет. Что мы видим? Доля рынка доставки у Додо продолжает расти (по данным РБК)»



Отходы из магазинов и ресторанов могут стать удобрениями. Минсельхоз и Минпромторг представят в правительство предложения по использованию в АПК органических отходов, например пищи из ресторанов и просроченных продуктов из магазинов

В 2021 г. мировые цены на самый востребованный сорт кофе – арабику – выросли почти на 80%. Это рекорд за последние 10 лет. Эксперты предупреждают, что дефицит арабики может продлиться до 2023 года



Алекс Русу, руководитель спецпроектов Федерации рестораторов и отельеров ФРиО:

«Более 86% шеф-поваров, опрошенных Национальной ресторанной ассоциацией США, выбрали следующие кулинарные тренды на 2022 год:

1. Устойчивость бизнеса
2. Еда на основе растительных ингредиентов
3. Комфортная еда
4. Здоровая и укрепляющая иммунитет еда
5. Глобальные блюда и вкусы»

MICHELIN in Russia – 2021.

Шепот мишленовских звезд услышали в столице России

Впервые, спустя 120 лет существования гида Мишлен, на его страницах появятся адреса московских ресторанов, которые по мнению справедливых экспертов являются лучшими среди лучших. Приход культового справочника Michelin в Москву поистине стало событием исторического масштаба. Столица России стала первым городом среди стран СНГ, заведения которого удостоились мишленовских звезд. На торжественной церемонии, которая состоялась в середине октября нынешнего года, статус «Рекомендовано Мишлен» и место в Красном гиде – 2022, получили 69 ресторанов, 15 из которых заслужили награду «Биб Гурман». Высшими наградами – мишленовскими звездами, наградили 9 заведений высокой кухни.

Россию в лице Москвы приняли в мир высокой кухни!

Россия стала 35-й страной, которую включили в Красный гид по лучшим ресторанам мира.

По словам Гвендаля Пулленека, международного директора гида MICHELIN, на решение о присуждении звезд московским заведениям повлияли качество кухни и используемых продуктов, развитие HoReCa в России.

В кулуарах гастрономического мира поговаривают, что создатели издания пристально наблюдали за развитием российской ресторанной сферы в течение долгих лет. И только в настоящем году решили, что изысканная кухня в российской интерпретации достойна звездной награды. Можно сказать, что благодаря оценке Мишлен столицу России принял мир высокой кухни официально и всерьез.

«Очень важно, чтобы мишленовские эксперты оценивали претендентов на звезды справедливо и объективно, чтобы среди них были не только распиаренные заведения и шеф-повара. В России очень много талантливых новаторов, креативных поваров, которые создают великолепные истории на тарелке. Они просто делают свое дело, работают ради того, чтобы доставлять людям вкусовые и эстетические эмоции. Такие мастера своего дела достойны нескольких звезд», – прокомментировал Евгений Вийтык, шеф-повар, глава



гильдии шеф-поваров Черноморского побережья.

Раздача звезд – отличная мотивация для развития.

По данным Forbes, приглашение влиятельного всемирно известного гида обошлось правительству Москвы более чем в 80 миллионов рублей. Сумма немалая, но и не большая, подходящая для того, чтобы поддержать и замотивировать отечественную ресторанную отрасль на развитие в столь нелегкие времена для сегмента HoReCa.

Из различных информационных источников известно, что приход Мишлен был запланирован еще перед Олимпиадой в Сочи. Ожидалось, что олимпийские игры спровоцируют стихийный рост туризма не только в регионах черноморского побережья, но и в Москве, Санкт-Петербурге. Но политика есть политика: крымские волнения заставили отказаться представителей Мишлен от издания гида в России.

Переговоры возобновились только в 2018 году, и велись в течение полутора лет с Московским комитетом по туризму. И в этом году мы увидели положительные результаты в лице 9-ти счастливых обладателей заветных звезд MICHELIN. Среди них:

Selfie*, шеф-повар Анатолий Казаков



Владелица ресторана Biologie Екатерина Алехина – единственная женщина шеф-повар в России, получившая звезду Michelin: *«Я безумно рада. Люди годами думают, как раскрутить свой ресторан, а получается, нужно дослужиться до звезды Michelin, и все – полный успех. Я открыла ресторан полностью на свои личные деньги, и для меня эта звезда – не просто репутационная победа. Если Michelin приведет ко мне новых гостей, я смогу заработать больше денег и наконец-то достроить ресторан»»*

Grand Cru*, шеф-повар Давид Эммерле
White Rabbit*, шеф-повар Владимир Мухин
Savva* (ресторан при отеле «Метрополь»), шеф-повар Андрей Шмаков

Biologie*, шеф-повар Екатерина Алехина

«Белуга»*, шеф-повар Евгений Викентьев

«Сахалин»*, шеф-повар Алексей Когай

Twins Garden**, шеф-повара братья Сергей и Иван Березуцкие.

ARTEST Chef's Table**, шеф-повар Артем Естафьев.

Biologie*, Twins Garden** и Björn были награждены зелеными звездами «*».

Об ответственности и преимуществах мишленовского ресторана.

Стать частью гида Мишлен для России означает мировое признание на международном гастрономическом рынке, соответствие уровню европейского качества. Статус мишленовского ресторана – априори доверие, которое нужно оправдывать и ответственность, которую придется всегда нести, чтобы подтверждать награду из года в год. Это не всегда легко. По статистике, у звездных заведений заметно повышается посещаемость даже в тихие часы, растет популярность среди туристов, они становятся привлекательными для новых посетителей. Только сотрудникам кухни известно, что такое «запара» и как это может отразиться на качестве блюд.

Екатерина Алехина: «Попадание в гид принесло свои результаты».

Екатерине Алехиной, владелице и шеф-повару ресторана Biology вручили сразу две звезды: обычную – красную – за соотношение цены и качества блюд, и зеленую – за экологический проект. Путь к звездам у Екатерины был интересным. Управляющая ресторанами с 20-ти летним стажем решила развиваться в направлении гастрономии. После московской поварской школы «Pagu», Екатерина продолжила учебу во Франции – в кулинарной школе La Cordon Bleu. После обучения успела поработать шеф-поваром в ресторане «Семирамис», пройти стажировку в Испании у Елены-Мари Арзак в ресторан Arzak, который имел 30-ти летний 3-х звездочный статус Мишлена и открыть собственные ресторанные проекты. Для Екатерины гид Мишлен принес плодотворные результаты: полную посадку на два месяца вперед:

«Я безумно рада. Люди годами думают, как раскрутить свой ресторан, а получается, нужно дослужиться до звезды Michelin, и все – полный успех. Я открыла ресторан полностью на свои личные деньги, и для меня эта звезда – не просто репутационная победа. Если Michelin приведет ко мне новых гостей, я смогу

заработать больше денег и наконец-то достроить ресторан».

В планах на пятилетку Biology – собственная земля и ферма.

«У меня маленький ресторан на 35 посадок. На втором этаже, который мы почти достроили, у нас будут лектории, лаборатория Chef's table, вертикальные сады и сырное производство».

Иван и Сергей Березуцкие: «Соответствовать наградам – большая ответственность».

Счастливыми обладателями трех мишленовских звезд стали братья Иван и Сергей Березуцкие, российские рестораторы и шеф-повара московского заведения «Twins Garden». Ресторан успешных близнецов получил две звезды Мишлен и зеленую звезду за экологичность и ответственность.

В начале карьеры звездные близнецы вместе возглавляли кухню ресторана Grand Cru, побеждали в конкурсах шеф-поваров, стажировались в звездных ресторанах Америки и Европы. В 2014 году братья открыли ресторан «Twins», которым в последствии был переименован в «Twins Garden».

Реакция Ивана и Сергея Березуцких на высокую награду (далеко не каждому ресторану дают сразу две звезды) весьма сдержана и спокойна. Рассуждая о звездах, братья акцентируют внимание на важных моментах, связанных с профессией.

«Мы не работаем, чтобы получить максимальное количество звезд. Мы работаем, чтобы наши гости были счастливы», – объяснил Иван.

”
Мы не работаем,
чтобы получить
максимальное
количество звезд.
Мы работаем, чтобы
наши гости были
счастливы

Иван и Сергей Березуцкие





Шеф-повар Алексей Когай признается, что награды не ждал:
«Я всем честно признаюсь, что был в шоке, когда получил звезду. Безусловно, приятно, когда труд так высоко оценивают»

«Помимо того, что это признание, это огромная ответственность – соответствовать тем наградам, которые получил ресторан. Вот это самое важное», – дополнил Сергей.

После получения награды близнецы в своем ресторане менять ничего не собираются, но планируют расти дальше и только улучшаться.

Алексей Когай: «Оценки важны для всех сотрудников ресторана».

Звезду Мишлен получи ресторан «Сахалин». Шеф-повар Алексей Когай награды не ждал, считает, что прежде всего нужно хорошо делать свою работу, чтобы гости оставались довольными и счастливыми.

«Я всем честно признаюсь, что был в шоке, когда получил звезду. Безусловно, приятно, когда труд так высоко оценивают», – пояснил Алексей.

Особую важность Алексей придает слаженной и профессиональной работе сотрудников ресторана:

«Безумно благодарен команде за то, что сделано. Но еще больше нам предстоит сделать в будущем! Для всех сотрудников ресторана оценки важны. Подобная мотивация делает нас лучше», – отметил Алексей.

На вопрос о будущем шеф-повар ответил достаточно скромно и без особой звездности:

«Не смогу сказать, что у нас грандиозные цели, это только начало. Мы будем продолжать радовать гостей. Именно они помогают нам становиться лучше день ото дня», – подытожил Алексей.

Цель – не останавливаться на достигнутом.

По последним данным Forbes, комитет по туризму Санкт-Петербурга уже ведет переговоры с Michelin. В северную столицу России Красный гид уже может прийти в следующем году. Будет справедливо, если французским экспертам, разбирающимся в высокой кухне, удастся в дальнейшем попробовать все российские регионы на вкус, дабы понять особенности нашего менталитета, вкус местных продуктов, постичь историю России, традиции и культуру через еду.

«Было бы здорово, если бы Мишлен приехал на Юг России, и чтобы зона оценки не ограничивалась городом Сочи», – отметил Евгений Вийтык, шеф-повар, глава гильдии шеф-поваров Черноморского побережья.

Что ж, начало положено. И несмотря на трудности, связанные с пандемией, у отечественных рестораторов и шеф-поваров появился мощный стимул, благодаря которому не угаснет желание развиваться и появится стремление к покорению профессиональных высот.

Лилиана Бергер.

Мишлен. Мнения



Аркадий Новиков, ресторатор, чьи проекты дважды были отмечены в московском рейтинге Мишлен-2021 (две звезды у ресторана Artest и одна у заведения Savva):

«Я нечасто хожу в мишленовские рестораны, когда бываю за границей, но у меня были случаи, когда я ходил в рестораны с двумя звездами, разочек я был, по-моему, в трех звездах. И я не могу сказать, что это было что-то сверхъестественное и сверхособенное, чтобы я сказал: «Да, можно упасть на колени и молиться на этих поваров». А были рестораны, которые никак не отмечены гидом, но, на мой взгляд, были просто шедевральны. Тем не менее я очень рад, что нас отметили, и это очень хорошо для нашей группы, для меня лично, для шеф-повара, для Москвы, для страны, для поваров, которые работают у нас в компании. Мы стали частичкой кулинарного мирового пространства. Мы и без него жили дружно и прекрасно, но с ним будем жить еще лучше.

«Мне кажется, мы просто должны делать хорошо свою работу, и если мы всегда будем делать качественно, хорошо и вкусно, то звезды все время будут на нашей стороне, — **сказал «Газете.Ru» шеф-повар ресторана «САВВА» Андрей Шмаков.** — Если мы сейчас вздернем нос и будем говорить «мы вот такие звездные шефы», а на самом деле у нас на кухне будет происходить бардак, значит, это все неправильно. Мы должны просто заниматься своим делом».



Анатолий Казаков, шеф-повар ресторана Selfie (отмечен одной звездой Michelin):

«Я очень доволен и рад, что нас оценил гид Michelin. Это невероятно крутая мотивация для команды. Все-таки ресторану Selfie уже 7,5 года, а для Москвы и нашего рынка это довольно много. Поэтому важно, чтобы люди сохраняли желание каждый день делать свою работу хорошо, стараясь постоянно совершенствоваться. Если говорить про гид в целом, то это невероятно здорово для всей индустрии. Я думаю, что рестораны будут только улучшаться, а повара старательнее подходить к работе. Видеть и понимать, что это все осязаемо и что это может случиться с каждым. Моя реакция на звезду была сдержанной, спокойной, потому что не было никаких ожиданий: ни заниженных, ни завышенных. Мы же делаем свою работу для гостей. И их оценка для нас самая важная. Если нашу работу оценил и гид, то мы, конечно, стали от этого счастливее. Но если бы этого и не случилось, то мотивацию дарить счастье гостям мы бы не утратили».

Красный гид MICHELIN. О чем говорят «звезды»?

О ней мечтают многие шеф-повара и рестораторы. К ней стремятся все в начале кулинарной карьеры, но дотянуться удается лишь избранным. Ради нее создают авторские концепции блюд и изобретают новые меню. Ее присуждают тем, кто внес вклад в развитие кулинарного искусства, смог накормить вкусной едой всех гостей без исключения, сохранив стабильное качество. И имя ей – звезда Мишлен! В ресторанном мире получить эту награду весьма непросто... О том, как дорожный гид превратился в культовое издание ресторанного рейтинга, о чем говорят мишленовские звезды, как очутиться на страницах знаменитого Красного гида и о других интересных фактах, связанных с громкой международной наградой в сфере кулинарии мы расскажем в нашем обзоре.

Как появился символ мишленовской звезды*?

Узнаваемым символом шинной компании MICHELIN является Бибендум, или Мистер Мишлен. На просторах интернета его часто сравнивают с зефирным человеком – персонажем кинофильма «Охотники за приведениями». Что касается происхождения «мишленовских звезд», которые совсем не похожи на звезды, привычные нашему пониманию, ходит много доводов и легенд. Некоторые семиологи до сих пор теряются в ассоциациях и приводят самые нестандартные теории их происхождения, облачая их в истории. «Цветочек», «Клевер», «Маргаритка», «Три перекрещенные шины, вид сверху»... В общем, фантазиям нет предела. Однако разгадка «цветочков» все это время находилась у всех на виду. Если присмотреться, то символ звезды Michelin напоминает привычное обозначение, которое мы ни раз встречали в книжных изданиях и даже на компьютерной клавиатуре. Этот факт наводит на мысль, что знаменитые звезды Мишлен произошли от типографского знака «звездочка», которым принято помечать то, что достойно особого внимания. Второе и третье примечания по традициям орфографии обозначают двумя и тремя звёздочками, выстроенными в ряд – «***» – в общем, все, как у Мишлен.

Логично предположить, что легендарные братья Андрэ и Эдуард Мишлен при создании своих Красных гидов использовали стандартный типографский символ для выделения лучших заведений, где можно было вкусно и качественно поесть... Иногда все гораздо проще, чем кажется.

Как дорожный гид превратился в рейтинговое издание заведений высокой кухни?

Успех зависит от случая и принятия правильных решений. Когда-то грамотный маркетинговый ход, сделанный французской компанией Michelin – производителем автомобильных шин, открыл дверь в будущее высокой кухни. Сегодня мировому лидеру шинной промышленности удастся мотивировать весь кулинарный мир «звёздной» наградой за профессиональные достижения. Как же производство шин повлияло на развитие кулинарии? Все началось с плана увеличения продаж. Братья Мишлен пришли к выводу, что повысить спрос на продукцию компании можно с помощью автомобильного туризма, который на тот момент обрел популярность. Чтобы сделать путешествия максимально комфортными и запоминающимися, Андрэ Мишлен, возглавившему компанию, пришла в голову гениальная идея – издать справочник с подробным указанием мест платных автомобильных стоянок, расположением ресторанов, придорожных кафе, закусочных, отелей, точек технического обслуживания и ремонтных мастерских, которые можно встретить в дороге. Первый справочник был выпущен в 1900 году. Издание было бесплатным и распространялось на заправках. На удивление авторов, Красный гид Мишлен совсем не пользовался спросом. Только спустя 20 лет мишленовские гиды перестали пылиться на полках. Предприимчивые братья решили: «то, что людям достается бесплатно – не ценится», и начали продавать гиды по умеренной стоимости. В платные издания были добавлены рейтинги цен ресторанов. Заведения с высокими ценами помечались астериксом – типографической звездочкой.

В 1926 году политика рейтинга изменилась: «звездочка» рядом с именем ресторана символизировала отменную кухню.

Интерес к автомобилизму рос с каждым годом, а вместе с ним и география изданий гидов Мишлен. Сегодня справочники Michelin выпускаются во всех странах Европы, крупных городах мира: Нью-Йорке, Чикаго, Лос-Анджелес, Лас-Вегас, Сан-Франциско, Сингапуре, Токио, Рио-де-Жанейро и т.д.

«Звезды» говорят...

Шкала мишленовских звезд расширилась только к 1930 году. С тех пор система оценки осталась неизменной и буквально означает:

«*» – очень хороший ресторан в своей категории, высокое качество кухни (оценивается тип кухни)

«**» – отменная, превосходная или отличная кухня. Ради ресторана имеет смысл сделать небольшое отступление от заданного маршрута.

«***» – исключительная авторская кухня, великолепная работа шеф-повара, имеет смысл совершить гастрономическое





Доминик Кренн стала первой женщиной в Соединенных Штатах, которая получила три «звезды» Мишлен. Ресторан Atelier Crenn американки французского происхождения открылся в Сан-Франциско в 2011 году, а высшего признания от «Красного путеводителя» добился в 2018. В Atelier Crenn всего восемь столиков, а дегустационное меню (маленькие порции блюд по выбору шеф-повара) предлагают за 335 долларов. Знаменитый гид описал кухню авторского ресторана как «замечательный баланс изящества, мастерства, техники и вкуса».

путешествие в ресторан.

С 1955 года путеводитель начал уделять внимание ресторанам с вкусной качественной едой и умеренными ценами. И в 1997 году совет Мишлен ввел еще одну награду – Бибендум Гурман, или «Биб Гурман» с отличительным знаком – облизывающегося Мистера Мишлена.

Зеленая звезда Michelin появилась в 2020 году. Рестораны, отмеченные зеленой звездой, поддерживают мировые тренды, выходят в лидеры ресторанной сферы в применении технологий и практик, связанных с устойчивым развитием, экологией и т.д. При этом рестораны не должны быть похожими друг на друга: оригинальная концепция, отраженная в кухне заведения – главные условия для получения «зеленой звезды».

Незвездные рестораны, которые рекомендует гид Michelin – самый влиятельный рейтинговый справочник мирового уровня, имеют статус «Рекомендовано Мишлен» и тоже имеют свои обозначения. Например, знаком с изображением вилки, ножа и тарелки помечаются те рестораны, где подают хорошую еду из свежих продуктов, а скрещенные вилка и ложка, а таких значков может быть до 5-ти штук, обозначают уровень качества и удобное расположение заведения общепита.

Как бы там ни было, звезда Michelin – награда, которую присуждают ресторану, ресторану при отеле или шеф-повару за органолептические показатели еды (эстетику подачи, аромат, вкус и консистенцию, оригинальное сочетание и качество ингредиентов), стабильное качество, трендовость, авторское творчество и мастерство. Изысканность обстановки, обслуживание, сервировка, атмосфера и расположение ресторана на формирование оценки не влияют.

Как распознать инспектора Мишлен среди гостей?

Пожалуй, этим вопросом задается каждый шеф-повар в погоне за заветной звездой. Однако распознать в толпе разведчика, занимающегося присвоением звезд практически нереально. Инспектор Мишлен – тайный посетитель ресторана, который искусно замаскирован под обычного гостя. Согласно корпоративному уставу работы в Мишлен, лицо и имя действующего инспектора никому не известно, поэтому подкупить должностное лицо при исполнении обязанностей не получится при всем желании и влиятельных возможностях. Его появление в заведении всегда неожиданно, и как правило, в час пик. Инспектор делает заказ, обедает, расплачивается и уходит, не привлекая к себе внимание. Разоблачение мистера инкогнито означает увольнение.

Профессиональное кредо инспекторов Мишлен основано на честности, конфиденциальности, профессионализме, независимости и объективности. Ведь оценка ресторана – огромная



32-кратный обладатель мишленовских звезд Жюэль Робюшон и уличный торговец из Сингапура Чан Хонг Мэн.

ответственность перед посетителями заведения, шеф-поваром и всем персоналом.

Как стать экспертом Мишлен?

Чтобы стать инспектором Мишлен, мало быть гурманом и знатоком высокой кухни. Среди требований к кандидатам в эксперты – высшее образование в области HoReCa, в частности – «Гостиничного бизнеса», длительный опыт работы в сфере услуг и успешное прохождение нескольких этапов интервью. Претендент преступает к самостоятельной работе не сразу, только после прохождения обучения по оценке кухни и практической работы в паре с наставником.

Работа тайным агентом в Мишлен высокооплачиваемая, но далеко не легкая. В штат входит 90 инспекторов международного класса. За год каждый из них должен посетить около 800 ресторанов в разных уголках мира.

Чтобы присвоить первую звезду, заведение посещают не менее 4-х инспекторов в непредсказуемое время. Вторая звезда присваивается после 10–12 тайных визитов. Третья – за стабильность качества и вкуса, отточенное годами. Решение о присуждении звезд принимаются коллективно, на основании отчетов о проделанной работе. Звездные заведения проходят проверку на соответствие заявленному уровню каждые 18 месяцев. Одним словом, мало дотянуться до заветной звезды и получить ее. Нужно суметь эту звезду удержать в руках и не потерять среди привычного многим «и так сойдет». Как говорил легендарный Поль Бокюз: «Вкус и качество должны оставаться на высоком уровне».

Как попасть в знаменитый путеводитель и каковы главные критерии оценки?

Периодичность выхода культового гида – раз в полтора года. На

его страницах можно найти не только звездных представителей кулинарного искусства, но и множество полезной информации как для гурманов, так и не особо привередливых голодных туристов. Каковы же критерии оценки ресторанов и шеф-поваров для их внесения в «Красную книгу»?

Безусловно, точные критерии оценки по сей день остаются коммерческой тайной. Однако проведя аналитику среди звездных ресторанов, можно догадаться, что главным оценочным показателем является кухня заведения, а точнее – авторское концептуальное меню от шеф-повара. В ресторанах, отмеченных звездами Мишлен, чаще всего прослеживается французский стиль. Учитываемая происхождение справочника и высокой кухни, данное условие кажется вполне объективным: утонченные линии в уникальном оформлении блюд, изысканные и экстравагантные сочетания ингредиентов, наличие творческих нот, европейское стабильное качество, уважение к традициям и стандартам оказывает положительное влияние на окультуривание людей через ресторанный сферу и тем самым привлекают к себе внимание. Но бывают и исключения из правил...

Посетители всегда вернуться туда, где вкусно!

Справедливости ради стоит отметить, что стабильные качество и вкус формируют спрос, что для оценки является немаловажным условием. Например, в 2016 году мишленовскую звезду присвоили скромной уличной палатке в Сингапуре. Ее владелец – Чан Хон Мен, на протяжении 35-ти лет готовил курицу в соевом соусе с рисом, за которой ежедневно выстраивались очереди с самого утра и до закрытия смены. «Посетители всегда вернуться туда, где вкусно!» – подумали инспекторы Мишлен. И попробовав блюдо, оценили его по достоинству.

Настоящее искусство, созданное с душой, обязательно заметят!

Разумеется, звездность ресторана увеличивает его посещаемость и влияет на ожидания гостей. Угодить вкусу каждого весьма сложно. Поэтому многие заведения в силу излишней ответственности, нервозности, эмоциональности, отсутствия командного духа и хороших поставщиков рискуют потерять свой звездный статус. Всегда обидно получить высокую награду за дело всей своей жизни, а после потерять ее. Но не будем о грустном. В любом случае, кулинарное мастерство, возведенное в искусство, науку и культуру, рано или поздно будет признано и размещено в самом авторитетном издании кулинарного мира. Желаем удачи всем, кто к этому стремится, верит и творит от души, несмотря ни на что.

Лилиана Бергер.

Раздача мишленовских звезд московским ресторанам вызвала споры

Плохая ориентация и маркетинговый ход.

Дарья Цивина, ресторанный критик ИД «Коммерсант», к полученным наградам многих ресторанов отнеслась критически. В ее эмоциональном высказывании постфактум четко читается обида и непонимание многих ресторанных деятелей, и звучит злободневный вопрос: «Почему выбрали этих и обошли вниманием самых достойных».

«В списке рекомендованных ресторанов ровно 30% какого-то полнейшего шлака... Надо относиться к этим результатам спокойно и рассудительно. Французские инспекторы пока что не во всем сориентировались. Но это же только начало. Будем надеяться, что впредь они будут как-то подробнее и тщательнее мониторить рынок».

Цивина также отметила, что в выборе Мишлен присутствует элемент скандальности, что является отличным маркетинговым ходом. В любом случае, время покажет, кто оправдано лучший, а кому еще придется доказать это не раз.

Критерии выбора не поддаются пониманию.

Абсолютно спокойно и позитивно отнесся к результатам награждения Михаил Костин, ресторанный критик. Он прокомментировал, что спорить по поводу наград и критиковать результаты Michelin неблагоприятно и бессмысленно:

«Гид руководствуется частными критериями выбора. Нам остается только принять и двигаться дальше. Из своих личных ожиданий где-то 80% у меня совпало, и те рестораны, о которых я думал, должны быть упомянуты гидом, они туда так и попали».

Кроме того, Михаил добавил, что гид поможет развитию туризма в нашей стране. И этот факт будет только на руку как рестораторам, так и шеф-поварам, ведь у них появился стимул развиваться дальше, совершенствоваться, искать что-то новое.

Звезды раздали авансом.

По словам Екатерины Пугачевой, главы премии The World's

Результат не всегда оправдывает ожидания. В элементе непредсказуемости есть особый шарм, который каждый воспринимает по-своему. Долгожданный приход Michelin в Россию вызвал споры, противоречивые чувства и мнения. В стране с особым менталитетом, принципами и правилами успеха, честный выбор мишленовских экспертов не всем пришелся по душе.



Дарья Цивина, ресторанный критик ИД «Коммерсант»: «В списке рекомендованных ресторанов ровно 30% како-го-то полнейшего шлака... Надо относиться к этим результатам спокойно и рассудительно. Французские инспекторы пока что не во всем сориентировались. Но это же только начало. Будем надеяться, что впредь они будут как-то подробнее и тщательнее мониторить рынок»

50 Best Restaurants в регионах Россия, Центральной Азии и Восточной Европы, идеальную систему оценки построить невозможно. Всегда будут оставаться вопросы, возникать споры и недовольства.

«Многое в Москве было роздано авансом. И, конечно, у меня тоже есть вопросы к выбору. Однако на все мои попытки узнать у Гвендаля Пулленека, чем он обусловлен, ответ был один: „Это коллегиальное решение инспекторов“. Я предлагаю сейчас не рвать на себе волосы, а дождаться следующего года. Тогда уже можно будет делать хоть какие-то выводы».

Для чего загораются звезды?

Звезда Michelin на небосводе ресторанный бизнеса – явление яркое, радостное, долгожданное и непредсказуемое. Чтобы ее сияние было оправданным, постоянным и неугасающим, необходимы максимум усилий, стабильное качество, реализация творческих идей шеф-поваров. Действительно, наслаждаться мерцанием звезды сотрудникам ресторанов некогда. Однако рост напряжения и ответственности, желание доказать свои индивидуальность и превосходство нередко приводят к падению звезд, что влечет за собой трагические последствия. Как бы там ни было, всегда стоит помнить пословицу: «лучшее – враг хорошего». Поэтому единственно верный способ сохранить звезду, сделав ее более мерцающей – это продолжать делать свое дело, и делать его хорошо.

«Что дает звезда, кроме чувства удовлетворения? Поток клиентов, публикации, стимул к работе и совершенствованию. Ну и головную боль, конечно. Не только от выпитого за звезду шампанского, но и от мыслей, как жить дальше», – поведал Геннадий Йозефавичус, гастрономический журналист.

Мишлен «с пылу, с жару», но «на скорую руку».

Получив признание Мишлен в виде звезд и попав на страницы Красного гида многие рестораны Москвы получили зеленый свет. Это особенно важно, когда поток туристов изрядно иссяк в связи с пандемией. По мнению Артема Байбуза, основателя Moscow Restaurant Week, рестораны перешли в режим жесткого выживания, где главными тормозящими факторами стали «QR-код» и «ограниченный режим работы».

«Раздача звезд – это плюс и стимул для тех, кто развивает гастрономическую культуру не первый год и заслуживает поддержки. Я искренне рад за коллег по индустрии. Например, за маленький и гордый гастробар Tilda, за Евгения Викентьева, за Андрея Шмакова. Если бы я писал про команды ресторанов, это был бы текст искренней гордости практически за всех», – поведал Артем на портале «Афиша» в разделе «Рестораны».

Однако Байбуз уверен, что мишленовские эксперты несколько поторопились с выводами и до конца не погрузились в мир московской ресторанной элиты:

«Отсутствие в упоминаниях как минимум ресторанов Арама Мнацаканова и Александра Оганезова просто-напросто показывает, что весь гид сделан на скорую руку».

На фоне сложившихся выводов, Байбуз вспомнил про французский гастрономический гид Gault & Millau, посетившего Москву несколько лет назад. После случившегося скандала и последующих шуток о продажности рейтинга, желтый справочник навсегда покинул столицу.

«Хочется верить, что руководство «Мишлен» проявит аналитические способности и сделает работу над ошибками», – добавил ресторанный деятель.

Средний чек ресторана равен заработной плате.

Мишлен обвиняют не только в поверхностном оценивании ресторанов, но и в отсутствие демократичности. Основная масса столичных жителей не смогут позволить себе посещение мишленовских заведений в силу высокого среднего чека, не говоря уже о туристах из периферии, где порой месячный заработок равен одному походу в ресторан. Отсюда и напрашиваются выводы относительно того, что нужно повышать уровень жизни, а уже после задумываться о высоком. Россия – не Европа, хоть и находится с ней на одном материке.

«Инспекторы Мишлен при составлении списков, руководствуются чем угодно, но только не фактами и не цифрами... Мои самые большие огорчения в жизни случались в трехзвездочных мишленовских ресторанах. Когда ставки высоки, очень легко разочароваться», – поделился собственным опытом Артем Байбуз в своей публикации, посвященной гиду Мишлен.

Подытожим...

Что ж, в мире, где все относительно и субъективно нельзя быть слишком категоричным. Понятие «вкусно, красиво и недорого» у каждого свое. На всех, как говорится, не угодишь: споры всегда предсказуемы, а закулисные разговоры – не всегда приятны. Что бы не говорили, а награда Мишлен учит многих тому, что не все в настоящей реальности покупается и продается, а труд и идейность рестораторов, шеф-поваров и их команд достойно уважения. Приживется ли гид Мишлен в России и насколько он будет полезен «нашему» населению – время покажет.

Лилиана Бергер.



Артем Байбуз,

основатель

Moscow Restaurant Week:

«Отсутствие в упоминаниях как минимум ресторанов Арама Мнацаканова и Александра Оганезова просто-напросто показывает, что весь гид сделан на скорую руку»

IV Форум лидеров фуд-индустрии. Регионы России показали свою силу.



КЕЙС: РОССИЯ. Именно так звучала основная тема встречи на IV Форуме лидеров фуд-индустрии, который состоялся в Москве в начале декабря нынешнего года. Уютный зал Мир на Цветном собрал самых стойких и успешных рестораторов из разных регионов России – от Калининграда до Владивостока, которые открыто делились профессиональным опытом, обсуждали актуальные бизнес-стратегии и перспективы развития ресторанного дела.

Свежая концепция и вкусная еда

Еда как неотъемлемая часть нашей жизни, пространство для бизнес-идей и творческого креатива. Именно эта мысль наполнила атмосферу с выходом на сцену первых спикеров – Дмитрия Акулова и Павла Борисенко, совладельцев гастробара «Соль» и ресторана Seasons. Калининградские рестораторы раскрыли историю своего успеха:

– При открытии заведений мы не вкладывались в маркетинг. Мы нашли свою уникальную, свежую концепцию и сделали упор на вкусную, качественную еду, – поделились спикеры.

Сегодня «Соль» – главная гастрономическая достопримечательность Калининграда, который первым делом рекомендуют посетить всем туристам. Гости города с удовольствием знакомятся с гастрономическими традициями города и в ресторане Seasons, меню которого на 90% состоит из локальных продуктов.

Коллаборация со звездой

Ценным опытом и профессиональными планами на Форуме поделился Денис Иванов, ресторатор, владелец компании «Рестораны Дениса Иванова», открывший 30 успешных проектов в Новосибирске и 6 в Москве. В планах на ближайшее время – коллаборация со звездой французского кинематографа Жераром Депардье.

– Приятное знакомство с Жераром переросло в красивый бизнес-проект – решили открыть совместный ресторан с уникальной концепцией – изысканной французской кухней с сибирскими акцентами – рассказал Денис.

В процессе своего выступления Денис порекомендовал начинающим рестораторам не изобретать велосипед, а задуматься над покупкой франшизы – наиболее правильной и понятной истории для успешного старта на пути нелегкого ресторанного дела.

Открытие по франшизе

Удивил участников Форума Михаил Кумпан, владелец сети Kumpan Café, известный в Уфе. Вместе с братом Александром,





он рассказал историю своих заведений – от магазина кофе и открытия собственного обжарочного цеха до сети городских кофеен. Сегодня компания активно развивается в направлении собственного импорта, обжарки и реализации кофе из разных стран мира. На счету – более 20 сортов для розницы и HoReCa. Три года назад специалисты Kumrap высадили собственную кофейную плантацию в Коста-Рике, где первый урожай ожидается уже к 2024-му году.

А в 2018 году в Уфе было открыто первое кофейное заведение Kumrap по франшизе:

– Обкатали модель франшизы достаточно успешно. Проект развивался в Уфе под крылом нашей компании с инвестиционным фондом в 8,5 млн рублей. Он окупился за 18 месяцев, хотя изначально планировали за 24. В целом, есть понимание, как развиваться. У нас есть стандарт, позволяющий грамотно и качественно вести бизнес в других регионах, но нужно смотреть особенности города, – прокомментировал Михаил.

В тренде – гастробары

Александр Котюсов, ресторатор, президент группы компаний «ПИР» в Нижнем Новгороде в своем выступлении обратил внимание на современный тренд открытия гастробаров и дал рекомендацию, как на 20-ти квадратных метрах построить историю успеха.

Барную тему продолжил Александр Пичугин, управляющий партнер и генеральный директор «Феодальной Сети Баров». Он вдохновил всех присутствующих тем, что во время кризиса, в пандемию, под его управлением было запущено 9 баров по всей стране. Сейчас на счету Александра – 30 успешно действующих барных заведений, и это только начало. По его словам, открытие бара имеет множество преимуществ в соотношении с большими ресторанными заведениями. Во-первых, можно говорить о более низком пороге инвестиций, который при входе в бизнес составляет до 35 млн рублей, в то время, как на открытие ресторана требуется свыше 50 млн рублей. Во-вторых, бар требует минимум контроля, при этом 80% выручки идет от продажи напитков, что невозможно сделать в случае с ресторанами. В-третьих, у бара высокая рентабельность – от 20% прибыли по сравнению с низким показателем ресторана – до 15%. Кроме того, бизнес-модель бара легко масштабировать, что в случае с рестораном сделать весьма сложно.

Начинающим шеф-поварам нужен опыт и инвестиции

Говоря об успехе, Андрей Матюха, шеф-повар из Краснодара, автор и владелец гастробара «Очередь», ресторанов «The Печь» и «Угли-Угли», поведал, с какими инвестиционными

трудностями ему пришлось столкнуться при открытии первого заведения и дал наставление начинающим шеф-поварам – будущим рестораторам.

– Начинающему шеф-повару стоит воздержаться от открытия собственного заведения. Нужно набраться профессионального опыта, укрепиться в позиции шефа, набраться уверенности, чтобы начинание не обернулось провалом. Работая в ресторане по найму, можно оценить свои способности, возможности, наработать опыт, выработать свой стиль и разработать концепцию. Если ресторан популярный, зал наполнен гостями, которым нравится еда, то шеф-повар готов строить что-то свое и может смело открывать свой ресторан, – пояснил Андрей.

Успех заведения зависит от локации

О важности локации ресторанов рассказал Кирилл Шлаен, ресторатор, основатель компании «CENTER – рестораны Кирилла Шлаена». Уральские СМИ прозвали Кирилла «гастромонстром». Его рестораны располагаются в важных исторических местах и знаковых локациях Екатеринбурга. Этот факт увеличивает процент успешности заведений среди российского и иностранного туриста, среди местного населения.

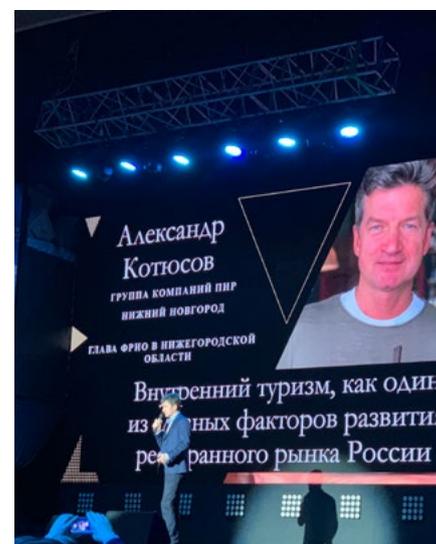
У ресторанный бизнеса хорошие перспективы

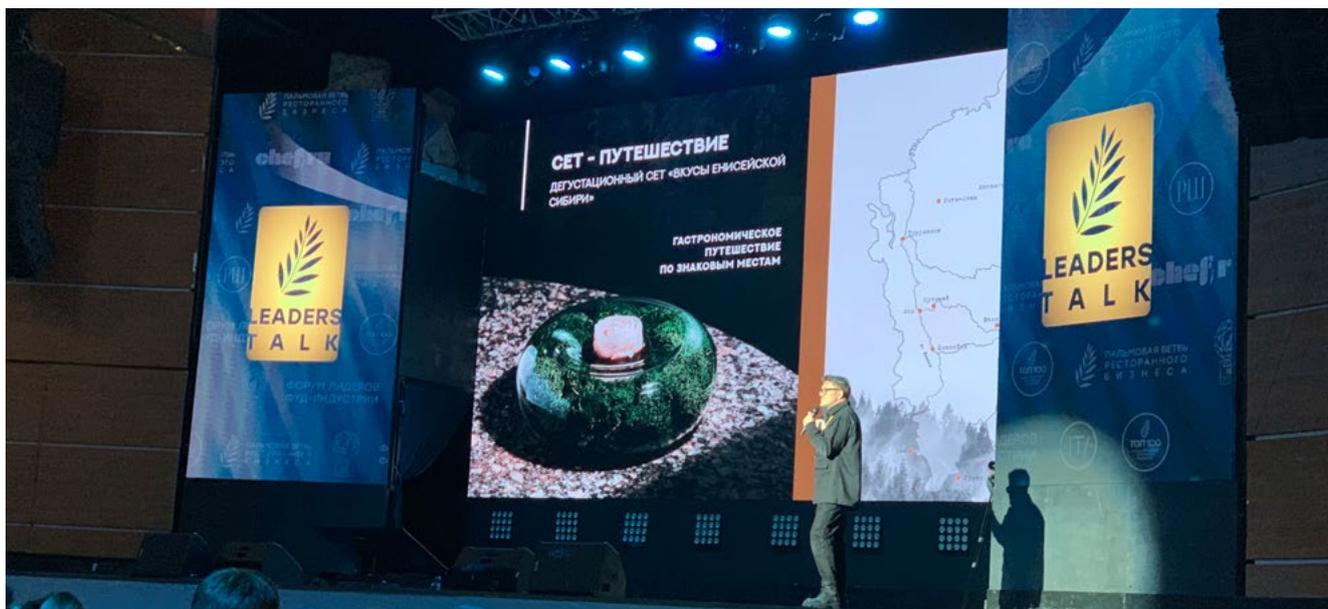
Специальным гостем на Форуме лидеров фуд-индустрии стал Игорь Бухаров, Президент Федерации рестораторов и отельеров России. Игорь Олегович поделился воспоминаниями о сложностях, который переживал советский общепит, затронул кадровые проблемы и недостатки образовательной системы, решение которых выведет ресторанный бизнес на новый уровень развития.

– Несмотря ни на что, перспективы у российского ресторанного бизнеса хорошие. Люди всегда будут есть, хотеть есть вкусно, качественно и красиво. Рестораны – это неотъемлемая часть культуры, которая позволяет не только удовлетворять физиологические потребности, но и получать удовольствие от эстетизма, – подытожил Игорь Бухаров.

Вадим Зуйков, организатор национальной премии и фестиваля «Пальмовая ветвь» в России, назвал выступления спикеров трендовыми и полезными для развития ресторанной отрасли всей страны, и надеется, что следующий год для бизнеса будет эффективнее и здоровее.

– Спикеры Форума – одни из тех успешных и сильных рестораторов России, которые смогли быстро среагировать и переориентироваться, найти новые эффективные решения, перейти на формат доставки и разработать под эту историю





меню, оптимизировать работу персонала и сократить расходы, выстроить работу так, чтобы не просто остаться на плаву, но и развиваться в сложившихся реалиях бизнеса. Их ценный опыт вдохновляет и придает сил для дальнейшего движения вперед, – поделился Вадим.

Шеф года: «Пальмовую ветвь вручили 6-ти номинантам

В рамках Форума состоялась торжественная церемония награждения победителей IV национальной профессиональной премии *Palme d'or* – «Пальмовая ветвь» ресторанного бизнеса в России. Премию в номинации «Шеф года» традиционно вручили в нескольких категориях:

- «ОТКРЫТИЕ ГОДА» – Екатерина Алехина, Biologie, Москва
- «ПРОРЫВ ГОДА» – Евгений Викентьев, «Белуга», Москва
- «Современная русская кухня» – Андрей Шмаков, Savva, Москва
- «Авторская локальная кухня» – Николай Бобров, Tunguska, Красноярск
- «Авторская европейская кухня» – Сергей Фокин, Eclipse, Санкт Петербург
- «Хранитель классики» – Мауро Панебьянко, Continetta Antinori, Москва

Вадим Зуйков также отметил, что часть Форума – это объявление ТОП- 100 новых ресторанных концепций, из которых будет выбрано 10 лучших для вручения премии «Пальмовая ветвь» ресторанного бизнеса 18 апреля 2022 года. Голосование будет проводиться с января по апрель следующего года на сайте chef.ru.

Лиλιана Бергер.

IV Форум лидеров фуд-индустрии в цифрах и фактах

LEADERS TALK. КЕЙС: РОССИЯ

Форум лидеров фуд-индустрии проводится с 2018 года в уникальном формате leaders talk – индивидуальные, насыщенные и откровенные выступления лидеров отрасли на самые актуальные темы бизнеса.

На сцене Форума 2021 выступили:

Илья Сухих, управляющий партнер семьи грузинских ресторанов «Супра», Владивосток

Дмитрий Журкин, совладелец и креативный директор Berrywood Family («Тунгуска», «Бар Булгаков» и др.), Красноярск

Денис Иванов, ресторатор и основатель компании «Рестораны Дениса Иванова», Новосибирск

Кирилл Шлаен, ресторатор, основатель компании «CENTER – рестораны Кирилла Шлаена» (Sekta Organic Wine Bar, Double Grill&Bar и др.), Екатеринбург

Михаил Кумпан, основатель сети кафе Kumpan Cafe, Уфа

Александр Котюсов, ресторатор, президент группы компаний ПИР («Пяткинъ», «Баренц» и др.), Нижний Новгород

Андрей Матюха, шеф-повар, автор и владелец гастробара «Очередь», ресторанов «The Печь» и «Угли-Угли», Краснодар

Дмитрий Акулов и Павел Борисенко, совладельцы гастробара «Соль» и ресторана Seasons, Калининград

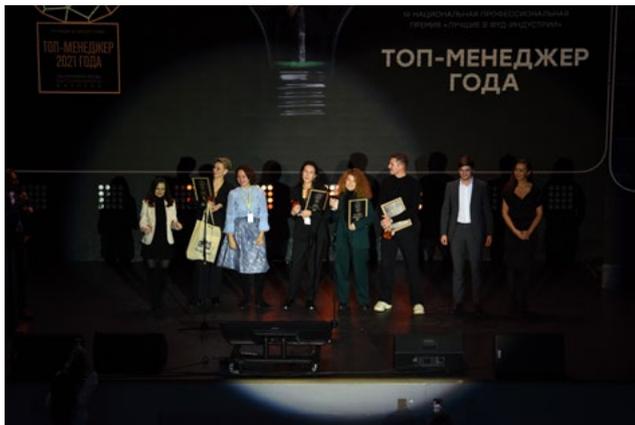
Александр Пичугин, управляющий партнер и генеральный «Феодальной Сети Баров» («Руки Вверх! Бар», NeBar, El Charo, Irisky, Spletni), Россия

Игорь Бухаров, президент Федерации рестораторов и отельеров России

ЛУЧШИЕ В ИНДУСТРИИ

В рамках Форума состоялась торжественная церемония награждения победителей IV Национальной профессиональной премии «Лучшие в индустрии 2021». Лауреатов премии





определили члены экспертного совета и медиа-жюри премии Palme d'Or/«Пальмовая ветвь ресторанного бизнеса». Лучшими в индустрии 2021 стали:

Шеф года

Премия в этой номинации традиционно вручается в нескольких категориях, в 2021 году их 6:

«Открытие года» – Екатерина Алехина, Biologie, Москва

«Прорыв года» – Евгений Викентьев, “Белуга”, Москва

«Современная русская кухня» – Андрей Шмаков, Savva, Москва

«Авторская локальная кухня» – Николай Бобров, Tunguska, Красноярск

«Авторская европейская кухня» – Сергей Фокин, Eclipse, Санкт-Петербург

«Хранитель классики» – Мауро Панебьянко, Cantinetta Antinori, Москва



Топ-менеджер года

Мария Гарбут, управляющая Kuznyahouse, Kuznya Cafe, Hidden и Cruise by Kuznyahouse, Санкт-Петербург

Ирина Изотова, управляющая Imbibe, Commons, Санкт-Петербург

Михаил Артюхин, управляющий Black Thai и Белуга, Москва

Марина Павлова, операционный директор Bazar Family, Москва

Интерьер года

Grace.Bistro, Москва. Автор дизайна Наталья Белоногова

Londri, Москва. Авторы дизайна Sundukovy Sisters

Mishka, Паратунка, Камчатский край. Авторы дизайна и концепции FANTALIS

Zemlya Moscow, Москва. Авторы дизайна Валерий Лизунов, Archpoint

Black Thai, Москва. Автор дизайна Анастасия Панибратова

PR-кампания года

Проект Гид Michelin в Москве за продвижение ресторанной индустрии и гастрономической культуры в федеральном и международном масштабе – АНО проектный офис по развитию туризма и гостеприимства Москвы и агентство PRprosto

Проект #Гастросет800 (Нижний Новгород) за продвижение ресторанной индустрии и гастрономии Нижнего Новгорода – ivlev group, Кулинарная студия Андрея Сулимы, НТА

Фестиваль ТАЙГАСТРО (Красноярск, Новосибирск, Иркутск, Томск, Тюмень, Тобольск, Екатеринбург, Якутск) за гастрономическое и туристическое продвижение региона – команда ресторана Tunguska, Красноярск

Сомелье года

Евгения Назимова, сомелье ресторана Pavilion Пруд Патрики, Москва

Вячеслав Балюк, автор проекта “Номер 15”, Москва



Александр Зубков, сомелье ресторана Osteria Unica, Москва

Бартендер года

Василий Жеглов, Touch Chef's Place & Bar, Москва

Андрей Корнилов, СИДР ГРУПП, Москва

Петр Сороковов, 354 Group, Москва

Специальные призы

Компания BLUEFIN – за лучший сервис доставки в премиальном сегменте

Проект «Рестокарьера» Нины Макогон, при поддержке ФРиО – за популяризацию ресторанных профессий среди молодежи

ФУДТРАК МОЕЙ МЕЧТЫ

На Форуме лидеров фуд-индустрии были объявлены результаты конкурса «Фудтрак моей мечты», который стартовал 28 августа в Нижнем Новгороде на фестивале «Да, шеф!». Конкурс организовали группа компаний Современные транспортные технологии, компания ivlev group и компания НТА, при поддержке «Пальмовая Ветвь ресторанного бизнеса» и портала CHEF.RU. Из более чем 80-ти заявок жюри конкурса выбирали наиболее технологичный и бизнес-ориентированный вариант мобильного ресторана. Победителем стал Максим Петроченков из Смоленска с концепцией «тесто с начинкой на выбор». Для реализации своей концепции на колесах победитель конкурса получает готовый фудтрак на базе автомобиля Газель NN в полной комплектации.



ТОП-100 НОВЫХ РЕСТОРАННЫХ КОНЦЕПЦИЙ РОССИИ

В финале форума был объявлен «ТОП-100 новых ресторанных концепций России 2021 года». Это первый этап международной премии за лучшую ресторанный концепцию Palme d'Or/«Пальмовая ветвь ресторанного бизнеса». Топ-100 станет основой для экспертного отбора 10 финалистов национальной премии «Пальмовая ветвь 2022». Кроме того, на сайте CHEF.RU пройдет голосование за лучшие ресторанные концепции года в категории «Выбор гостя». Его победители также будут названы в финале национальной премии и получат награды «Пальмовая ветвь. Выбор гостя».



Лонг-лист премии «Пальмовая ветвь ресторанного бизнеса 2022»

FAST ORIGINAL

Рестораны быстрого обслуживания с оригинальным меню или форматом

ИНДОКИТАЙ (Москва)

Автор концепции Александр Раппопорт

Шеф Сьюй Лей

КОФЕМАНИЯ BEZ TARELOK (Москва)

Автор концепции Игорь Журавлев

Шефы Алексей Петриченко и Виталий Карсаев

КУБАНА TOSCANA (Краснодар)

Авторы концепции Ольга Григорьева, Евгений Левченко

Шеф Евгений Левченко

HOT DOG BULLDOG (Москва)

Авторы концепции Алексей Васильчук, Гарик Харламов, Рустам Хикматуллоев

Шеф Юрий Борисов

MINI (Москва)

Авторы концепции Павел Казьмин, Валерия Шулюмова

Шеф Павел Казьмин

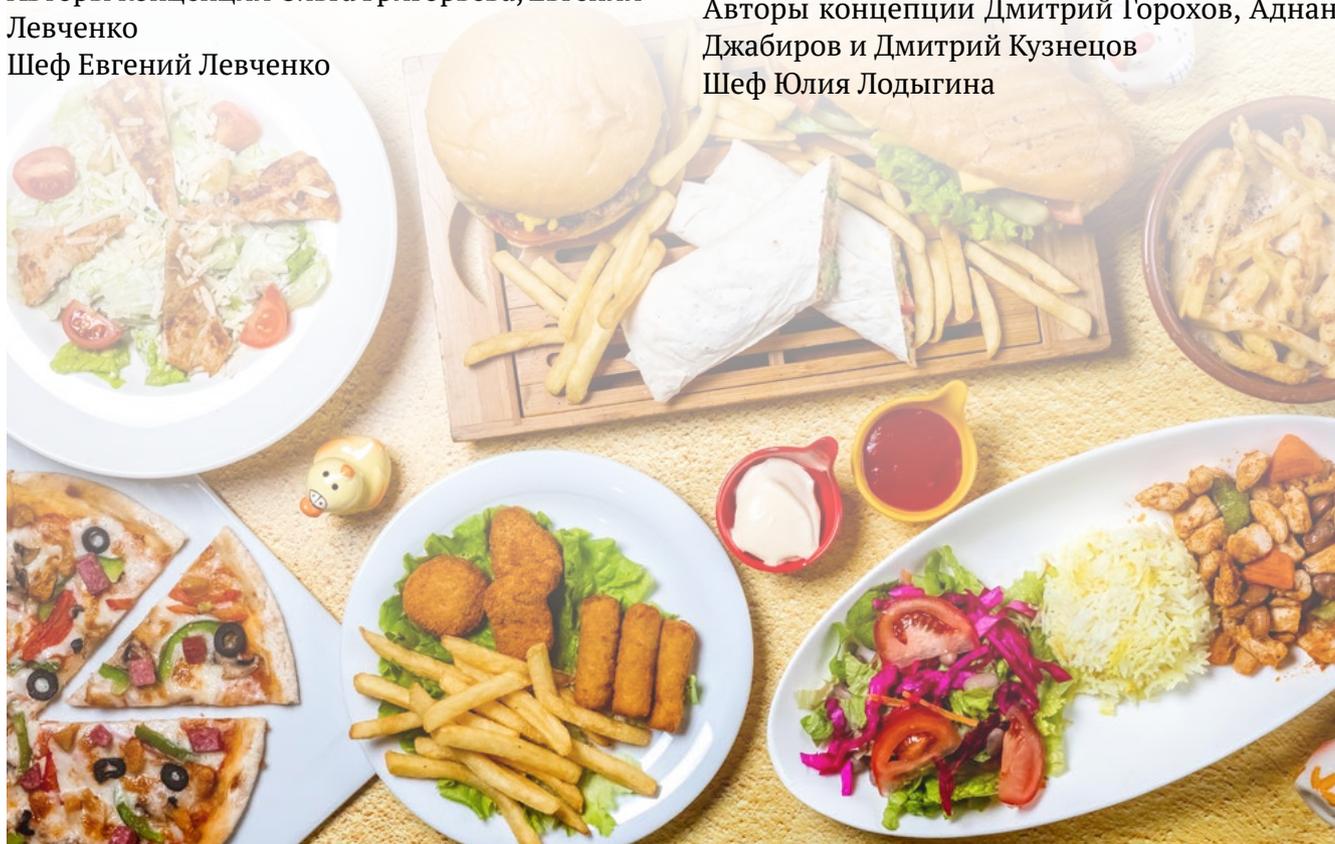
SLICE NYC PIZZA (Москва)

Автор концепции и шеф Максим Волков

STEEL BAR&KITCHEN (Москва)

Авторы концепции Дмитрий Горохов, Аднан Джабиров и Дмитрий Кузнецов

Шеф Юлия Лодыгина



SMART CASUAL

Повседневные комфортные заведения с оригинальной гастрономической подоплекой, атмосферой или форматом

БИБИРЕВО. ПИВО, ЕДА, МОРОЖЕНОЕ (Москва)

Автор концепции Александр Раппопорт

Шеф Светлана Сурсикова

КАФЕ ДЕ САЛЮТ/CAFÉ DE SALUT (Тюмень)

Автор концепции и шеф Ася Безбородова

МЕНТАЛИТЕТ (Москва)

Автор концепции Команда «Менталитет»

Шефы Кирилл Кондратьев и Руслан Кантюков

МОРЕ (Сочи)

Автор концепции и шеф Александр Вяхерев

МОРСКОЙ (Сочи)

Автор концепции и шеф Илья Захаров

ОКЕАН КАФЕ (Москва)

Автор концепции CHIEF Restaurants

Шеф Сергей Колпаков

СМОРОДИНА (Самара)

Шеф Ян Давиденко

СОЙКА (Ставрополь)

Автор концепции Ксения Калинина

Шеф Станислав Буханов

ФЮНАМБЮЛЬ (Санкт-Петербург)

Автор концепции Александр Яновский

Шеф Денис Морин

ХАРИЗМА (Самара)

Автор концепции Евгений Реймер

Бренд-шеф Марк Стаценко. Шеф-повар Вячеслав Уржунцев

BAR DOT (Москва)

Авторы концепции Анатолий Ляпидевский и Евгения Турейкис

Шеф Андреа Галли

ВЕЕРОКРАТИЯ (Самара)

Автор концепции Евгений Реймер

Бренд-шеф Марк Стаценко. Шеф-повар Сергей Корнев

CAFFE MANDY'S (Москва)

Авторы концепции Андрей Михеенков, Ксения Механик, Дмитрий Пензин

Шеф Александр Ермаков

CHEF (Пермь)

Автор концепции и шеф Константин Поспелов

COPPER (Калининград)

Автор концепции Евгений Прокопчик

Шеф Павел Питецкий

EIWA (Москва)

Авторы концепции Роман Ковальчук, ресторанная группа Albergo group

Шеф Алина Лященко

GEM (Москва)

Автор концепции Анастасия Шмелёва

Шеф Андрей Вальков

MY RECEPT BOUTIQUE (Махачкала)

Автор концепции Хадижад Умаханова

Шеф Юлия Дворецкова

OGNIVO (Санкт-Петербург)

Автор концепции Андрей Перцев

Шеф Игорь Обрезков

ORGANIKA SIBERIAN LUXURY BAR (Москва)

Автор концепции Organika SLB

Шеф Кирилл Светлаков, бренд-бармен Владимир Колганов

PICCO (Москва)

Автор концепции Александр Затуринский

Шеф Антон Клетаров

PIONER CAFE (Ялта)

Автор концепции First Restaurant Group

Шеф Антон Ходырев

PREMIUM BAKERY ANDRE (Оренбург)

Авторы концепции Александар и Лилия Андреич, ресторанная группа Andrejic Brand

Шеф Александар Андреич

SCAMPI TRATTORIA (Москва)

Авторы концепции Андрей Четвертнов, Денис Стрельсон

Шефы Андрей Четвертнов и Артем Лукьянов

SEAZON (Набережные Челны)

Автор концепции Лилия Шеина

Шеф Станислав Штин

SERTA (Москва)

Авторы концепции Арчил Нергадзе, Анна Морозова

Шеф Ярослав Иншаков

THE 312 (Москва)

Шеф Даниил Калюжин

THE MAD COOK НА МОРЕ (Ялта)

Автор концепции Максим Волков

Шеф Олег Гурин

THUNNUS (Санкт-Петербург)

Автор концепции Елизавета Александрова

Шеф Александр Маслов

VIEW (Москва)

Авторы концепции Тимофей и Виктория Ивановы

Шеф Денис Иванов

ГАСТРОЭКСПАТЫ

Основа концепции – более или менее аутентичная иностранная национальная кухня, в российском исполнении

БОЛЬШОЙ ГРУЗИНСКИЙ (Екатеринбург)

Автор концепции Кирилл Шлаен, компания «CENTER – рестораны Кирилла Шлаена»

Шеф Иван Орлов

МЗИУРИ (Москва)

Автор концепции Ресторанный холдинг Gourmet Alliance

Шеф Валерий Мачавариани

АДЖИКИНЕЖАЛЬ (Новосибирск)

Автор концепции Олег Ионко

Шеф Александр Витюгов

БОНЖУР ТУЖУР (Москва)

Автор концепции Ольга Андреева

Шеф Александр Ерин

БУРКА (Ростов-на-Дону)

Автор концепции Гаджи Зулумханов

Шеф Андрей Родоманов

РИВЬЕРА (Москва)

Автор концепции Дмитрий Хашба

Бренд-шеф Эка Джикия, шеф Владимир Петренко

ТБИЛССИМО (Владивосток)

Авторы концепции Павел Куксов, Ирина Авруцкая

Шеф Илья Круподёров

BLUEFIN (Москва)

Автор концепции Артем Асланян

Шеф Сантьяго Торрихос

BRUXX (Санкт-Петербург)

Авторы концепции Михаил Соколов и Тимур Дмитриев, сооснователи italy&co ИталиэндСо

Бренд-шеф Иван Лучкин

CALDO (Нижний Новгород)

Авторы концепции Александр Сурин, Дмитрий Степанов, Марина Ладыгина

Шеф Дмитрий Степанов

CASPIAN (Москва)

Автор концепции Ginza Project Гинза Прожект
Шеф Бахтияр Алиев

CHOCLO BAR & RESTAURANT (Екатеринбург)

Автор концепции Юрий Пахомов, Иван Захаров, Евгений Арапов

Шеф Данил Машенко и Денис Колногородов

SOBA HAND ROLL BAR (Москва)

Автор концепции Анна и Никита Татаевы

Шеф Олег Шин

FELICITA (Тверь)

Автор концепции Владимир Сергеев, Chemodan Group

Шеф Кирилл Мазуров

HANDS ASIAN (Москва)

Автор концепции и шеф Вячеслав Казако

NIJI IZAKAYA-BAR (Нижний Новгород)

Авторы концепции Антон Тихий, Екатерина Зайдес

Шефы Антон Тихий и Фатима Салех

MINA (Москва)

Автор концепции Арам Мнацаканов

Шеф Гузель Мухаметдинова

OSTERIA DI MARE (Москва)

Автор концепции Ольга Зенкова

Шеф Кирилл Филимонов

REZZO (Сочи)

Автор концепции Георгий Хвистани

Шеф Дмитрий Гаврилов

ROMBUS (Москва)

Концепция Альберт Александрянц

Шеф Ринат Ярхамов

SINGAPURA (Владивосток)

Автор концепции Kuksov Group

Шеф Виктор Головин

TACO MAGO (Екатеринбург)

Авторы концепции Светлана и Александр Краснонос, Елена Бачинина, Роман Сергеев

Шеф Роман Сергеев



ЛОКАЛ +

Концепции, основанные на локальном продукте, традиции потребления или способе производства

ДАЧА (Тюмень, деревня Дударева)

Автор концепции Ресторанная компания "МаксиМ"

Шеф Ксения Вахрушева

ДОМ ВУ RAKUSA (Хабаровск)

Автор концепции Роман и Мария Ракуса

Шеф Рустам Тангиров

МУЛЬТИФОРМАТ

Многофункциональные заведения

ПОКОЛЕНИЕ (Москва)

Авторы концепции Дмитрий Зыков, Валерия Семькина

Шеф Глеб Гайгер

СТРОГОВ (Нижний Новгород)

Автор концепции Strogov team

Шеф Андрей Лодыгин, шеф-кондитер Валерия Бозиянц

ФУДМАРКЕТ ESTORY (Екатеринбург)

Авторы концепции Торговый центр Гринвич, Dream Team Event, Center – Рестораны Кирилла Шлаена

CRUISE BY KUZNYAHOUSE (Санкт-Петербург)

Автор концепции команда KUZNYAHOUSE

Шеф Руслан Закиров

FLÂNER+FONOTECA (Москва)

Автор концепции Команда проекта Ess-Thetik
Шеф Эли Штейн

НАРЫМ (Томск)

Авторы концепции Ольга Дусар, Владислав Ли
Шеф Владислав Ли

ОСИП ТЕРЛЕЕВ (Омск)

Автор концепции Юрий Чашин

Шеф Олег Мамонтов

MISHKA (Село Паратунка, Камчатский край)

Автор концепции FANTALIS

Шеф Сергей Сотников

SEASON (Калининград)

Авторы концепции Дмитрий Акулов, Павел Борисенко

Шефы Карпуков Вадим и Павел Борисенко

KITCHEN AT PINE CREEK GOLF RESOR (Екатеринбург, Кашино)

Автор концепции Никола Павлович (KITCHEN family)

Шеф Сергей Мирошников (Мирон)

LILA ГАСТРО-ОСОБНЯК (Москва)

Автор концепции Ресторанный холдинг Галактиона и Элины Табидзе

Шеф Режис Тригель

MERLION DINE&COCKTAILS (Москва)

Автор концепции Василиса Волкова, партнер холдинга "С. И. Д. Р. Групп"

Шеф Николай Бакунов

MR. PINKY (Санкт-Петербург)

Авторы концепции Placebo-25

Шеф Игорь Аликов

NELLA FORESTA (Подмосковье)

Авторы концепции команда Vishnu Banya Resort

Шеф Евгений Цой

FOOD&WINE

Оригинальный подход к винной карте плюс небанальные гастрономические или развлекательные опции

КВАРТИРА 98 (Саратов)

Авторы концепции Алена Бородина, Мария Шилова, Наталия Курчугина

Шеф Алена Бородина

GRAIN (Санкт-Петербург)

Автор концепции Екатерина Ребенко, Илья Смирнов

Шеф Леонид Стерник

GRECCO (Санкт-Петербург)

Авторы концепции Марк Лапин, Алена

Мельникова

Шеф Леонид Иванов

JOLLY WINE&FOOD (Ростов-на-Дону)

Автор концепции Денис Завалишин

Шеф Сергей Хрхрян

MAIN WINE (Хабаровск)

Авторы концепции Анастасия Саприна, Михаил Шевчишин

Шеф Илья Кожевников

RIESLING BOYZ (Москва)

Авторы концепции Дмитрий Левицкий и Гоша Карпенко

Шеф Ольга Морозенко

БАР +

Места с оригинальным подходом к алкоголю, барной карте или самому формату бара

ВИНАГА (Москва)

Авторы концепции: Антон Коробов, Светлана Богинская

Шеф-бармен Антон Коробов

ЗОРИ (Москва)

Авторы концепции Анастасия Турусова и Роман Ковальчук

Шеф Максим Болтов

КНОРОЗОВ БАР (Москва)

Автор концепции Армен Фирджанов

Шеф Дмитрий Кишов

СОСКY'S IRISH PUB (Москва)

Автор концепции Сергей Гаспаров

Шеф Дмитрий Лобанов

EL CHARO (Санкт-Петербург)

Автор концепции «Феодальная Сеть Баров»

Шеф Максим Гоголь

ESCOBAR (Москва)

Авторы концепции Евгений Комаров, Диана

Комарова, Владислав Стуклов

Шеф Павел Федотов

FEST BAR (Москва)

Автор концепции Сергей Гаспаров

Шеф Дмитрий Лобанов

INSIDER BAR (Москва)

Автор концепции Ресторанный холдинг Галактиона и Элины Табидзе

Шеф Андрей Титов

LA VIE AQUATIQUE (Москва)

Авторы концепции Василиса Волкова, партнер холдинга «С. И. Д. Р. Групп» и Андрей Корнилов, шеф-бармен «С. И. Д. Р. Групп»

Шеф Николай Бакунов, шеф-бармен Андрей Корнилов

N.S BAR (Уфа)

Авторы концепции Никита Щербацкий, Эдуард Юшков, Игорь Нагаец

Шеф Эдуард Юшков

YOLO (Москва)

Автор концепции Георгий Погосов

Шеф Антон Ивницкий

CHEFS PLACE

Вечерние или повседневные гастрономические места с ярко выраженной авторской кухней или шефскими экспериментами

ГВИДОН (Москва)

Автор концепции White Rabbit Family Бориса Зарькова

Бренд-шеф Владимир Мухин, шеф-повар – Анатолий Казаков

Л.Е.С. (Москва)

Авторы концепции Руслан Стеколыщиков, Андрей Колодяжный

Шеф Андрей Колодяжный

ОЧЕРЕДЬ (Краснодар)

Автор концепции и бренд-шеф Андрей Матюха

Шеф-повар Ренат Царицанский

ARTEST (Москва)

Авторы концепции Аркадий Новиков и Артем Естафьев

Шеф Артем Естафьев

AVA (Москва)

Авторы концепции Антон Пинский, Артем Лосев, Виталий Истомин

Бренд-шефы Артем Лосев и Виталий Истомин

BIOLOGIE (Подмосковье, село Ильинское)

Автор концепции и шеф Екатерина Алёхина

GRACE BISTRO (Москва)

Авторы концепции Дина Хабирова, Виталий Шиманский, Владимир Чистяков

Бренд-шеф Владимир Чистяков

MINERALS (Санкт-Петербург)

Автор концепции Национальная ресторанный премия WhereToEat

Шеф Валерий Горинов

NEO RESTAURANT BY ALEXANDER FINK (Уфа)

Авторы концепции Александр Финк, Олеся Андрищенко

Шеф Александр Финк

NIKI (Москва)

Авторы концепции Богдан Панченко и Иван Кукарских

Бренд-шеф Дан Мирон. Шеф-повар Александр Шуба

ONEST (Москва)

Автор концепции Аркадий Новиков и Мирко Дзаго

Шеф Мирко Дзаго

OLLUCO (Москва)

Автор концепции Вирхилио Мартинес

Шеф Никанор Вейра

RAVILION ПРУД ПАТРИКИ (Москва)

Автор концепции Александр Раппопорт

Шеф Ульяна Суздалкина

TOUCH CHEF'S PLACE & BAR (Москва)

Автор концепции Touch Group

Шеф Никита Кузьменко



Шоу-программы и концерты в ресторане. Риски и преимущества



Владислав Евдокимов – основатель компании по аудиту и консалтингу «Evdokimov group», поделился тонкостями и нюансами проведения концертов и шоу-программ в ресторане.

Чтобы привлечь гостей в ресторан, повысить его рейтинги и уровень дохода, достаточно организовать интересную шоу-программу или концерт со знаменитостью, чьи хиты крутятся на популярных радиостанциях. Однако, как сделать это правильно в рамках формата заведения, заработать денег и при этом не обжечься о компании, злоупотребляющих доверием? Давайте разбираться подробно...

Зачем ресторану концертная программа?

В ресторанном бизнесе большая конкуренция. И сейчас для развития нужно делать особый упор на таргетинг аудитории. Только узнав интересы людей, можно понять, какой продукт они хотят получить в ресторане. Любой событийный маркетинг провоцирует приток гостей. А живые концерты и выступления артистов – это сбор целевой аудитории в ресторане. Для ресторатора это неплохая возможность прорекламирровать и продать свой продукт.

Как выстроить правильную стратегию?

Здесь в игру вступает механизм простой экономики. Стоит определиться с количеством посадочных мест, с локационной историей целевой аудитории. Поэтому для начала нужно обратить внимание на близлежащие районы, попробовать пригласить людей, проживающих в домах, которые расположены рядом с вашим заведением. Это поможет понять конкурентные преимущества ресторана с позиции кухни и другие потребности гостей. Если по итогу проведенного исследования ресторан посещают в основном представители молодой аудитории, то стоит организовывать



концерты популярных молодежных групп. Если же в ресторан приходит более взрослая публика, то нужно задуматься над выбором артистов, подходящих для данной категории гостей. Но не всегда в ресторанном бизнесе можно заработать денежные средства с продажи билетов. Если мероприятие спонсорского характера, то большую часть гонорара приглашенного артиста оплачивает сам партнер. Тогда можно говорить о выгоде.

Что привлечет новых гостей?

Обычная шоу-программа, в которой принимают участие не знаменитые артисты, вполне подойдет для культурного отдыха постоянных гостей. Если речь идет об именитых артистах, то в этом случае сами звезды привлекают своих гостей в заведение, благодаря чему ресторан получает новых посетителей. За счет бренда артиста и его широкой аудитории поднимается и бренд ресторана. Выступление знаменитости меняет отношение к заведению в лучшую сторону, повышает его рейтинги. В определенном смысле, это отличный маркетинговый ход. Но его применение на практике не всегда может принести доход ресторану. Нужно стараться привлекать к сотрудничеству тех артистов, которые могли бы выступать за доступные гонорары, чтобы ресторан не только не ушел в минус, а мог еще и получить



доход. Во всем нужен баланс, золотая середина.

Как окупить шоу-программу?

В вопросах окупаемости концерта нужно отталкиваться от артиста. Если заведение позволяет собрать большое количество гостей, то можно акцентировать внимание на недорогих билетах и делать дополнительные депозиты с продажи блюд. Таким образом можно получить доход за счет наценки на еду.

Имеет ли смысл?

Если ресторан расположен в спальном районе, славится вкусной, качественной едой и доступными ценами, то проводить шоу-программы не имеет смысла. Шоу-программы нужны в качестве дополнительной динамики для привлечения аудитории для заведений с более высоким средним чеком. В качестве шоу-программы подойдет живая музыка, организация караоке, проведение концертов с артистами эстрады.

Какова цена вопроса?

Не всегда гонорары артистов являются большей частью затрат. Самые большие деньги съедаются на райдерах, включая перелет, проживание, питание, транспорт, аренду звукового оборудования, проведение рекламной кампании. Тут нужно быть крайне внимательным и аккуратным, чтобы не уйти в минус. Нужно четкое понимание того, на какую целевую аудиторию вы работаете, что гость получит по итогу: отличный сервис, необычное блюдо или имиджевую составляющую.

Очень важно определиться и с форматом мероприятия. Например, инструментальная живая музыка подойдет для женской аудитории, популярные артисты – для любителей повеселиться или что-то отпраздновать.

В чем заключаются факторы риска?

Организация концертов всегда подразумевает риски. Очень важно понимать, с кем вы сотрудничаете. Не исключены факты мошенничества, когда вы перечисляете предоплату, а артист на концерте не появляется.

Здесь также важно провести концертную программу на высоком уровне. Чтобы по итогу гости остались довольными, репертуар лучше обговаривать заранее. Важно, чтобы артист не уходил в новую программу, поскольку гости пришли за хитами. В качестве дополнительных гарантий можно заранее записать видеоролик с презентацией артиста, провести промоушн предстоящего концерта.

Нужен ли в штате арт-директор?

Если у ресторана есть финансовая возможность, то почему бы



не взять грамотного арт-директора в штат? Хотя по факту задачи арт-директора закрывает арт-менеджер – человек, который уделяет внимание артисту, умеет правильно взаимодействовать с ним. Как правило, артисты – натуры творческие и очень тонкие, которые реагируют на те или иные договоренности по-своему. Арт-менеджеры очень изящно, учтиво и лояльно подходят к артисту, не допускают недопонимания и имеют навыки быстрого урегулирования вопросов, которые могут возникнуть в процессе сотрудничества.

Выгодно ли сотрудничество с продюсерским центром?

Сотрудничество с продюсерскими центрами и агентствами иногда эффективно. Выкупив квоту на мероприятие у продюсерской компании можно понизить ее стоимость, а артиста выгодно предлагать на корпоративы или другие события развлекательного характера. Однако здесь важно найти артиста, который не только работает качественно, но и собирает людей по энергетике. Бывает так, что артист популярный, а люди не довольны его выступлением. Негатив со стороны аудитории автоматически переходит на ресторан, понижая впечатление о заведении в целом.

Как правильно подойти к организации развлекательных мероприятий?

Чтобы организовывать шоу-программы на банкетах, корпоративах и других мероприятиях, ресторану нужно иметь свою программную службу, которая обеспечит заведению дополнительный доход, сервис, при этом будет работать в режиме самокупаемости за счет предоставляемых услуг. Благодаря этому условию у заказчика возникнет определенное доверие к ресторану, и он получит возможность закрыть свои потребности в режиме одного окна. Например, для него будет выгодно, если к организации свадебного или корпоративного банкета он на месте получит ведущего, артиста, аниматора и все необходимое для достойного комплексного мероприятия.

Что предлагает Управляющая Компания?

Наша Управляющая Компания поможет расписать концепцию любого мероприятия. Нами проведено более 300 концертов различного формата. Мы сотрудничаем со многими артистами, которые по энергетике собирают людей и уже имеют свою целевую аудиторию, поклонников своего творческого жанра. Наши специалисты всегда готовы проконсультировать потенциальных заказчиков и оперативно дать обратную связь. Мы также можем предоставить контакты продюсерских центров и агентств, с которыми мы работали. Так что, обратившись к нам, вы исключите риски и не обожжетесь.



evdokimovgroup.ru



Александр Журкин: «Качество и стабильность на все времена»

Александр Журкин – шеф-повар, телеведущий и управляющий директор кафе «Пирогви Вино и Гусь», что расположен на Цветном Бульваре в Москве – частый гость нашей рубрики, с которым всегда приятно беседовать на профессиональные темы. И сегодня мы пригласили его, чтобы поговорить о последних событиях, переменах и планах на ближайшее будущее.



– Александр, первый вопрос, наверное, один из самых популярных и насущных на сегодняшний день: как переживали пандемию и отразились ли «карантикулы» на деятельности кафе?

– В целом жизнь ресторана не изменилась. Были трудные моменты и в моральном, и в финансовом плане. Когда отвечаешь не только за кухню, но и за заведение в целом и за персонал в частности, то нет времени на долгие размышления. Приходится искать всевозможные выходы из сложившейся ситуации и принимать решения, наиболее оптимальные на данный момент. В целом я доволен результатом: несмотря ни на что, нам удалось удержать весь коллектив. Сейчас все продолжают работать в обычном режиме, всё движется и живет дальше. Кроме того, во время пандемии мы занимались полезным делом: нам удалось сделать в заведении ремонт. И в скором времени заведение «Пироги Вино и Гусь» перейдет из кафе в статус ресторана.

– Многие рестораны во время пандемии перешли на доставку. Практикуется ли данный тренд в Вашем заведении?

– Для многих переход на доставку стал выходом из сложившихся рамок, в которые загнали ресторанный бизнес. Мы тоже стали немного торговать на доставку. Правда, это не дало большого развития, прибыли, но все же позволило удержать позиции.

– Александр, некоторые блюда из доставки «Пироги Вино и Гусь» приятно удивили подходом и профессиональным взглядом на ресторанные блюда в домашней обстановке. Как пришла идея создания блюд-конструкторов?

– Такие блюда, как пицца, роллы, пироги при доставке не теряют формы и остаются красивыми. Блюда, которые собираются на тарелке в ресторане, невозможно довести до заказчика в первозданном виде. Теряется внешний эстетизм, качество и т.д. Взять, к примеру, салат, который поливается сверху соусом при подаче, или гусиную ножку «Конфи» с соусом и гарниром. Такие блюда сложно транспортировать. Поэтому мы придумали «конструкторы» специально для того, чтобы сохранить продукт, его вид, свежесть и оставить отличное впечатление о кухне ресторана. Смысл в том, что каждый ингредиент блюда мы упаковываем в вакуум и приезжает к заказчику в достойном виде. Ему остается лишь собрать блюдо или немного доготовить, согласно прилагаемой инструкции. Таким образом, любой желающий может получить ресторанный блюдо, насладиться его свежестью, вкусом и эстетикой дома. Блюдо-конструктор удобно и тем, что его можно приготовить как через 3–4 часа, так и на следующий день. Ингредиенты в вакууме не потеряют качественных характеристик, останутся такими же вкусными, ароматными и свежими, как в момент упаковки.





– Александр, на телеканале МИР 24 вы ведете кулинарные шоу «Как в ресторане», «Дорогой дальнею», где Вы расширяете кулинарные горизонты телезрителей, раскрываете секреты региональной кухни и т.д. Есть ли в планах новые гастрономические проекты?

– В этом году на том же телеканале мы запустили новую кулинарную передачу «Будь! Готовь», где мы готовим простые блюда из доступных продуктов. Идея заключается в том, чтобы показать аудитории, что даже из привычных на первый взгляд ингредиентов можно приготовить красивое, вкусное блюдо. Главное, все делать с фантазией и подходом.

– Александр, как удается совмещать и работу в ресторане, и на телевидении? Удастся ли отдохнуть в тихом семейном кругу?

– Свободного времени, на самом деле, не так много. Выходные дни, которые выпадают в ресторане, я посвящаю телевидению. Но мне это нравится. Это помогает разнообразить жизнь, отвлечься от дел.

– Многие рестораны для привлечения гостей подхватывают европейские тенденции: удивляют фантастической подачей блюд, превращают трапезу в гастрономическое шоу, из блюд делают настоящие аттракционы и т.п. Существует ли нечто подобное в Вашем заведении?

– «Пироги Вино и Гусь» – более консервативное заведение,





куда гости приходят вкусно поесть, отдохнуть, провести вечер или деловую встречу в спокойной приятной обстановке. Мы стараемся уделять особое внимание качеству меню, вкусу и ароматике блюд, подбору качественного вина под определенные блюда. Как правило, гости всегда возвращаются за хорошей, стабильно вкусной едой. Наша первостепенная задача – сохранить качество и стабильность во все времена. Мы периодически обновляем меню, добавляя сезонные мотивы, включаем гастрономические сетсы, чтобы гость смог продегустировать несколько блюд за приемлемую стоимость. Еда, на мой взгляд, это не аттракцион, а скорее, удовольствие для тела и души, которое нескучно повторить.

– Александр, чтобы Вы могли пожелать новому поколению поваров, которые мечтают стать шефами?

– Как говорится, плох тот солдат, который не мечтает стать генералом... Главное, иметь внутренний огонь, желание и стремление достичь профессионализма. А для этого нужно много трудиться, нарабатывать фундамент приготовления блюд, не пренебрегать классикой в угоду новомодных трендов, интересоваться кухнями народов мира и, конечно же, много путешествовать для того, чтобы расширять свои гастрономические возможности.

Лиана Бергер.



Крафтовый креатив для ресторанов

«Горьковская пивоварня» начала варить для NoReCa

В Нижнем Новгороде, в рамках бизнес-тура для рестораторов и журналистов, состоялась презентация двух сортов из экспериментальной линейки «Горьковской пивоварни», сваренных специально для ресторанов. Участники тура получили возможность узнать из первых рук как устроена Горьковская пивоварня и её гастронаб, попробовать различные сорта крафтового пива прямо на месте его производства и принять участие в специальном дегустационном ужине.



Игорь Майоркин,
генеральный директор компании
«Хоппи Юнион»

Проект стал результатом работы Ассоциации рестораторов Нижнего Новгорода и компании «Хоппи Юнион», частью которой является «Горьковская пивоварня». Объединив усилия, команде проекта удалось создать два сорта, которые способны стать визитной карточкой города:

· **Cherry Ale City of sunset.** Такое романтическое прозвище получил Нижний Новгород за неповторимые по своей красоте закаты. Именно в это время небо играет всеми оттенками солнечного спектра, из которых пивоварам больше всего по душе красновато-вишневый, который напоминает сладкий этот вишневый эль. Сваренный с добавлением вишневого сока, он имеет в аромате тонкие оттенки спелых ягод и вишневой косточки. Крепость сорта – 7%, плотность – 18%, горечь – 10.

· **Winter Ale East & West.** Этот сорт пивовары решили посвятить Нижегородской ярмарке. Именно здесь встречались две цивилизации – строгий и сдержанный Запад и необузданный и импульсивный Восток. Так появилась идея соединить пиво с восточными сладостями и пряностями, напоминающими о тех далеких временах. Полутемный и плотный эль сваренный с добавлением пахлавы и жареных фисташек, имеет приглушенные ноты лимонной цедры и ванили в аромате, мягкую бархатную текстуру. Крепость сорта – 7%, плотность – 17%, горечь – 15.

Знакомство с новинками, при создании которых пивовары вдохновлялись Нижним Новгородом, было невозможно без соответствующего гастрономического сопровождения. Команду проекта поддержало литературное кафе БЕЗУХОВ и шеф-повар заведения Александр Голышев. Гостям предложили пять подач

уникальных блюд волжской кухни, к каждой из которых «Горьковская пивоварня» подобрала сорт из своей линейки. Благодаря правильному сочетанию удалось раскрыть грани напитков и блюд.

Во время презентации Генеральный директор компании «Хоппи Юнион» Игорь Майоркин особенно отмечал чувства, которые вызывает продукт: «Эти сорта созданы специально для Нижнего Новгорода, они пропитаны его историей и красотой. Каждая бутылка несёт в себе частичку Нижнего и способна подарить человеку незабываемые эмоции, которые он заберёт с собой, ещё долгое время вспоминая город, заведение и момент, когда он впервые попробовал этот уникальный продукт.»

Вечер закончился под теплые звуки винила от одного из самых популярных диджеев Нижнего и под аккомпанемент уникального Рождественского Эгнога, сделанного на основе Winter Ale и пивного мороженого. «Горьковская пивоварня» не могла отпустить гостей без подарков, а их восторженные отзывы стали лучшей наградой для команды проекта.

В рамках данного проекта представители «Горьковской пивоварни» дали старт новой инициативе: вместе с коллегами по HoReCa они готовы разрабатывать и производить уникальные фирменные сорта для ресторанов, отелей и других площадок на заказ, развивая гастрономическую культуру и знания в сочетании пива и еды не только в Нижнем Новгороде, но и в других регионах страны.



Игорь Карапетян: «Государство должно поддержать рестораторов и дать им свободу от ограничений»



Развитие жизни порой происходит по непредсказуемому сценарию: никогда не знаешь, какая сюжетная линия ждет за поворотом, куда приведут творческие порывы Главного Режиссера... История героя нашего интервью заставляет задуматься о вечном, культурном, настоящем. Игорь Карапетян. Когда-то Игорь Спартакович был успешным бизнесменом, руководил департаментом инновационных технологий ФРИО и профессионально занимался решением множества задач сегмента HoReCa. Вот уже несколько лет о его жизни и карьере ничего не слышно. Случайная встреча с бывшим ресторанным деятелем на главной выставке сферы гостеприимства PIR EXPO-2021 помогла найти ответы на многочисленные вопросы.

– Игорь Спартакович, почему Вы покинули сферу ресторанного бизнеса?

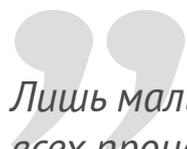
– Иногда выбор жизненного пути от нас не зависит. Так сложилось, что после окончания Богословского факультета Московской Духовной Академии, я отошел от мирских дел и стал церковнослужителем. Эти изменения я называю Божьим промыслом. Перемены пошли только на пользу. Нет чувства сожаления, чего-то потерянного или упущенного. Напротив, присутствует ощущение стабильного динамического развития.

– Общий настрой участников PIR EXPO и курс на развитие, несмотря ни на что, вселяет уверенность. Однако интересно взглянуть на проблемы глазами наблюдателя. Каковы Ваши впечатления от выставки и настроений участников с позиции бывшего эксперта, а ныне гостя?

– ПИР показал, что сфера гостеприимства не собирается сдаваться и находится в боевом состоянии. У нас есть качественные продукты, стабильные поставки. Главное, не мешать движению вперед, не тормозить развитие. И HoReCa сама себя возродит и поставит в ряд с ведущими ресторанными державами.

– Как по-Вашему, какие действия сейчас необходимо предпринять, чтобы выйти из кризиса?

– Ресторанный бизнес сейчас как никогда нуждается в понимании и поддержке со стороны государства. Поэтому, в первую очередь, необходимо наладить диалог с органами власти. У нас весьма предприимчивые и грамотные рестораторы, талантливые повара. Проблема в том, что у государства нет понимания ресторанного дела как бизнеса, как с ним обходиться и способствовать его прогрессу. Это стало особенно явно, когда в отношении ресторанов были приняты не очень разумные решения в плане ограничений, которые



Лишь малый процент всех процессов отводится механизации. Сфера с технической точки зрения весьма консервативна.

значительно подорвали «экономическое здоровье» всей отрасли гостеприимства.

– Пандемия указала на слабые отрасли экономики, нуждающиеся во внимании. Игорь Спартакович, как по-Вашему, как должны реагировать органы государственной власти на сферу гостеприимства, чтобы не только преодолеть трудности, но и помочь развитию?

– Рестораторов должны не просто слушать, а слышать, понимать, поддерживать и, конечно же, не мешать их развитию. Сфера гостеприимства, и ресторанный бизнес в том числе занимает большую часть экономики, имеет свои профессиональные тонкости и нюансы, с которыми наверху должны считаться, чтобы ее не потерять.

– Игорь Спартакович, какие именно особенности и тонкости ресторанного бизнеса Вы имеете в виду?

– Огромную роль в гостеприимном бизнесе играет человеческий фактор. Лишь малый процент всех процессов отводится механизации. Сфера с технической точки зрения весьма консервативна. Она держится на профессионалах, людях, живом общении, и до призрака пандемии обеспечивала население дополнительными рабочими местами, достойной оплатой труда, тем самым способствовала развитию внутренней экономики страны. Сейчас – очередь государства поддержать рестораторов, дать свободу от ограничений, сократить уровень безработицы, который значительно возрос в пандемию.

– А что вы думаете о новом тренде – развитие региональной кухни?

– Пожалуй, это одна из актуальных тем, затронутых на ПИРе. Данный сегмент ресторанного бизнеса имеет все предпосылки занять свою нишу в условиях грамотного подхода не только в Москве, Санкт-Петербурге и Казани, но и в других регионах России. Региональная кухня основана на богатой местной истории, традициях. Повышая культурный уровень населения, мы растем экономически.

– Игорь Спартакович, в продолжение темы региональной кухни, что необходимо для ее гармоничного и стремительного развития, как по-Вашему мнению?

– Развитие региональной кухни невозможно без локального продукта, иначе кухня превратится в нечто неопределенное, безликое. Поэтому органы власти должно шире и глубже смотреть на проблемы отрасли фермерского хозяйства, делать упор на ее восстановление, возрождение, а теперь уже создание местных, качественных, конкурентоспособных продуктов с целью сделать ресторанный бизнес максимально

рентабельным, как в других цивилизованных, экономически развитых странах Европы и Запада.

– Если говорить об облике и концепции российских ресторанов сегодня, каковы Ваши общие впечатления?

– Современные рестораторы делают правильное патриотичное дело, превращая местные забегаловки в красивые, стройные заведения, создают систему и культуру питания, пропагандируют нормальное потребление вина... На данную тему сразу вспомнилось, как мы с Игорем Олеговичем Бухаровым посетили колледж поваров в Финляндии. И были удивлены тому, что в процессе обучения учащимся дают пробовать вино с целью привить культуру потребления алкогольных напитков. Причем это политика государства, которая ведет к тому, что человек должен распробовать напиток, понять его смысл, почувствовать красоту именно в подростковом возрасте. Вино превращается в зло, если его только лишь запрещать. Но если научить правильно им пользоваться, то оно приобретает научно-эстетический смысл, основанный на истории, вкусе, аромате, и даже пользе для организма... У нас такую пропаганду возможно сделать только через рестораны, но с поддержкой государства и сферы образования, где алкогольная культура будет прививаться молодежи на высоком уровне, передаваться следующим поколениям с учетом норм, стандартов и лучших мировых традиций.

– Игорь Спартакoвич, сейчас Вы далеки от бизнеса и ресторанной жизни, но все же ничто человеческое и мирское Вам не чуждо. Если исключить «игру в локдаун», как часто Вы посещаете рестораны? И, как по-Вашему, какая главная задача стоит перед современным ресторатором?

– Интерес к ресторанной теме возник еще в студенческие годы. Всегда любил вкусно поесть, хотя и в последнее время не так часто посещаю рестораны. Не секрет, что чрезмерная и беспорядочная еда – это не что иное, как страсть чревоугодия, а страсти, как водится, всегда заманчивы, но последствия их далеко не полезны как для духовного, так и для телесного здоровья человека. Мы так устроены, что одни из самых ярких впечатлений и эмоций мы получаем от культуры и эстетики еды. Люди должны ходить в рестораны не для того, чтобы набить желудок, а с целью приятно провести время, испытать положительный опыт, снять стресс, вернуть нормальное положение духа, поесть вкусно, качественно, красиво и полезно... А задача ресторатора заключается именно в том, чтобы профессионально преподнести гостю всё это. При таких условиях все будут довольны, успешны и счастливы».

Интервью подготовила Лилиана Бергер.

”
Современные рестораторы делают правильное патриотичное дело, превращая местные забегаловки в красивые, стройные заведения, создают систему и культуру питания, пропагандируют нормальное потребление вин

A middle-aged man with grey hair, wearing a white long-sleeved shirt and blue jeans, stands in front of a dark wooden cabinet with glass doors. He has his hands in his pockets and is looking directly at the camera with a slight smile. The background shows shelves with various items, including a box labeled 'C-Gate'.

Леонид Гарбар:
*«Петербургская кухня
имеет все шансы быть
представленной миру!»*

Любая национальная кухня является достопримечательностью своей страны, формируя её традиции и составляя её наследие. Леонид Гарбар, почётный консул Португалии в Санкт-Петербурге и вице-президент Федерации рестораторов и отельеров России, знает и любит и русскую, и португальскую кухни, которые в полной мере отражают историю своих стран, изменяясь и совершенствуясь вслед за развитием государства. Поэтому, по его наблюдению, в любой стране мира своя кухня является тем, чему государство придает значение, развивает и дотирует, если это необходимо. «Холит, лелеет и возвращает!» – говорит он. Леонид Петрович рассказывает журналу «Ресторановед», как португальцы умеют продвигать национальные блюда в своей стране и продавать их всему миру, и размышляет, как относительно молодой Санкт-Петербург может перенять их опыт.

ВЕРНЫЙ ДРУГ ПОРТУГАЛЬЦЕВ

– Леонид Петрович, какова роль португальской кухни в культуре и бизнесе этой страны?

– Они связаны напрямую. Возьмём самый уникальный продукт, которым является, конечно, бакаляу – распластованная сушёно-вяленая солёная треска. Когда мне её впервые предложили попробовать, я отнесся к ней несколько предвзято: солёная, сушёная – звучит не ахти. Но это очень вкусно! Тебе подают стейк из трески, который сохраняет и текстуру, и вкус рыбы с лёгким привкусом морской солоноватости и очень полезный. Эта треска лежит и в супермаркетах, и магазинах деликатесов. Там вообще очень много магазинов, предлагающих всевозможные португальские специалитеты, которые туристы берут как сувениры наряду с портвейном – различные сыры, разновидность хамона, копчёности, и в том числе бакаляу. Фактически ни один турист, а согласно данным Национального института статистики Португалии, в 2019 году страну посетили 22,8 млн человек, не уезжает без бакаляу, портвейна и других местных специалитетов. Пандемия, конечно, подкосила рынок, но с марта 2021 года там вновь наблюдается туристический рост: в мае количество иностранных туристов уже составило порядка 800 тыс. человек – и каждый из них покупает домой местные продукты. Уровень дохода от туризма растёт!

– Санкт-Петербург наверняка тоже может предложить туристам нашу северную рыбу!

– Но не предлагает. При этом мы сами ловим рыбу, а уникальность бакаляу в том, что треску Португалия не добывает. Она её всю импортирует из соседних государств. Но португальцам

настолько привычна эта рыба, что они называют её *fiel amigo* – «верный друг».

– *У этого продукта, наверное, долгая история...*

– Так как Португалия – страна мореплавателей и открывателей, то, конечно, для дальних путешествий им нужен был сытный и долго хранящийся продукт. Однажды я дошел до самой западной точки Португалии, которая считается самой западной точкой Европы. Это берег моря с отвесным обрывом метров в 30–40, за которым бескрайний океан – край земли! Представьте человека 14–15 века, который подходит к нему и видит: земля плоская, лежит в океане, а в океане ничего нет. И я поклонился мужеству предков, которые могли вот так уйти в неизвестность. Они ведь даже не представляли, что могут встретить! И встретят ли. Поэтому перед уходом они должны были обеспечить себя сытной белковой пищей. Из бакаляу делается множество блюд – к примеру, если его разобрать на волокна и смешать с картофельным пюре, получится паштел-де-бакаляу – рыбно-картофельные котлеты. И все эти рецепты, выверенные веками, португальцы хранят, передают по наследству – и это заслуживает уважения.

САРДИНЫ 1930 ГОДА

– *Какие еще блюда, кроме бакаляу, они продвигают?*

– Сардины, конечно. Я удивляюсь, почему у нас корюшку не консервируют, как сардины, да и в целом не особенно её продвигают? Португальцы с июня проводят различные фестивали, где обязательно жарятся сардины. Есть даже особый праздник – День жареных сардин: в любом городке или деревне, в порту и на побережье прямо на улице стоят грили, где жарятся сардины. Этот сардинный аромат преследует тебя повсюду! А сардины в банках они едят весь год. Однажды в Порто, в одном из деликатесных магазинов, где продаются съедобные сувениры, я увидел, как мне кажется, гениальную находку какого-то маркетолога. Сардинам там отведён целый этаж, и на каждой банке написан год: «1930», «1931», «1932» и так далее – до «2020». Это не год их производства, конечно, а просто год. Я взял банку со своим годом рождения, теще – с её годом, жене, сыну и брату. Эти банки стоят чуть-чуть дороже, чем обычно, но идея-то какая замечательная: мимо такой банки ни один турист не проходит!

– *Да, корюшка бы, несомненно, пользовалась успехом.*

– Это был бы хороший сувенир из Петербурга! Но для того, чтобы организовать что-то подобное, наверное, нужно очень любить свою родину и хотеть сделать здесь что-то хорошее... И власть должна это как-то развивать! У нас, к примеру, есть торт

В одном из деликатесных магазинов в Порто продаются сардины, где на каждой банке написан год: «1930», «1931», «1932» и так далее – до «2020». Мимо такой банки ни один турист не проходит: покупает сардины со своим годом рождения



«Белые ночи». И что дальше? Вот, Москва же смогла сделать торт «Москва»! А у нас торт «Ленинград» до сих пор не могут придумать, хотя есть замечательный шоколадный «Балтийский», чудесные профитроли «Мечта», но так, чтобы десерт был очевидный, броский – этого нашему городу очень не хватает.

– А в Португалии есть необычные десерты-специалитеты?

– Конечно! Например, паштел-де-ната, или паштел-де-Белен, – десерт, представителем которого я являюсь в Петербурге. У него тоже есть своя история. Белен – это городок, где стоял женский монастырь. Там разводили кур, и белки яиц использовали для подкрамаливания монашеской одежды. А куда девать желтки? И однажды повариха придумала делать из них крем, смешивая их с молоком и сахаром. Этим кремом она начиняла слоёные тарталетки и запекала: так возник паштел-де-Белен. В городке работал сахарный завод, чьи владельцы впоследствии, когда монастырь закрылся, выкупили рецепт десерта и стали его выпускать. И он стал настолько популярен, что я встречал его, например, в Японии. А сейчас с ним знакомятся и в России.

КАК ПРОДАТЬ КУСОЧЕК КОЖИЦЫ ЛИМОНА

– Среди напитков тоже есть какие-то особенные, национальные?

– Для меня был открытием очень своеобразный напиток, о котором мало кто из туристов знает, – кариока де лимао. Представьте: в чашечке для эспresso лежит небольшой слайсик корочки лимона чуть спиралевидной формы, проткнутый зубочисткой. Его заливают кипятком. Всё! Это и есть кариока де лимао, и я считаю, что это гениально! Срезаешь цедру без белой части и заливаешь кипятком. Получается чуть кисловатый напиток с лимонным ароматом. Можно заказать в чашке для эспresso, а можно в большой.

– Такая немножко обманка, нет?

– Но вкусно! Это самое удивительное. Я тоже сперва думал: «Как можно за €1,5 продать кусочек кожицы лимона?». Но это не просто кусочек кожицы. Ты получаешь ароматную, лимонного оттенка воду с очень тонким вкусом. Это традиционный национальный напиток, символизирующий теперь для меня Португалию. Я приезжаю в страну, в первый же день заказываю его, отпиваю глоток и понимаю: я здесь...

– По-видимому, для него нужен особый сорт лимона?

– Да, они достаточно большие, бугристые, толстокожие, с очень ароматной цедрой. Из традиционных напитков у них есть ещё интересный ликёр – жинжинья. Это сорт мелкой вишни, из которой делают этот ликёр, подавая его очень необычно – наливая в шоколадную чашечку, из которой его выпивают и

которой сразу же закусывают, ведь шоколад и вишня – очень хорошее сочетание.

ПЕТЕРБУРГСКАЯ КУХНЯ РОСЛА ИЗ СОЧЕТАНИЯ НЕСОЧЕТАЕМОГО

– Культура Португалии, в том числе гастрономическая, формировалась множество веков, и теперь и туристы за ней едут, и бизнес на ней держится. Почему не может стать таким же явлением петербургская кухня?

– Во-первых, ей всего 300 лет: этого мало. Во-вторых, она очень эклектична: она впитывала в себя традиции и рецепты многих кухонь – не только русской, но и финской, и эстонской, и немецкой, и многих других. А в-третьих, любая местная локальная кухня начинается с локального продукта. А продуктов, которыми славился Петербург, в том числе ресторанный, сейчас нет. Была, к примеру, гатчинская форель, которая стоила дороже осетрины, а может быть, и белуги: калиброванная рыбка, выращенная в Гатчине – в трубах, где имитировалось течение быстрой горной речки. Она шла только в рестораны и была гастрономическим брендом. Раньше этот бренд был известен, у него была своя история, традиции, легенды. А сейчас это никому не нужно. Система разведения уничтожена, форель разбежалась...

– Бизнес вряд ли сможет поднять такой проект...

– Конечно, нет: он не будет рентабельным. Это должно делать государство.

– Насколько я понимаю, петербургские блюда тоже очень часто создавались совсем не из местных продуктов, правильно?

– Например, гречневая каша с пармезаном (смеется). Гречка у нас не выращивалась, пармезан мы тоже не делали: его привозили из Италии в обозах вслед за Росси, Растрелли, Кваренги. Для них наша еда была несвойственной, и им нужно было везти с собой свои продукты – которые могут сохраниться, не потеряв своих органолептических свойств, и из которых потом можно приготовить привычные им блюда. А это прежде всего паста и пармезан! С сухой пастой ничего не будет долгое время, а пармезан вообще, чем дольше едет, тем вкуснее становится. И вот тот же Джакомо Кваренги получает в далеком от родной Италии северном городе своё любимое блюдо – пасту с пармезаном. Её приготовил повар-итальянец, которого он привёз с собой. И который нанял в помощники местных подмастерьев. А те смекнули: макароны дорогие, а гречи навалом. «Давай гречу с этим сыром попробуем?». И, совместив эти два несочетаемых продукта, получили вполне себе приличное блюдо.

– Смесь французского с нижегородским...



– Именно так! (улыбается) Потому что сыр благородный, а гречу, по словам французского посла, только скотина ест. Говорят ведь, что он к Александру I с вопросом обратился: «Скажите, а правда, что у вас гречневую кашу едят?». «Да». «А у нас гречей только скотину кормят!». На что Александр I ответил: «А у вас лягушек едят?». «Да». «А у нас даже скотина лягушек не ест», – сказал царь (смеется). Понимаете, ведь Петербург являлся городом, где совмещались различные кулинарные традиции, продукты, технологии, раз – и получалось петербургское блюдо. Залили стерлядь не стаканом шабли, как было принято, а шампанским, которого в Петербурге лилось больше, чем во всей России, потому что город был офицерским, – и пожалуйста: местное петербургское блюдо «Стерлядь в шампанском». Так что традиций у нас достаточно много.

«ПЕСТРУШКА ПО-ЛАРИОНОВСКИ» И «КАША ШТАКЕНШНЕЙДЕРА»

– Как считаете, есть ли шансы, что петербургская кухня будет представлена в наших ресторанах, чтобы о ней узнало как можно больше гостей?

– Шансы есть. Но для этого нужны правильные и последовательные действия. В 2014 году сразу несколько городских комитетов собрали пресс-конференцию по петербургской кухне.

Леонид Гарбар рассказывает, что Петербург – это город, где совмещались различные кулинарные традиции, продукты, технологии: так и возникали петербургские блюда

Эльгиз Идрисович Качаев, который был тогда председателем Комитета по развитию предпринимательства и потребительского рынка, высказал идею обратиться к самим петербуржцам, чтобы они присылали рецепты блюд, которые издавна готовятся у них в семьях. «Вот это и будет петербургская кухня!» – сказал он.

– *Идея замечательная!*

– Да, но – и я ему об этом сказал, – чтобы они постоянно нам что-то присылали, им надо постоянно об этом напоминать всеми имеющимися средствами. Говорить об этом везде и несколько раз в неделю, указывая конкретный адрес, по которому присылать рецепты. А тогда СМИ один раз написали, и на адрес пресс-службы Комитета рецепты пришли одним всплеском, так как напоминаний больше не было, и в основной своей массе не заслуживали внимания. Но в их числе пришло письмо из Гатчины, от Александра Белохвостикова. Он передал рецепты, которые находятся в его семье уже более 150 лет, – «Пеструшка по-Ларионовски» (блюдо из той самой знаменитой гатчинской форели) и «Каша Штакеншнейдера» (письмо Александра Белохвостикова с рецептами см. на стр. – Ред.). Если бы мы таких рецептов с десятков нашли – всё, вопрос был бы закрыт. Но на этом всё и остановилось, поскольку больше никто о том, чтобы присылали рецепты, не писал.

СХЕМА РАЗВИТИЯ ПЕТЕРБУРГСКОЙ КУХНИ

– *Как, по вашему мнению, следует подойти к вопросу развития петербургской кухни, чтобы оно осуществилось?*

– Прежде всего, в течение полугода или даже года мы со всего города собираем рецепты, донося эту информацию до сведения горожан всеми имеющимися средствами – с помощью Интернета, газет, радио и всех рекламных носителей, в том числе, например, рекламы в метро. Из всего присланного и принесенного некая авторитетная комиссия в лице петербуржцев, чье мнение непререкаемо, решает, какое блюдо отнести к петербургской кухне, а какое нет, потому что те, кто прислал рецепты, будут спорить, доказывая, что именно их блюдо является петербургским, и эти споры заведут всю идею в тупик.

– *А чье мнение будет непререкаемым?*

– Тех, кого знают и уважают все. Мнение экспертного совета в составе, к примеру, Михаила Пиотровского, Льва Лурье, художника Анатолия Белкина, Алисы Бруновны Фрейндлих, того же Михаила Боярского. Они посмотрят рецепты и совместно решат, какие блюда являются блюдами петербургской кухни. И это будет взвешенный и абсолютно правильный выбор. Думаю, вряд ли будет невероятное количество рецептов: дай

Бог, чтобы пришло порядка 500 – пусть 1000 – штук. И далеко не все их них будут удовлетворять условиям, которые обязательно нужно поставить: рецепт должен быть в семье не менее 100 лет; желательно, чтобы с этим блюдом была связана какая-то семейная или городская легенда; в идеале, там должен использоваться местный продукт. Вкупе три этих фактора позволяют сказать, что это петербургское блюдо. И вряд ли таких блюд наберется даже полсотни! Хорошо, если будет выбрано 20–25 рецептов. Которые можно будет передавать уже профессиональному сообществу.

– Шеф-повара начнут их готовить?

– Не сразу. Нужно, чтобы шеф-повар, являющийся профессионалом, написал на основании этих рецептов технологические и калькуляционные карты блюд. Потом к ним добавляется легенда каждого блюда, всё оформляется в небольшую книжечку и брошюруется. Таким образом будет создан рецептурный сборник блюд Санкт-Петербургской кухни, который выпускается под эгидой какого-либо Комитета, а, скорее всего, под подписью и постановлением губернатора. Это будет сборник рекомендованных рецептов блюд Санкт-Петербургской кухни, прошедших все этапы согласования. Он рассылается по всем заведениям общественного питания – для этого нужно всего 7 тыс. экземпляров – с аннотацией: «Если вы находитесь в доступной туристической локации и хотите ввести в меню ресторана блюда Петербургской кухни, то просим основываться исключительно на этих рецептах, поскольку только эти блюда являются блюдами Петербургской кухни». И шеф-повар может создать либо целую страницу таких блюд, либо одно блюдо, ссылаясь на этот конкретный сборник. Это является идеальным вариантом для большинства поваров.

– Но кто-то наверняка захочет что-то дополнить – «усовершенствовать».

– Не надо совершенствовать! Есть сборник с уже выверенными рецептами и с легендами блюд. И только эти блюда считаются петербургскими исторически – с точки зрения культуры и города, а не с точки зрения рецептуры. А если ты что-то добавляешь от себя, то это уже твоя авторская кухня, хотя и тоже, несомненно, петербургская. Это одна история – рекомендованная для заведений общественного питания, для бизнеса. А есть другая – обязательная: во все мероприятия, проходящие от имени города, в обязательном порядке включаются блюда из этого сборника. На приеме губернатора, в Таврическом дворце, на выезде, где угодно и на представлении чего бы то ни было подаются блюда Петербургской кухни: обязаны – и всё. И вот тогда мы сможем говорить о её развитии.

Беседовала Светлана Куликова

Имидж Петербурга. Противоречия и перспективы петербургской кухни

Что такое петербургская кухня? Историк может дать на это один ответ, шеф-повар местного ресторана – другой, а гость этого же ресторана – третий. Сегодня понятие петербургской кухни является несколько размытым: кто-то вспоминает стерлядь в шампанском, кто-то – жареную корюшку, а кто-то называет пышки из знаменитой пышечной на Большой Конюшенной. «Ресторановед» попытался понять, как представляют себе петербургскую кухню рестораторы и шеф-повара Северной столицы, и многие ли из них практикуют её в своих заведениях.

ТО, ЧТО НРАВИТСЯ ПЕТЕРБУРЖЦАМ

Марсель – это буйабес, Неаполь – пицца «Маргарита», даже 400-летняя Новая Англия в США имеет своё традиционное блюдо клэм-чаудер – крем-суп с моллюсками. 300-летний Петербург – город в этом отношении уникальный: общепризнанного местного блюда здесь нет, зато есть целый ряд блюд, из которых можно составить меню кардинально разных эпох, которые город успел пережить в столь короткое, но такое богатое событиями время.

Стерлядь в шампанском, борщок из прозрачного бульона с отваром свёклы и мадерой, заливное – эти и многие другие блюда родились у нас в 19 веке; рассольник по-ленинградски, котлеты-«метропольки», ленинградское мороженое, те же самые пышки – это век 20. Теперь мы живём в 21-м...

«Блюда петербургской кухни – это те, которые нравятся петербуржцам, ведь мы ориентируемся на вкусы и привычки местных жителей, на наш петербургский менталитет», – говорит Надежда Третьякова, совладелица петербургского ресторана Nordic.

Она вспоминает ленинградский рассольник, который готовила её бабушка; корюшку с её неповторимым ароматом; одно из любимых и широко известных блюд, у истоков которого тоже стоит петербуржец, граф Александр Строганов, – бефстроганов.

«В нашем ресторане мы подаём схожие блюда, но переосмысленные шеф-поваром. Бефстроганов, к примеру, готовим из оленины, подаём с воздушным картофельным муссом и ферментированными огурцами. Есть в меню и датские пончики: они по вкусу напоминают знаменитые пышки, но у нас своя версия – с копчёной олениной, трюфельным сыром и чёрной икрой», – рассказывает Надежда.

Действительно, многие современные шеф-повара помнят и сохраняют традиции петербургской кухни, но мир, общество и вкусы сегодня меняются, и они стараются идти в ногу со временем, делая блюда модными и интересными.

ПЕТЕРБУРГСКАЯ КУХНЯ В АВТОРСКОМ СТИЛЕ

«Модные и интересные блюда»: очень часто это относится к авторской кухне – благо, авторские заведения петербургских шеф-поваров Дмитрия Блинова (DUO gastrobar, Tartarbar, DUO Asia, Harvest, Recolte), Арслана Бердыева (ресторан Birch), Артёма Гребенщикова (Bourgeois Bohemians), Антона Абрезова (Commons) и многих других знают далеко за пределами города и России.

И хотя тот же Дмитрий Блинов сказал «Ресторановеду», что не очень понимает значение термина «петербургская кухня», известный петербургский ресторатор Леонид Гарбар, любящий историю города и много лет активно продвигающий его кухню, считает, что блюда петербургской кухни – это блюда, приготовленные петербургским поваром из местных продуктов в петербургском ресторане. «К какой кухне можно отнести кухню Арслана Бердыева? Авторская – да, но он её готовил в Петербурге», – поясняет Гарбар.

Не все представители рынка с этим согласны. «Да, мы живём и работаем на петербургской земле, и с этой точки зрения и меня можно назвать поваром, который готовит блюда петербургской кухни, – но насколько это будет близко к истине, не знаю: для меня это спорный момент», – размышляет Марина Наумова, совладелец и шеф-повар кавказских ресторанов Mindal Café.

При этом в сезон Марина обязательно вводит в меню корюшку, хотя и готовит её в грузинском стиле: жарит в кукурузной муке и подаёт с грузинским соусом.

В ОСНОВЕ МЕСТНОЙ КУХНИ – МЕСТНЫЙ ПРОДУКТ

Локальные продукты, местный ресторан, руки шеф-повара – по сути, это и есть современная кухня Северной столицы. Антон Абрезов, к примеру, построил на этом всю концепцию своего ресторана: большинство продуктов, которые используются в его меню, являются фермерскими, а само меню, как рассказывает Антон, меняется каждые 1–1,5 месяца в зависимости от наличия продуктов у фермеров.

И в этом отношении семейный ресторан «Молоко», располагающийся в деревне Порошкино недалеко от Петербурга, является ярким примером ресторана современной петербургской кухни.

«В нашем ресторане мы создаём те блюда, которые нравятся нашему гостю, и даже не думаем о том, к какой кухне они относятся, – смеётся Виктор Цой, совладелец и генеральный директор ресторана. – Но мы действительно используем продукты с собственной фермы – мясо бычка, рыбу, молочную продукцию, – что является большим преимуществом,



Надежда Третьякова, совладелица ресторана Nordic, в своём ресторане подаёт петербургские блюда, но переосмысленные шеф-поваром



Марина Наумова,
совладелец и шеф-повар
кавказских ресторанов Mindal
Café, в сезон вводит в меню
корюшку, хотя и готовит её в
грузинском стиле

потому что позволяет держать качество приготовления блюд на высоком уровне. Например, для приготовления сырников мы используем собственный творог, и сырники имеют не однородную кашеобразную, а правильную нежную структуру с настоящим творожным вкусом».

Основная часть блюд здесь готовится из продуктов, выращенных и произведённых на ферме в Волосовском районе Ленинградской области, где стоит бычачник на 150 голов, два небольших птичника и молочный завод. Там же партнёр фермеров, итальянец Джан Франко, производит итальянские сыры. А рыба – форель и муксун – выращивается на озере Шугозеро.

Старший брат Виктора, основатель фермерского производства Леонид Цой, занимается сельским хозяйством больше 15 лет, а ресторан стал в семье дополнительным бизнесом, который братья открыли, чтобы загрузить свободную площадь в одном из деревенских зданий, и он быстро набрал популярность в том числе у горожан и туристов, подтвердив постулат об интересе гостей к местным продуктам и блюдам.

ПРИТЯГАТЕЛЬНАЯ ДЛЯ ТУРИСТОВ И ОРИГИНАЛЬНАЯ

Сформированная яркая местная кухня действительно всегда является притягательной для туристов, а гастрономический туризм до пандемии начал развиваться очень активно и, надеемся, продолжит это развитие после. В 2014 году Комитет по внешним связям Санкт-Петербурга запустил проект, который так и называется – «Петербургская кухня», – пригласив к участию рестораны, представляющие в меню блюда нашей кухни, рекомендованные экспертами в историко-гастрономической области.

«Конечно, первое, что приходит на ум, когда говоришь про петербургскую кухню – это корюшка и пышки, и, казалось бы, оригинальным здесь быть сложно. Но мы, открывая ресторан «Русская рыбалка», очень глубоко прорабатывали этот вопрос. И хотя идея ресторана привезена из Финляндии, само меню тесно переплетается с историй петербургской кухни», – рассказывает Михаил Фейгельман, совладелец ресторанов «Русская рыбалка», «Карл и Фридрих» и «Альпенхаус».

Его заведение стало одним из первых участников проекта.

«В нашем ресторане можно поймать ужин самостоятельно, выловив из пруда форель, сига или стерлядь. А ведь блюда именно из этой рыбы были очень популярны в Петербурге! – продолжает Михаил. – Не стоит забывать и про гатчинскую форель, любителями которой были в своё время великий баснописец Иван Андреевич Крылов, а также члены

императорской фамилии. К петербургской кухне можно отнести и блюда по рецептам Елены Молоховец, и в нашем ресторане мы готовим по этим рецептам».

ГОСТИ ГОТОВЫ ПОПРОБОВАТЬ «БЕДРО ЕЛИЗАВЕТЫ»

«Петербургская кухня – это очень интересное и не до конца изученное явление. Понятно, что есть любители рассольника по-ленинградски, но кто будет заказывать сковороду жареных чирят с вьюнами? Или большую сочную жирную тетёрку?» – задаёт вопрос Евгений Кожухов, управляющий ресторана «Палкинъ», объясняя, что чирята – это маленькие птички, птенцы чирка; а вьюны – удлинённые тонкие рыбы семейства вьюновых.

«И всё же я думаю, что это вопрос времени, а также, конечно, определённой степени энтузиазма и даже новаторской смелости рестораторов и шеф-поваров, рискнувших подавать в своих заведениях подобные блюда», – говорит он.

Евгений сравнивает петербургскую кухню с нефтяной скважиной, которую городу нужно разработать: пока что она находится где-то далеко и глубоко, но кто-то начинает «копать», продвигаться вглубь, и оттуда, из глубины, появляются забытые и никем не изученные сокровища. Ты одним из первых можешь их изучить!

Собственно, он так и делает в своём ресторане, разделив модель работы с гостями на меню a la carte и меню событийное – для мероприятий.

«В меню a la carte у нас порядка 30–40% блюд, которые, с одной стороны, являются исторической реконструкцией, а с другой – вполне актуальными с точки зрения современного прочтения. Это такие блюда, как, например, котлеты из зайца с трюфелем и фуа-гра, скобелевские битки с гречневой кашей или знаменитая стерлядь в шампанском с белыми грибами, оливками и корнишонами – может быть, одно из главных блюд Петербурга, на которое гости приходят специально. Не все бы пошли на запечённую телячью голову, согласитесь? В данном случае мы считаем, что лишь чувство меры – истинное благо!» – Евгений улыбается.

Фактически всегда, как поясняет Кожухов, «единого блюда ради нужно переработать целую тонну гастрономической руды». И только тогда среди десятков и сотен различных блюд найдётся то, что станет массовым.

«К примеру, мы несколько лет торгуем скобелевскими битками: это блюдо, с одной стороны, интересное, необычное и изысканное, а с другой – совершенно понятное и относительно доступное для массового гостя. Но чтобы найти и создать это блюдо, нам пришлось очень многое попробовать



Евгений Кожухов,
управляющий ресторана
«Палкинъ», сравнивает
петербургскую кухню с нефтяной
скважиной, которую кто-то
начинает «копать», и из глубины
появляются забытые и никем не
изученные сокровища



Знаменитую стерлядь в шампанском с белыми грибами, оливками и корнионами Евгений Кожухов называет одним из главных блюд петербургской кухни, на которое гости приходят специально

и от очень многого отказаться», – говорит он.

Для мероприятий блюда в ресторане «Палкинъ» часто разрабатываются специально, и это, конечно, гораздо удобнее. «Когда заказчик даёт нам возможность сделать что-то интересное помимо стандартных блюд, мы выбираем некое блюдо-развлечение, являющееся интеллектуальной загадкой, которую пытаемся решить», – объясняет Евгений.

Недавно, к примеру, попробовали приготовить телячье разварное бедро времён Елизаветы, назвав это блюдо в шутку «Бедро Елизаветы». По словам Кожухова, оно получилось интересным и вкусным, но по понятным причинам массовым быть не сможет: «Это 14-килограммовое блюдо будут заказывать только на событие».

Кроме того, в ресторане периодически проводятся исторические ужины: очень многие гости готовы получать и такой новый опыт.

РЕСТОРАТОРАМ ВАЖНА ЛЮБАЯ ПОМОЩЬ

Таким образом, как свидетельствует Евгений, у гостей определённый интерес к блюдам петербургской кухни уже сформирован.

«А у рестораторов и шеф-поваров его нужно поддерживать, потому что ввести эти блюда в постоянное меню очень тяжело, ведь прежде всего нужно сбалансировать их коммерческую составляющую. Это, скорее, некая зона исследований: любой, кто вступает на эту территорию, вкладывает свои ресурсы в не всегда заведомо успешные в коммерческом отношении проекты. Но они очень интересные!» – говорит управляющий.

Именно поэтому столь ценно, что вопрос продвижения и популяризации петербургской кухни поддерживает исполнительная власть. «Рестораторам очень важно помогать, подсказывать, проводить гастрономические фестивали, пресс-конференции – всё это сильно способствует популяризации. Ведь петербургская кухня – это имидж города», – подчёркивает Евгений Кожухов.

А на примере «Палкина» можно убедиться в том, что если ввести в меню некое эмблематическое – знаковое – петербургское блюдо, то оно найдёт отклик со стороны гостей.

«Мы видим интерес к локальным продуктам, к местным блюдам, и те, кто в этом направлении будет работать лучше остальных, в конце концов смогут больше заработать. Даже если эта работа будет поначалу больше маркетинговым ходом – когда о тебе скажут в прессе, пригласят на какое-то мероприятие, – то это тоже дорогого стоит», – считает Кожухов.

На петербургские 18-часовые щи из квашеной капусты, стерлядь и прочие блюда, как рассказывает Евгений, гости приходят на протяжении многих лет. «И если бы мы когда-то их не разработали, то кто знает, кто бы к нам ходил и для чего? А сейчас гости становятся нашими амбассадорами, послами этих блюд и нашего ресторана», – говорит он.

Мы видим, что петербургская кухня имеет сегодня множество направлений – авторское, фермерское, историческое, – и за каждым из них стоит энтузиаст, шеф-повар или ресторатор. Свежее, локальное, сезонное, полезное, интересное и необычное – всё это сейчас является синонимами петербургской кухни, поддерживать которую достаточно сложно. Поэтому, как говорят те, кто всё же продвигает и популяризирует её, продвигая тем самым свой любимый город, любая помощь от властей этого города, информационная или справочная, окажется крайне полезной и важной.

Светлана Куликова

Гастрономический сет.

Мировой тренд в условиях российского ресторанного бизнеса

«Гости приходят в ресторан для постижения гастрономического искусства, ради эстетического удовольствия, культурного отдыха и каскада новых впечатлений», – когда-то подумал шеф Чарли Троттер и ввел в меню ресторана первый гастрономический сет. С тех пор прошло 20 лет, а воплощенная идея чикагского шеф-повара по-прежнему – один из самых востребованных ресторанных форматов в мире.



Руслан Раджапов,

шеф-повар, ресторатор,
владелец сети ресторанов
Correas

Реализация мирового тренда в российских заведениях началась сравнительно недавно, но довольно активно набирает обороты: наряду с основным меню гостям предлагают гастросеты. О тенденциях развития гастрономических сетей в российских ресторанах – в разговоре с экспертами кулинарного искусства: Екатерина Алехина, шеф-повар и владелица гастробистро Biologie и Руслан Раджапов, шеф-повар, ресторатор, владелец сети ресторанов Correas.

Что же собой представляет гастросет и чем объясняется его популярность?

Гастрономический, или дегустационный сет – набор авторских блюд от шефа, который не только демонстрирует его профессиональное мастерство, но и дает ему свободу для реализации творческого потенциала, самовыражения, раскрытия индивидуальности. Гастросеты имеют огромное значение и для гостя: во-первых, сет позволяет составить впечатление о кухне ресторана, понять гастрономическую концепцию заведения, а во-вторых, получить новый, необычный гастрономический опыт. Другими словами, гастрономический сет – это двусторонний формат возможностей, который позволяет, с одной стороны – подчеркнуть индивидуальный стиль шефа и придать особенности заведению, с другой – дать гостю набор эмоций, ради которых он пришел в ресторан и которыми он

может поделиться в кругу друзей, социальных сетях и т.д. Каким будет гастрономический сет – зависит от фантазии шефа. По мнению Руслана Раджапова, поводов для вдохновения в окружающем мире невероятное множество.

«Идеи приходят по-разному. В ее основу может лечь блюдо, понравившееся в путешествии, наступающий сезон грибов, ягод, овощей и корнеплодов, или алкогольный напиток, который может объединить 2–3 блюда, маринад, соус или ферментированные продукты», – объяснил Руслан.

А вот Екатерина Алехина, обладательница звезды Мишлен, черпает творческие силы в искусстве.

«В моем случае идеи рождаются от желания рассмотреть отдельный продукт или гастрономическую культуру, от эмоций после культурного мероприятия – прослушивания концерта или посещения выставки», – поделилась Екатерина.

Екатерина также пояснила, что придуманные ею сетовые блюда не всегда появляются на chef's table или в меню Biologie:

«Идея может остаться архивным эскизом и ждать своего часа годами».

Возрождение культуры еды через гастрономическое искусство

Как правило, гастрономический сет включает в себя несколько блюд, связанных между собой общей тематикой, творческим подходом как в приготовлении, так и в подаче. В сет могут входить несколько закусок, горячих блюд, комплименты в виде амисбуш или фингер-фуд, и даже десерты. Если раньше сетовые блюда считались привилегией ресторанов высокого уровня, то сейчас их можно встретить в самых различных гастрономических заведениях. Рестораны могут составлять сетовые блюда из фирменных блюд авторской кухни, чтобы гость смог попробовать большее количество блюд и в последующий приход заказать понравившееся ему блюдо, или придумывать сетовые блюда отдельно от меню, чтобы понять вкусовые пристрастия посетителей, на основе чего выстраивать меню нового заведения. Истинная цель гастрономического сета – повлиять на возрождение культуры еды через эстетическое, гастрономическое удовольствие, которое получают гости. По мнению Руслана, гастрономический сет – некий ритуал, который может вернуть давние традиции русской аристократии:

«Гастрономические сетовые блюда – это искусство, которое может повлиять на повышение культурного уровня. Необходимо популяризировать трапезу, возродить семейные обеды, совместное





Екатерина Аলেখина,

шеф-повар и владелица
гастробистро Biologie

приготовление еды с родными и друзьями, ходить в гости по выходным и отмечать праздники в больших компаниях. Люди должны проникнуться атмосферой, ощутить приятные эмоции моментов», – прокомментировал Руслан.

«Культура еды – такое же искусство, как и любое другое. Любое музыкальное, художественное или архитектурное творение мною рассматривается наряду с произведениями великих шефов гастрономического мира», – пояснила Екатерина.

Екатерина также дополнила, что в настоящее время нужно уделить внимание не возрождению, а созданию нового подхода к культуре еды:

«Мы живем в новое время – в век прогрессивных технологических возможностей. Мировые тренды меняются. Поэтому сейчас нужно говорить не о возрождении культуры еды, а о создании новой парадигмы в гастрономии, осознанного создания еды как культурной ценности».

По словам Руслана Раджапова, доставка еды на дом или в офис, развитие фаст-фуда препятствует развитию культурного подхода к приему пищи:

«Еда из пластиковой коробки, на ходу или в машине убивает культурные ценности, обесценивает еду, уничтожает традиции, превращает культуру приема пищи в удовлетворение физиологических потребностей».

Действительно, на гастрономическое удовольствие из нескольких блюд требуется время. Заказывая сет в ресторане, гость придает особое значение трапезе, уделяет должное внимание еде и уважительно относится к кухне.

Европейский тренд может быть с русской душой

Гастрономический сет считается визитной карточкой ресторана. Истории, рассказанные на тарелке и объединенные единой концепцией, отражают традиционные особенности кухни, и следуя последним тенденциям – выстроены на базе локальных продуктов. Региональная кухня, вложенная в идею гастрономического сета – не только способствует сохранению культурного наследия и развитию ресторанной сферы, но и представляет определенную выгоду для ресторанов.

«У нас богатейшая гастроистория, много уникальных рецептов, связанных с ферментацией, мясом диких животных и дарами природы – грибами, ягодами, разнотравьем, высококачественными морепродуктами. Безусловно, надо кропотливо

работать, чтоб сделать сет вкусным, красивым и коммерчески привлекательным одновременно. В этом огромную роль играют локальные продукты, сезонные. У гастрономических историй на базе региональной кухни и местных продуктов есть будущее», – прокомментировал Руслан.

Екатерина Алехина уверена, что будущее есть у каждой гастрономической истории, если она нравится гостю:

«Локальность и традиции – это безусловный мировой тренд. Мне нравится использовать на кухне французские традиции, испанские и итальянские техники, использовать локальные и не локальные продукты, искать новые сочетания для создания блюд».

Выгода или интерес?

Если в Европе в идею гастрономического сета вложены устойчивые позиции ресторана и желание предложить гостям нечто новое, то в российских реалиях – это, скорее, демонстрация направления работы шеф-повара и особенности кухни, а также вопрос выгоды для гостя, который может попробовать сразу несколько блюд по комфортной стоимости. А вот выгодны ли гастрономические сеты для ресторанов в плане бизнеса?

«Выгоднее торговать пиццей и цезарем. Гастросет – это больше про историю шефа. Для меня выгода – вопрос творчества и самореализации, поэтому считаю важным для шефа иметь свободу в решениях. Однако для ресторана всегда выгодно создавать новые классные истории, поскольку это конкурентное преимущество»», – поделилась Екатерина.

По мнению Руслана, гастрономический сет привлекает в ресторан гостей, дарит новые эмоции и оставляет в памяти приятные воспоминания:

«Гастрономический сет – всегда интересный инфоповод и лишняя возможность напомнить гостю о себе. Это можно сравнить разве что с красивой новогодней витриной в старой доброй Европе: идешь мимо, остановился, заинтересовался, зашел и купил то, что подарит позитивную эмоцию, будет согревать душу и радовать глаз».

И все же идея сета для среднестатистического российского потребителя с точки зрения финансовых возможностей – шанс окунуться в красивый мир гастрономического искусства. Энное количество блюд за установленную цену позволяет точно рассчитать бюджет для похода в ресторан. Сеты имеют значение и для самих заведений: вводя их в меню ресторана возможно корректно спрогнозировать расходы, оценить окупаемость и поднять планку ресторана до европейского уровня.

Лиана Бергер.



РЕСТОРАНОВЕД

Национальная кухня республики Марий Эл

Иван Антропов,
глава представительства
Федерации рестораторов
и отельеров в Республике
Марий Эл, основатель
Трактира родной кухни
«Теплая речка»



За длительную историю марийский народ создал богатую и разнообразную кухню, которая формировалась веками и сегодня нашла своё воплощение в ресторанном бизнесе и современных кулинарных традициях региона

Республика Марий Эл это национальный и самобытный регион России с финно-угорскими корнями. Марий Эл богата культурными и историческими традициями, насчитывающими не один век и традиционная кухня не исключение. Марийская кухня – кулинарное искусство на века! При этом, нашу еду нельзя назвать изысканной и, тем более, аристократичной.

Природа, окружающая жителей Марий Эл со всех сторон, дала возможность готовить блюда из дичи и птицы, из грибов и ягод – все это всегда было в достатке у местных жителей. Это напрямую связано с развитием отдельного направления кулинарии, где преобладают рыбные и мясные кушанья. Что касается мяса, то среди местного населения ценилось и ценится лосятина, кабанятина и зайчатина.

И хотя марийская кухня не отличается особой изысканностью, сложностью приготовления, все же ее технология, ассортимент блюд имеют определенную специфику, отличающую кухню народа мари от национальных кухонь других народов. Марийскую кухню без сомнения можно отнести к отдельной, совершенно особенной категории кулинарного искусства.

Многие рецепты подразумевают добавление в пищу натурального меда. О лечебных свойствах меда сказано и написано немало, и его по праву считают лучшим природным «лекарством». Более того, мед придает пище необыкновенный вкус, поэтому этот ингредиент широко используется в местной кухне. И, конечно же, невозможно представить местную кухню без картофеля, который в народе часто называют «вторым хлебом». Другая особенность марийской национальной кухни – использование муки и различных круп. Преимущественно, используется крупа овсяная, но в некоторых рецептах применяют ячневую, перловую, гречневую,



В начале 2021 года произошло знаковое событие для Марий Эл и России в целом, немногочисленный список гастрономических брендов пополнился еще одним – нашим марийским Подкогolem.

Более двух лет ушло на то, чтобы доказать Министерству сельского хозяйства РФ, что подкоголь это уникальное национальное блюдо народа мари и он существенно отличается от своих «собратьев»: пельменей, посикунчиков, чебуреков, вареников и т.п.

Сам факт регистрации бренда уникален тем, что это блюдо Роспатентом закрепляется за конкретным регионом, что открывает новые возможности для продвижения туристического потенциала.

Путь регистрации был настолько сложен и долог, что этот вопрос был на контроле у Сенатора от Марий Эл Константина Косачева, который сделал огромный вклад в регистрацию и продвижение нашего гастрономического бренда, за что ему от нас большая благодарность!

В настоящее время Трактир получил охранное право в виде патента и зарегистрировал подкоголь в качестве регионального бренда (НМПТ), что безусловно является подтверждением наличия самобытной и самостоятельной марийской кухни.



гороховую крупы.

В настоящее время национальная марийская кухня готовится с применением новых технологий и продуктов, но за основу берутся древние рецепты и доводятся до вкусового совершенства с учетом современных предпочтений и потребностей гостей.

Местные продукты и специалитеты

Ассортимент блюд марийской кухни довольно большой. Кулинарные справочники насчитывают не один десяток блюд исконно местного происхождения.

Одним из самых популярных блюд национальной марийской кухни, как в Республике Марий Эл, так и в трактире «Теплая речка» является подкоготь или по-марийски «подкогыльо». В переводе с марийского языка это лакомство дословно означает пирожки в котле (под – котел, когыльо – пирог). Подкоготи – это пирожки из пресного теста с классической начинкой из творога и картофеля. В Трактире подают подкоготи с мясом, картошкой и грибами, с капустой, со щукой. Внешне они выглядят как пирожки, в виде узкого полумесяца с красивым плетением по краю в виде косички.

Рецепт национального блюда Марийский подкоготь (подкогыльо) передается из поколения в поколение. Подкогыльо всегда являлось очень популярными и любимым блюдом у марийцев. Традиционно подкогыльо делали почти еженедельно, а также обязательно готовили на праздничный или обрядовый стол. Подкогыльо считалось обязательным блюдом для гостей. Вареники привозили гости в качестве гостинцев для родственников на праздники наряду с пирогами, хлебом. Подкоготь для Марий Эл – неотъемлемая часть культуры.

Еще одно не менее известное блюдо кухни народа мари – трехслойные блины коман мелна. Коман мелна – это слоеные блины из разных видов муки. Название происходит от марийских слов «коман» – слоёный и «мелна» – блин. По традиции коман мелна пекутся по праздникам для угощения самых дорогих гостей. И

С целью продвижения одного из самых популярных марийских блюд – блинов коман мелна – основателями Трактира Иваном и Юлией Антроповыми было решено приготовить рекордную стопку блинов.

20 октября 2017 года в Йошкар-Оле был поставлен беспрецедентный мировой рекорд в области кулинарии. В трактире родной кухни «Теплая речка» была приготовлена самая высокая в мире стопка традиционных марийских блинов – коман мелна.

На мероприятии присутствовали эксперты из международного агентства по регистрации рекордов «Интеррекорд».

Предыдущий рекорд на самую высокую блинную башню, 102 сантиметра, созданную в Англии в 2016 году и зарегистрированную в Книге Гиннеса, был побит. Стопка коман мелна высилась на 140 сантиметров, что и было зафиксировано судьей Международного агентства регистрации рекордов.

блюдо получается действительно вкусным и по-царски щедрым.

Следует отметить еще один уникальный гастрономический продукт и зарегистрированный бренд марийской кухни – Горномарийский национальный мясной пирог «Кравец». Это уникальный по способу приготовления, сытный пирог с фантастически сочной начинкой из мяса курицы и пшенной крупы.

Республика Марий Эл – аграрный регион. У нас в достатке своя молочная и мясная продукция. Поэтому еда приготовленная из прекрасных по качеству локальных продуктов получается вкусной и востребованной среди жителей республики, а также многочисленных ее гостей.

Блюда марийской кухни нужно пробовать! Сложно описать все чувства, которые испытывает гость, вкушая эту полезную и правильную еду.

Марийская кухня – как бизнес и способы ее продвижения

Продвижением национальной кухни я стал заниматься в 2015 году совместно с моей командой во главе с идейным вдохновителем и сооснователем Трактира моей женой Юлией.

Для того, чтобы понять существует ли такая кухня вообще, нам пришлось объехать весь регион в поисках аутентичных рецептов. Спустя год мы поняли что живем в удивительном месте. В каждой деревушке есть свои кулинарные особенности и фишки, а самое главное есть носители этих традиций у которых можно многому научиться и это гораздо полезнее чем готовить по книгам.

После получения базовых знаний мы внедрили первое национальное меню для наших гостей и оно пошло. За это время мы его развили, модифицировали и существенно расширили в ассортименте.

Мы ввели моду на марийскую кухню в регионе, т.к. к этой теме удалось привлечь внимание серьезных шеф-поваров. С целью популяризации национальной кухни мы периодически гастрономические мероприятия – кулинарные мастер-классы, дегустации, тематические национальные вечера.

Так популярный ведущий телеканала «Еда», президент Коллегии шеф-поваров Санкт-Петербурга Илья Лазерсон неоднократно проводил авторские мастер-класс в трактире «Теплая речка», где показывал как готовить марийскую кухню. в т.ч. и подкололи с уткой.

Мы часто участвуем в международных выставках, считаю что это важный фактор продвижения туристских продуктов региона, на внутренний и международные рынки.

В 2017 и 2019 годах Трактир в составе делегации от Республики Марий Эл участвовал в международной туристической



Трактир родной кухни «Теплая речка» уникален тем, что здесь возрождается не только русская и марийская кухня, но и охотничья. Марий Эл – лесной край, и вкусные блюда из дичи всегда были частью кухни народа мари. И сегодня гостям «Теплой речки» предлагается много оригинальных вкусных блюд из мяса дичи: лося, кабана и северного оленя. Лось и кабан поставляется из собственного охотничьего хозяйства.

Национальную кухню сложно представить без дровяной печи. На территории подворья «Теплая речка» стоит изба с настоящей печью. Здесь готовят вкуснейшие блюда в печи, в котле и на мангале.

Национальная кухня популяризируется в трактире и через сувенирную продукцию: здесь пекутся оригинальные имбирные пряники в виде буквы «Й» и в виде подкоголя.

выставке Интурмаркет (город Москва). В течение всей выставки проводились презентации и мастер-классы по национальной кухне. В рамках выставки состоялась презентация турпотенциала Республики Марий Эл «Пагален ўжына! – Добро пожаловать!». В период проведения выставки «Интурмаркет-2019» туристскими организациями региона были презентованы в том числе программы гастрономического туризма, туристские события, а также возможности отдыха в городе Йошкар-Оле.

Трактир родной кухни «Теплая речка» трижды принимал участие в Международном гастрономическом фестивале финно-угорской кухни «Шаньга Фест» в 2018, 2019 и 2021 годах. Фестиваль ежегодно проходит в Республике Коми в этнопарке близ села Ыб. Марийские национальные блюда пользовались большим спросом. За кашей из полбы с мясом и белыми грибами стояла очередь. Гости фестиваля охотно пробовали суп из конопли, конопляный хлеб, шашлык из кабана; подкоголи, картофельно-творожные, с начинкой из щуки, с мясом из дичи и утки и традиционные марийские блины коман мелна. Блюда национальной кухни также представили повара из Карелии, Удмуртии, Финляндии, Венгрии, Республики Коми и Удмуртии, Мурманской области. «ШаньгаФест» отмечен дипломом всероссийского конкурса «Россия: этнический комфорт-2019».

С целью развития событийного туризма семья Антроповых участвовала в организации и проведении Межрегионального фестиваля туризма и отдыха «Пеледыш Fest – все краски отдыха», который впервые состоялся в 2017 году в рамках проведения Межрегионального праздника марийской культуры «Пеледыш пайрем». Тогда на едином пространстве были представлены все возможности туризма, культуры и отдыха в Республике Марий Эл. На празднике были организованы концерты, флешмобы и фитнес на открытом воздухе, туристские практикумы, открытые лекции и показы, дегустации национальной кухни и мастер-классы, детские анимационные программы, квесты, нестандартные экскурсионные программы, розыгрыши подарков и многое



другое. В 2018 году Фестиваль проходил во второй раз и собрал более 5000 активных и неравнодушных участников и гостей. На тематических площадках работали волонтеры, представители туристско-информационных центров, музейных комплексов, культурных центров, сувенирных лавок, производители товаров народно-художественного творчества, арт-группы и многие другие. Идея фестиваля заключается в объединении народов России и мира, в которых есть блюда похожие на марийский подкоготь.

Большой интерес к национальной кухне возникает и у популярных федеральных телевизионных программ. Так в Трактуре проводились съемки программы «Поедем, поедим!». Многомиллионные почитатели программы и многолетнего ведущего Джона Уоренна смогли познакомиться с достопримечательностями Республики Марий Эл, с национальными обрядами и с самыми популярными блюдами национальной кухни, которые совместно готовились в Трактуре. Марий Эл также посетил телеканал «Поехали!», входящий в «Цифровое Телесемейство» Первого канала. Телеканал приглашает своих зрителей отправиться на поиски акустического приключения – «Звуки всюду». Каждый город гремит, шумит и трезвонит по-своему. Пока все вокруг разглядывают архитектуру и пробуют местную еду, ведущий Руслан Фаршатов пытается расслышать то место, где оказался. Ведь звуки всюду! В каждом акустическом странствии у Руслана три задачи: записать самые интересные звуки города, собрать их в одну мелодию и выучить самую известную местную песню, с помощью которой надо заработать на что-нибудь вкусное!

В период с 18 декабря 2019 по 05 января 2020 года Трактир представлял Россию и Республику Марий Эл на рождественской ярмарке «Белое рождество» (город Сент, Франция). На ярмарке жителям региона был представлен широкий ассортимент продукции от товаропроизводителей многих регионов Российской Федерации. Ежедневно проводились мастер-классы по приготовлению национальной кухни, например, изготавливали подкоготь, пекли гречневые блины с начинкой. Мероприятие, которое посетило более 15000 человек, вызвало широкий интерес в местных кругах. Высокий уровень кухни и культурной программы привлекли большое внимание гостей к Республике Марий Эл, что несомненно будет способствовать увеличению туристического потока в регион.

Все что было сделано нами за последние 6 лет свидетельствует о правильности выбранного пути по продвижению национальной кухни. Из увлечения и стремления познать что-то новое и экзотичное это переросло в серьезный гастрономический бизнес.

В туристический сезон, а особенно в период пандемии доля выручки, приходящая на туристический поток возросла до 30% – это свидетельствует о большом интересе гостей Марий Эл





к местной кухне.

Ресторанный бизнес Републики Марий Эл

Марий Эл относительно небольшой регион, тем не менее в Йошкар-Оле представлены практически все самые популярные кухни народов мира. Особое внимание уделяется развитию локальной кухни, т.к. это вкусно и полезно, а также необходимо для развития туристического потенциала Марий Эл, для гостей нашего региона.

Проблемы в бизнесе есть как и у всех коллег после ковидных ограничений, самое основное это кадровый дефицит. Зачастую поток гостей из других регионов настолько велик, что мы вынуждены отказывать в приеме больших туристических групп из-за нехватки персонала.

Для решения проблем обслуживания гостей, развития гастрономического туризма и повышения культуры питания в июне 2020 года основные заведения общепита в Йошкар-Оле объединились. В сообщество вошли более 30 представителей кафе и ресторанов города. Данное объединение позволило выработать единую линию качества и цен на предлагаемые блюда.

В целях стимулирования представителей гастрономии улучшать уровень сервиса и качества предлагаемых услуг, а также для повышения престижа таких профессий как повар, официант,





кондитер и др. необходимо рассмотреть возможность организации конкурса в области ресторанного бизнеса.

В сентябре 2020 года Трактир родной кухни «Тёплая речка» вошёл в Федерацию Рестораторов и Отельеров России (далее – ФРиО), а основатель Трактира Иван Антропов стал Главой Представительства ФРиО в г. Йошкар-Оле.

Последовательная и слаженная работа организаций общественного питания из объединения рестораторов города Йошкар-Олы, содействует популяризации Республики Марий Эл, повышению конкурентоспособности регионального туристского продукта.

Продвижение марийской кухни имеет большое экономическое и культурное значение. В период проведения мероприятий с дегустацией национальных продуктов активизируется деятельность всех объектов туристской индустрии.

Перспективы развития марийской кухни и сферы гостеприимства есть, мы не стоим на месте. Активно участвуем во всевозможных фестивалях, форумах, презентуем национальную еду и регион в целом.

Всегда учимся у коллег чему-то новому, а это вернуть путь к Успеху!

Друзья, ждем в гости в Марий Эл, на землю, Рожденную Небом...

Договор аренды ресторанной недвижимости



В прошлом номере мы начали публикацию серии статей о том, как правильно заключить Договор аренды помещения для вашего бизнеса, чтобы он потом не стал главной причиной его закрытия. В этом номере мы остановимся на финансовых условиях сделки по аренде ресторанной недвижимости и особых обстоятельствах, которые возникают из-за пандемии коронавируса.

Елена Шильникова,
практикующий юрист, заместитель
генерального директора по правовым
вопросам управляющей компании «Поляна».

Финансы в договоре аренды

Несмотря на то, что я вроде рассказываю про разные условия договора аренды, так или иначе, я все время говорю про деньги. Потому что это – кровь бизнеса.

Давайте рассмотрим этот блок подробнее.

Традиционно арендатор считает, что деньги в договоре аренды – это только арендная плата. Ну, иногда еще обеспечительный платеж. Поэтому проверив в договоре эти 2 цифры, он искренне считает, что

он полностью контролирует свои расходы по договору.

Как видит арендатор:

1. Постоянная часть
2. Переменная часть
3. Обеспечительный платеж

Тех, кто думает так же, я буду вынуждена расстроить. Все не так, как кажется.

Вот как на самом деле выглядит блок «ФИНАНСЫ», если уметь читать договор аренды.



Арендная плата:

постоянная часть [фиксированная часть, процент от оборота или их сочетание]

переменная часть [как правило, возмещение коммунальных услуг]

операционные услуги

эксплуатационные услуги

Дополнительные платежи

маркетинговый сбор

плата за размещение вывески на фасаде ТЦ

охранные услуги по договору охраны с ЧОП ТЦ

эксплуатационные услуги с техслужбой ТЦ

клининг с компанией ТЦ

стоимость оформления рекламных конструкций согласно концепции ТЦ у назначенных подрядчиков

расходы на участие в промоакциях ТЦ

Затраты на вход в договор:

расходы на ремонт и подготовку помещения к ведению в нем коммерческой деятельности (fit out)

обеспечительный платеж

расходы на выполнение дополнительных обязательных требований ТЦ [установка охранной сигнализации, счетчиков на воду, электричество, получение дополнительных документов, согласований, разрешений и т. п.]

расходы на услуги кадастровых инженеров

расходы на регистрацию договора

сумма страховки на время проведения СМР или на весь срок аренды

Прочие затраты

- штрафы за неисполнение условий договора
- *расходы на выполнение условий охранного обязательства объекта культурного наследия;
 - услуги по уборке, чистке снега, фасада;
 - плата за доступ в помещение (для предварительных договоров аренды)
- расходы на установку систем подсчета посетителей и оборота арендатора
 - оплата изготовления пропусков для сотрудников
 - *платный туалет для сотрудников
 - * ламповый, мазутный, тротуарный, экологический сборы и т.п.

Как видите, именно арендная плата – не единственные, а часто и не основные затраты арендатора.

К сожалению, это совсем не очевидно.

Вы не можете открыть договор аренды на какой-то странице и прочесть: «Уважаемый

арендатор, по договору аренды вы будете платить...» и сумма. Нет. Эти суммы разбросаны по всему тексту договора и «защиты» в разные разделы. Какие-то содержатся в пункте «Ремонт», какие-то – в «Страхование», арендная плата и её составляющие – в соответствующем разделе «Платежи по договору» или приложении, остальные платежи – в пункте про регистрацию договора, обязанности сторон, правила торгового центра, ответственность и т.д.

Поэтому возьмите свой бизнес-план, снимите разовые очки, посчитайте, сколько на самом деле денег вы готовы вложить в ваше помещение и сверьте эти цифры с цифрами в договоре аренды.

Но даже это еще не все.

Внутри всех этих платежей есть свои нюансы и скрытые ловушки, которые ведут к дополнительных расходам. Давайте рассмотрим некоторые точки, которые помогут вам четко контролировать свои деньги в договоре аренды.



НДС

Если вы работаете в ТЦ, то, с большой вероятностью, ваш арендодатель находится на общей системе налогообложения и платит НДС.

Поэтому если вы прямо не написали в договоре, что ваша ставка включает НДС, после заключения договора аренды вы обнаружите, что должны платить на 20% больше, чем рассчитывали.

Это касается не только арендной платы: дополнительные 20% НДС будут «накручены» на любые платежи по договору. Даже на процент от выручки (оборота). Например, если вы договорились на 10% от выручки, по факту получите 12%. А это – совсем другие деньги.

Поэтому тщательно проверяйте, включен ли НДС в согласованные вами суммы. Если нет – уменьшайте базовые значения (постоянная часть арендной платы, процент от выручки и т.п.), чтобы в итоге получить те суммы, о которых вы изначально договаривались.

Те, кто арендует помещения у арендодателей – упрощенцев, считает, что их это не касается. Огорчу вас. Налоговая политика государства вынуждает все больше арендодателей уходить от теневых схем ведения бизнеса и переходить на общую систему налогообложения. А, кроме того, всегда существует вероятность, что завтра ваш арендодатель-собственник просто продаст свое помещение, и новый собственник окажется плательщиком НДС.

Поэтому обязательно указывайте в договоре аренды, что если ваш арендодатель перейдет на общую систему налогообложения, то НДС будет считаться включенным в размер арендной платы и иных платежей, определенных договором.

Коммунальные платежи

Здесь есть несколько нюансов.

Во-первых, – формула расчета. Во-вторых, – тарифы.

По формуле. Часто в договорах встречаю

одну и ту же ситуацию. Арендодатели в возмещение коммунальных услуг «зашивают» всю площадь здания. Т.е. при расчете коммуналки считаются как услуги, приходящиеся на ваше помещение, так и на здание в целом (вода, электричество, тепло). В результате вы платите коммунальные услуги практически за собственника. Причем, собственник «размазывает» эти услуги только на действующих арендаторов. Поэтому, чем меньше арендаторов у ТЦ и чем больше у него общих площадей, тем дороже вам обойдется коммуналка.

По тарифам история следующая. Либо арендодатели перепродают вам все коммунальные услуги, накручивая на них 20% того же НДС, либо предлагают их к оплате по ставкам, которые устанавливают сами. Во всех случаях вы переплачиваете. И переплачиваете много.

Что делать.

Не лениться и тщательно проверять принципы расчета коммунальных услуг.

В договоре фиксировать, что коммунальные услуги не оплачиваются, а возмещаются, причем по тарифам энергоснабжающих организаций без дополнительных накруток и без обложения НДС арендодателем. Также важно указать, что вы обязаны платить, только когда арендодатель вам предоставил подтверждающие документы самих энергоснабжающих организаций (там указаны тарифы) и четкий расчет.

Ну, и конечно, везде, где можно, – обязать арендодателя поставить счетчики, и платить ровно за столько, сколько потребляете.

В общем, учитесь играть с арендодателями в их игры и не переплачивать.

Индексация

Начнем с того, что этот пункт в договоре нужно проверять обязательно. По умолчанию, если в договоре ничего не указано, один раз в год арендодатель может увеличить арендную плату. Причем размер увеличения ничем не ограничен.

История из практики.

У нас было помещение, арендованное у дружественного собственника. Договор аренды был простой. Вопрос индексации урегулирован не был. Через 2 года после начала работы помещение было передано банку за долги.

Банк, оценив помещение и посмотрев договор аренды, в первый же месяц прислал уведомление о повышении арендной ставки на 50%. Новая сумма для арендатора была неподъёмной. Договор аренды пришлось прекратить.

Второе, о чем хочется сказать, – об определенной неадекватности арендодателей, которые искренне считают, что ежегодно стоимость аренды их помещения растет на 10% и более. Чего, конечно, же на практике нет.

Поэтому обязательно проверяйте размер

индексации. Договаривайтесь на реальные коэффициенты, соответствующие уровню инфляции и стоимости аренды в вашем городе. Для этого можно, например, заказать анализ стоимости аренды коммерческой недвижимости за 10 последних лет и посмотреть реальную динамику цен. По нашей практике, это – не более 5% в год.

Также проверяйте сроки и порядок индексации. Оптимально, если индексация сумм включится после окончания периода окупаемости проекта. Если арендодатель на это не идет – то, по крайней мере, считайте сроки для расчета индексации не с момента заключения договора, а с момента окончания арендных каникул. Еще – хорошо бы согласовать не уведомительный порядок индексации, а повышение аренды путем заключения дополнительного соглашения.



И, конечно, обязательно сравнивайте получившиеся цифры с вашим бизнес-планом. Чтобы не получилось так, что вы только «отбили» все инвестиции в объект и начали получать прибыль, а её «съела» индексация.

Плата за объект в целом

Этот вопрос возникает в случае, если арендатор увеличивает площадь помещения в ходе эксплуатации объекта. Это может быть существенная перепланировка (снос стен), надстройка дополнительного этажа (консоли) или входной группы, в результате которого площадь существенно увеличивается. Либо изменение площади в связи с тем, что арендодатель узаконивает фактические существующие и переданные арендатору по договору аренды, но не оформленные достройки и изменения. Если у вас арендная плата начисляется исходя из стоимости квадратного метра, с каждого дополнительного квадратного метра площади вы должны будете платить дополнительные суммы.

Чтобы такой ситуации не произошло, укажите в договоре аренды, что при изменении площади объекта в этих случаях размер арендной платы увеличению не подлежит. Этим вы опять же свои деньги.

Закрытый перечень платежей

Зафиксируйте в договоре, что вы оплачиваете ТОЛЬКО прямо указанные в договоре платежи.

Это сильно упрощает жизнь, когда арендодатель вдруг направляет вам для оплаты счета на несогласованные при заключении договора расходы: очистку крыш, экологические платежи за сверхнормативные выбросы, прочистку колодцем общей канализации и т.д. и т.п.

Запомните: все, чего нет в договоре должно быть зоной ответственности (и, соответственно, затрат) арендодателя.

Открытый ресторан

Идея этого пункта проста.

Арендатор платит арендную плату только тогда, когда ресторан работает. Если ресторан закрыт из-за действий/бездействий арендодателя (ремонт, не оплачены и отключены коммунальные услуги и т.п.) или по обстоятельствам, за которые ни арендодатель, ни арендатор не отвечают (например, отключение воды из-за аварии или опрессовки труб на линии) – арендная плата не платится.

Это сложный пункт. И он согласовывается только в переговорах. Каждый первый арендодатель, конечно, воспринимает такой пункт «в штыхы». Но если его правильно аргументировать, многие арендодатели данное условие принимают. Мы согласовываем его в большинстве договоров аренды, начиная с 2014 года.

Юридическое обоснование простое: помещение не соответствует согласованным условиям (помните пункт, о том, что помещение должно быть обеспечено коммунальными услугами?). Есть и коммерческое обоснование: арендодатель и арендатор в договоре – партнеры. Если арендатор не может использовать помещение и зарабатывать, значит, и арендодатель также не зарабатывает на аренде. Т.е. потери несут обе стороны. Это отношения «win-win»: либо оба выигрывают, либо оба проигрывают. Кроме всего прочего, такой пункт очень дисциплинирует арендодателя в скорости устранения различных аварий, решения нестандартных ситуаций и пресекает попытки закрыть ресторан в качестве ограничительных мер.

Еще раз повторюсь, деньги – ключевой фактор бизнеса. А деньги на аренду – показатель, который сложно будет скорректировать после заключения договора. Поэтому к финансовым аспектам сделки нужно подойти с максимальной ответственностью и тщательностью.

В следующем номере мы поговорим об уроках коронавирусного кризиса, которые мы должны учесть в новой арендной практике.

Договор аренды – уроки коронавирусного кризиса

Кризис – время проверки принятых когда-то решений. Он, как лакмусовая бумажка, обозначает все проблемы договоров аренды.

Арендаторы в общепите традиционно бесправны и вынуждены принимать правила, которые им навязывают арендодатели. Но 2020 год очередной раз показал, что такая стратегия проигрышна. Арендатору обязательно нужно уметь защищать свои интересы в договоре. Потому что от этого зависит жизнеспособность самого бизнеса.

Я выделю 3 основные темы, важность правильного регулирования которых продемонстрировал кризис. Это – форс-мажор, арендная плата и выход из договора.

Форс-мажор

Давайте начнем с очевидного для всех.

Условие о форс-мажоре в кризисы не работает и никого не защищает.

Я столкнулась с этим еще в кризис 2008, когда Высший арбитражный суд РФ в спорах предпринимателей указал, что резкий скачок доллара для договоров – это предпринимательский риск, который коммерсанты должны были предвидеть. И убедилась, что на закон в подобных случаях надеяться бесполезно.

Кто не сталкивался с этим раньше, в полной мере узнал это в 2020. Ни одно предприятие нашей отрасли не получило свидетельство торгово-промышленной палаты о наступлении обстоятельств форс-мажора, хотя все предприятия были закрыты. Поэтому на государство и на законодательство надеяться не приходится.

Что могу предложить вместо слепого переписывания стандартных неработающих условий.

1. В договоре вводим понятие не просто форс-мажор, а именно обстоятельства НЕПРЕОДОЛИМОЙ СИЛЫ.

Это такие обстоятельства, которые:

(*) стороны не могли предвидеть, заключая договор,

(*) непосредственно оказывают влияние на ваши обязательства по конкретному договору;

(*) развиваются так, что вы не можете на них воздействовать;

(*) имеют последствия, которые вы не можете преодолеть теми разумными средствами и способами, которые у вас есть.

Вспоминаем 2019 и 2020 годы.

Летучая мышь – съевший её китаец – распространение инфекции – изоляция и закрытие всех точек общепита – отсутствие вырочки – невозможность платить аренду – нет возможности преодолеть ограничения и вести бизнес теми средствами, которые есть у арендатора.

Вот они – эти самые обстоятельства.

2. Формируем максимально подробный перечень таких обстоятельств. Здесь, как показывает практика, «кашу маслом не испортишь». Вот возможный пример:

«... стихийное бедствие, землетрясение, наводнение, засуха, оползни, сели, обвалы, снежные лавины, ураганы, смерчи, торнадо, цунами, пожар, в том числе неконтролируемый лесной, война [международная, локальная], военные действий любого характера, в том числе на суше, на воде, в воздухе и под землей, оккупация, мятеж, террористические акты, случаи массового разжигания социальной, расовой, национальной и религиозной розни, иные проявления экстремизма, гражданские беспорядки, восстания, забастовки [обычные, предупредительные, а также «итальянские»], конфликты между предпринимателями и рабочими, блокада, запреты

на экспорт или импорт, ограничения, вызванные карантинном, эпидемии и пандемии».

Одновременно оставляем этот перечень открытым, потому что предусмотреть все заранее невозможно. Юридически это делается с использованием перед перечнем оборота «включая, но не ограничиваясь...».

- и, САМОЕ ГЛАВНОЕ: указываем, что соответствующие обстоятельства ПРИОСТАНАВЛИВАЮТ исполнение обязательства. И что сторона, которая не исполняет договорные обязательства, НЕ СЧИТАЕТСЯ НЕ ИСПОЛНИВШЕЙ ИХ или НАРУШИВШЕЙ ИХ.

Почему важно именно «приостановить исполнение обязательств»?

Разница с классическим форс-мажором здесь вот в чем: при форс-мажоре нет ответственности за нарушение обязательство, а само обязательство сохраняется. Т.е., например, если вы не платите аренду в силу форс-мажора, с вас нельзя взыскать пени или штраф, но вот сумму арендных платежей вы должны по-прежнему в полной сумме.

Если же вы прописываете, что при наступлении обстоятельств непреодолимой силы ОБЯЗАТЕЛЬСТВА ПРИОСТАНАВЛИВАЮТСЯ (т.е. НЕ ДОЛЖНЫ ИСПОЛНЯТЬСЯ), то в нашем примере ваша обязанность по оплате арендной платы не существует все время, пока действуют эти обстоятельства.

Арендная плата

Первое. Я уже упоминала раньше, что даже в обычной жизни мы уже пришли к формуле «нет деятельности – нет арендной платы». Для кризисов такая формулировка просто необходима.

Второе. Как показывает жизнь, один из эффективных способов быть с арендодателем «в одном лодке» – устанавливать арендную плату в виде процента от выручки. В большинстве договоров обычно прописывается минимальная сумма, которую арендодатель должен получить в любом случае. Исходя из своего опыта, я также рекомендую установить верхнюю

планку. Это на случай, если ваш бизнес начнет вдруг работать ОЧЕНЬ хорошо. И сумма процента от выручки превысит запланированные вами расходы.

Третье. Наше «ноу-хау». В 2020 году нам удалось заключить договор аренды на буквально эксклюзивных условиях. В долгосрочный 15-летний договор мы сразу заложили шкалу арендных плат, размер которых зависит от наличия или отсутствия 2 показателей:

- ограничительных мер, их строгости и влияния на работу предприятий общепита,
- чрезвычайных обстоятельств, частично или полностью препятствующих использованию объекта аренды в соответствии с целевым использованием, не зависящих от воли сторон договора и находящихся вне рамок их разумного контроля.

Получилось 4 возможных сценария определения размера арендной платы внутри каждой ситуации. Это дает возможность гибко автоматически адаптировать размер арендной платы к существующим реалиям экономики и жизни. Сразу оговорюсь, что это – чистый эксперимент компании, которую я сопровождаю. И что согласовали его исключительно в силу переговорных талантов собственника и директора по развитию. Но если получалось у них – получится и у вас.

Выход из договора

Начну с очевидного: выход из договора должен быть.

«Договор-нерасторгайка» – это тупик для арендатора, который становится заложником арендодателя. И никакой кодекс здесь не помогает.

Мы все столкнулись с этим в прошлом году.

Поэтому вы всегда должны иметь ЗАПАСНОЙ выход из договора. Запасной выход в нашем случае – это досрочный выход из договора по инициативе арендатора. Обращаю внимание: именно по инициативе арендатора, а не по соглашению сторон. Потому что достичь соглашения удастся не всегда. К сожалению, этот момент очень часто вообще

упускается из виду при заключении договора

Ваш договор в идеале должен вам обеспечить возможность выйти из него безмотивно (т. е. без заранее определенных причин, в том числе нарушений со стороны арендодателя) с предупреждением за определенный срок. На практике он обычно составляет 2–3 месяца. Это время, которое необходимо арендодателю, чтобы найти нового арендатора. Для того, чтобы согласовать этот пункт можно предложить арендодателю так называемую плату за отказ от договора. Она также может составлять суммы от 1 до 3 ежемесячных арендных плат.

Если арендодатель вообще не согласовывает безмотивный выход из договора, как минимум, у вас должна быть возможность прекратить договор, если что-то пойдет не так.

Что такое «не так». Это означает, что по какой-то причине вы не можете пользоваться помещением для ведения в нем своей деятельности.

Мы в своих договорах предусматриваем несколько условий. Например, такие:

- существуют объективные препятствия использования Объекта [полностью или частично] в течение более 30 [тридцати] календарных дней подряд либо в течение 30 [тридцати] календарных дней в течение 3 [трех] последовательных месяцев;

- существуют ограничения беспрепятственного доступа в Объект [полностью или частично] или на прилегающую к нему территорию, необходимую для использования Объекта [полностью или частично], в течение более 30 [тридцати] календарных дней подряд либо в течение 30 [тридцати] календарных дней в течение 3 [трех] последовательных месяцев.

Два важных нюанса.

Первый. Арендодатели традиционно пытаются указать, что невозможность использования объекта аренды происходит «по вине арендодателя» либо «по умыслу арендодателя». Будем честны. В такой формулировке это – мертвый пункт, который никогда не

позволит вам выйти из договора.

Вам нужна формулировка «по обстоятельствам, за которые АРЕНДАТОР (т. е. вы) не отвечает». Т. е. если ТЦ, в котором вы арендуете помещение, оказался практически полностью отрезан от посетителей, потому что началась масштабная реконструкция прилегающего шоссе, – это обстоятельства, которые препятствуют ведению вами полноценной деятельности. Они происходят не по вине арендодателя. Но они позволяют вам выйти из договора.

Второй. Вы должны понимать различие между ОДНОСТОРОННИМ РАСТОРЖЕНИЕМ договора и ОДНОСТОРОННИМ ОТКАЗОМ. Это – две абсолютно разные вещи.

Расторжение договора работает так: вы обращаетесь к арендодателю с предложением о досрочном расторжении договора. Если арендодатель соглашается – подписывается соглашение о расторжении, и вы возвращаете помещение. А вот если арендодатель против – то прекратить договор вы можете только в суде. Но только на этом вы потеряете в среднем от 4 до 9 месяцев, в течение которых будете продолжать платить арендную плату. При этом, никто не гарантирует вам, что суд расценит те или иные обстоятельства также как вы, т. е. как причины, которые дают вам право расторгнуть договор.

Совсем другое дело – ОТКАЗ от договора.

Если вы предусмотрели в договоре такой механизм прекращения отношений – у вас есть возможность просто написать арендодателю уведомление, направить его и через определенное время освободить помещение. Потому что договор будет прекращен.

На практике встречаются попытки юристов скрестить эти два понятия, в результате которых в договорах появляются фразы вроде: «одностороннее расторжение договора», «расторжение договора в одностороннем порядке» и даже «досрочное немотивированное расторжение договора в одностороннем порядке». Это – что-то вроде русской рулетки. Потому что трактовать эти фразы можно и как расторжение, и как отказ. И многое зависит от

наличия либо отсутствия четко прописанной процедуры, которая позволяет уточнить, что же на самом деле имелось в виду. Т.е. ваша судьба и ваши деньги зависят толкования, которое будет выгодно арендодателю, и от мнения суда. Поэтому не осложняйте себе жизнь. Следите за словами.

СЛОЖНЫЕ ВОПРОСЫ ПРЕКРАЩЕНИЯ ДОГОВОРА

Завершая разговор о прекращении договора, поговорим о процедуре выхода из договора.

Что нужно продумать тут.

1. Кто, кого, когда о чем и каким образом уведомляет о возврате помещения.

2. Какие улучшения считаются отделимыми, а какие нет.

3. Возмещается ли арендатору стоимость НЕотделимых улучшений в случае прекращения договора аренды в принципе. По умолчанию, если этот вопрос отдельно в договоре не урегулирован, стоимость НЕОТДЕЛИМЫХ улучшений арендодатель вам не возмещает. Должен ли арендодатель и, если да, то в каком размере, возместить ваши вложения в помещение, если вы вынуждены в одностороннем порядке прекратить договор по вине арендодателя, а также в связи с гибелью или существенным повреждением помещения.

Этот момент КРАЙНЕ сложный в переговорах. Все без исключения арендодатели изначально стоят на позиции, что ничего и никогда они возмещать арендатору не будут. И только переговоры, объяснение сумм инвестиций позволяет достигать компромисса.

Нам удастся согласовывать разные схемы возмещения. Кто-то соглашается на возмещение стоимости неотделимых улучшений исходя из заранее согласованной стоимости вложений в 1 кв.м. арендуемой площади с учетом амортизации. Кто-то подписывается под тем, что возместит инвестиции, подтвержденные первичными документами исходя из определенной формулы.

4. Как производятся расчеты при прекращении договора.

В частности, засчитывается ли обеспечительный платеж (если он есть) в счет арендной платы за последний месяц аренды, либо он удерживается арендодателем в качестве отступного, либо возвращается на ваш расчетный счет. И в какой срок.

Отдельно я хочу коснуться такого вопроса, как возврат помещения. Дело в том, что вернуть помещение арендодателю не так просто, как может показаться на первый взгляд.

В нашей практике были неоднократные случаи, когда формальным собственником помещения были подставные лица, часто живущие в деревнях, селах, других городах.

Во-первых, уведомить их о возврате помещения было большой проблемой – они просто не получали корреспонденцию. Соответственно, подписать акт возврата помещения тоже было невозможно. А пока арендатор не вернул помещения, формально считается, что он продолжает пользоваться им. А, значит, должен продолжать платить арендную плату. На моей памяти были арендодатели, которые злостно пользовались этим. И не приходили на приемку помещения несмотря на неоднократные уведомления. Неделя за неделей.

В одном из случаев, чтобы вернуть помещение, пришлось в присутствии свидетелей, включая участкового, закрыть и опечатать помещение, отразить в акте, что помещение освобождено, а потом бандеролью отослать ключи от помещения на адрес собственника.

Была я очевидцем и обратной истории.

Предприниматель выкупил у города помещение, чтобы вести в нем коммерческую деятельность. Только вот город забыл предупредить покупателя о том, что помещение сдано в длительную аренду. В результате новый собственник получил помещение, в котором находился алкогольный магазин, который платил небольшую аренду по ставкам аренды муниципальной собственности.

Сначала новый собственник решил резко увеличить арендную плату, на что получил обоим ответ, что по договору арендная плата может быть увеличена не чаще 1 раза в год, по определенной процедуре и не более, чем на индекс инфляции.

Новый собственник сцепил зубы и решил переждать год, пока договор аренды не закончится. По условиям договора он должен был уведомить арендатора о том, что не планирует продление аренды на новый срок за 3 месяца до окончания срока действия договора. Он честно отослал уведомление, но оно не было получено. Потом он послал уведомление еще раз. Оно было получено, но только человеком, который никакого отношения к арендатору не имел. Такое часто встречается в холдингах. Это позволило арендатору утверждать, что арендодатель не выполнил процедуру уведомления, предусмотренную договором.

В общей сложности собственник направил больше 5 уведомлений. И потом был вынужден судиться с арендатором и требовать прекращения договора в суде. Это дало магазину возможность торговать на хорошей точке дополнительные 9 месяцев. А собственник на всем этом потерял несколько миллионов рублей неполученной арендной платы.

А каждый день просрочки возврата помещения – это день, за который вы заплатите арендную плату, а часто еще и штрафные санкции за нарушение срока возврата.

Поэтому рекомендую изначально заложить в договор аренды четкую и понятную процедуру возврата помещения, которая будет предусматривать следующие вопросы:

Срок возврата. Процедура уведомления.

Четко определите в договоре, когда наступит срок возврата помещения. Это либо последний день аренды, либо иной согласованный сторонами день. А также пропишите, каким образом вы уведомите арендодателя о готовности вернуть помещения. Это могут быть заказное письмо, телеграмма, письменное

уведомление, переданное курьером. Помните, арендодатель не сидит и не ждет, когда вы позовете его на приемку. Сделайте процедуру понятной и исполнимой для обеих сторон.

Состояние. Естественный износ. Достройки

Это пункт о том, в каком именно виде вы должны вернуть арендодателю помещение. Здесь нам поможет тот самый акт приема-передачи, в котором зафиксировано состояние помещения на момент приемки.

Что еще. Прямо укажите, что сколы, трещины, отверстия от шурупов и т.п. относятся к естественному износу в ходе коммерческой эксплуатации помещения. Тогда, при их обнаружении, вам не придется спорить с собственником по поводу необходимости проведения за ваш счет косметического ремонта.

Также укажите, что если арендодатель согласовал перепланировку или достройку, то помещение возвращается в состоянии после перепланировки/достройки. Иначе вам придется ломать построенные стены и возводить новые на месте тех, которые указаны в плане помещения, приложенному к договору аренды.

Улучшения, которые арендатор может забрать

Здесь нам нужно четко определить, какие улучшения стороны считают делимыми, а какими – неделимыми.

Закон говорит вроде четко: все, что неотделимо – остается у арендодателя, все, что делимо – можете забрать. Все понятно и прозрачно. Но как на самом деле? Отделима ли система вентиляции? А система теплоснабжения? А выключатели? Четкого ответа на эти вопросы нет. И судебная практика тоже очень неоднородная.

Поэтому лучший способ не вступать в споры при прекращении договора – изначально продумать и указать в договоре, что именно для данных конкретных арендатора и арендодателя и для данного конкретного помещения

относится к делимым улучшениям, а что – к неделимым.

Процедура возврата. Односторонний акт

Внесите в договор условие, что вы можете сдать помещение по одностороннему акту, т. е. акту, который будет подписан только со стороны арендатора. Это – ваша страховка на случай, если арендодатель вообще не явится на приемку, либо если явится, но откажется подписывать акт приемки-передачи.

На практике в подобных случаях лучше сдавать помещение в присутствии свидетелей (участкового, представителя ТСЖ, иного независимого свидетеля), которые также подпишут ваш акт. Это позволит зафиксировать факт освобождения помещения. А, значит, и момент, после которого вы уже не должны платить аренду.

Момент исполнения обязанности по возврату

Пропишите четко в договоре, что, если вы освободили помещение, пригласили арендодателя, подписали акт со своей стороны и готовы отдать ключи, то ваша обязанность по возврату помещения считается исполненной. Эта юридическая хитрость также позволит защитить ваши деньги. Ведь пока обязанность по возврату помещения не исполнена, арендная плата продолжает начисляться.

Необходимость ремонтных работ

Я предлагаю вынести этот вопрос за пределы процедуры возврата помещения.

В своих договорах с указываю, что что арендодатель не имеет права отказаться от приемки помещения, если оно полностью освобождено и арендатор готов его вернуть. А все вопросы, связанные с недостатками помещения и необходимостью ремонта, мы отражаем в акте, а затем совместно решаем, чья это зона ответственности, т. е. кто именно и за чей счет должен ремонтировать помещение.

Это еще одна дополнительная страховка: мы разделяем момент возврата помещения (а,

значит, и обязанность платить за него арендную плату) и момент проведения ремонтных работ, если такие вопросы возникнут при возврате.

Запрет на удержание имущества

Большинство арендодателей считают, что они могут удерживать ваше имущество, пока не будут проведены все расчеты по договору. Это – своего рода шантаж, отголоски 90-х.

Такое условие не является законным. Поэтому не соглашайтесь на него. Указывайте в договоре, что запрещаете удержание вашего имущества, в том числе при прекращении договора аренды. И что подобные действия арендодателя вы будете рассматривать как самоуправство и использовать все предусмотренные законом методы защиты нарушенного права, включая требования о компенсации убытков и обращение в правоохранительные органы.

Такой пункт позволит вам не потерять свое собственное имущество при прекращении договора.

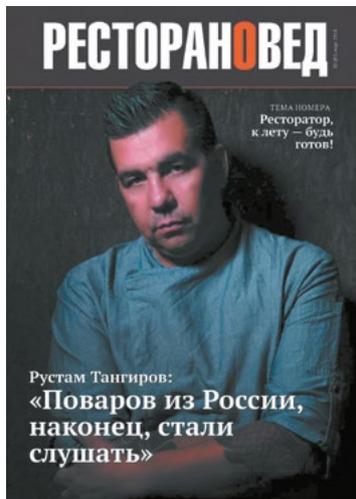
ВМЕСТО ЗАКЛЮЧЕНИЯ

Я постаралась рассказать о самых распространенных проблемах, с которыми сталкиваются. В действительности нюансов и ловушек договора аренды значительно больше, чем позволяет рассказать объем одного выступления (одной статьи).

Тем не менее, я надеюсь, что мой рассказ заставил вас всерьез задуматься над тем, о чем и как нужно договариваться с арендодателями, заключая договоры аренды.

Я хочу, чтобы вы заходили в договоры аренды с открытыми глазами. Чтобы вы четко представляли, что именно нужно вашему бизнесу в арендных отношениях, чтобы быть стабильным и успешным. Чтобы вы вели переговоры с арендодателями на равных и согласовывали нужные вам условия. Помните, что, заключая надежный договор аренды, вы защищаете свой бизнес и свои деньги.

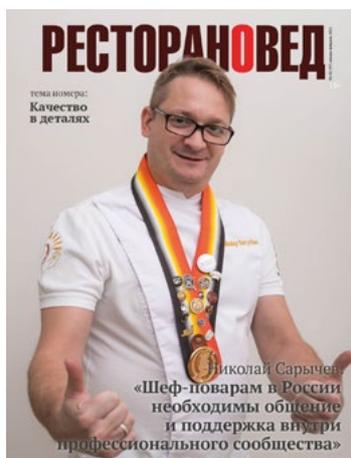
РЕСТОРАНОВЕД



Все номера
журнала
доступны
по ссылке:



О ресторанном бизнесе со знанием дела!





ПОЛИГРАФИЯ
ДЛЯ ВАС И ВАШИХ ГОСТЕЙ!

МЕНЮ, ВИННЫЕ КАРТЫ
флаеры, плакаты, визитки
и другие рекламные материалы

(812) 339-73-00

(812) 324-18-15

www.premium-press.ru

Premium