

РесторановедЪ

РесторановедЪ 1 (64) январь 2016

Так победим!
История одного
конкурсного успеха

Свой проект
Как повару открыть свой ресторан выездного
обслуживания без стартового капитала

Трудности учета
ЕГАИС — тема номер один
в сегменте HoReCa

БАРЫ

К чему приведёт
прорыв формата

17-20
марта
2016



14-я Международная специализированная
выставка индустрии гостеприимства

★★★★★
ExpoHoreca

Санкт-Петербург



ПРОДУКТЫ
ПИТАНИЯ



НАПИТКИ



РЕГИОНАЛЬНАЯ КУХНЯ

ОБОРУДОВАНИЕ



ОСНАЩЕНИЕ



ТЕХНОЛОГИИ, ИННОВАЦИИ

Нас выбирают профессионалы!

Организатор
выставки:



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

Генеральный
партнёр:

Международная Академия Гостеприимства



реклама

Генеральные
информационные партнёры:

РесторановедЪ ОТСЛД

ПРАКТИКА
ТОРГОВЛИ



От редакции

Год прошёл — наступило время подведения первых его итогов. В январском номере журнала «РесторановедЪ» мы с помощью ГК «БестЪ» констатируем, что для ресторанного рынка Петербурга они нерадостны: за 2015 год закрылось почти 10% заведений (а именно — 465). Конечно, три с лишним сотни заведений открылось, но в количественном исчислении наш рынок в убытке: кризис!

Однако кризис кризисом, а ведь каждый из нас сам ответственен за то, где в это время оказался. И есть два сегмента общественного питания, которые продолжают интенсивно развиваться, — это столовые и бары. Именно поэтому мы взяли темой номера бары: этот формат меняется, приспособляясь к требованиям гостей, и гости остаются благодарны, голосуя своими деньгами.

Во время подготовки материала мы обошли несколько барных заведений разной направленности, и их владельцы рассказывали, что буквально с первого дня открытия бары заполняются гостями, многие из которых быстро становятся постоянными. Что для этого надо сделать и какие именно бары сегодня популярны, читайте в теме номера «Бары: прорыв формата».

Впрочем, если к бизнесу подходить правильно, то и рестораны в кризис не теряют своих гостей. Мы представляем псковский ресторанно-гостиничный комплекс «Двор Подзноева»: один из ресторанов этого комплекса, «Трапезные Палаты», занял первое место, взяв золотую медаль и хрустальный кубок победителя, в престижном российском ресторанном конкурсе «Русский ПИР». Мы специально ездили в Псков, чтобы понять технологию победы команды ресторана, ведь конкурс — это всегда особая история в жизни персонала, и качество подготовки к нему неизменно совпадает с качеством самого заведения. В этом любой конкурс можно сравнить с фестивальным кино: востребовано ли оно зрителем (гостем ресторана) или снимается ради искусства. И псковская команда доказывает свой профессиональный подход ко всему — и к бизнесу, и к конкурсу.

Мы поздравляем ребят и очень рады за них! Этот год, по всей видимости, будет сложным. Возможно, нас ждёт много перемен. Но что бы ни случилось, давайте оставаться профессионалами и достойно отвечать на перипетии рынка.

Удачи вам в бизнесе!

Светлана Куликова,
шеф-редактор журнала «РесторановедЪ»

РесторановедЪ

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

www.restoranoved.ru

Проект издательства
«Наша деловая пресса»

Генеральный директор/главный редактор
издательства: Александр Марков

Шеф-редактор
журнала «РесторановедЪ»: Светлана Куликова
Редакция: Юлия Яковлева, Людмила Мехонцева,
Анастасия Шадская

Директор по рекламе: Евгения Кузнецова
Начальник отдела рекламы:
Валентина Голубева

Менеджеры по рекламе: Ольга Клименко,
Елена Миндерова, Ольга Стрелецкая
Менеджеры по работе с клиентами:
Наталья Ядрова

Директор по IT: Дмитрий Мазов
Веб-дизайнер: Нина Тимофеева

Дизайн, предпечатная подготовка:
Кирилл Раевский

Корректор: Нина Мирзоева

Фото: Николай Малышев,
Владимир Тилес

Фото на обложке: бар Lumberjack (Москва),
фото присланы PR-службой бара

Журнал «РесторановедЪ» 1 (64) январь 2016
Св-во ПИ № ТУ 78-00156 от 17.11.2008 г. выдано Управ-
лением Федеральной службы по надзору в сфере связи и
массовых коммуникаций по СПб и Ленинградской области
Учредитель Марков А. В.
Издатель ООО «Издательство
«Наша деловая пресса»
Перепечатка материалов допускается только с согласия
ООО «Издательство «Наша деловая пресса». Товары,
рекламируемые в номере, подлежат обязательной
сертификации. Ответственность за сведения в рекламе
несет рекламодатель.
Заказ № 1411 Тираж — 8 000 экз.

Подписано в печать 28.01.2016
Отпечатано в типографии PremiumPress.
Адрес типографии: 197374, СПб, ул. Оптиков, д. 4

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

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

E-mail для писем: info@mediavivor.ru

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

Представитель в Москве:
Галина Пустобаева
т. +7-915-3629787

E-mail: mск@mediavivor.ru

медиа группа

**ВЛУЧШИЙ
ВЫБОР**

Содержание

Ресторановедъ 1 (64) январь 2016

ФАКТЫ. ЦИФРЫ. ЦИТАТЫ.

4

5

27

ТЕНДЕНЦИИ

6

Ресторанный рынок Петербурга потерял в количестве

СОБЫТИЕ

8

Где прибыль вашего ресторана?

ФОРМУЛА УСПЕХА

10

Так победим! Как псковский ресторан «Трапезные Палаты» взял Ресторанный кубок «Русский ПИР»

УПРАВЛЕНИЕ

18

Не отчаивайтесь! За январём неумолимо идёт февраль

ЗАКОНЫ И НОРМАТИВЫ

22

ЕГАИС: тема номер один в сегменте HoReCa

АВТОМАТИЗАЦИЯ & ИТ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

24

ШЕФ-ПОВАР

28

Чань Ю Со: «В ресторане есть много возможностей для импровизации»

СОЗДАНИЕ БИЗНЕСА

34

Как повару открыть свой ресторан выездного обслуживания без стартового капитала

ЕГАИС: тема номер один в сегменте HoReCa

22

В баре только девушки

«Изюминкой» бара «Латинский квартал» является то, что работают в нём только девушки. Это способствует тому, что за бар садятся с удовольствием даже при наличии свободных столов.



44

Так победим! Ресторан «Трапезные Палаты» (Псков) взял Ресторанный кубок «Русский ПИР»



Какова технология победы команды ресторана? Конкурс – это всегда особая история в жизни персонала, и качество подготовки к нему неизменно совпадает с качеством самого заведения. Псковская команда доказывает свой профессиональный подход ко всему – и к бизнесу, и к конкурсу.

10

Коктейль Summer Sour



РЫНОК ТРУДА

38

В Петербурге большой процент соискателей-официантов предпочитают гибкий график работы

ТЕМА НОМЕРА

41

Бары: прорыв формата

МАСТЕР-КЛАСС

59

Коктейль Summer Sour

60

Рис Франка Ксю

61

Медальоны из говядины с жареным луком и фруктовым соусом

62

КАТАЛОГ

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

РЕВАНШ СПб



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



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



Диваны уютные
и комфортные



и многое другое



Офисы продаж:
г. СПб, Лиговский проспект д.50,
к.1, офис №7
т. (812) 336-87-71, +7 (911) 093-22-60

г. СПб, Заневский пост, д.1 /2
т. (812) 574-21-86, 980-07-86

г. Колпино, ул. Веры Слуцкой, д.46/2,
т. (952) 361-33-74

г. Домодедово, Московская обл.,
Каширское шоссе, д. 4 корп. 1
т. (495) 280-75-10, (495) 517-25-00

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

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

Московский ресторан Cook'kareku Александра Раппорта получил Серебряную Международную Пальмовую ветвь гастрономической премии ресторанных концепций «Пальмовая ветвь 2015», заняв второе место в мире среди заведений «за оригинальную идею круглосуточных завтраков со всего мира».



Американская сеть ресторанов быстрого питания McDonald's планирует открыть в 2016 году в России более 60 новых объектов.

Датский ресторан Noma, не раз признанный лучшим в мире, открыл свой филиал в Сиднее (Австралия). Места на день открытия были раскуплены за четыре минуты с момента старта продаж.

DUO-банда Дмитрия Блинова и Рената Маликова открыла второе заведение – «Тартарбар». Гардероб, в котором номерков не дают, а в пальто в зал не пускают, активные официанты, полон зал народу, очередь на входе – словом, всё, как и в DUO, за исключением кухни: она здесь другая, но столь же интересная – «блиновская»!

” «Средний чек в московских кафе и ресторанах вырос в январе 2016 года на 25–30% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. В итоге посетителей в кафе стало меньше, но людям придется привыкать к таким ценам».



(Игорь Бухаров, президент Федерации рестораторов и отельеров (ФРИО) России)



Компания UCS выпустила сертифицированное обновление StoreHouse V. 4 для подключения к ЕГАИС, а также подробную инструкцию по работе с программой.

По данным Петростата, жители Северной столицы в 2015 году потратили на еду 381,8 млрд рублей, что на 9,3% меньше, чем годом ранее.

Квоты на трудоустройство иностранных граждан — квалифицированных специалистов — могут не распространяться на метрдотелей и шеф-поваров: министерство труда России предлагает расширить перечень профессий, на которые не распространяется квота, за счёт сферы обслуживания и обеспечения туристической деятельности.



Миниформы для фуршетов FINGER FOOD
Одноразовые класса премиум, сверхпрозрачные
Экономят место, эффектно смотрятся
Идеальное дополнение при сервировке
Более 30 видов, цвет прозрачный в наличии
Производство Италия

Компания «Ресурс»
(812) 963-2333, 960-28-11
www.nipco-it.ru info@nipco-it.ru



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

Компания «Ресурс»
(812) 963-2333, 960-28-11
www.nipco-it.ru info@nipco-it.ru

Ресторанный рынок Петербурга потерял в количестве

В 2015 году было открыто 313 заведений, закрыто — 465

В январе, по традиции, мы подводим итоги года. В целом в прошедший год наблюдалась отрицательная динамика фактически всех показателей, характеризующих ресторанный рынок Петербурга. С одной стороны, понятно: всеобщий экономический спад. Однако только ли в спаде дело? В этом попытались разобраться эксперты рынка на ежегодном деловом завтраке BestBreakfast в ресторане «Набережная» петербургского бизнес-центра «Авеню». Завтрак так и назывался: «Итоги года в ресторанном бизнесе: победители и проигравшие». Провела завтрак группа компаний «БестЪ» и Duvernoix Legal при поддержке Федерации рестораторов и отельеров Северо-Запада.

Было закрыто почти 10% городских заведений

— По нашим данным, на сегодняшний день в городе функционирует порядка 5 150 заведений на 502 тысячи посадочных мест, — сказал в своём выступлении **Станислав Ступников**, руководитель направления торговой недвижимости ГК «БестЪ». — На одну

тысячу жителей Санкт-Петербурга приходится 98 посадочных мест — это почти на 2% меньше, чем в 2014 году.

Ступников отмечает, что среди городов-миллионников Санкт-Петербург по этому показателю занимает только шестое место. «И среди всех крупных городов в прошлом году только мы с Нижним Новгородом имели по этому показателю отрицательную динамику, несмотря на весь потенциал Петербурга — туризм и прочее», — подчёркивает Станислав.

За прошедший год почти 10% заведений города было закрыто. Баланс открытий и закрытий наблюдается отрицательный: 465 закрытых против 313 новых.

— Исходя из статистики по обороту предприятий общественного питания, в целом сужение рынка за прошедший год составило



около 18%, — говорит Станислав Ступников. — Надо отметить, что участники мероприятия в конце прошлого года прогнозировали 25–30%. Прогнозируемый нами оборот предприятий общественного питания (завтрак BestBreakfast проходил в декабре — *ред.*) по итогам 2015 года составит 51 млрд рублей (см. график «Оборот предприятий общественного питания» — *ред.*).

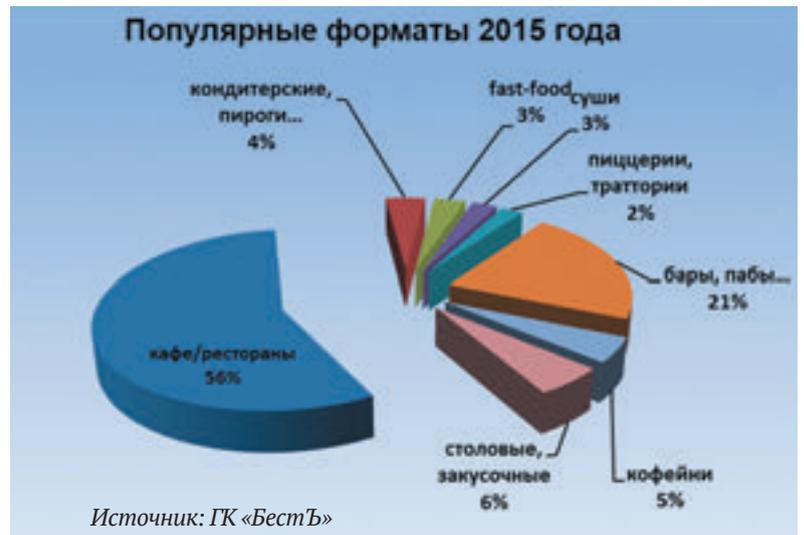
Наиболее интенсивно открываются столовые и бары

В географии рынка за прошедший год фактически ничего не изменилось: центр города по-прежнему доминирует. Смещение в сторону спальных районов есть, но несущественное — менее 1%.

Что касается развития форматов (типов) заведений, то за прошедший год наблюдалось две основные тенденции — резкое увеличение числа демократичных (или низкобюджетных) столовых и рост числа питейных заведений — баров, рюмочных и им подобных. В целом, самым популярным форматом остались кафе/рестораны, на втором месте оказались бары, пабы и другие питейные заведения, третье примерно поровну разделили столовые (закусочные) и кофейни — см. диаграмму «Популярные форматы».

— Наиболее интенсивно в последнее время открываются столовые и бары, но доля кафе и ресторанов всё равно превалирует и составляет 55% от всех вновь открытых заведений, — подтверждает Станислав Ступников. — Достаточно интенсивно в последнее время стали открываться заведения с вегетарианским ассортиментом.

Если говорить о самой популярной кухне, то таковой остаётся



европейская (44% заведений). Славянская занимает 22% рынка, кавказская / восточная — 12%, японская — 9%, итальянская — 8%, азиатская — 4%, авторская — 1%, вегетарианская — 0,6%.

— По нашим данным, в городе за прошедший год из немногим более 300 новых (открытых) заведений 50% ориентированы на бюджетных гостей со средним чеком до 1000 рублей, — отмечает Ступников (см. график «Открытие заведений по уровню среднего чека на одного гостя»).

В 2016 году ресторанный рынок покажет рост

В 2016 году прогнозируется продолжение тенденций 2015-го: рост доли демократичных форматов, а также дальнейшая поляризация спроса и предложения в направлении «кухни для всех» (столовые, бары и прочее) и так называемой «кухни для избранных» — авторской, вегетарианской, кошерной, здоровой, экзотической и так далее.

Эксперты считают, что в 2016 году ресторанный рынок покажет рост на 8–10% с увеличением оборота общественного питания на 5–7%.

В Санкт-Петербурге сегодня функционирует порядка 5150 заведений на 502 тысячи посадочных мест: на одну тысячу жителей приходится 98 посадочных мест, что почти на 2% меньше, чем в 2014 году.

Где прибыль вашего ресторана?



Мы продолжаем представлять экспертов, которые выступят в рамках деловой программы выставки ExpoHoReCa-2016. Наталья Кулакова – бизнес-тренер и консультант ресторанного рынка, основатель собственной школы для профессионалов ресторанного дела. Её тренинг будет посвящён тому, как ресторатору выжить в условиях экономической действительности 2016 года...

А пока рекомендации от Натальи Кулаковой.

1. Проанализируйте ваши расходы.

Затраты – важная часть бюджета любого ресторана, кафе или бара. В кризисные времена они приобретают особое значение. Понимание структуры расходов и рациональное

их планирование – залог успеха любого заведения. От того, насколько правильным будет расчет, зачастую зависит не только настоящее, но и будущее ресторана.

Основные правила формирования затратных статей бюджета

Расходы на персонал не должны превышать 25% от выручки;



Расходы на аренду не должны быть больше 20% от выручки.



Себестоимость блюд и напитков должна составлять не более 25% от выручки,



Затраты на маркетинг, то есть на исследования, рекламу, мероприятия, комплименты, бонусы, не должны превышать 5%.



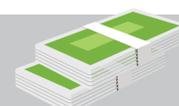
Производственные расходы – коммунальные, эксплуатационные, хозяйственные, сервисные, ремонтные – это ещё 7%



Административные расходы (юридические, консалтинговые, лицензии, авторские права, обслуживание счёта, канцтовары и пр.) – 5%.



Расходы на налоги – 3%.



В этом случае у вас есть возможность заработать 10%.



Давайте ещё раз проработаем возможности экономить. Смотрите детально на каждую статью, на каждую тысячу рублей. Договаривайтесь о снижении цен, меняйте поставщиков услуг, убирайте из меню невостребованные и низкомаржинальные блюда, повышайте квалификацию персонала, автоматизируйте производство, используйте энергосберегающее оборудование, анализируйте эффективность маркетинговых усилий.

2. Составьте план по продажам.

Например, у нас кофейня в центре города с арендой в 500 000 рублей. План по продажам — 2 500 000 рублей. Мы прогнозируем, что завтраки нам принесут 10% от выручки, посещаемость на завтраки должна составить 250 000 рублей / 150 рублей / 30 дней = 55 человек. Ланчи нам принесут 50% выручки, посещаемость должна составить 1 250 000 / 300 / 22 = 189 человек. Ещё 1 000 000 рублей нам должны принести выходные и вечера. Предположим, что 500 000 нам принесут выходные, тогда посещаемость должна составить 500 000 / 500 / 8 = 125 человек. Вечера будни 500 000 / 500 / 22 = 45 человек.



Или у нас кафе в «спальнике» с арендой 500 000 рублей. План по продажам 2 500 000 рублей. Завтраков нет, ланчей нет. Банкеты в пятницы, субботы — 3 банкета по 15 человек по 2 000 рублей * 8 дней = 720 000 рублей. Семейные обеды в субботу и воскресенье — 50 человек * 750 рублей * 8 дней = 300 000 рублей.

Доставка 10 заказов * 1000 рублей * 30 дней = 300 000 рублей. Будни вечера 20 человек * 1000 рублей * 22 дня = 440 000 рублей. Вечер пятницы, субботы 50 * 1500 * 8 дней = 600 000 рублей. Продажа навывнос и сувениры на 140 000 рублей в месяц / 30 дней = 4666 рублей в день / 300 рублей = 15 человек.

План по продажам — важнейший инструмент управляющего и маркетолога, грамотного шеф-повара. Меню должно обеспечить средний чек с заданными нормативами маржинальности, маркетолог — привлечь нужное количество гостей на нужные услуги, управляющий — успеть хорошо обслужить, а повар накормить.

Что ещё нужно сделать ресторатору, чтобы выжить в не самые простые для экономики времена, вы узнаете, посетив тренинг Натальи Кулаковой, который состоится в рамках деловой программы выставки ExpoNoReCa-2016 с 17 по 20 марта нынешнего года.



Так победим!

Как псковский ресторан «Трапезные Палаты» взял Ресторанный кубок «Русский ПИР»

В декабре 2015 года псковскому ресторанно-гостиничному комплексу «Двор Подзноева» исполнилось шесть лет. А накануне, в октябре, на российском конкурсе «Ресторанный кубок «Русский ПИР», проходившем в Москве в рамках выставочного проекта PIRExpо, административно-поварская команда ресторана «Трапезные Палаты» (одного из четырёх заведений «Двора Подзноева») сделала комплексу подарок: заняла в конкурсе первое место, получив золотую медаль и хрустальный кубок победителя, а также главный приз – образовательно-гастрономическую поездку в Грузию. Мы специально ездили в Псков, чтобы понять технологию победы команды ресторана, ведь конкурс – это всегда особая история в жизни персонала, и качество подготовки к нему неизменно совпадает с качеством самого заведения. В этом любой конкурс можно сравнить с фестивальным кино: востребовано ли оно зрителем (гостем ресторана) или снимается ради искусства. И псковская команда доказывает свой профессиональный подход ко всему – и к бизнесу, и к конкурсу.



Мы сразу определили своего главного соперника

Конкурс «Ресторанный кубок «Русский ПИР», организованный выставочным проектом PIR Expo и Академией кулинарного искусства «Эксклюзив» при поддержке Федерации рестораторов и отельеров (ФРиО) и Национальной гильдии шеф-поваров, позволяет соревноваться как российским, так и зарубежным заведениям, главное обязательное условие лишь одно: они должны представлять русскую кухню. Поэтому среди восьми команд, прошедших в финал конкурса, была даже команда турецкого заведения.

— Но главным своим соперником мы считали, конечно, московский ресторан LavkaLavka, — говорит **Ирина Барканова**, F&B-менеджер

псковского ресторано-гостиничного комплекса «Двор Подзноева». — Хотя все остальные участники тоже были достаточно сильными, но мы видели, что они представляют жюри не совсем конкурсные блюда.

Хотя конкурс «Ресторанный кубок «Русский ПИР» проходил всего второй раз, Сергей Евдокимов, шеф-повар «Трапезных Палат», понимал, как выбирать и презентовать конкурсные блюда. Дело в том, что генеральный директор Северо-Западной инвестиционной компании и ресторано-гостиничного комплекса «Двор Подзноева» Николай Загоруй постоянно отправляет своих сотрудников на различные конкурсы и соревнования, оплачивая эти поездки и требуя, чтобы персонал повышал свой профессиональный уровень. Это и стало неожиданным козырем в борьбе за первое место.

— Наши соперники-повара, как мы поняли, до этого вообще не участвовали в подобного рода мероприятии, — улыбается Ирина. — А мы-то привыкли соревноваться, мы в этом отношении очень опытные ребята! И уже знаем, что важно представить на конкурсе, на что именно смотрит жюри, как оно будет оценивать блюдо. А когда ты едешь на конкурс первый раз и не знаешь, по каким критериям тебя будут судить, победить очень тяжело, если вообще возможно. Поэтому у нас, конечно, была надежда на победу.

Псковский ресторано-гостиничный комплекс «Двор Подзноева» включает в себя два гостиничных корпуса — 4 и 3 «звезды», спа «БЕЗ ДНА», винный магазин «Винные Палаты» и четыре заведения общественного питания — «Трапезные Палаты», «Пивные Палаты», «Кофейные Палаты» и «Пироговые Палаты». Концепции заведений понятны из их названий: соответственно — ресторан русской кухни, пивной ресторан, кофейный и кафе-пироговая. В каждое из них можно зайти с улицы, не заходя в гостиницу, и каждое хорошо знают местные жители. Более подробно о ресторано-гостиничном комплексе «Двор Подзноева» можно прочитать в 9 номере журнала «Современный Отель» за 2015 год.



— Наши повара почему-то даже и не сомневались в ней! — смеётся **Роман Шалаев**, сомелье псковского ресторано-гостиничного комплекса.

По условиям конкурса «Ресторанный кубок «Русский ПИР», каждый ресторан должен был представить команду из трёх / четырёх действующих сотрудников: повар / шеф-повар (можно с помощником), бармен и административный представитель ресторана (менеджер либо управляющий). Таким образом, от ресторана русской кухни «Трапезные Палаты» комплекса «Двор Подзноева» поехали Сергей Евдокимов с су-шефом Вячеславом Ломакиным, Роман Шалаев и Ирина Барканова.

— Хотя я по основной своей специальности сомелье, но профессией бармена владею и в наших ресторанах выполняю также обязанности бар-менеджера, — объясняет Роман.

На конкурс ехали с мыслью «либо пан, либо пропал!»

Но чтобы попасть на практические соревнования конкурса, нужно было пройти этап предварительного отбора заявок, включающий подготовку и демонстрацию ролика-презентации о работе ресторана, а также фотографии четырёх ресторанных блюд (холодная закуска, суп, горячее блюдо, десерт) с ценой в меню, техкартами и расчётной стоимостью фудкоста. В ролике следовало передать атмосферу заведения и его успешность.

— И когда мы сняли наш ролик, то поняли, что во второй тур должны точно пройти: зрителю сразу становилось ясно, что мы представляем именно русское заведение — и интерьер, и униформа персонала, и меню. Мы просто показали себя! — вспоминает Ирина Барканова.

Ещё одним условием конкурса было приготовление из русских продуктов, и после раздумий, совещаний и сомнений было решено выбрать не просто русские, а именно псковские

Сугубо местными, региональными продуктами заведения комплекса «Двор Подзноева» работают изначально. А после введения санкций из меню ресторана «Трапезные Палаты» убрали мраморную говядину, а из блюд с лососем оставили только одно — изумрудные пельмени. Все остальные блюда здесь готовятся только из местной белой рыбы — судака, щуки, стерляди, карпа, леща, севежского угря, окуня и прочей.

продукты — ехать с полностью аутентичным меню.

— И когда мы такое решение приняли, то поняли, что на конкурсе у нас есть только два варианта: либо это меню оценят и мы выиграем, либо решат, что оно слишком узкое, не отражающее специфики страны — и мы окажемся на последнем месте, — улыбается Ирина.

Сугубо местными, региональными продуктами заведения комплекса «Двор Подзноева» работают изначально. А после введения санкций из меню ресторана «Трапезные Палаты» убрали мраморную говядину, а из блюд с лососем оставили только одно — изумрудные пельмени. Все остальные блюда здесь готовятся только из местной белой рыбы — судака, щуки, стерляди, карпа, леща, севежского угря, окуня и прочей. Кроме того, стали делать больше местных гарниров — например, из репы, из тыквы.

— И нисколько не пожалели, — подчёркивает Ирина. — Гости восприняли эти начинания очень хорошо. На самом деле все стандартные блюда можно смело из меню убирать: у нас во Пскове есть что показать гостям. Да и они сами спрашивали ещё до санкций, какие местные блюда мы можем предложить. Поэтому мы всегда использовали местные продукты — щуку, судака, угорь, телятину. При открытии ресторана была даже ботвинья со сметком, но потом сметок исчез, и мы это блюдо из меню вывели.

Локаворское меню

Когда стала понятна генеральная идея конкурсных блюд — местные продукты, — шеф-повар **Сергей Евдокимов** начал работать над разработкой их рецептов, думать о технологии приготовления и оформления.

— Хотелось сделать что-то совсем эксклюзивное, не повторяться, — рассказывает он. — Многие в подготовке к конкурсу берут какое-то блюдо и чуть-чуть его видоизменяют, а нам хотелось создать что-то несомненно



русское, но исключительно своё — такое, которое никто до нас не готовил. В этом был некий риск, но мы знали, для кого готовим — для людей, которые пробовали многое и могут оценить нечто новое для себя.

Так как продукты искали только местные, меню получилось совершенно локаворское. В процессе создания блюд объездили все рынки, познакомились, как смеётся Сергей, со всеми бабушками: «У одной только фасоли нашей нашли шесть видов!»

В результате выбрали достаточно сложные блюда: паштет из куриной печени с яблочным мармеладом бок о бок с томлёными желудочками при копчёных сердечках (в качестве холодной закуски); чёрный суп с моховиками, ячкой и белой фасолью; брюшко леща с протёртой морковью, оладушками из икры судака со сливочным соусом на луковой шелухе (горячее рыбное блюдо). К каждой подаче Роман Шалаев предусмотрел собственный напиток: коктейль «Питие купца Подзноева», настойка «Можжевельника» и вино из одуванчиков соответственно. При этом все названия блюд

Первые мгновения победы! Команда ресторано-гостиничного комплекса «Двор Подзноева» в полном составе: шеф-повар ресторана «Трапезные Палаты» Сергей Евдокимов, сушеф Вячеслав Ломакин, F&V менеджер комплекса «Двор Подзноева» Ирина Барканова, сомелье Роман Шалаев

представлялись на старославянском языке с переводом на русский — как и в основном меню «Трапезных Палат».

— Леща все знают как костлявую рыбу, и повара, работавшие с ней, понимают, насколько сложно отделить кости от её брюшка — самого, между тем, вкусного, что в ней есть, — улыбается Сергей Евдокимов. — И мы решили представить эту рыбу во всей её красе, благо сезон леща — как раз сентябрь-октябрь и есть. А суп мы варили из моховиков, фасоли и пшеничной крупы, стараясь добиться тёмного, почти чёрного цвета бульона. Для этого (и для вкуса, конечно, тоже) добавили печёный сельдерей: пекли его специально на костре, как пекут на углях картошку — это придало супу привкус костра и леса.

Бульон получился действительно интересным — по цвету похожим на квас, тягучим, насыщенным. Повар на блюде раскладывал основные ингредиенты, а официант при госте заливал их бульоном.

— Вы собрали в конкурсном меню блюда, которые представлены в меню



ресторана?

— Нет, в меню ресторана у нас был только паштет из куриной печени, все остальные блюда были придуманы специально для конкурса. Мы с поварами как раз весной, в мае месяце, ездили во Владимир обучаться работе с русской печью. Среди наших учителей были такие мэтры русской кухни как Денис Перевоз и Максим Сырников — они же выступали членами жюри конкурса. И вот я думал, что нам приготовить в качестве первого блюда? Русские щи? Максим Сырников как раз и учил нас этому. Но ведь такие щи будут ему неинтересны, а другие он, вероятно, засудит...

Выручила поездка на Медовый хуторок, где снимали часть ролика для конкурса: хозяйка хуторка угостила гостей вином из одуванчиков, поведала рецепт, показала лес, где осенью и собрали грибы для супа. И вопрос с меню был решён.

Фишкой конкурсного меню ресторана «Трапезные Палаты» стало использование старославянского языка в обозначении названий блюд. Эта фишка используется и в основном меню заведения

Вино из одуванчиков и другие напитки

При этом времени на подготовку было достаточно мало: в ресторане параллельно шёл ещё ряд ответственных мероприятий и был огромный поток гостей.

— В результате я свою работу над коктейлем, над которым думал три месяца, завершил буквально в предпоследний день перед выездом, — вспоминает, улыбаясь, Роман Шалаев. — А оформить коктейль окончательно вообще смог только в Москве: я искал для этого маленькую садовую капусту, которую нашёл лишь на московском рынке.

В состав коктейля «Питие купца Подзноева» (другое название — «Завтрак купца Подзноева») — безалкогольного напитка, тонизирующего, насыщающего витамином С, освежающего и утоляющего жажду, — входят капустный рассол, клюквенный морс, корень имбиря и стебель сельдерея. Оформляется он композицией из листа садовой капусты, веточки сельдерея, клюквы и лимонграсса.

— С этим коктейлем была ещё одна интересная история, — смеётся Роман Шалаев. — Я вёз для него капустный рассол, который вдруг забродил! Хотя хранился в холодильнике. И понял я это в два часа ночи перед самым конкурсом. Пришлось воспользоваться знакомством с продавцами на рынке, где я до этого нашёл капусту...

«Можжевеловка» — это настойка можжевельных ягод на водке, а вино — напиток собственного приготовления по рецепту хозяйки Медового хуторка на основе цветков одуванчика: белое прозрачное вино с ярким ароматом жёлтых одуванчиков, спелой сливы, мёда, сухого хереса и мускатного ореха. «Во вкусе отчётливо прослеживаются цветы одуванчика, мёд, слива. Вино имеет яркий цветочный вкус, умеренную кислотность и нежное, но продолжительное послевкусие», — характеризует его Роман.



Своей работой мы теперь должны ежедневно доказывать, что не зря заняли первое место

— Когда мы собирались в поездку, представляли, что едем на маленький кейтеринг, — рассказывает Ирина Барканова. — Собрали свою посуду, свои скатерти, приборы, подсвечники и прочее. Что касается заготовок, то мы их делали за день-два до поездки, вакуумировали и везли в Москву.

— Наш бульон для супа, к примеру, варился 12 часов — где бы мы это сделали в гостинице? — улыбается Сергей Евдокимов.

Но один продукт должен был быть абсолютно свежим, иначе терялся вкус и, соответственно, смысл блюда.

— Мы понимали, что пока леща довезём на машине, пусть даже обложенным льдом, пока доставим в гостиницу, потом на конкурс, он будет уже совсем не тот, что только выловлен из реки, — говорит Сергей. — Поэтому Николай Иванович, наш директор, предложил нам доставить его в день конкурса на самолёте. Утром он сходил на рынок, купил леща, и лещ летел вместе с директором! Поэтому рыба на конкурсе была наисвежайшей. Даже один из судей, который смотрел нашу работу на кухне, понюхал её и одобрительно кивнул: да, хороша! Хотя, к примеру, жюри засомневалось почему-то, что наша деревенская сметана действительно деревенская, — он смеётся. — У них



„Мы прекрасно понимаем, что первое место в конкурсе накладывает ещё большую ответственность, — говорит Ирина Барканова. — На тебя теперь будут обращать более пристальное внимание и профессионалы рынка, и обычные гости. И своей работой мы должны ежедневно отвечать на вопрос, за что мы его получили.“

даже спор зашёл по этому поводу. Но она деревенская!

В целом, уровень конкурса «Русский ПИР» его участники отметили достаточно высоким, особенно удобство кухни.

— Организаторы очень хорошо всё устроили, и в плане работы всё было очень удобно — такое на конкурсах встречается нечасто, — говорят повара.

Некоторое недоумение вызвало то, что восемь команд-участниц судили разные члены жюри.

— Понятно, что судить кулинарные конкурсы невероятно сложно, и попробовать 28 блюд за три-четыре часа также трудно, но если мы хотим, чтобы конкурс был действительно серьёзный, то и жюри должно быть действительно серьёзным, — считают конкурсанты. — А здесь мало того что члены жюри без конца менялись, они ещё и отвлекались на какие-то свои дела, и обсуждали блюда друг с другом. Вспомните европейские конкурсы: там каждый выставляет свою оценку, и члены жюри даже не разговаривают между собой, ведь у каждого своё мнение.

Впрочем, конкурс «Русский ПИР» ещё очень молод, прошёл всего дважды, и мы желаем его организаторам ни в коем случае не останавливаться на этом, развивать его, развивая и пропагандируя тем самым русскую кухню.

Светлана Куликова
kulikova@mediavibor.ru

Фото предоставлены PR-службой
ресторанно-гостиничного комплекса
«Двор Подзноева»

22-я Международная специализированная
выставка для хлебопекарного
и кондитерского рынка

**MODERN
BAKERY
MOSCOW**



14-17 марта 2016

Москва, ЦВК "Экспоцентр"
Павильон 7, павильон "Форум"

Разделы выставки

- 

Ингредиенты и сырье
Продукты глубокой заморозки
- 

Пищевые технологии и оборудование
- 

Упаковка, хранение и транспортировка
пищевых продуктов
- 

Оснащение ресторанов, кафе, магазинов
- 

Гигиена производства

Свежая итальянская паста без особых хлопот

Итальянская кухня по-прежнему остаётся одним из перспективных направлений ресторанного рынка. Но гости сегодня хотят обедать и ужинать так, как они обедали и ужинали там, в Италии, и, спрашивая в ресторане свежую пасту, ожидают, что она будет действительно свежая. А для этого в ресторане должно быть организовано собственное производство! Однако чтобы его организовать, ресторану требуется не только выделить для этого финансовые средства, но и найти свободную площадь, купить оборудование, нанять дополнительный персонал. Поэтому данное предложение часто либо отвергается руководством на начальном этапе, либо пробуксовывает впоследствии. А гости не ждут: они быстро уходят к конкурентам, у кого свежая паста всё же есть. Поэтому сегодня наш продукт особенно своевременный: свежая итальянская паста, приготовленная специально для вас!

Наша компания уже более 10 лет сотрудничает с итальянскими поставщиками оборудования и продуктов. В 2014 году появилась идея не просто поставлять готовую продукцию в Россию, но и производить её по итальянским стандартам качества. Вопрос встал в поиске итальянского производителя пасты. Мы остановили свой выбор на компании STYLPASTA Srl (Sirmione, Italy): они увлечены своим делом, знают о пасте всё, и их основной рынок сбыта — рестораны. А уж если обычные итальянцы требовательны к пасте, то что говорить о шеф-поварах!

Первоначально мы планировали получить от них только консультации, но вскоре поняли, что для производства настоящей итальянской пасты нужно организовывать СП с едиными стандартами качества, с одним главным технологом и точно таким же оборудованием и сырьём. Так появилась российско-итальянская компания по производству пасты ООО «СТИЛЬПАСТА РУС».



Дмитрий Гуляев,
технолог
ООО
«СТИЛЬПАСТА
РУС»



Мы готовим на профессиональном итальянском оборудовании Dominioni и PamaRoma. Вся рецептура составляется, а сырьё закупается нашим главным технологом Фернандо Колледанчизе. Наши сотрудники обязательно проходят стажировку на производстве в Италии.

Мы используем только итальянскую муку того же производителя, что и головное предприятие: из твёрдых сортов пшеницы Semola Di Grano Duro, иногда добавляя муку из мягких сортов Sfoglia D'oro для эластичности. В отличие от сухой, состоящей из муки и воды, наша паста производится с добавлением яйца. Никаких яичных порошков! Кроме того, мы не используем водопроводную воду: допустима только питьевая артезианская вода.

Время приготовления нашей пасты составляет 3 минуты. А так как качество свежей пасты на порядок выше, чем качество сухой, для придания вкуса и запаха блюду требуется меньше соуса. Шеф-повару будет интересно ещё и то, что наша паста проходит процесс пастеризации, позволяющий увеличить срок её хранения до 30 суток без использования консервантов.

Наша свежая паста имеет определенный температурный режим хранения (+2 — +5 °C). На сегодняшний день мы предлагаем попробовать нашу продукцию в ресторанах г. Москвы. А также готовим ресурс для всех любителей итальянской пасты, где они смогут выбрать и заказать её самостоятельно, с доставкой на дом.

105118, г. Москва, ул. Буракова, д. 27, корпус 9

Тел: +7 (499) 550 6691

www.stylpasta.ru

info@stylpasta.ru

sales@stylpasta.ru

Не отчаивайтесь! За январём неумолимо идёт февраль

Неторопливое начало года: упор на развлекательной программе



Елена Львовская, управляющий директор ресторана Le Voat, арт-директор ресторана «Чайка» (Петербург)

Январь и февраль – пожалуй, самые сложные месяцы для ресторанного бизнеса. Большинство гостей ресторанов премиум-класса не упускают возможности воспользоваться длинными каникулами, и все горнолыжные курорты переполнены. Многие по привычке уезжают проводить праздники в близлежащие Эстонию или Финляндию. Те же, кто остаётся в городе, предпочитают тратить деньги не на рестораны, а на развлечения – кино, катки, лыжные склоны, театры, ведь дома всегда можно доесть запасы еды, наготовленной ещё в прошлом году. Так что основной упор ресторанам в этот период стоит делать именно на развлекательной программе.

Родители будут счастливы «отдать» вам своё чадо по сходной цене

Начнём с малого — с детей. Если у вас в ресторане есть детская комната — это большой плюс, а в январе он становится просто огромным. Проводить различные мероприятия для детей в это время можно и нужно — детские утренники, ёлки, сочельники, мастер-классы: родители будут счастливы «сбагрить» своё чадо по сходной цене, а сами в это время спокойно пообедать.

Над программой детских мероприятий, конечно, придётся поработать. Сейчас большое количество агентств и аниматоров, которые предлагают свои услуги, и среди них стоит выбирать довольно тщательно, чтобы дети были действительно заняты чем-нибудь интересным. Если малыши разбредаются по залу, хотят вернуться к маме, плачут от страшной Бабы Яги и не хотят участвовать в вашем представлении — это фиаско! Родители будут недовольны, дети разочарованы, останется неприятный осадок, который никак не связан с вашим рестораном, но будет прочно с ним ассоциироваться.

Аниматоров лучше выбирать лично, общаться с ними, попросить показать, на что они способны. В идеале вообще сходить на какое-нибудь их выступление и посмотреть, как они «держат» публику. Зато если вы подберёте идеальную для себя команду, с ними можно договориться на долгосрочные отношения с существенным дисконтом.

Возможно, придётся искать пути сокращения расходов

Теперь развлечения для родителей. Это могут быть какие-то увеселительные программы — например, выступление артиста, которое

”Когда бесконечные праздники заканчиваются и наступают суровые будни, лишних гостей заманить в ресторан фактически невозможно: лучше искать пути сокращения расходов — всё то, от чего безболезненно можно отказаться на время.“

соберёт гостей. Учитывая «тухлый» месяц и во всей музыкальной сфере, то здесь можно рассчитывать на скидки и некоторые предпочтения от музыкантов.

Кроме музыки, можно сделать спецпредложение на меню в рамках «опохмел-party» — варить густые супы, угощать холодцом, поставить специальные цены на водку и пиво: мужские компании с радостью поддержат такое начинание.

Когда же бесконечные праздники заканчиваются и наступают суровые будни, лишних гостей заманить в ресторан фактически невозможно: череда выходных и декабрь отняли у всех изрядную часть бюджета, так что на дополнительные траты никто не готов. Тут приходится идти на дополнительные меры внутри ресторана.

Возможно, придётся искать пути сокращения расходов — всё то, от чего безболезненно можно отказаться на время: живые цветы, свечи, украшение зала, расходы на вывоз мусора и развозку персонала. Тут всё зависит от каждого конкретного предприятия, главное — не забывать, что январь не вечный и за ним неумолимо идёт февраль с самыми популярными праздниками для всех рестораторов!

14 февраля в рестораны ходят те, кто не ест в общепите все остальные дни в году

Что касается второго месяца в году, тут ситуация обстоит намного радужнее. Во-первых, все гости уже вернулись к нормальному ритму жизни и готовы опять приходить в ваш ресторан — обедать, ужинать, отмечать свои торжества.

Но, кроме того, нам предстоит самый посещаемый день в году для всех ресторанов — 14 февраля: в этот день в рестораны ходят те, кто не ест в общепите

все остальные 364 дня (в этом году — 365 дней) в году. А если у вас ресторан более или менее подходит под романтическое свидание, то брони начинаются уже в январе.

Стоит задуматься о том, чтобы максимально выгодно использовать эту дату — пожалуй, придётся ввести ограничение по времени для всех прибывающих гостей: тогда ваш ресторан в этот день может ждать двойная или даже тройная посадка. Идеальный вариант — гости пообедали и пошли, например, в кино или в театр, а у вас к этому времени уже сидят те, кто только что пришёл из того же самого кинотеатра.

И всё-таки чтобы в этот день у дверей вашего ресторана стояла очередь, стоит подумать о каких-то небольших подарках для гостей, о романтической музыке и прочих приятностях, которые действительно запомнятся. Это могут быть банальные цветы, шарики, комплиментарный бокал шампанского или клубника в шоколаде — всё зависит от вашей фантазии!

Следующий праздник в феврале месяце — конечно, День защитника Отечества. Тут стоит ждать совсем другую публику. Её будет не так много, но нужно заранее запастись серьёзным объёмом водки и прочих мужских напитков. Мужчин тоже нельзя оставлять без внимания и также подготовить для них комплименты — например, мы в Le Voat в прошлом году всем дарили бабочки. Это было элегантно и весело — все гости с ними фотографировались и никто не остался недоволен. Обычно этот праздник сопровождается несколько нерабочих дней, так что запастись всем необходимым стоит не на один, а на парочку дней.

Удачно нам всем пережить сложное начало года!

Пять советов от Елены Львовской, чтобы удачно пережить сложное начало года:

1. Проводите различные мероприятия для детей — детские утренники, ёлки, сочельники, мастер-классы: родители будут счастливы «отдать» вам своё чадо по сходной цене, а сами в это время спокойно пообедать.



2. Организуйте развлечения для родителей. Это могут быть какие-то увеселительные программы — например, выступление артиста, которое соберёт гостей.

3. Максимально используйте день 14 февраля, когда в рестораны ходят те, кто не ест в общепите все остальные дни в году: введите ограничение по времени для всех прибывающих гостей; подумайте о каких-то небольших подарках для них, о романтической музыке и прочих приятностях, которые действительно запомнятся.



4. Не оставьте без внимания мужчин, которые придут 23 февраля: подготовьте для них комплименты — даже обычные галстуки-бабочки сразу же поднимут настроение и запомнятся надолго.

5. И помните: 8 марта уже на подходе!





Ведущий в России производитель
оборудования для ресторанов,
кафе, столовых, баров



Весь ассортимент барного, холодильного, морозильного, теплового, вентиляционного и нейтрального оборудования.

- Итальянские технологии и дизайн
- Комплектуемые ведущих европейских производителей
- Тропическое исполнение холодильных столов (работают при t +43 C)
- Принудительное выпаривание конденсата
- 100% контроль качества

☎ 8 495 411-08-08 ☎ 8 800 333-55-15

www.hicold.ru

ЕГАИС: тема номер один в сегменте HoReCa

ЕГАИС сегодня является темой номер один и такой, похоже, будет оставаться ещё долго — в течение ближайших месяцев, а то и лет. Да, рознице сегодня отсрочили обязательное введение системы автоматизированного контроля до 20 апреля: в Росалкогольрегулировании решили, что до этого времени компании освобождаются от взысканий при возникновении проблем с передачей данных или их фиксацией в системе. Однако, по федеральному законодательству, производители спиртных напитков и предприниматели, занимающиеся продажей, в любом случае обязаны будут пользоваться специальным программным сервером ЕГАИС — Единой государственной автоматизированной информационной системы — и установить это программное обеспечение и подключить кассы. Через ЕГАИС всё равно будет должен проходить приём алкогольной продукции на склад, а с 1 июля — и её продажа: государство берёт оборот алкоголя под полный контроль — с момента производства алкогольного напитка до потребления его конкретным лицом. Между тем, с внедрением системы у предпринимателей возникает множество вопросов, от сугубо технических до материальных: подключение к ЕГАИС стоит порядка 100–150 тысяч рублей на одну точку; работа системы напрямую связана с работой Интернета; да и сама система в целом, по сути, является абсолютно непроверенной. А главное — пока совершенно непонятно, будет ли она действительно защищать гостей от «серого» алкоголя? Мы предоставляем слово экспертам рынка.

МНЕНИЕ



Сергей Малаховский,
шеф-повар, владелец ресторана «Рёбра house», Петербург

Опасаюсь, что с введением новой системы учета рынок «серого» алкоголя увеличится

Вот что я думаю про новую систему ЕГАИС. Прежде всего, никаких сложностей во введении я не вижу — это правда. Один произвёл, другой купил, уплатив все налоги, третий получил у второго и продал с наценкой, так как владеет — внимание! — лицензией на реализацию в точке А продукцией со своей наценкой. Просто? По-моему, очень. Теперь о том, как это всё происходит.

Какие бы нововведения в нашей полной чудес стране ни придумывали, они происходят часто, очень часто или стремительно часто. В современном мире уже мало кто читает печатные издания в бумажном виде, так почему, выпуская новые законы, новые распоряжения, нет максимально понятного? Повторюсь: максимально! Где всем, кто

участвует в процессе, стало бы ясно, как всё-таки будут работать новые правила рынка и правила их соблюдения. Много людей в бизнесе работают, буквально не поднимая головы, им некогда изучать новые введения, когда ещё старые не до конца поняли.

Приведу пример, очень красочный и ясно характеризующий, как у нас работают нововведения. Я работаю по 11-месячному договору аренды. Выходит закон о регистрации всех договоров на трёхлетний срок в ФРС: в противном случае «остановим действие алкогольной лицензии, выданной ранее на три года». У меня возникает вопрос. Я оплатил лицензию по ставке моего государства. На каком основании, не дожидаясь срока её окончания, её могут отобрать? Как это вообще возможно? Я бегу стоять в гигантской очереди и пытаюсь успеть в назначенный срок это сделать. Для этого дали год. Вообще-то, люди не бегут сразу, как я, так как законы и требования сменяются у нас скоро и люди просто ждут. А может, кто-то и хотел бы побежать сразу, но ведь есть и масса других обязательств — перед поставщиками, партнёрами и просто дружеские, которые не предусматривают встречи, а у кого-то учредители живут за границей, что ещё более усложняет возможность переписывать договоры. А кто-то просто не проинформирован, как я написал ранее.

Сейчас новый виток обеспечения порядка алкорынка. Кто тот

человек, который на видео, доступном всем в Сети, объяснил важность мероприятий, направленных на оздоровление нации и контроль качества? Или все внутри себя обязаны это понимать?

Я уже участвовал в прениях группы финдиректоров и бухгалтеров, которые очень качественно давали друг другу советы: надо ли покупать сканпистолет или не надо; надо ли покупать какое-то оборудование и потянет ли старый компьютер новые программы; нужно ли делать копии в бумажном виде, ведь настанет тот час, когда придёт дядя и спросит их? Да 150 вопросов у профессионалов! Слава Богу, все бухгалтеры — это люди с пытливым умом, и им уже всем понятно, как будет работать система. Поклон вам, кстати, за это.

Но один вопрос остаётся открытым: как новая система касается и регулирует рынок «серого» алкоголя? Я так до конца и не понял. На одно хочется уповать: в нашей стране у рычагов находятся умнейшие люди, и они точно знают, что делают. Это если вкратце. Поживём — увидим.

P.S. Основная проблема в том, что эта система до конца ещё не отлажена и постоянно корректируется. Одним словом, хотели как лучше, а получится как всегда: увеличение рынка «серого» алкоголя.

*С уважением ко всем лучшим начинаниям и труду,
Сергей Малаховский
через «А»*



По данным Петростата, в Петербурге в 2015 году зафиксировано сокращение объёмов продаж алкоголя магазинам и предприятиям общепита: 3,7 млн декалитров напитков на спирте (водка, виски, коньяк и слабоалкогольные алкоэнергетики), что на 14% меньше, чем в 2014 году. Объёмы продажи вина и шампанского также снизились на 6,4%, до 3,8 млн декалитров, пива — на 19%, до 7,7 млн декалитров. Но большинство экспертов уверены, что снижение официальных данных произошло за счёт увеличения доли незаконной торговли...

ЕГАИС в общепите

Если до 1 января у кого-то ещё оставались сомнения, то сейчас можно с уверенностью говорить об успешном запуске ЕГАИС для общепита в части подтверждения факта закупки. С технической стороны подключения к ЕГАИС особых проблем нет. Для распространённых учётных решений разработчики своевременно выпустили обновления, которые закрывают основные требования ЕГАИС (и не только). Так, например, в iiko благодаря ЕГАИС появилась возможность автоматической загрузки накладной от поставщика путём сопоставления товарных позиций по наименованию.

У тех, кто использует менее распространённые учётные системы или у кого нет автоматизации вовсе, есть большой выбор среди десятков различных утилит (результаты поиска в «Яндексе» выдают десятки предложений!), позволяющих подтверждать накладные без наличия товароучётной системы. Вот так выглядит подобная утилита от ГК ККС.

Однако помимо технической стороны есть и другие аспекты внедрения ЕГАИС. Если говорить про экономику, то внедрение ЕГАИС обходится рестораторам одновременно в сумму от 10 000 рублей и до «бесконечности». Если в заведении уже есть компьютер и планируется использовать автономную утилиту, достаточно купить электронный ключ и получить цифровую



Александр Цветков,
руководитель направления автоматизации общественного питания и магазинов ГК ККС

подпись — в этом случае затраты будут минимальными. Но в случае использования товароучётного решения возникают дополнительные затраты: покупка выделенного компьютера, услуги по обновлению товароучётного решения, оплата ежегодной поддержки и прочие расходы. Сетевикам — юридическим лицам с формой ООО — требуется установка и настройка решения для работы с ЕГАИС для каждого обособленного подразделения. Причём по закону физически размещать оборудование для работы с ЕГАИС необходимо именно по адресу обособленного подразделения.

Другой немаловажный момент — организация закупок алкогольной продукции. Если раньше ресторан в экстренных ситуациях мог докупить алкоголь в соседнем магазине или центре оптовой торговли, то с введением ЕГАИС такая схема работы стала незаконной. Также есть комментарии от Росалкогольрегулирования и по поводу ресторанов, которые не продавали алкоголь, но позволяли принести с собой, взимая так называемый пробочный сбор. По их мнению, такая схема работы также не укладывается в рамки ЕГАИС.

На мой взгляд, появление ЕГАИС добавило аргументов в пользу автоматизации ресторана. Фактически каждый ресторан законодательно вынуждают устанавливать компьютерное оборудование — и дополнительные затраты «сверху» на автоматизацию не так уж велики, а преимущества очевидны.

Код товара	Наименование	Об...	Кол-во	Кол-во...	Цена	% алк.	Код вида
012312700...	Вино столовое су...	0.75	3	3	222.2	12	403
012312700...	Вино столовое по...	0.75	3	3	222.2	12	403
012312700...	Вино столовое су...	0.7	3	3	162.8	11	403
012312700...	Российское шамп...	0.75	12	12	228.8	12	450
012312700...	Вино столовое по...	0.7	3	3	163.9	11	403
012312700...	Вино столовое по...	0.7	3	3	160.6	11	403

КОМПЛЕКСНАЯ АВТОМАТИЗАЦИЯ И СЕРВИСНАЯ ПОДДЕРЖКА РЕСТОРАНОВ И ФАСТФУДА

Автоматизированно более 1500 объектов в РФ и СНГ.

Бары, кофейни (обслуживание у стойки)

Классические рестораны

Школьное, корпоративное питание и кейтеринг

Предприятия быстрого питания (fastfood)

Программное обеспечение, POS-оборудование.
Монтаж, внедрение, обучение.
Техническая поддержка 24 часа в сутки.

**МЫ ПРЕДЛАГАЕМ ГОТОВЫЕ КОМПЛЕКСНЫЕ РЕШЕНИЯ
ДЛЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА**

ГРУППА КОМПАНИЙ
ККС
Волшебная идея и реальность
www.ccrs.ru, www.econcept.ru

С.-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А +7(812) 240-08-21 commerce@spb.ccrs.ru

Москва, ул. Гостиничная, д. 9 +7(495) 786-21-10 com@ccrs.ru

Сочи +7(862) 266-87-88

Минск +3(7517) 321-11-32

Симферополь +7(978) 764-39-11

Киев +3(8044) 351-17-75

Новосибирск +7(383) 347-98-89

Алма-Ата +7(727) 311-38-96

Ереван +3(7411) 54-58-00

IT для ресторанного бизнеса

Рубрику ведет компания «ЮСИЭС СПб» (UCS SPb)

Новые шаги к успеху: глобальные возможности развития программных продуктов UCS

Начало нового 2016 года было ознаменовано большим событием в мире бизнеса: компания UCS и компания Rambler&Co заключили стратегический альянс, который образует новый виток в развитии обеих корпораций.



Компания UCS продала 50% доли уставного фонда Российскому медиахолдингу Rambler&Co. Холдинг был образован в 2013 году, путем объединения активов «Афиши-Рамблера» (ООО «Рамблер Интернет Холдинг», ООО «Компания Афиша», ООО «Лента», ООО «Прайс Экспресс», ЗАО «Бегун», ООО «Рамблер-Игры») и SUP Media (Газета.ru, LiveJournal.com, «Чемпионат.com» и др.). Председателем совета директоров и руководителем Rambler&Co является предприниматель Александр Мамут. Аудитория проектов Rambler&Co превышает 40 млн человек в месяц.

Сервисы, которые предлагает компания Rambler&Co, являются передовыми технологиями, они позволяют решать актуальные задачи, для максимального комфорта и покупательской активности пользователей. Проект «Афиша-Рестораны» является лидером в сегменте выбора ресторана и на сегодняшний день единственным сервисом онлайн-бронирования с технологией SmartReserve. «Рамблер Касса» — ведущий сервис онлайн-покупки билетов в кино и театры. «Рамблер.Путешествия» — удобный и надёжный онлайн-сервис по выбору туров по России и зарубежью с финансовой гарантией. Компания UCS, в свою очередь, занимает лидирующие позиции по разработке и внедрению технологий

автоматизации и программного обеспечения для бизнеса индустрии развлечений и гостеприимства. Свыше 43 000 предприятий по всему миру выбрали продукты UCS. При этом разработки UCS охватывают все аспекты индустрии гостеприимства: R-Keeper — для ресторанов, Shelter — для отелей, «UCS-Премьера» для кинотеатров, «Абонемент» для фитнес-центров и т.д. Таким образом, компания UCS осуществляет проекты комплексной автоматизации крупных развлекательных центров с огромным спектром услуг. Более того, UCS предлагает высокотехнологичные программно-аппаратные решения, как для управления внутренними процессами на предприятии, так и для повышения лояльности посетителей, улучшения качества и скорости обслуживания:

- кассовые терминалы и электронное меню на планшетных устройствах;
- единую кассу для кинотеатров: билеты плюс продажи кинобара;
- системы визуализации заказов на кухне KDS и VDU, электронную сервис-печать;
- киоски самообслуживания;
- терминалы официантов на платформах iOS и Android;
- и многое другое.

Взаимовыгодное сотрудничество компаний UCS и Rambler&Co открывает совершенно новые возможности для создания уникальных и максимально эффективных технологий.

Григорий Гуревич, сооснователь и акционер компании UCS:

— Получение Rambler&Co в качестве акционера позволит UCS применить экспертизу онлайн-сервисов в дальнейшем развитии систем управления бизнесом — R-Keeper,

«UCS-Премьера» и Shelter до уровня лучших мировых аналогов. Рестораны, кинотеатры и отели, работающие с системами UCS, получают в 2016 году передовые технологии, которые позволят анализировать онлайн все основные параметры бизнеса, включая взаимодействие с конечными потребителями и инструменты по увеличению выручки, а также смогут привлекать и удерживать гостей в текущей экономической ситуации. Вместе с Rambler&Co, крупнейшим игроком B2C-сферы развлечений и гостеприимства, мы сделаем большой шаг навстречу бизнесу наших клиентов.

Андрей Соломенник, директор по сервисным проектам группы компаний Rambler&Co:

— Rambler&Co станет единственной интернет-компанией в мире, в которой теперь присутствуют B2B-решения и B2C-приложения во всех основных отраслях индустрии развлечений.

Александр Мамут отметил лидирующие позиции компании UCS в своей отрасли, и выразил оптимистичные ожидания от начала совместной с Rambler&Co работы по созданию новых интегрированных онлайн-офлайн решений, которые будут все более и более востребованы в ближайшие годы.

Объединение усилий обеих компаний — это новый важный и своевременный шаг, который позволит увеличить долю на рынке через глобализацию процессов работы в области интеграции ресторанного бизнеса и масс-медиа пространства.



Санкт-Петербург,
Московский пр., д. 91
(812) 329-05-60

✉ info@ucs-spb.ru, www.ucs-spb.ru

Московская сеть вьетнамской кухни «ВьетКафе» закрывает формат «ВьетКафе экспресс». На месте «ВьетКафе экспресс» появятся кафе PhoVo – формат ханойского стрит-фуда монопродуктовой концепции, представляющий главный кулинарный тренд Вьетнама – суп Фо.

” *«Если вы на падающей покупательской способности хотите сохранить себя и свой бизнес, то должны следовать за потребителем. И если у него стало меньше денег, то сохраняйте прежнюю степень доступности».*



(Алексей Гисак, сооснователь сети лапшичных «Воккер»)



На Большой Якиманке (Москва) в доме Коперника открылось кафе «Коперник». Его шеф-поваром стал член национальной гильдии шеф-поваров, телеведущий кулинарных передач Кирилл Голиков. Особенностью кафе является отсутствие в продаже алкоголя.

По сообщению Росстата, в Краснодаре в прошлом году с рынка ушло около 30% игроков; в Ростове-на-Дону закрылось 46 предприятий общественного питания, а прибыль столовых, кафе и ресторанов упала на 30%.

11 апреля в Москве пройдет фестиваль ресторанных концепций «Пальмовая ветвь». На сцене фестиваля выступят 13 команд ресторанов-финалистов премии: «Сыроварня», «45 параллель», «Даниловский фудкорт», «Хачапурия», «Федя, дичь!», 15 Kitchen&Bar, AQKitchen&AQChicken, B.I.G.G.I.E, CHICHA, Chicken Run, 22 см (Санкт-Петербург), «Пряности и папа. Мастерская плова» (Калининград), #СибирьСибирь (Новосибирск).

Чань Ю Со:

«В ресторане есть много возможностей для импровизации»



Ресторан китайской кухни Tsé Fung Saint Petersburg, открывшись год назад, фактически сразу вышел в лидеры рынка, что подтвердила премия Wheretoeat (подробности премии читайте в прошлом номере нашего журнала): по её результатам, Tsé Fung на Рубинштейна занял пятое место среди городских заведений. Мы представляем шеф-повара Чань Ю Со (Chan Yiu So), который осенью обновил меню ресторана. Главным его консультантом стал Франк Ксю (Frank Xu), шеф-повар Tsé Fung Geneve и обладатель звезды Michelin. Чань Ю Со вместе с Франком Ксю колдовал на кухне ресторана несколько дней подряд, прежде чем представил новую страничку ресторанного меню от шеф-повара Tsé Fung Geneve, начав тем самым новую страницу истории заведения.

Возможности для творчества есть везде

— *А где вам нравится больше работать — в отеле или в отдельном ресторане?*

» В ресторане: здесь есть больше возможностей для какой-то импровизации и предварительно понятен объём гостей. Соответственно, я изначально понимаю, какие блюда буду готовить, и могу более спокойно рассчитать, какие продукты должен для них заказывать.

— *Вы имеете в виду, что в ресторане есть больше возможностей для творчества?*

» Возможности для творчества есть везде. Но в ресторане к тебе приходит гость, заказывает блюдо, и ты понимаешь, что ему хочется попробовать, у тебя есть продукты, и ты можешь предложить ему что-то очень интересное, превосходящее его ожидания. А в отеле ты знаешь, что тебе надо к такому-то часу приготовить 150 дим-самов — и ты их просто готовишь, а потом приходят гости и всё это просто съедают. Кроме того, в отеле больше времени тратится на контроль: там я не столько сам готовил, сколько проверял, как всё сделано, как нарезано и прочее. Здесь я готовлю в большем объёме и получаю от этого ни с чем несравнимое наслаждение!

Мне приходится постоянно всё пробовать

— *Господин Чань Ю Со, видимо, приехав в Санкт-Петербург, вы пережили одну из стрессовых ситуаций в своей жизни, ведь до этого вы работали только в Азии, и наш город стал для вас первым европейским городом, где вы начали работать... Много сложностей пришлось преодолеть?*

» Главная сложность — это, конечно, язык. Что же касается кухни, то здесь, конечно, и состав, и качество блюд отличаются от того, что было в

55-летний Чань Ю Со — шеф-повар китайской кухни с более чем 35-летним опытом работы. В его активе — работа в ресторанах Китая, Сингапура, Индонезии, ОАЭ, Малайзии, Филиппин. Среди работодателей — сеть luxury-отелей Sangri-La, Solaire Resort & Casino Manila, Mandarin Oriental Hotel. Приступил к работе в Tsé Fung Saint Petersburg в августе 2015.

Азии: здесь всё более высокого уровня, ведь наш ресторан входит в сегмент премиум-класса. Кроме того, в этом ресторане совсем другая кухня, где совсем по-другому готовят, на совсем другом оборудовании — но это для меня очень интересно!

— *А если говорить о продуктах, удивило ли вас что-либо из них?*

» Да! С одной стороны, продукты здесь точно такие же, с какими я работал до этого. Но продукт, который называется так же, как и везде, может иметь совершенно другой вкус. Поэтому мне приходится всё постоянно пробовать, чтобы добиться гармоничного вкуса блюда. И для этого иногда приходится менять рецепт.

— *В основном готовите из местных продуктов или что-то приходится везти из Азии?*

» Базовое наполнение блюд — это, в основном, местные продукты либо продукты российского производства. Но, например, я не нашёл сычуаньского соуса — его здесь вообще никто не производит (улыбается), и мы везём его из Китая. И, опять же, даже, казалось бы, понятные продукты мне приходится постоянно пробовать, дегустировать, потому что по вкусу они могут отличаться от того, к чему привык я.

Tsé Fung Saint Petersburg — первый китайский ресторан по швейцарской франшизе в Санкт-Петербурге, открытый Forum Restaurant Group в декабре 2014 года (интервью с генеральным директором ресторана Галиной Белоусовой «Открыв китайский ресторан премиум-класса, мы попали в настроение города!» читайте во втором — мартовском журнале «Ресторановедъ» за 2015 год). Прототип — Tsé Fung Geneve — расположен в отеле La Réserve на берегу озера Леман недалеко от Женевы. Основная концепция сети ресторанов — европейский взгляд на китайскую кухню. Интерьер петербургского Tsé Fung создан знаменитым нью-йоркским дизайн-бюро Tihany. Объём инвестиций в запуск ресторана составил 260 млн рублей. Заведение располагает двумя залами на 84 места, отдельной VIP-комнатой, двумя летними террасами. Средний чек составляет 2500–3000 рублей. В меню — блюда китайской кухни в европейской подаче.

«Восход» оснастит производство любой мощности

ЗАО НПП фирма «Восход» – ведущий российский производитель хлебопекарного и кондитерского оборудования с опытом работы на рынке более 25 лет.

Высокотехнологичное производство позволяет выпускать современное, качественное, конкурентоспособное оборудование, ни в чём не уступающее импортным аналогам, разработанное силами собственного конструкторского бюро. Высокое качество сборки, удобство в работе, современный дизайн позволяют продукции фирмы успешно участвовать в программе импортозамещения. Модельные ряды выпускаемого оборудования позволяют полностью оснастить производство любой мощности, от небольшой пекарни или кондитерской до цехов производительностью в несколько десятков тонн готовой продукции в смену.

В ресторанах, кафе и кондитерских наиболее востребованы конвективные печи «Фотон» 1.5, «Фотон» 3.0, мини-ротационная печь

«Муссон-ротор» модель 33, ротационная печь «Муссон-ротор» модель 55, расстойные шкафы «Бриз», тестомесильные машины «Прима-40», «Прима-70», багетоформирующая машина «Восход-ТЗ-5», тестоокруглитель «Восход-ТО-8» Скаут, тестораскаточная машина «Ролл-авто мини».

Подтверждением высокого качества выпускаемой продукции являются сертификат на соответствие BS EN ISO 9001:2008, сертификат специализированной последовательной системы менеджмента безопасности пищевой продукции Hazard Analysis and Critical Control Points (НАССР). Внедрение на предприятии энергосберегающих технологий позволяет эффективно работать над снижением себестоимости выпускаемой продукции, что подтверждает сертификат энергоменеджмента (СЭнМ) по МС ИСО 50001:2011.

ПРОИЗВОДСТВО СОВРЕМЕННОГО ХЛЕБОПЕКАРНОГО И КОНДИТЕРСКОГО ОБОРУДОВАНИЯ

- широкий ассортимент оборудования
- гарантийное и постгарантийное обслуживание
- пусконаладочные работы
- гарантия качества

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ
СООТВЕТСТВУЕТ ТРЕБОВАНИЯМ
МЕЖДУНАРОДНОГО СТАНДАРТА
BS EN ISO 9001:2008

СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА
БЕЗОПАСНОСТИ ПИЩЕВОЙ ПРОДУКЦИИ
(HAZARD ANALYSIS AND
CRITICAL CONTROL POINTS)

Восход

реклама

Тел./факс (8452) 39-10-01, 39-10-02, 39-10-03 www.voskhod-saratov.ru

Современное оборудование для современных ресторанов

Наша компания предлагает российскому рынку HoReCa две новинки производства США: гриль Inferno и печь Ovention Matchbox M360. Данная печь в 2015 году получила премию Kitchen Innovations Award Национальной ресторанной ассоциацией США (NRA) как лучший инновационный продукт.

Гриль Inferno обеспечит отличную прожарку и зрелищность приготовления блюда

В ассортименте компании Grillworks, специализирующейся на производстве угольных и работающих на открытом огне грилей, есть как небольшие элегантные домашние грили, так и грили, предназначенные для крупных мясных ресторанов, — например, серии Inferno.

Конструкция гриля такова, что повар может готовить блюдо как на открытом огне, так и на углях: достаточно лишь переместить решётку с продуктом выше или ниже. Специальные V-образные каналы в решётках гриля служат для сбора соков и жира, отводя их в сторону от мест интенсивного горения, что позволяет подогревать их медленно, испаряя влагу, дополнительно наполняя продукт ароматом, избавляя от запаха и привкуса пригара и не давая продукту пересыхать. Крайне надёжная и массивная конструкция на сварной станине прослужит ресторатору очень долго, а дизайн привлечёт внимание гостей. Гриль обеспечивает высокий уровень качества конечного продукта, великолепную прожарку, зрелищность процесса приготовления и возможность работать с разными продуктами, низкий расход угля или дров.

Печь Ovention работает без использования микроволн и ускоряет процесс готовки

«Младшая» печь модельного ряда Ovention, Ovention Matchbox M360, прежде всего интересна для проектов в сегменте Quick Service Restaurant: она устанавливает новый стандарт в качестве, скорости, универсальности и



**Ксения Галкина,
Ольга Костина,**

проект-менеджеры
ООО «ТМ проект»



эффективности приготовления пищи за счёт инновационной системы приготовления Precision Impingement. Новый подход к циркуляции воздуха внутри печи не только ускоряет процесс готовки, но и исключает необходимость использования вытяжки над печью. Существенным отличием Matchbox M360 является отсутствие использования микроволн.

Печь проста в управлении. С помощью сенсорного экрана оператор может использовать, редактировать и программировать более 1000 строк меню, каждая из которых может включать до трёх стадий готовки с различными параметрами нагрева, настройками верхней и нижней скоростей циркуляции воздуха и периодами времени.

Печь оснащена инновационной системой подачи продуктов, которая позволяет использовать их непрерывно, исключая вспомогательное время на загрузку продукта в камеру. Рабочая поверхность с двумя зонами готовки может поворачиваться на 360° между платформой загрузки и духовкой печи. Одна из зон готовки всегда находится внутри печи, а вторая ожидает загрузки продуктов.

Разнообразие программ, компактность и отсутствие необходимости в вытяжке делают печь Matchbox 360 незаменимой на кухне.



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

Серия UF от Winterhalter — новые стандарты в отрасли

Специалист в посудомоечных процессах Winterhalter не в первый раз установил новые стандарты на рынке последней серией котломоечных машин — серией UF. Благодаря непревзойдённому результату мойки, эргономичному дизайну и максимальной экономичности, котломоечные машины Winterhalter серии UF предлагают пекарням, мясным производствам и другим предприятиям общественного питания нового «сотрудника» кухни, обеспечивающего лучший результат мойки на рынке. Все машины серии UF скрывают в себе огромное количество инновационных разработок от профессионалов для профессионалов.

Ориентированность на целевые группы

Мы много консультировались с пекарями, мясниками, специалистами гостиниц и предприятий питания. Результат — уникальное решение, адаптированное ко всем ежедневным потребностям целевых групп. Новая серия UF предлагается в трёх типоразмерах. В зависимости от свободного места и размеров предметов мойки заказчик может подобрать себе один из типоразмеров: UF-M (средний), UF-L (большой) или UF-XL (очень большой). Программные настройки вариантов максимально адаптированы к типам и степени загрязнённости предметов мойки.

Опциональная система TurboZyme (средство замачивания на основе ферментов (энзимов) перед основным циклом мойки), разработанная специалистами Winterhalter, спасает пользователей от многочасового замачивания и утомительной ручной очистки гастроремкостей и пекарских листов с пригаром. Во время этого процесса пригар растворяется инновационным «Растворителем пригара», расщепляя стойкие пригорелые загрязнения перед началом основного цикла мойки. Это не только облегчает ежедневную мойку, но и способствует гигиеническому результату. Растворитель пригара адаптирован для целевых групп и учитывает особенности загрязнений: А 100 е — универсальный (отели, рестораны), А 120 е — для пекарен, А 140 е — для мясных производств.

Высокопроизводительная мощная система с VarioPower

Все машины серии UF оснащены высокоэффективной моющей системой с функцией изменения давления моющей струи. Мощная система является

winterhalter®

www.winterhalter.ru
info@winterhalter.ru

уникальной на рынке. Мощный напор моющей струи (около 1 бар; для сравнения: у некоторых других производителей не превышает 0,3 бар) удаляет даже самые стойкие загрязнения, что гарантирует идеальный гигиенический результат и чистоту во всём объёме моечной камеры.

Высочайшая эргономика

«Падающая» дверка и откидная корзина гарантируют высочайшую эргономику. Зачастую самые маленькие идеи гарантируют самые большие преимущества, например откидная дверка серии UF. Опускающаяся («падающая») дверка машины гарантирует идеальный доступ к любой точке моечной камеры и облегчает труд оператора по очистке интерьера машины. Больше нет необходимости полностью вынимать решётку из машины, достаточно её поставить вертикально вдоль задней стенки моечной камеры. Это уникальные эргономичные преимущества на рынке.

Уникальная тележка для корзин позволяет эргономично организовать логистику, что особенно актуально в больших фабриках-кухнях. Громоздкая и тяжёлая кухонная посуда и утварь теперь могут накапливаться в корзине на тележке, далее персонал легко докатывает тележку до машины. По направляющим корзина очень легко скользит в машину. После окончания цикла мойки корзина с чистой кухонной посудой легко по направляющим сдвигается обратно на тележку и доставляется к месту использования. Уникальное на рынке эргономичное решение.

Высочайшее энергосбережение

При выборе профессиональной машины для мойки кухонной посуды





и утвари стоимость покупки — не единственный решающий фактор выбора. Расходы на воду, электроэнергию, химию являются также очень важными. Машины серии UF в стандарте оснащены активным менеджментом распределения энергии между потребителями, опционно оснащаются системой рекуперации Energy. Своими интеллектуальными и ресурсосберегающими технологиями и системами Winterhalter служит эталоном на рынке в течение многих лет.

Система рекуперации Energy, конечно, также доступна и для машин серии UF. Горячий и влажный пар из камеры машины нагревает в теплообменнике входящую холодную воду. Это обеспечивает значительную экономию электроэнергии, в то же

время значительно улучшается климат в моечном помещении, так как горячий пар не выходит из камеры машины при открывании дверки.

Дополнительно значительную экономию электроэнергии гарантирует снижение температуры бойлера во время режима ожидания. Эта энергосберегающая функция снижает температуру бойлера настолько, чтобы во время последующего цикла мойки машина успела нагреть воду в бойлере до заданной температуры. Время ожидания отсутствует, а машина готова к следующему циклу мойки незамедлительно.

Это позволяет владельцу машины серии UF значительно экономить расходы при каждом цикле мойки.

Как повару открыть свой ресторан выездного обслуживания без стартового капитала

В прошлом номере журнала «Ресторановедъ» я рассказывал, как шеф-повару в России стать владельцем своего ресторана. В этом рассказу о том, как простой повар может встать на путь ресторатора и открыть своё дело.



Евгений Никифоров, шеф-повар, бизнес-консультант и владелец выездного ресторана «Идеальный Фуршет» и кафе «Кайзен» в Санкт-Петербурге

Прежде всего, у вас должна быть репутация хорошего повара

Есть два условия, которые надо соблюдать ещё на этапе поварской карьеры. Это создание вашей репутации хорошего повара и принцип личной ответственности. Как только вы начинаете работать поваром в ресторане, вам сразу же следует быть проактивным, креативным и объективным в отношении своей профессии.

Говоря об объективности, я имею в виду, что если вам нравится то, что вы готовите, то надо убедиться, что это нравится не только вам. Я знаю поваров, которые готовят отвратительные и нелепые блюда, подают их настолько уродливо, что странно, как гости в ресторанах соглашаются такое есть. И эти повара считают, что делают всё вкусно и красиво. Один такой повар из моих знакомых даже открывал своё кафе, и наши общие друзья — его гости — рассказывали мне, что побоялись у него в кафе заказывать еду. Поэтому объективность и креативность — это очень важно. Надо быть готовым воспринимать критику потребителей ваших услуг. Я об этом заранее пишу потому, что, уверен, по моей методике открытия кейтеринга после

прочтения этой статьи огромное количество поваров возьмётся открывать свои компании. Ведь это так просто и интересно!

Репутация хорошего повара должна быть не только внутри ресторана, но и среди ваших знакомых и друзей: это необходимо, чтобы получить первый заказ на кейтеринг. Так было у меня самого: однажды друзья моего брата обратились ко мне с просьбой организовать фуршет на художественной выставке, я согласился и выполнил заказ. Я в то время работал су-шефом в ресторане.

Для первых заказов предоплата обязательна

В первую очередь, чтобы открыть свой бизнес, вы должны получить заказ на выездной банкет или фуршет. Появиться он может, если к вам обратятся люди, которые доверяют вам как повару, или вы сами обзвоните своих друзей и знакомых, рассказав им о том, что теперь занимаетесь выездными банкетами и фуршетами. Кроме того, для этого можно сделать свой сайт, обязательно правильно его оформив: загрузить туда фотографии, меню, услуги, цены, контакты и прочее. Бесплатных ресурсов, на которых это можно сделать, в Интернете полно, и я свой сайт сделал на таком ресурсе, а сейчас у меня есть деньги, чтобы его продвигать. Словом, первое, о чём следует позаботиться, — чтобы все, кто мог, узнали, что у вас своя кейтеринговая компания.

Далее вы получаете заказ: кто-то к вам обратился, чтобы вы организовали банкет человек на 30 (не больше!). Скорее всего, это будут люди, которые просто хотят сэкономить и обращаются к вам как к выездному повару. Если так, то продукты они сами купят, а вам захотят заплатить за работу. Встанёт вопрос: сколько денег взять

” *Есть два условия, которые надо соблюдать ещё на этапе поварской карьеры: создание репутации хорошего повара и принцип личной ответственности.*

“

за такой заказ? Я рекомендую минимум трёхразовую оплату одного рабочего дня повара. То есть если вы работаете поваром со ставкой 2000 рублей в день, берите за первый заказ 6000 рублей. Это нормально.

Если люди просят банкетное меню с ценами, то, конечно, ставьте среднерыночные цены и сделайте первым клиентам скидку. Здесь ваша основная задача — отработать первый выезд и получить опыт.

К примеру, вы отправили меню и клиент выбрал один из вариантов. Самый частый вопрос, который я слышал от своих учеников: где взять деньги на продукты? Ответ очевиден: предоплата! Я всегда брал предоплату 100%. Есть клиенты, которые не готовы давать такую предоплату, тогда предлагайте 50% или 70%: только в этом случае вам легко будет организовать банкет.

Поиск места и команды: для хорошего повара это просто

Итак, вы согласовываете меню, дату, место и время проведения мероприятия, берёте предоплату и занимаетесь поиском места, где будете готовить.

Здесь тоже всё просто: это может быть какое-нибудь кафе или кулинарная студия, и вам надо договориться взять кухню в аренду: всегда есть кафе, рестораны и столовые, в которых не очень хорошо идут дела. Кулинарные студии тоже легко идут на такие сделки. На этих кухнях есть всё необходимое оборудование, а договориться можно на почасовую оплату, оплату в сутки или за ночь. Когда начинаешь свой бизнес, можно и ночью потрудиться: у меня первые банкеты бывали такие, что мы с командой работали по 25 часов без сна

и отдыха, и это стоило того!

Можно договориться платить 10% от своей выручки. У меня была однажды арендована кухня в отеле, с хозяином которого я договорился платить процент от своих мероприятий. Для меня это было тогда выгодно потому, что я принимал очень маленькие заказы с выручкой от 6000 рублей — ради того, чтобы получать опыт и собирать клиентскую базу.

Вы взяли предоплату, нашли кухню и договорились об аренде. Теперь вам нужна команда поваров и официантов. У хорошего повара, лидера, этот пункт вообще не вызовет проблем, ведь у вас уже должны быть проверенные профессионалы, коллеги и друзья среди поваров, а официантов найти можно в ресторане, где вы работаете, или у их знакомых.

Нет заказов — нет издержек

Ко дню X, дня подачи фуршета или банкета, вы закупаете продукты хоть на фирмах, хоть в магазине или на рынке — неважно: вы же повар с хорошей репутацией — значит, найдёте самые лучшие продукты.

Если на мероприятии понадобится посуда, то возьмите её в аренду на той же кухне или в специальной фирме — их сейчас много. Привозите все продукты в кухню, делаете заготовки и везёте их на место накрытия.

Но вам обязательно нужно побывать на площадке, где будет проходить мероприятие, заранее, чтобы обозначить себе подсобное помещение, где вы будете доделывать блюда и выкладывать еду и откуда её будут разносить официанты. Если мероприятие маленькое, то вы можете обойтись без официантов. Я до сих пор такое практикую: повар, который готовит, а потом сам обслуживает гостей в зале.

”Продолжайте работать над своей репутацией, это приведёт вас к своему стационарному ресторану. Сегодня становится поваром-ресторатором в России уже трендом.“

Это прямой контакт с целевой аудиторией: так вы можете гарантировать качество своей работы лично и оперативно реагировать на вопросы гостей и форс-мажоры. Плюс так вы сможете получить новых клиентов, ведь на таких мероприятиях всегда есть люди, которые, если им понравится то, что вы делаете, захотят заказать банкет для себя.

И вот вы откатали первое мероприятие, гости заказчика довольны, сам заказчик доволен, вы получили свои деньги полностью. Теперь у вас есть полное представление о том, как заниматься кейтерингом, есть мощности в виде арендованной кухни, проверенной команды и точный алгоритм действий. Далее — только развиваться и улучшать свой проект: у вас своя кейтеринговая компания. И, по этой схеме, если у вас нет заказа, то нет и издержек и вы можете продолжать параллельно работать по найму и развивать свой бизнес, пока количество заказов не станет таким, что вам уже неинтересно станет работать поваром на кого-то.

Ответы на вопросы

А теперь ответы на вопросы, которые могли у вас появиться.

А как же регистрация фирмы? Не надо ничего регистрировать, пока нет заказа и денег. Это стратегия прошлого столетия: открыть фирму, снять офис и ждать клиентов. На практике 99% ваших первых клиентов будут платить наличными: такова правда жизни.

А если понадобятся фирменные реквизиты? Договоритесь с кем-нибудь из знакомых использовать их реквизиты.

А Роспотребнадзор? Это проблемы директора того ресторана, которому вы платите аренду. Пусть у вас будут медицинские книжки — этого достаточно.

А если спросят, где мы всё это готовим? Скажете, что базируетесь на кухне того ресторана, в котором готовите.

А если то, а если сё...? Вы теперь бизнесом занимаетесь — эрго, можете решить любой вопрос. Действуйте по ситуации!

Продолжайте работать над своей репутацией, это приведёт вас к своему стационарному ресторану. Как это произойдёт, я напишу

в следующей статье. Читайте журнал «РесторановедЪ», следите за трендами. Сегодня становится поваром-ресторатором в России уже стало трендом: надоело хорошим поварам томиться взаперти и слушать домохозяек, как им готовить.

А я верю, что повара России будут признаны лучшими в мире!

Девять шагов к беззатратному кейтерингу от Евгения Никифорова:

1. Заранее создавайте репутацию хорошего повара и ответственного человека не только внутри ресторана, но и среди ваших знакомых и друзей: это необходимо, чтобы получить первый заказ на кейтеринг.
2. Сделайте свой сайт, правильно его оформив и объявив о наличии собственной кейтеринговой компании: загрузите туда фотографии, меню, услуги, цены, контакты и прочее.
3. Получите первый заказ на банкет, договоритесь о предоплате — если не 100%, то 50 или 70%.
4. Согласуйте меню, дату, место и время проведения мероприятия; возьмите предоплату.
5. Побывайте на площадке, где будет проходить мероприятие, заранее, чтобы обозначить себе подсобное помещение, где вы будете доделывать блюда и выкладывать еду и откуда её будут разносить официанты (если мероприятие маленькое, то вы можете обойтись без официантов).
6. Договоритесь об аренде кухни в кафе или в кулинарной студии.
7. Соберите свою команду поваров и официантов: у хорошего повара она всегда есть. Если у вас нет своей команды, то это, скорее всего, означает, что люди с вами не хотят работать из-за ваших личных и коммуникативных качеств. Таким поварам следует отступить на несколько шагов назад: начать изучать психологию общения и управления — Дэйл Карнеги вам в помощь.
8. Ко дню подачи банкета закупите продукты. Если на мероприятии понадобится посуда, то возьмите её в аренду на той же кухне или в специальной фирме. Привозите все продукты в кухню, делайте заготовки и везите на место накрытия.
9. Готовьте блюда и подавайте!

Развивайтесь и улучшайте свой проект: у вас своя кейтеринговая компания!

В Петербурге большой процент соискателей-официантов предпочитают гибкий график работы

Служба исследований компании «HeadHunter Северо-Запад» проанализировала рынок труда для официантов. Наши данные говорят о том, что в Санкт-Петербурге по сравнению с первым кварталом прошлого, 2015 года количество предложений выросло, но, в отличие от российского рынка, с третьего квартала динамика пошла на спад. Если на общероссийском рынке в течение трёх последних лет ярко прослеживается тренд сезонности и роста вакансий во втором, третьем и четвёртом кварталах, то в Петербурге он более сглаженный. Более того, в прошлом году прирост вакансий в середине года был не таким активным (см. график «Динамика числа вакансий для официантов в России и Санкт-Петербурге»).

Москва предсказуемо оказалась лидером по количеству предложений



Екатерина Складенко,
руководитель
пресс-службы
HeadHunter
в СЗО

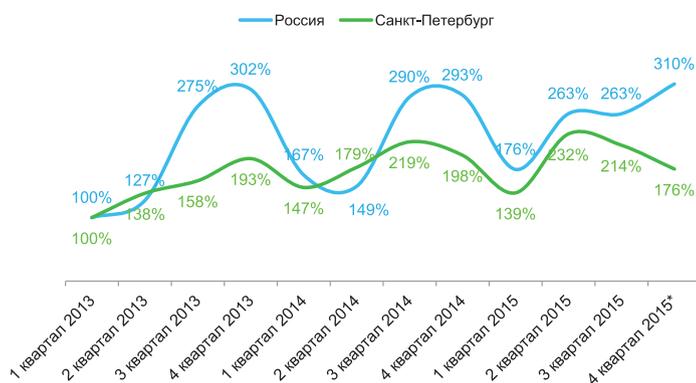
для официантов в третьем квартале 2015 года. Больше четверти российских вакансий (28%) пришлось на столицу. Санкт-Петербург занял второе место по количеству размещённых предложений среди регионов (10%). Пятёрку лидеров замкнули Краснодарский край (7%), Свердловская (6%) и Московская области (5%).

Чаще всего работодатели готовы приглашать на должность официанта кандидата без опыта работы: в 50% случаев в Санкт-Петербурге и 75% — в России. На долю сотрудников с опытом работы от 1 до 3 лет в Санкт-Петербурге приходится 48% предложений. В России такой опыт указан в каждой четвёртой вакансии (24%). Официантов с солидным опытом (3–6 лет) ищут редко (1% — в России, 2% — в Санкт-Петербурге).

Осенью прошлого года большинство компаний предлагали соискателям полную занятость: таких 82% в России и 85% в Санкт-Петербурге. Примерно шестая часть вакансий в Северной столице предполагает частичную занятость (15%). На вакансии с частичной занятостью и работу на проектах в России приходится по 6%, в режиме стажировки — 5%.

Относительно графика работы в Петербурге и по стране в целом ситуация неодинакова. Если в России основная масса предложений с графиком полного дня (53%), а сменный график предлагается в 40% вакансий, то в Санкт-Петербурге наоборот: две трети вакансий предполагают работу по сменам (61%), а на полный день приходится только четверть

Динамика числа вакансий для официантов в России и Санкт-Петербурге, 2013–2015 годы

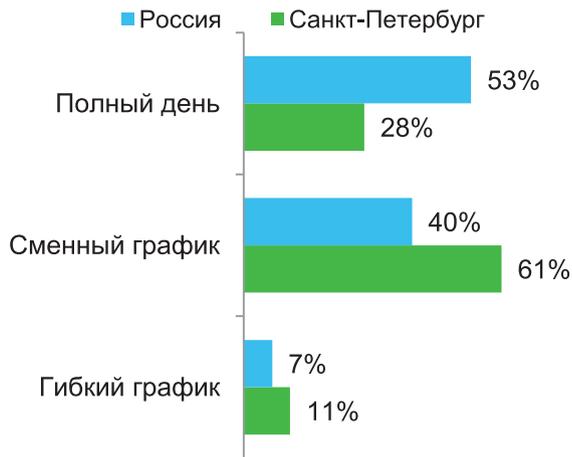


По данным hh.ru

* 4 квартал 2015 — прогнозируемое значение (основано на данных с октября по середину ноября 2015 года).

Распределение вакансий для официантов по графику работы

(осень 2015 года)



По данным hh.ru

предложений (28%) (см. график «Распределение вакансий для официантов по графику работы»).

Кто ищет работу официантом

По результатам анализа резюме соискателей в России, наименьший процент составляют резюме без опыта работы (18%), количество соискателей с опытом 1–3 года, 3–6 лет и более 6 лет примерно одинаково (26%, 28% и 28% соответственно). Аналогичная картина наблюдается

и среди соискателей по этой специальности в Петербурге.

Сколько платят официантам

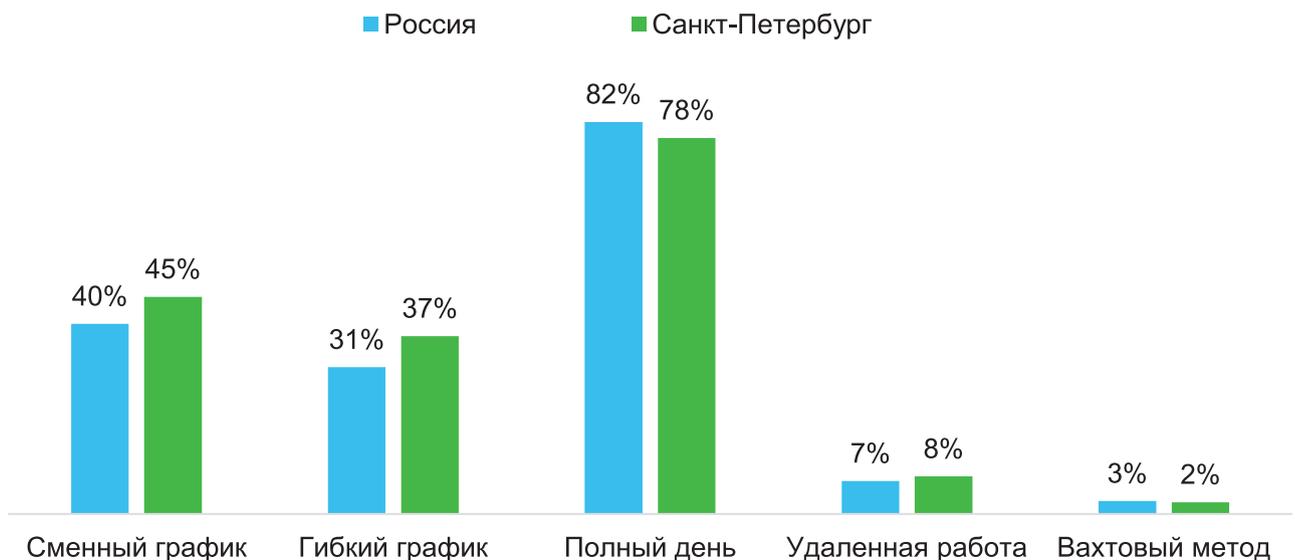
В сентябре-ноябре 2015 года в Санкт-Петербурге предлагаемая зарплата для официантов на основе вакансий на hh.ru составила 27,5 тысячи рублей, ожидаемая была фактически на том же уровне и составила 30 тысяч рублей. В Москве предлагаемая зарплата — 32,5 тысячи рублей в месяц, ожидаемая заметно выше и составляет 40 тысяч рублей.

В Петербурге и в России чаще всего соискатели хотят работать по графику полного дня (78% и 82% соответственно). Анализ ситуации в Петербурге показывает стремление официантов в нашем городе к более гибкому или сменному графику, нежели в целом по стране (см. график «График работы в резюме официантов»).

В ходе исследования было проанализировано 4 710 вакансий и 67 365 резюме, созданных на портале hh.ru работодателями и соискателями в России в период с 1 сентября по 20 ноября 2015 года.

График работы в резюме официантов

(3 квартал 2015 года, возможно несколько вариантов ответов)



По данным hh.ru



FoodService
IFFF Moscow

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

01-03.03.2016

Москва, МВЦ «Крокус Экспо»



Забронируйте стенд
www.FastFoodExpo.ru

Организатор



Группа компаний ITE
+ 7 (495) 935 7350
FastFood@ite-expo.ru

Одновременно с выставками



реклама

Бары: прорыв формата

Стр. 42–57

Менее года назад, в июньском (пятом) номере журнала «РесторановедЪ» за 2015 год, мы в материале «Барный фейерверк по-русски» писали о коктейльных барах – новом для России формате, который очень быстро занял свою нишу на ресторанном рынке. Но сегодня и этот формат меняется, приспособливаясь к требованиям гостей. Бармены международного уровня действительно становятся медийными лицами, их карьера идёт вверх в разных областях (например, лучший бармен мира 2012 года Эрик Лоринц делал коктейль для Skyfall Джеймса Бонда с одноимённым названием), и рестораторы сейчас смотрят дальше, открывая бары более узких форматов – с акцентом на ром, текилу, бурбон или какие-то другие напитки. Сужая в каком-то смысле формат баров, они расширяют возможности для гостя, предоставляя ему уникальную услугу. Однако большие возможности всегда связаны с большой ответственностью, и чтобы они не превратились в гибель бара, владельцу сегодня следует работать ещё более профессионально, ещё более ответственно, и тогда перед ним откроются ещё бóльшие возможности. Как современные барные заведения в России и мире? Каким требованиям они отвечают? Об этом мы рассказываем в теме номера нашего журнала.

Сегодня люди идут не просто выпить, а — выпить конкретный напиток

Как заполнить бар с момента открытия? Как утверждают супруги Дуксины, это вполне возможно даже во времена экономического спада. Пётр и Юлия Дуксины открыли свой Bourbon bar на петербургской улице Жуковского летом прошлого года. И точное попадание в концепцию проявилось сразу: с первого же месяца работы бар вышел на точку самоокупаемости.

С первого дня открытия каждый вечер — полная посадка

— У нас с супругой богатый опыт путешествий, и уже давно было некое представление того, что мы хотим увидеть, — рассказывает **Пётр Дуксин**, директор Bourbon bar. — У меня когда-то были мечты о пабе с огромной массивной стойкой бара — они преобразились в стильное барное заведение по образу модных баров Америки и Европы.

Подходящее помещение специально не искали, напротив, начали планировать реализацию идеи, проходя по улице Жуковского и увидев надпись «Аренда». В начале июня подписали договор аренды, три недели дизайнер разрабатывал модель будущего бара, и в результате помещение перестроили совершенно: были снесены не только все внутренние стены, но и потолки — делалась

полноценная шумоизоляция; всё перестраивалось заново, перестилались полы и переделывались коммуникации.

— Словом, помещение сделано с нуля: даже ступени мы переносили, доводя их до стандарта по пожарной безопасности, — улыбается Пётр.

Гости увидели новое заведение сразу же: с первого дня открытия в нём фактически каждый вечер — полная посадка, а в пятницу-субботу посидеть в баре можно только по брони. Публика при этом собирается интересная: одним из постоянных гостей, например, является Борис Гребенщиков. Этому, кстати, способствует крайне удачно выбранное название, которое служит своеобразным фейс-контролем, сразу же отсекающим неподходящую публику.

Основа меню — мясо

Открылись с коротким — не более 13–15 позиций — меню. Но фактически сразу же поняли, что, во-первых, ассортимент меню нужно несколько расширять, во-вторых — через каждые три недели обновлять.

— Мы меню продумывали под алкоголь, — объясняет **Александр Ерин**, шеф-повар Bourbon bar. — Было понятно, что гости будут обязательно заказывать спиртные напитки, и, значит, им нужна либо какая-то лёгкая закуска — «на зубок», — либо, напротив, более

Гости в первую очередь выбирают места за барной стойкой, даже если пришли только перекусить.

плотная. В соответствии с этим меню и сложилось, разделившись на такие категории, как, например, «5 минут», «Под бурбон, вино и пиво», «Закуски» и прочее. Для компаний мы предлагаем более внушительные порции. Основа же меню — конечно, мясо, хотя есть и осьминог, например.

Интересно, что гости в первую очередь выбирают места за барной стойкой, даже если пришли только перекусить. Этому способствуют и стулья, которые многофункциональны: там можно сидеть и в джинсах, и в юбках, — и бармены, которые сразу заговаривают с гостем, заинтересовывая его.

Основа алкогольной карты — конечно, бурбон

Основой алкогольной карты является, конечно, бурбон: сейчас в баре порядка сорока видов этого напитка. Но есть и всё остальное — виски, текила, ром и прочее. Кроме этого, бармены предлагают фруктовые настойки — например, ежевичную, вишнёвую, персиковую, — которые, хотя имеют немалую крепость, пользуются особенной популярностью у девушек. И хотя коктейльным Bourbon bar назвать никак нельзя, как заверяет бармен **Николай Межка**, в баре могут приготовить фактически любой коктейль по желанию гостя. Впрочем, особым спросом гостей пользуются авторские коктейли.



Супруги **Пётр и Юлия Дуксин**, не являясь профессионалами ресторанного рынка, с первого месяца работы вывели свой бар на точку самоокупаемости

Александр Ерин, шеф-повар бара, уверен, что он точно знает, что будет востребовано гостем

— Создавая авторские коктейли, мы брали за основу именно бурбон — напиток, на который наш бар акцентирует внимание гостя, — рассказывает Николай. — Поэтому каждый коктейль подчёркивает вкус бурбона. Например, в коктейле American Basil Tea используется базилик: это нестандартный ингредиент в сочетании с бурбоном, но он позволяет увидеть бурбон с новой для него стороны. А в одном из самых популярных у нас авторских коктейлей Summer Sour мы вместо сиропов используем джемы.

То есть чем больше натуральных ингредиентов, тем лучше: здоровый образ жизни сегодня широко распространён, и это коснулось и баров. Специально для нашего журнала Николай Межка, бармен Bourbon bar, провёл мастер-класс по приготовлению авторского коктейля Summer Sour. Посмотреть его можно на стр. 61 издания.

— Сегодня люди идут не просто выпить, а — выпить конкретный напиток, и напиток хороший, будь то бурбон, вино, пиво или какой-то вкусный коктейль, — считает Пётр Дуксин. — Я, к примеру, был крайне удивлён, что те марки, которые у нас распространены широко, оказались гостям не столь интересны: гости выбирали бурбоны менее распространённые — например, фруктовые.



В баре только девушки



Московское заведение Александра Раппопорта «Латинский квартал» позиционируется как панамериканский ресторан с полноценным баром. И, пожалуй, столь же точно его можно позиционировать как латиноамериканский бар с рестораном панамериканской кухни: гости приезжают сюда как поесть и выпить, так и выпить и поесть (чувствуете разницу?). В меню представлены четыре основные кухни Латинской Америки – Перу, Мексика, Аргентина и Бразилия, – а барное меню основано, прежде всего, на латиноамериканских крепких алкогольных напитках роме и текиле, хотя, конечно, есть и вино, и пиво, и коктейли. Изюминкой же бара является то, что работают в нём только девушки – под руководством бар-менеджера Кати Ефимовой. Кстати, это способствует тому, что за бар садятся с удовольствием даже при наличии свободных столов, более того – когда все места за барной стойкой заняты, гости стоят, общаясь с девушками-барменами.

С женщиной нужно всегда сохранять абсолютное спокойствие

— Катя, расскажите, как работать с девушками?

» Совсем не так, как с молодыми людьми (смеётся). Все девушки со своими характерами, им всегда надо показывать, что они женщины, — и я также должна им это показывать: сказать «ах», закатить глазки — я иногда вся из себя такая актриса (смеётся). Вообще, я всегда работала только с мужским коллективом и с большой неохотой взялась за работу с женским. Во-первых, потому что я уже есть — зачем ещё кто-то нужен, да? Во-вторых, потому, что с девушками постоянно приключаются какие-то чудные истории. Они более капризны, с ними надо сохранять абсолютное спокойствие. Раньше я позволяла себе со своими сотрудниками гораздо больше, чем могу позволить сейчас. Потому что сейчас лишнее слово, да ещё сказанное не в том тоне, может привести к гораздо более печальным последствиям. С провинившимся мужчиной можно поругаться, крикнуть, хлопнуть дверью, потом успокоиться, вернуться — и он тоже уже успокоился, и можно работать дальше. С женщиной так не получится: с ней всегда нужно сохранять абсолютное спокойствие.

» За работой любого классного бармена кроется огромный труд, и физический, и моральный, и бессонные ночи, и нервы — наша работа очень сложная.

“

Сколько бы ни было девушек за барной стойкой, это продолжает оставаться экзотикой

— Да ещё если женщина молодая...

» Всё равно, какая, но да — с молодыми ещё одна проблема: очень многие из них, приходя работать барменами, на самом деле работать не хотят. Это, впрочем, касается и девушек, и молодых людей. Они считают, что он сейчас встанет за барную стойку и всё: он уже звезда, уже классный! А ведь это, к сожалению, совсем не так: за работой классных барменов на их стороне барной стойки кроется огромный труд, и физический, и моральный, и бессонные ночи, и нервы — работа сложная, и многие молодые бармены об этом не задумываются.

— Катя, понятно, что влечёт за барную стойку молодого человека: интересные вкусы коктейлей, «взрослая жизнь», женское внимание. А девушку что влечёт?

» То же самое! Интересные вкусы, абсолютное мужское внимание: сколько бы ни было сегодня девушек за барной стойкой, это продолжает оставаться экзотикой, чем-то крутым, необычным. Очень много дам, которые просто хотят доказать, что мы всё можем не хуже мужчин. И, конечно, это ложное ощущение

Organizator
EXPERT
EXHIBITION COMMENT

HORECA
EXPO
URAL

1-3 марта 2016
МВЦ Екатеринбург - ЭКСПО

+7 (343) 384-85-85
www.expo96.com

16+

лёгкости денег тоже имеет место быть. Я ведь сама тоже через всё это прошла — лет с 18 работаю в ресторанах: и хостес, и ди-джеем, и потихоньку барменом. И, поработав в одном, другом, третьем месте, но ничего ещё, по сути, не зная о профессии, начала думать, что я классный бармен. Сейчас-то это смешно, а тогда кто бы смог меня переубедить?

— **И кто в результате переубедил?**

» Переубедил человек, которого я встретила в только что открывшемся на тот момент коктейльном баре Cuba Libre на Покровке и который стал моим гуру, — бар-менеджер Антон Покозий. Он и начал меня учить по-настоящему. И я учусь до сих пор!

Мы собрали весь ром и всю текилу, которая сейчас есть в России

— **Этот бар — «Латинский квартал» — чем вас привлёк?**

» Своей концепцией, конечно! Ром, текила — я работала с этими напитками и считаю, что в России у них большой потенциал. А здесь мы собрали весь ром и всю текилу, которая вообще сейчас есть в России: это 160 видов рома и 120 — текилы. То есть у нас можно попробовать абсолютно любой ром и любую текилу — мы говорим, конечно, только о легальных продажах. И, наверное, это самая большая библиотека этих напитков в России.

— **Как эта концепция воспринимается гостями?**

» Собрать в одном месте весь ром и текилу является идеей Александра Леонидовича (Раппопорта — ред.), и персонал сначала воспринял её скептически — мол, наша публика не привыкла к такому количеству этих напитков и не оценит их. Главным аргументом был тот, что ром-то и сам по себе

» *Собрать в одном месте весь ром и текилу является идеей Александра Леонидовича (Раппопорта — ред.), и персонал сначала воспринял её скептически — мол, наша публика не привыкла к такому количеству этих напитков и не оценит их. Но, к нашему удивлению, гости стали заказывать именно самое необычное, самое редкое! А обычные вещи не берут: просят дать попробовать самое интересное.* “

заказывают не часто, а что будет, когда привезут очень редкий, очень дорогой ром? Это же финансы, которые стоят на полке.

— **И что стало?**

» Стали заказывать! И, к моему удивлению, стали заказывать именно самое необычное, самое редкое! А обычные вещи не берут: просят дать попробовать самое интересное.

— **Например?**

» Например, сатол — напиток, похожий на текилу. Он так же делается из агавы, но только в северной части Мексики и в определённом штате. На вкус он напоминает текилу, но более ароматный и приятный — несколько кремовый. Или мескаль — более дынный, копчёный. Но тоже из агавы! Есть и необычные виды рома.

Пиво мы сами варим на подмосковной пивоварне

— **А коктейли у вас есть?**

» Мы решили здесь сделать около 40 коктейлей наших, авторских, а остальные готовить по желанию гостя.

— **Всё это ведь нужно где-то хранить!**

» Всё хранится на полке: у нас, как правило, нет вторых бутылок.

— **Сколько же у вас всего наименований алкоголя?**

» Около четырёхсот. Включая восемь сортов пива, один из которых мы на подмосковной пивоварне варим сами: пшеничное пиво с добавлением кашасы — как раз для нашей латиноамериканской концепции.

Фото предоставлены PR-службой ресторанов Александра Раппопорта

Российский
Бизнес-форум

НАШЕ ДЕЛО — РЕСТОРАН. ОТЕЛЬ. МАГАЗИН.

10 лет историй успеха

Нижний Новгород,
Казань, Екатеринбург,
Самара, Чебоксары

5

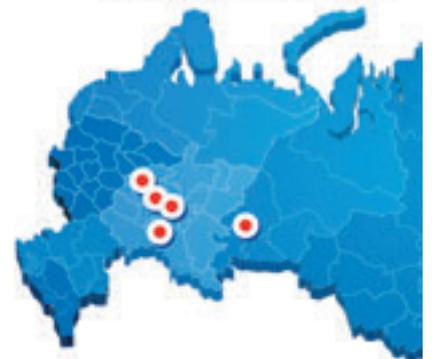
городов

20000

участников

500

партнеров



реклама



Аудитория.
Только руководители
ресторанов и отелей



Подробная база
участников форума
с контактами



Высокая эффективность.
Все клиенты в один
день в одном месте



Разный формат участия:
презентация, выставка,
мастер-класс и др.

НАШЕ ДЕЛО —
РЕСТОРАН.ОТЕЛЬ —
лучший способ
продвижения
в регионах России

event
make

www.bfnashedelo.ru
www.eventmake.ru

(831) 295-59-59
413-95-71

Место для своих

Изначальное предназначение бара — быть местом, где гость может комфортно общаться, независимо от настроения и погоды за окном и в жизни, — сегодня реализуется гораздо более быстрыми темпами, нежели когда-либо: фактически каждый правильный бар, выдерживающий свою концепцию, находит своих гостей буквально с первого дня работы. Так произошло и с баром «Свои», открытым 5 декабря прошлого года на Фонтанке (Санкт-Петербург) тремя партнёрами: Сергеем Сысоевым, Юлией Николаевой и Дмитрием Соколовым. Сергей и Юлия при этом занимаются творческими вопросами, а Дмитрий — стратегическими, глобальными: административными, юридическими, финансовыми.

Проект создан для людей, которым комфортно вместе

— Проект вызван потребностью в месте, где могут собираться друзья, а также знакомые и незнакомые люди, которым будет комфортно вместе, — рассказывает **Сергей Сысоев**.

— Мы обожаем общаться — друг с другом, с друзьями, деловыми партнёрами, просто с приятными людьми, — поддерживает **Юлия Николаева**. — Так у нас возникла идея открыть бар — место для комфортного общения, для всех своих!

В качестве основных напитков выбрали напитки, которые традиционно ассоциируются с общением, — вино и пиво. Коктейлей как таковых в меню нет (хотя бармены могут сделать их по желанию гостя), кроме коктейлей, в основу которых легло вино. Кухня при такой концепции ушла на второй план, но стала при этом базисом для поддержки напитков: меню разработано, исходя из того, что вино и пиво являются доминирующими.

На стартапе меню разрабатывал Антонио Фрезе — исходя из идеи, что каждое блюдо должно подходить как к пиву, так и к вину. Поэтому линейка меню достаточно лаконичная: закуски, пара десертов и несколько

серьёзных блюд для обеда-ужина. В среднем чеке изначально планировали находиться в диапазоне 1000–1100 рублей с напитками: пока так и получается.

— Это основа, за счёт которой мы будем разрабатывать некий конструктор закусок, — объясняет Сергей Сысоев. — Мы среди гостей пропагандируем то, что у нас есть большой барный стол, за который приглашаем компании, и каждый из этих компаний должен иметь свой выбор.

Коронная фишка бара: длинный стол с высокой посадкой

О коронной фишке бара — длинном столе с высокой барной посадкой — стоит рассказать особо. Дело в том, что если за барную стойку наши гости мало помалу начали садиться, находя в этом удовольствие, то за большой стол друг к другу незнакомым людям подсесть даже в голову не придёт. В отличие, например, от европейцев и американцев: они привыкли и любят подсаживаться за большие столы к другим гостям. Поэтому идея Юлии поставить в баре длинный стол с высокой посадкой была воспринята с сомнением.

— Мы действительно боялись так рисковать: а вдруг этот стол

” Мы хотим сделать вечерний бар, видя в качестве своих гостей людей, ведущих активный образ жизни и стремящихся к общению друг с другом, — рассказывает Сергей Сысоев.

“

так и останется пустым? — улыбаясь, вспоминает Юлия Николаева. — Но наш стол напоминает барную стойку, и это способствует тому, что часто его занимают в первую очередь.

Словом, стол был поставлен, и, как показала практика, наши люди не стесняются: им за ним комфортно. Более того: в зале есть два-три отдельных столика, но бывает и так, что они остаются свободными, а большой стол постепенно занимает полностью. Такой стол благоволил к проведению дней рождений и других праздников, и сейчас его часто бронируют.

— И это не просто стол — это самый длинный барный стол, который вы когда-либо видели в барах Петербурга, хотя мы были не во всех... — уточняет Сергей.

— Наши дизайнеры специально высчитывали необходимую ширину стола, — рассказывает Юлия. — 80 сантиметров комфортно, если друг напротив друга сидит пара или друзья, а посторонние люди чувствуют себя лучше, если между ними стол шириной в 1 метр. Ширина нашего стола составляет 90 сантиметров, и это оказалось удобно и друзьям, и незнакомым между собой гостям.

— Пока незнакомым! — подчёркивает Сергей.

От хождения в заведения человек отказывается в последнюю очередь

Пивную карту ребята составили сами, перепробовав в Петербурге, как они говорят, фактически всё существующее пиво.

— Выбор и правда основан на наших субъективных взглядах и вкусах, и мы очень хотим поделиться этим! Юлия теперь может на слепой дегустации определить сорт и пивоварню. Что касается пива на краях, то мы постарались представить максимально популярные сорта пива



” *Думаю, что бар — самый непотопляемый формат общественного питания, — улыбается Сергей Сысов. — Человек сначала отказывается от путешествий, потом от шопинга и лишь в последнюю очередь — от хождения в заведения.*

“

в их ярком проявлении. А бутылочное пиво будет отражать почти все стили пивоварения — от Тулы и Норвегии до Бруклина и Гавайев, — говорят они.

Для создания винной карты пригласили сомелье Руслана Деветьярова, поставив ему задачу удивлять гостей неожиданными позициями и воспитывать вкус к винам со всего мира. Поэтому здесь не найти стандартных пино гриджо или кьянти, но им есть достойная альтернатива. «И магnumы специально для больших компаний!» — смеётся Юлия.

Баром заведует Андрей Амелин, который создал шесть винных коктейлей: не с добавлением вина, а на его основе. «Возможности сочетания вина открылись нам с новой стороны», — улыбается Сергей.

Инвестиции в помещение были вложены достаточно большие, более 10 млн рублей, но сразу вышли на самоокупаемость. О скорости возврата инвестиций при нашей реальности говорить сложно: пока расчёт идёт на два года.

— Думаю, что бар — самый непотопляемый формат общественного питания, — улыбается Сергей Сысов. — Человек сначала отказывается от путешествий, потом от шопинга и лишь в последнюю очередь — от хождения в заведения.

Фото предоставлены PR-службой бара «Свои»



Атмосферное место

Ставка на уникальность, помноженная на профессионализм команды, позволяет окупить вложенные в бар средства в два раза быстрее

На популярность «Дровосека», как переводится с английского название московского бара Lumberjack, никакие кризисы не сказываются: он полон фактически всегда, хотя расположен вовсе не на первой линии. Его основатели, Андрей Калагин и Наталия Шебалденкова, открыли его три года назад — как сейчас стало ясно, между двумя кризисами, и за это «между» успели окупить вложенные средства.



Наши гости остаются с нами сразу и надолго

— Я люблю бар, а барная стойка — вообще моё любимое место, и если бы было возможно, я бы сделал весь бар из одной сплошной барной стойки, вокруг которой и проходила бы вся жизнь, — улыбается Андрей.

Андрей здесь не только генеральный директор, но ещё и в прямом смысле слова символ

Любовь к барной стойке проявилась в том, что ребята в результате превратили в неё весь небольшой зал: они отказались от официантов, заменив их барменами, которые обслуживают гостей не только за стойкой, но и в зале.

заведения. Многие гости сразу же отмечают, что «Дровосек» — это именно он: большой, сильный, благожелательный и очень спокойный — даже безмятежный. Точно такая же атмосфера и в баре: благожелательная и на удивление (бар всё-таки!) очень спокойная — даже безмятежная. Кстати, не всем гостям она по вкусу: кто-то идёт в бар за шумным весельем, за «расслабухой». Здесь расслабленность совсем не такая: негромкая, весёлая и очень интеллигентная.

— Сначала мы волновались, когда гости заходили, оглядывались и уходили, а теперь понимаем: это просто не наши гости, — смеётся Наталия. — Наши сразу чувствуют атмосферу заведения и остаются надолго.

Эта атмосфера дорогого стоит: мы разговариваем в среду, в будний день, а все столы заняты, и когда какой-то освобождается, его тут же занимают заходящие как по волшебству гости. Волшебства, между тем, никакого нет: просто гости бронируют столики заранее, даже в среду (не говоря о пятнице-субботе), и каждый стул сегодня достигает четырёхкратного оборота.

— Наш бар небольшой и расположен хотя и в пешей доступности от крупной станции метро, но вовсе не на первой линии, а в стороне, и чтобы попасть в зал, надо спуститься вниз на несколько ступеней, — продолжает Наталия Шибалденкова. — И мы выбирали как раз такое помещение, поскольку рассчитывали не на случайных гостей, а на своих — тех, кто будет приходить именно к нам.

Персонал должен кайфовать от работы бара!

Помещение действительно камерное и очень стильное. А любовь Андрея Калагина к барной стойке



проявилась в том, что ребята в результате постарались превратить в неё весь небольшой зал: они отказались от официантов, заменив их барменами, которые обслуживают гостей не только за стойкой, но и в зале. Впрочем, гости тоже очень любят барную стойку: с удовольствием садятся за неё, а в пятницу и субботу, когда наплыв особенно большой, за ней и сидят, и стоят.

— Когда мы только открылись, этого не было: они хотели только за столиками сидеть, но через пару месяцев ситуация переломилась, — вспоминает Наталия Шебалденкова. — Собственно, тогда мы и поняли, что заведение состоялось (улыбается).

Конечно, внутренний климат любого заведения складывается из множества факторов, и прежде всего из отношений сотрудников. Есть аргументы за и аргументы против создания семейной атмосферы в заведении, но в баре Lumberjack она явно пришлась ко двору: текучки персонала здесь просто нет, напротив — многие сюда хотят устроиться.

— Бар я воспринимаю как дом, и команде, и гостям это отношение передаётся: это дом, в котором мы живём, — рассказывает Андрей. — И мне не должно быть стыдно за кого-то из своей семьи. Поэтому кроме профессионализма,

Совладелец бара **Андрей Калагин** в прямом смысле слова является символом заведения: многие гости сразу же отмечают, что «Дровосек» — это именно он: большой, сильный, спокойный и очень желательный

требование к сотрудникам у меня только одно: вписаться в сложившуюся изначально атмосферу! Так как наши бармены работают без официантов, им нужно хорошо разбираться и в напитках, и в блюдах, и уметь, а главное — любить общаться с каждым гостем по-своему.

— Мы не ищем проходящей рабочей силы: подбираем ребят, которые нам подходят, с особым складом личности, — продолжает рассказ **Анастасия Штерцер**, директор и бар-менеджер заведения. — И, конечно, они должны кайфовать от работы бара! И вот этому уже никак не научить. Потому что работа тяжёлая, и если ты не получаешь от неё какого-то морального удовлетворения, то и тебе будет на ней плохо, и тем, кто рядом с тобой.

При этом, так как заведение маленькое и персонала в целом немного, каждый здесь может заменить каждого. Андрей Калагин, например, сам подаёт пример своим сотрудникам и периодически стоит на дверях в качестве охранника.

— Это очень полезно: ставить себя на место сотрудника, — говорит Андрей. — Когда я в первый раз стоял на дверях, то сразу понял две вещи: во-первых, насколько важна эта должность в баре, и, во-вторых,



что всегда скрипит дверь. В любом случае это оказалось полезно для работы заведения (смеётся)!

Гордость за профессию придаёт ответственности

— Настя, а как вам, молодой женщине, работается, когда в подчинении у вас находятся столь брутальные мужчины, как бармены? Наверняка тоже в кайф?

— Не без этого! — она смеётся. — На самом деле я очень рада, что сейчас профессия бармена развивается, она стала уважаемой — той, которой можно заниматься всю жизнь. Мы ею гордимся!

И гордость за профессию придаёт ответственности. В баре действуют два главных правила для барменов. Правило пунктуальности — приходиться всем следовать за 15 минут до начала рабочего дня: если ты пришёл вовремя, ты опоздал; и правило трезвости: во время смены — ни капли алкоголя.

— Бармены — действительно самые трезвые люди

” Мы планируем открыть ещё одно заведение, — говорит Андрей Калагин. — Пока ещё только думаем над этим и только в общих чертах понимаем, каким оно будет: пусть даже бар, но совершенно другой направленности и другой атмосферы. *Lumberjack* останется единственным! **“**

в баре! — улыбается Анастасия Штерцер.

Пиво без виски — деньги на ветер

Изначально совладельцы бара Андрей и Наталия решили, что у них будет хороший ассортимент крепкого алкоголя и широкая коктейльная карта. Сейчас в *Lumberjack* только бурбона и виски 54 позиции, а коктейль по желанию гостя бармены могут приготовить фактически любой. А уж какие изощрённые они придумали авторские коктейли! Чего стоит, к примеру, один «Хоппи сауэр».

— Все давно об этом думали, но никто не решался это приготовить, — улыбается Анастасия. — Но скотч и пиво в одном бокале больше не считается дурным тоном! Более того, гармоничное сочетание ингредиентов этого напитка получается очень интересным на вкус. Словом, этот коктейль точно следует народной мудрости «пиво без виски — деньги на ветер».





Основным в подходе к выбору алкоголя Настя называет отсутствие любых эксклюзивных контрактов с поставщиками и конкурсов от них, отсутствие любых тейбл-тентов.

— Мы не проводим конкурсы от поставщиков, только внутренние конкурсы для ребят — например, на продажи определённых позиций, которые нам хотелось бы продвинуть, — подчёркивает Анастасия. — И призом в победе такого конкурса может быть, к примеру, поездка в Грузию.

Микроскопические порции высокой кухни — это не для нас!

Что касается кухни, то в её необходимости ни Андрей Калагин, ни Наталия Шебалденкова никогда не сомневались: в России люди любят поесть, здесь питейное заведение без еды просто не будет пользоваться популярностью. Но бар подразумевает простую, понятную, но сытную кухню, и гостям решили предлагать салаты, бургеры, сэндвичи, стейки, фахитос.

— Важным условием было то, чтобы порции были обязательно большими! — смеётся Андрей. — Эстетические и микроскопические порции высокой кухни — это не для нас!

И это условие было, конечно же, выполнено, а для особенно ненасытных в разделе «Горячие и дикие бургеры» меню Lumberjack есть гигантский говяжий бургер «Ламберджек» с беконом, сыром чеддер, салатом айсберг, помидором и красным луком полтора килограмма весом.

— А этим летом в заведениях перестали курить, и в воскресенье днём к нам начали заходить много гостей с детьми, — говорит Наталия. — Поэтому готовим для гостей десерты.

При этом решили, что ежедневно с десятков разных десертов готовить совсем не нужно: достаточно одного-двух. И теперь в меню в разделе «Десерты» появилась строчка: «В ассортименте / уточните у бармена».

— Мы планируем открыть ещё одно заведение, — говорит Андрей Калагин. — Пока ещё только думаем над этим и только в общих чертах понимаем, каким оно будет: пусть даже бар, но совершенно другой направленности и другой атмосферы. Lumberjack останется единственным!

Светлана Куликова

Фото присланы PR-службой бара Lumberjack



У нас сложился костяк друзей — именно так мы называем наших гостей

Открываясь в 2009 году, мы хотели сделать из этого места настоящий сити-бар для всех: тем, кто хотел выпить бокал вина, мы предлагали (и предлагаем до сих пор) бокальные вина, тапас, микрозакуски; любителям коктейлей мы уже тогда могли предложить хорошую коктейльную карту. Однако сегодня этого стало мало: прошлой осенью мы перепозиционировали своё заведение в гастробар.

У меня самого большой опыт работы за стойкой бара (я начинал ещё в 90-е), и вся эволюция вкусов потребителя с открытия алкогольного рынка прошла у меня перед глазами. Я прекрасно понимаю тенденции и вкусы петербургских завсегдатаев заведений и подбираю себе единомышленников — команду ребят, которые горят на работе, посещают выставки, конкурсы, чему я всячески способствую. Мы постоянно участвуем в Moscow Bar Show, во всех конкурсах барменов, таких как Bacardi Legacy, World Class Competition, Havana. Большинство наших барменов — члены Барменской Ассоциации России.

С этой осени мы позиционируем себя как гастробар, ведь мы действительно можем очень вкусно накормить наших гостей. Теперь мы предлагаем не только традиционные наборы (салаты с рукколой, стейки, «Цезари», суши, роллы), но и интересную кулинарную историю, новое меню от нашего шефа Вадима Иванова — например, инжир с копчёным козьим сыром и конфитюром из кизила, гребешок с кремом из зелёного горошка и

Артем Шахметов,
управляющий гастробаром Barrel bar

пенкой из свёклы или равиоли с лисичками и тыквой в сливочном соусе. При этом цены весьма демократичны: за тысячу рублей можно попробовать до четырёх различных вкусов. Это фингерфуд: не очень большие порции, брускетты и нарезки для удобного потребления в барном формате. Заказывая несколько мини-курсов блюд, клиент расширяет свой гастрономический кругозор.

Мы стараемся предлагать гостям новые вкусы. Например, используем не только привычного лосося, но и нашу северную рыбу — сига, мурманскую треску, палтус. Есть интересные отечественные сыры и молочные продукты, мясо птицы и даже говядина.

Безусловно, у нас сложился костяк друзей, как мы называем наших гостей, и многие нововведения основаны на лояльности к ним. Но мы направлены на привлечение новой аудитории — это и студенты, и люди более взрослого возраста: у нас для каждого найдётся своё интересное предложение, своя история, на которую интересно прийти!

Уилл Томпсон:

«Барная история творится сегодня прямо на наших глазах»

В баре XANDER, названном в честь императора Александра II и расположенном на первом этаже отеля Four Seasons Hotel Lion Palace, нам удалось поговорить с Уиллом Томпсоном (Will Tompson) — одним из самых востребованных экспертов по крепкому алкоголю в мире. Он приехал в Санкт-Петербург буквально на один вечер, чтобы представить азиатские коктейли в собственной интерпретации. Уилл рассказал нам о современных барных тенденциях.

Барные тренды развиваются стремительными темпами

— Уилл, что сегодня популярно среди барменов, куда идёт мировая барная культура?

» Сейчас барные тренды развиваются просто стремительными темпами: если раньше барные тенденции распространялись в течение 12–18 месяцев, то сейчас барные тренды распространяются по миру буквально за три-четыре месяца. Один из основных трендов — тот, что люди сейчас стараются мыслить глобально, но на продукты смотрят локально: стараются работать в ногу со временем, но смотреть на то, что популярно у них сегодня на рынке, адаптируя это к современным модным тенденциям. Они берут



глобальные идеи, но работают с популярными продуктами.

— А какие идеи сейчас можно считать глобальными?

» Например, идея истории каждого приготовленного коктейля: гость получает не просто какой-то напиток, но некий рассказ о нём, необычную подачу — то есть новый опыт, который создаёт для него новые ощущения и воспоминания. Недаром сегодня востребованы так называемые твисты, когда каждый бар стремится сделать ремейк простого коктейля — Old Fashioned, например, — каким-то образом усовершенствовав его, привнеся в него нечто новое.

Бартендеры сегодня смотрят в сторону кухни

— То есть тенденция такая, что каждый бар сегодня стремится работать с локальными продуктами, представляя их в классических коктейлях?

» В этом отношении можно провести параллель с кухней. Бартендеры сегодня заимствуют множество техник оттуда, и в то же время смотрят назад — на собственную

Уилл Томпсон работал за барной стойкой в разных уголках Австралии, Европы и США. Он консультировал бары по всему миру, работал в ресторане Теренса Конрана на легендарной Королевской бирже, управлял барами в Сиднее и Новой Зеландии, а в 2014 году получил предложение стать бренд-амбассадором текилы Don Julio и даже одним из судей международной программы Diageo Reserve World Class, призванной повысить культуру употребления алкогольных напитков и коктейлей в заведениях по всему миру.

историю, на то, как коктейли готовились когда-то и какие были тогда тенденции (например, приготовление собственных биттеров). И это смешение позволяет делать уникальный продукт — уникальный напиток. Впрочем, конкурс Diageo Reserve World Class и сам создаёт эти модные тенденции, ведь за годы его существования через нас прошло более 25 тысяч барменов всего мира.

— *Словом, барная история творится прямо на наших глазах...*

» Да, именно так! Сегодня бармен перестал быть человеком, который просто что-то продаёт за барной стойкой. Сегодня это грамотный специалист, работающий с большим количеством ингредиентов и преподносящий уникальный опыт гостю, сидящему по другую сторону барной стойки. При этом у каждого бармена своя интерпретация всего предыдущего опыта барной индустрии, свои вкусы и своё понимание того, что правильно, а что нет, и он действительно в результате является творцом, несущим своё искусство в массы.

Российская коктейльная культура очень быстро движется вперёд

— *Уилл, у российских коктейльных баров, по сравнению с американскими и европейскими, очень недолгая история — всего пять-семь лет, — но интерес к ним постоянно растёт.*

» Да, российская коктейльная культура движется очень быстрыми темпами, и российские бармены очень успешно выступают на международных конкурсах. Учитывая то, что коктейльная культура в мире сейчас меняется фактически каждые 18 месяцев, столь быстрое движение может стать очень успешным. Каждая страна по-своему вошла в этот рынок. Некоторые были

Сегодня бармен перестал быть человеком, который просто что-то продаёт за барной стойкой. Сегодня это грамотный специалист, работающий с большим количеством ингредиентов и преподносящий уникальный опыт гостю, сидящему по другую сторону барной стойки.

серьёзны, другие делали это более расслабленно — для своего удовольствия, — и, мне кажется, Россия найдёт свой собственный путь развития.

— *Что, как вы считаете, является сейчас самым главным для бармена, желающего успеть за стремительно меняющимся рынком?*

» Самое важное — чтобы у него была страсть, горели глаза и было желание экспериментировать, а владелец бара давал свободу для экспериментов.

Нет ничего лучше, чем несмолкающий гул бара...

Так как Уилл сейчас работает в Сингапуре и хорошо знаком с азиатским рынком, он привёз в Санкт-Петербург именно азиатские коктейли в своей интерпретации — например, Miso Harry, коктейль на основе виски и саке с яичным белком и апельсиново-лимонным фрешем, или One Night in Bangkok («Ночь в Бангкоке»): коктейль на основе текилы с лаймовым шрабом и каламанси.

— Сингапур — достаточно крупный космополитичный город, где происходит смешение европейских и азиатских культур, — рассказывает Уилл. — Для Азии типичен баланс солёного, сладкого и горького, поэтому я представил коктейль Cederberg Today на основе текилы и чая ройбуш с добавлением биттеров и сиропа солёной карамели, — улыбается Уилл.

Он постоянно улыбается, считая, что нет ничего лучше, чем несмолкающий гул бара, наполненного гостями, так что если в каком-то уголке мира вы увидите за стойкой бара человека, наслаждающегося освежающей «Паломой» или коктейлем Old Fashioned с текилой, поднимите бокал и улыбнитесь ему в ответ, ведь он вполне может оказаться Уиллом Томпсоном!

Фото присланы PR-службой Diageo Reserve World Class

Мастер-класс

Стр. 59-60



Summer Sour

Этот напиток в Bourbonbar заказывают достаточно часто. Его популярность Николай объясняет его кисло-сладким вкусом и свежим послевкусием.

Совет бармена:

Апельсиновый джем для этого коктейля должен быть горьковатым на вкус, поэтому лучше его варить самим с добавлением апельсиновых корочек.

Ингредиенты на 1 порцию:

- ▶ бурбон – 40 мл;
- ▶ сироп розы – 20 мл;
- ▶ апельсиновый джем – 1 барная ложка;
- ▶ лимонный фреш – 20 мл;
- ▶ яичный белок – половина 1 яйца.
- ▶ Огурец для декорирования напитка.

Последний коктейльный ингредиент – яичный белок – является не обязательным: на вкус он влияет крайне мало и является скорее элементом декора, образуя пену сверху коктейля и несколько меняя его текстуру. В любом случае лучше предупредить гостя об этом дополнительном ингредиенте.

ТЕХНОЛОГИЯ ПРИГОТОВЛЕНИЯ:

Все ингредиенты взбить в шейкере, отфильтровать в коктейльный бокал. Декорировать тонким слайсом огурца. Огурец в данном случае не только является элементом оформления коктейля, но и придаёт свежесть этому напитку.



Рис Франка Ксю

По типу приготовления данное блюдо относится к классическим блюдам китайской кухни. Состав ингредиентов продуман его автором – Франком Ксю, шеф-поваром ресторана Tsé Fung в Женеве, обладателем звезды Michelin. Рис Франка Ксю может быть как изысканным гарниром, так и самостоятельным блюдом. Общее время приготовления всех ингредиентов и самого блюда составляет 4,5 часа.

Ингредиенты на 1 порцию:

- ▶ рис – 180 г;
- ▶ креветки тигровые – 20 г;
- ▶ вяленые морские гребешки – 20 г;
- ▶ зелёный горошек – 20 г;
- ▶ куриная грудка – 20 г;
- ▶ бекон;
- ▶ желток.

ТЕХНОЛОГИЯ ПРИГОТОВЛЕНИЯ:

Сварить рис на пару в течение 45 минут в соотношении полстакана воды на полстакана риса.

Завялить гребешки: килограмм гребешков поместить в дегидратор с температурой 65 °С на 2,5 часа.

Все ингредиенты мелко нарезать и обжарить на сковороде.

Положить в вок рис, добавить куриный бульон и все обжаренные ингредиенты, добавить желток и прогреть.



Медальоны из говядины с жареным луком и фруктовым соусом

На стр. ?? нашего журнала мы представляем шеф-повара ресторана китайской кухни Tsé Fung Saint Petersburg Чань Ю Со (Chan Yiu So), который осенью обновил меню заведения. Главным его наставником и помощником в этом стал Франк Ксю (Frank Xu), шеф-повар Tsé Fung Geneve и обладатель звезды Michelin. Данное блюдо простое в приготовлении, но с двумя важными элементами – качественной говядиной и традиционным китайским фруктовым соусом.

Ингредиенты на 1 порцию:

- ▶ говядина ангус – 200 г;
- ▶ репчатый белый лук – 70 г.
- ▶ Для фруктового соуса (все ингредиенты по 25 г):
- ▶ соус ворчестер;
- ▶ томатный соус;
- ▶ куриный бульон;
- ▶ сахар;
- ▶ соус соевый светлый;
- ▶ паста арахисовая;
- ▶ вода;
- ▶ соль.

ТЕХНОЛОГИЯ ПРИГОТОВЛЕНИЯ:

Соус приготовить заранее – за три дня до подачи блюда: всё смешать вместе.
Вырезку говядины порезать на медальоны толщиной 1,5 см. Каждый медальон обжарить с двух сторон на растительном масле в течение 1,5 минут.
На отдельной сковороде на сильном огне обжарить лук. Выложить на тарелку мясо и лук, соус подать отдельно.





R-keeper

Официальное представительство UCS в Санкт-Петербурге

«ЮСИЭС СПб» / UCS SPB

Московский пр., д. 91, офис 334, тел.: (812) 329-05-60

E-mail: info@ucs-spb.ru, www.ucs-spb.ru

реклама



MiniPOS

Процессор Intel ULV Celeron-M 1GHz with 0k L2 cache; оперативная память от 256MB до 1GB; размер/разрешение - 8.4" TFT LCD / 800x600; яркость 400cd/m²; сенсорная панель – четырех проводная резистивная; термопринтер - 2" Fujitsu с авто-отрезчиком, максимальная скорость печати 60mm/s, 57 mtp; размеры (ШxШxГ) - 239.5x260.5x100 мм

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



Термопринтер Star TSP 654

Чековый термо-принтер, предназначен для печати чеков в магазинах, барах, столовых и кафе. Термопечать 150 мм/сек 203 dpi (8 точек/мм), ширина бумаги - 80 мм (стандарт)/58 мм (опция), интерфейс Ethernet, размеры (ШxДxВ) 142x202x132 мм, автоотрез 1 млн операций (МСБФ) (толщина бумаги 0.065 - 0.085 мм).

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



Электронное меню Rk-Order

Супер-новинка на базе iPad и R-Keeper v.7. Прекрасная альтернатива «бумажному» меню, созданная на базе планшетного компьютера iPad производства компании Apple. Теперь гость ресторана может самостоятельно сделать заказ при помощи планшета.

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



Термопринтер Sewoo LK T320

Термопечать 160 мм/сек 180 dpi, ширина чековой ленты 82 мм, USB, интерфейс RS-232C, TCP/IP, вес нетто 1,7 кг, размеры: 203.3x155.8x154.9 мм.

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



MegaPos MP-3275L

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

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



Glaive RT560, Glaive RT665

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

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



Специализированный электронный блокнот официанта на базе Apple iPod Touch 4 и 5 поколения

Терминал «Мобильный официант» работает через Wi-Fi. Его легко можно использовать на летних верандах, в залах ресторанов, где сложно проложить кабели для подключения стационарного оборудования. «Мобильный официант» - незаменимый помощник при обслуживании бизнес-ланчей, при массовом наплыве гостей и т. д.

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

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

Годовая подписка — 5664 ₽ (в т. ч. НДС 18%)



Предлагаем Вашему вниманию презентационный экземпляр журнала «РесторановедЪ» — ведущего издания в Санкт-Петербурге и Северо-Западном регионе о ресторанном бизнесе. «РесторановедЪ» — это самые актуальные новости и тренды рынка, практический опыт ведущих ресторанов и шеф-поваров, аналитика и экспертные мнения, мастер-классы и репортажи с отраслевых выставок, конференций, форумов.

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

Подробности на сайте

restoranoved.ru

ООО «Издательство «Наша деловая пресса»

196084, Россия, г. Санкт-Петербург, ул. Коли Томчака, д. 28, лит. Ц, тел/факс: 493-3373, 493-4404
ИНН 7810139885 КПП 781001001

Р/с 40702810255230179590 в Северо-Западном банке

ПАО «Сбербанк России», г. Санкт-Петербург
К/с 30101810500000000653 БИК 044030653

Счет-заказ № **РВ-1** от «20» января 2016 г.

Заказчик: _____

Адрес: _____

Телефон: _____

! В платежном поручении в графе «Назначение платежа» обязательно укажите: **Подписка «РесторановедЪ» и адрес доставки**

Наименование услуг	Кол-во комплектов	Сумма
Журнал «РесторановедЪ» период с 01.01.16 по 30.12.2016	1	4800-00
	Итого:	4800-00
	НДС 18%	864-00
	ВСЕГО к оплате:	5664-00

Всего к оплате: пять тысяч шестьсот шестьдесят четыре рубля 00 коп. (в т. ч. НДС — 864 рубля)

Оплату произвести до 20 февраля 2016 г.

Коммерческий директор



Кузнецова Е. А.

ВНИМАНИЕ

после оплаты счета сообщите в редакцию по телефонам (812) 493-33-73 и 493-44-04 или по e-mail: podpiska@mediavibor.ru номер счета, номер платежного поручения, адрес и контактные данные для доставки журналов

Периодичность выпуска журнала: с 01.01.16 по 30.12.16 — 12 номеров



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

НОВОСИБИРСК

МВК «Новосибирск Экспоцентр»
13–15 апреля 2016

ЯЛТА

Гостиничный комплекс «Ялта-Интурист»
27–28 апреля 2016

МОСКВА

МВЦ «Крокус Экспо»
9–11 ноября 2016

Разделы:

- Профессиональная уборка
- Химчистка и прачечная

Организаторы:



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

Забронируйте стенд
cleanexpo.ru

0+

НОВЫЙ СТАНДАРТ

В АВТОМАТИЗАЦИИ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА



R-keeper 7



КРУГЛОСУТОЧНОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ
24 ЧАСА
7 дней в неделю

40 000 ресторанов используют R-Keeper

Официальное представительство UCS в Санкт-Петербурге

«ЮСМЭС СПб» / UCS SPb

Московский пр., д. 91, офис 324, тел.: (812) 329-05-60

E-mail: info@ucs-spb.ru, www.ucs-spb.ru