

Restorapoved review

Ресторановед ревью Еженедельная интернет-газета №1/15-22 января 2018

Один и без оружия

стр. 6

Ресторатор Сергей Миронов бросил вызов практике вымогания взяток с заведений



Главные факторы успеха от Дмитрия Блинова

стр. 8

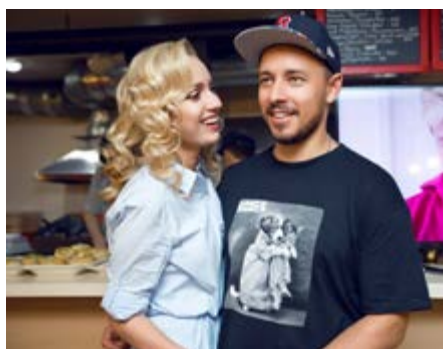


Рустам Тангиров:
**Русская кухня — это и есть
русский продукт**

стр. 10

Владимир Овелян:
**«Развитие рынка доставки
отнимет долю клиентов
у традиционных ресторанов»**

стр. 12



**Рестораторы
Жуковы рассказали
о плюсах запуска
заведения
в Калифорнии**

стр. 14

Дмитрий Левицкий:
**«Для меня вкус еды
важнее
формата
ресторана»**

стр. 16



**6 петербургских
шеф-поваров представят
Россию на Madrid
Fusión—2018**

**Сеть кафе-баров
Tradizzini появилась
в Санкт-Петербурге**

**Совладелица British
Bakery купила кофейни
Newman Coffee**

**Пивной ресторан
«Альпенхаус» откроется
на Крестовском острове**

Друзья!

Представляем вашему вниманию наш новый проект — еженедельную интернет-газету «Restoranoved review». Это дайджест лучших публикаций сайта Restoranoved.ru и обзор главных событий в мире ресторанного бизнеса за неделю, комментарии экспертов и эксклюзивные интервью с опытными рестораторами, шеф-поварами и другими профессионалами индустрии гостеприимства.

Мы хотим предложить эффективный и понятный информационный продукт, который поможет вам не утонуть в бесконечном потоке информации и при этом оставаться в курсе дела, но не тратить на это драгоценное время.

Газета «Restoranoved review» — еженедельник. Но в первом номере мы включили в обзор чуть больший временной промежуток.

Надеемся, что теперь каждый понедельник ваши мониторы на несколько минут будут отданы газете «Restoranoved review», а вы проведете это время за полезным и приятным чтением. Хотя наша новая газета электронная, но мы не оставим без внимания и любителей традиционной печатной прессы. Так подписчики журнала «Ресторановед» могут совершенно бесплатно заказать доставку в свой ресторан печатного экземпляра газеты «Restoranoved review». Пока только в Петербурге.

С пожеланиями успеха и процветания,
Александр Марков —
учредитель
и издатель журнала
«Ресторановед»



Restoranoved review

Еженедельная интернет-газета
Проект журнала «Ресторановед»
(Издательство «Наша Деловая Пресса»)

Редактор газеты и сайта restoranoved.ru:
Асмик Ванцян
Шеф-редактор журнала «Ресторановед»:
Светлана Куликова
Исполнительный директор: Евгения Кузнецова
Начальник отдела рекламы: Валентина Голубева
PR-менеджер: Наталья Симченко

E-mail: info@mediavibor.ru

Тел.: (812) 493-3373, 493-4404

6 петербургских шеф-поваров представят Россию на Madrid Fusión—2018



Петербургские шеф-повара Антон Исаков, Артем Гребенчиков (Erarta Café), Игорь Гришечкин («Кококо»), Дмитрий Блинов (Duo Gastrobar), Илья Бурнасов («Ателье Tapas & Bar»), Сергей Фокин (Four Hands) представят Россию на 16-ом фестивале Madrid Fusión, который пройдет в испанской столице с 22 по 24 января. Об этом сообщили сами шефы в своих аккаунтах в социальной сети Instagram, а также в ПИР ЭКСПО, который выступает организатором мероприятий по продвижению российских продуктов и русской кухни в рамках Madrid Fusion.

Бурнасов написал, что они намерены удивить участников Madrid Fusión, русскими продуктами и неожиданными кулинарными решениями. Помимо российской делегации на фестивале будут повара из Токио, Берлина, Лиссабона, Тель-Авива.

Как сообщают организаторы, Илья Бурнасов, Артем Гребенчиков, Антон Исаков и Сергей Фокин поделятся секретами приготовления блюд на основе российских продуктов, для дегустации и знакомства с уникальными вкусами русской кухни.

Дмитрий Блинов и Игорь Гришечкин представят свое видение русской кухни на главной сцене гастрономического конгресса, где они подробно расскажут посетителям об особенностях отечественной продукции, способах обработки и приготовления, поделятся интересными рецептами с присутствующими шефами.

На конгрессе будут представлены продукты следующих компаний: кедровое масло (Siberian Pine/Сибир-

ский кедр), осетровая икра (CAVIAR RUSSIA), конопляное, тыквенное, облепиховое, горчичное и льняное масла (Konoplex/ТК «Коноплекс»), черемуховая мука (ALTAIGA/«АЛТАЙ-ГА»), кедровое молочко (SAVA/ТПК «Сава») северная и гребенчатая креветка («МагаданРыба»), квашеная капуста (Ekodelika/«ЭКОДЕЛИКА»), вина Fanagoria, «Полугар» и др.

Кроме официальной программы российские шеф-повара проведут три открытых ужина в ресторанах Мадрида, где представят на суд европейской публики блюда современной русской кухни: Илья Бурнасов и Сергей Фокин 22 января в ресторане Txirimiri; Артем Гребенчиков с Антоном Исаковым 24 января в El Jardin del Orfila; Игорь Гришечкин 24 января в Zalacain Restaurant. 25 января в Посольстве России в Королевстве Испания состоится завершающее мероприятие — презентация-коктейль «Новая русская кухня: вкусы и сочетания» от лучших российских шеф-поваров и производителей российских локальных продуктов.

В мероприятии примут участие лучшие шеф-повара, пройдут уникальные мастер-классы и семинары, а в выставочной зоне соберутся эксклюзивные продукты со всего мира, и впервые за все время существования конгресса российские продукты и русская кухня будут представлены настолько широко. Цикл мероприятий, направленных на продвижение отечественных продуктов и современной русской кухни, организовали Российский экспортный центр, Министерство сельского хозяйства РФ и команда ПИР Экспо.

Сеть кафе-баров Tradizzini появилась в Санкт-Петербурге



В Петербурге открывается сеть кафе-баров Tradizzini.

Tradizzini — булочка с разнообразными начинками по итальянскому рецепту.

Первый кафе-бар сети начал работать в техническом режиме в бизнес-центре River House на месте кофейни «Кофе Хауз».

Его площадь — 120 кв. метров, в нем 60 посадочных мест.

В ближайшее время еще два кафе-бара Tradizzini откроются в Адмиралтейском и Калининском районах, а к концу 2018 года их число достигнет пяти.

Инвестиции в один кафе-бар составляют 3-5 миллионов рублей.

Средний чек в Tradizzini — 300 рублей, со временем в кафе-барах появится алкоголь.

Совладелица British Bakery купила кофейни Newman Coffee



Анна Фаустова, совладелица сети кондитерских British Bakery и основательница сети магазинов Concept Club, купила мини-сеть из трех кофеен Newman Coffee, работающую в Петербурге с 2016 года.

Сумма сделки оценивается приблизительно в 30 миллионов рублей.

После ребрендинга все три кофейни станут кондитерскими British Bakery, сообщает «Деловой Петербург». Их площадь — от 120 до 160 кв. метров, средний чек в кофейнях был около 600 рублей.

На данный момент сеть British Bakery насчитывает почти двадцать кофеен-кондитерских.

Пивной ресторан «Альпенхаус» откроется на Крестовском острове

На Крестовском острове в Санкт-Петербурге 16 февраля 2018 года откроется пивной ресторан «Альпенхаус» на две тысячи посадочных мест.

Ресторан расположен в отдельно стоящем двухэтажном доме в альпийском стиле.

Создатели нового ресторана — владельцы «Русской рыбалки» и «Карла и Фридриха» Михаил Фейгельман и Владимир Львовский.

В ресторане планируется проведение банкетов, организация шоу и трансляция матчей на экране, диагональ которого превышает десять метров. В меню — закуски европейской и баварской кухни.

Для обеспечения потребностей нового ресторана в пиве рестораторы увеличили мощность пивоварни «Карла и Фридриха» и соединили ее с «Альпенхаусом» «пивопроводом». Теперь в новом ресторане за двадцать минут можно будет налить тысячу литровых кружек пива.

Инвестиции в новый ресторан оцениваются в 75 миллионов рублей.



12 новых петербургских заведений декабря 2017

Конец 2017 года в Санкт-Петербурге оказался богат на открытия новых заведений. Рассказываем о наиболее ярких, на наш взгляд, открытиях декабря месяца.

«Двор Дзен»

Ресторан расположен во дворе «Пассажа» на Итальянской улице. Заведение открыла команда Medium Group («Здесь и сейчас», «Завтра будет кофе», «Квартира Кости Кройца»).

В ресторане один большой прямоугольный зал на сто посадочных мест с выходом на кухню. Павильон зимний, но в теплую погоду помещение легко станет открытым, стоит лишь распахнуть французские окна в пол.

Меню создал шеф-повар Руслан Закиров («Полёт», «ЗиС», «Завтра будет кофе»). Меню Руслана делится на разделы «Холодное и свежее», «Теплое и хрустящее», супы и горячее.

Десертную карту «Сладкое и легкое» создала выпускница La Cordon Bleu Евгения Шефер, и некоторые ее идеи — например, десерт из авокадо или десерт в ледяной капле — вполне могут стать хитами инстаграма.

Memento

На Васильевском острове открылось кафе-кондитерская Memento ресторатора Александра Затуливетрова. В меню акцент сделан на десерты из прошлого, такие как торт «Киевский», медовик и пирожное «Наполеон». Площадь заведения — 30 кв. метров. Средний чек в кондитерской — 200 рублей. Ресторатор открыл кондитерскую на месте бывшего «Бара разбитых сердец Тельмы и Луизы». В Memento объединили производство тортов и различной выпечки также для других заведений Затуливетрова, таких как «Мы-ЖеНаТы» и «Butterbrodsky bar».

Black Books

На улице Рубинштейна, напротив стритфуд-бара «Бекицер», открылся бар Black Books. Название заведения — это отсылка к британскому сериалу «Книжный магазин Блэка». Black Books является совместным проектом магазина «Подписные издания» и сети ресторанов Frank. Средний чек в новом заведении — 500 рублей. Площадь заведения — 80 квадратных метров.

В баре главный акцент сделан на вина (от 280 до 480 рублей). Всего в барной карте насчитывается около 40 сортов вин, 17 из которых раз-

ливают по бокалам. Также в барной карте подборка крепкого алкоголя (от 270 рублей) и английского пива. Меню закусок разработал шеф-повар Антон Абрезов.

Brisket Eat & Fun

В Шведском переулке открылся гастробар Brisket Eat & Fun, который специализируется на приготовлении brisket.

Заведение открыла команда бара Bloody Mary. Меню заведения сконцентрировано на мясных блюдах: brisket (570 рублей), свинина пуд-порк (420 рублей), курица BBQ (350 рублей), которые можно заказать не только как отдельное блюдо, но и как часть салата или бургера. Средний чек заведения — 1000 рублей. В барной карте представлено девять вариантов разливного и 20 вариантов бутылочного пива, импортированного из США (от 200 рублей за бокал), а также классические и фирменные коктейли и шоты.

«Шикари»

Ресторан азиатской кухни «Шикари» открылся на Невском проспекте. Площадь заведения — 170 кв. метров, он рассчитан на 80 посадочных мест. Меню ресторана разделено на несколько разделов, один из которых — «Хиты Азии». Блюда отмечены геолокацией, по мнению представителей проекта, это позволит гостям выбрать себе вкус именно той страны, в которой он хочет побывать. Например, в меню заведения корейский «Горячий кукси» (285 рублей), индийский плов «Касария» с курицей (415 рублей), камбоджийский «Лок-лак» (565 рублей), индонезийское «Сате из курицы» (375 рублей).

«Сыроварня»

В Ковенском переулке открылся ресторан «Сыроварня» московского ресторатора Аркадия Новикова.

Brisket Eat & Fun



Ресторан специализируется на сырах. Здесь производят шесть видов мягких сортов: моцареллу, буррату, страчателлу, качотту, рикотту и халуми. Меню «Сыроварни» достаточно обширное, оно включает европейские блюда в деревенском стиле: сытные и с простой подачей. В некоторые блюда добавляют местный сыр, например, можно попробовать фирменный тирамису из рикотты. В меню закусок: буррата (390 рублей), брускетта со страчателлой и малосольным лососем (650 рублей), салат со страчателлой, рукколой и помидорами (750 рублей). Из горячего в заведении предлагается «сырный суп с беконом» (450 рублей). Средний чек ресторана — 1500 рублей (без напитков).

Pushkarski

На Большой Пушкарской улице открылся ресторан Pushkarski.

Заведение современной русской кухни запустили создатели «Петербургской ресторанной школы» и гастрономического ателье «На Кухне» Ксения Кевля и Андрей Ушаков.

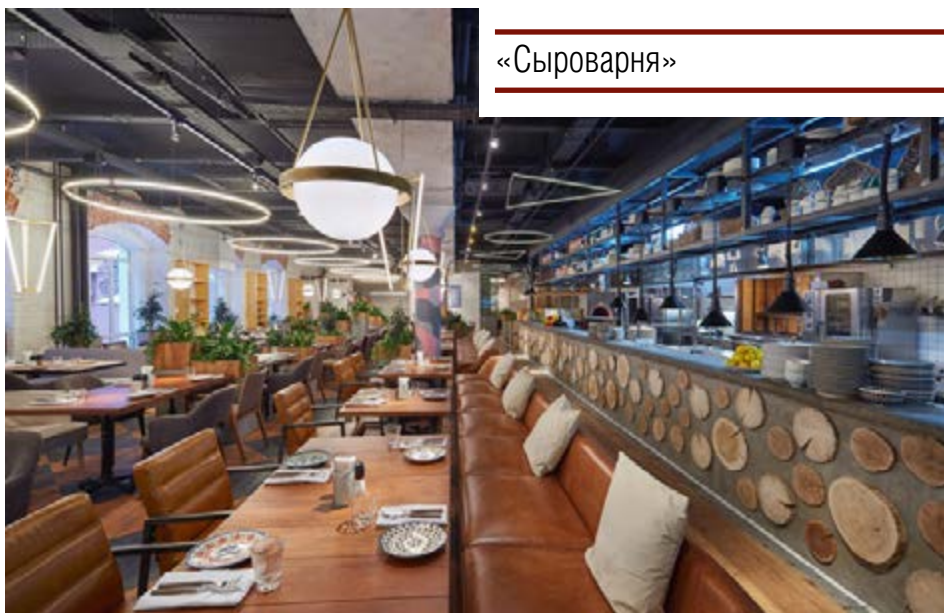
В числе основных блюд — филе палтуса с икрой кефали (850 рублей), цыпленок с тыквой и соусом из сушеной клюквы (650 рублей) и полба с цесаркой, топленным маслом и щучьей икрой (650 рублей). В барной карте — подборка вин и традиционные русские напитки: настойки собственного приготовления, водка и медовуха. За кухню в ресторане отвечает Леонид Шемякин (шеф-повар и соучредитель гастробистро «Оба два»).

Domino's Pizza

Международная сеть пиццерий Domino's Pizza открыла свой первый ресторан в Петербурге. Как рассказал генеральный директор компании Гюванч Донмез «Ресторановеду», инвестиции в новый ресторан составили 150–200 тысяч долларов. Меню пицц разделено на три части: легендарные, фирменные и классические. Всего представлено 24 вида пиццы от 329 рублей. Конкурентным преимуществом Domino's Pizza, по словам генерального директора, является время доставки, которое составляет 30 минут.

«Териберка Т.Р. бар»

Известный российский шеф-повар Рустам Тангиров открыл вто-



«Сыроварня»

рой ресторан (первый — «Копченый Т.Р. бар» в Санкт-Петербурге со своей авторской кухней — «Териберка» («Териберка Т.Р. бар») на Московском проспекте, 133. В «Териберке» готовят русскую и северную кухню. В ресторане можно попробовать карельскую форель, сига, палтуса, треску, крабов и другие морепродукты. Есть также мясные блюда и десерты. В первом зале заведения 28 посадочных мест, в банкетном зале на втором этаже 30 посадочных мест и еще 80 посадочных мест в арт пространстве на четвертом этаже. Акцент в новом заведении, по словам шефа, сделан на местные продукты. Как рассказал «Ресторановеду» сам Тангиров, новое заведение ему ближе. Официальное открытие состоится 18 января.

JoJo bar

На Большой Конюшенной открылся JoJo bar. Владелец заведения — шеф-повар Евгений Ермолаев (Ermolaev Catering, BEAUTY bar & kitchen и «Волна»). JoJo Bar позиционирует себя как стильное заведение с диджей-сетами, интересным алкоголем и закусками к нему, которые будут готовить в формате show kitchen прямо на глазах у гостей. В меню — аппетайзеры, тапасы, брускетты и тартары по авторскому рецепту шефа Евгения Ермолаева. За барную карту отвечает Иван Гринько (Social Club, Bekitzer, Tawny bar). Средний чек — 1200 рублей.

Lestr Bar

На улице Ленина открылся бар Lestr Bar. Это второй проект коман-

ды пивного бара Breaking Bad во главе с Романом Кремнёвым. В Lestr Bar представлено больше 400 сортов пива со всего мира, среди которых как классика, так и крафтовые российские и зарубежные марки. В баре установлено 18 кранов с разливным пивом. Конкретные сорта в них регулярно меняются, неизменным остается распределение кранов по стилям: всегда представлены стауты, портеры, фламандские эли, ламбики, пилснеры, пэйл эли, а также имперские стауты, сауэр эли, гозе и разнообразные экспериментальные сорта. Стоимость бокала пива начинается от 170 рублей.

Manneken Pis

Ресторанный холдинг Resa открыл четвертое кафе бельгийской кухни Manneken Pis. В меню представлены специалитеты фламандской кухни: брюссельские и льежские вафли (120 рублей), бельгийская картошка фри (290 рублей) и свежие мидии (от 380 рублей), которые готовятся по 6 различным рецептам. В заведении можно попробовать супы, например, куриный бульон (270 рублей), французский луковый суп (320 рублей), также есть отдельное меню стрит-фуда с бургерами, сэндвичами и шавермой (от 440 рублей). Из десертов в заведении можно попробовать яблочный тарт тартен (270 рублей). В обширной пивной карте — сорта бельгийского и мирового пивоварения, включающие в себя 17 разливных сортов, более ста бутылочных, а также несколько гостевых и сезонных.

Владелец сети ресторанов «Мясо & Рыба», руководитель агентства оптимизации ресторанного бизнеса «РестКонсалт» Сергей Миронов 12 января сообщил, что сотрудники отдела полиции района Кунцево задержали работников одного из его ресторанов и обещали отпустить их в обмен на скидочные карты.

Один и без оружия

Ресторатор Сергей Миронов бросил вызов практике вымогания взяток с заведений

Владелец сети ресторанов «Мясо & Рыба», руководитель агентства оптимизации ресторанного бизнеса «РестКонсалт» Сергей Миронов — один из немногих рестораторов, кто не побоялся придать огласке случай о вымогательстве скидочных карт со стороны «важных людей».

Миронов обвиняет заместителя начальника отдела МВД по району Кунцево в вымогательстве скидочных карт. Выступая на «Эхе Москвы», ресторатор заявил, что из-за таких заявлений бизнес может пострадать, но «есть надежда на то, что в споре с полицией поможет пристальное внимание СМИ и общества».

Миронов в эксклюзивном комментарии «Ресторановеду» заявил, что намерен направить обращения в прокуратуру, СК и в Генеральную прокуратуру РФ.

По словам Миронова, причина случившегося кроется в популярности ресторана «Мясо & Рыба».

«Это обратная сторона медали: кому-то понадобились наши скидочные карты», — отметил он.

«Главная проблема случившегося для нас в том, что в пятницу (12 января — ред.), в самое ходовое время, была остановлена работа ресторана. Что для гостей это было некомфортно: мы не могли их нормально обслуживать и, конечно, допустили огромное количество «косяков» в работе, которые плохо скажутся на нас с репутационной точки зрения. «Кунцево Плаза», где находится ресторан «Мясо & Рыба», локальное место: на обед и ужин там ходят одни и те же люди. И вторая для меня проблема случившегося — я не понимаю,



кому именно были нужны наши скидочные карты, но тот, кому они были нужны, их не получил. Так что меня беспокоит, не случилось бы что дальше...» — рассказал Миронов.

На вопрос, как в итоге объяснили проверку, ресторатор сказал, что это не были аресты, работников ресторана забрали в отделение для проверки по базе.

«Задержаны они были в 14:30, а в 20:00 их отпустили. Сегодня те работники, у кого возникли сомнения в неподтвержденной регистрации (хотя ФМС принял их документы), поехали в УВД заниматься этим вопросом дальше. Но это вполне возможно, так как мы все понимаем, как это делается, ведь все эмигранты обращаются в различные организации, которые в итоге их где-то регистрируют», — объяснил Сергей Миронов.

Они намерены дальше разбираться в случившемся.

«Будем разбираться, будем решать эту проблему. Будем решать пробле-

му с полицией, будем подавать заявления. Уже подаем заявления в Следственный комитет РФ и Генеральную прокуратуру. Будем отбивать охоту так себя вести с нами», — заключил ресторатор.

В интервью радио «Свобода» Миронов, объясняя, почему он придал дело огласке, заявил, что просто «надоело бояться».

«Я обычно не молчу, а всегда разбираюсь. Когда люди хотят что-то вымогать, они сначала разбираются, к кому идут. Здесь, скорее всего, был экспромт. Кому-то нужны были срочно карты, и они просто не поняли, к кому они зашли», — отметил Миронов.

Ранее 12 января Миронов сообщил, что сотрудники отдела полиции района Кунцево задержали работников одного из его ресторанов и обещали отпустить их в обмен на скидочные карты.

По словам ресторатора, полицейские «забрали с кухни поваров, кондитеров и барменов» в отделение для проверки документов во время бизнес-ланча, то есть «в самое ходовое время». «Приехавшую в отделение сотрудницу отдела кадров пригласил в кабинет замначальника отделения, майор Наиль Касимов, и заявил ей, что полицейским нужны три безымянные карты со скидкой в 50% — в подарок «очень важным людям». Взамен он якобы пообещал прекратить проверку и отпустить всех сотрудников», — рассказал ресторатор.

Как следует из поста Миронова в социальной сети Facebook, они отказались выполнить это условие. В результате работники ресторана оставались в отделении до 20:00. У троих из них были найдены поддельные регистрации.

СМИ писали, что муниципальный депутат района Кунцево Денис Шендерович заявил, что депутаты спросят о случившемся начальника районного ОВД, когда тот придет к ним с отчетом на заседание совета, и пообещал также пригласить на него прокурора. В МВД утверждения Сергея Миронова пока не прокомментировали.

«Ресторановед» следит за развитием ситуации.



100%
эффективность
против жира!



ОПЫТ бесценен.™

P&G
Professional



FAIRY Professional:
ОТЛИЧНОЕ решение*
для борьбы с жиром
www.pgprof.ru

*Средства для ручного мытья посуды и мытья посуды в автоматических посудомоечных машинах.

Главные факторы успеха от Дмитрия Блинова

Вряд ли кто-то из интересующихся гастрономией не слышал сегодня имени Дмитрия Блинова — 31-летнего шеф-повара, открывающего вместе со своим другом и партнером Ренатом Маликовым одно заведение за другим. При этом каждое — успешное, в каждое лучше резервировать места заранее, иначе можно не попасть.

2017 год заканчивается, став очередной вехой на пути этого повара, не иначе как обладающего собственным секретом приманивания гостей, секретом удачного открытия. Каким же?

Окончив кулинарный техникум, в процессе обучения в котором Дмитрий работал в нескольких ресторанах, Блинов пришел в ресторанный группу «Зималето» — сначала су-шефом, а потом стал шеф-поваром и одноименного ресторана. Познакомился с Ренатом Маликовым — как выяснилось, надежным другом и будущим партнером по бизнесу. Ушел в ITALY Group, вернулся в РГ «Зималето» — шеф-поваром ресторана Freeman's. А потом — за четыре года открыл вместе с Маликовым поочередно три ресторана: DUO Gastrobar в январе 2014-го, Tartarbar в декабре 2015-го, DUO Asia в августе 2017-го.

DUO Gastrobar в год открытия занял второе место в номинации «Лучшие рестораны Петербурга» национальной премии Where to eat, в 2015-ом стал первым. Tartarbar в год открытия занял четвертое место, в 2017-ом — первое. Ресторан DUO Asia просто по времени не успел принять участие в премии: ждем Where to eat—2018. Сам Дмитрий Блинов по итогам этой премии — победитель номинации «Шеф-повар года» 2016 и 2017 годов.

— **Дмитрий, поделитесь, пожалуйста, с нашими читателями, что считаете своими главными факторами успеха?**



— Если бы у нас было 1,5–2 посадki, как во всех остальных ресторанах, у нас экономика не срослась бы ни при каких условиях. Нам нужно хотя бы 4–5... А это качественные продукты, небольшая маржа, большой оборот. При этом мы не преследуем идеологию работы сугубо на наших продуктах. Просто если есть хорошее российское мясо, мы его берем. Если наша рыба сейчас хорошего качества — треска, зубатка, камбала, — мы ее тоже берем, почему нет? Но это нелегко. У нас есть «русские гребешки», которые, судя по всему, вполне китайские — «по три рубля». А есть очень хорошие гребешки, прямо супер-качественные — но «по пять». И есть другие, тоже «по три», но тем не менее качественные: вот их-то мы и берем. То есть продукты можно найти, хотя, конечно, их поиск сегодня — занятие непростое. Но так как мы в этом давно, нас все поставщики знают — как знают и то, что... — он запинается, — не стоит нас подводить.

И я, конечно, не могу не спросить:

— **А то что будет?**

— Мы не будем с ними работать, только и всего, — смеется он. — Нет, когда мы грозились этим в DUO, им было, конечно, немного смешно — поначалу. Потому что ресторан у нас вроде и небольшой, но оборот продуктов там дай бог каждому. А сей-

час вообще: три ресторана, и мы как постоянные заказчики для любого из поставщиков будем заметной потерей. Только говядины мы на три заведения берем порядка тонны в месяц — половина идет в Tartarbar.

Продуктами изначально Дмитрий занимался лично, сейчас с компаниями работают шеф-повара (три ресторана — три шеф-повара), он подключается, когда видит какие-то сложности либо находит новую компанию. И все же на первом месте у него люди, которые рядом. Которые прикрывают спину. Наступает новый, 2018 год: новая веха в жизни Блинова и Маликова. Вряд ли нам стоит ждать нового открытия — и все же, и все же... Открытий от них всегда стоит ждать!

В первом номере журнала «Ресторановед» мы представим большое интервью с Дмитрием Блиновым и Ренатом Маликовым, которые расскажут, как они выбирают свой бизнес-путь, как работают с персоналом, что от него требуют и о чем предупреждают новичков. И, конечно, мы найдем ответ на вопрос, где же они взяли ту волшебную свирель, на звуки которой к ним идут гости? Интервью «Загадка Блинова» читайте в 1 номере журнала «Ресторановед» за 2018 год.

Беседовала

Светлана Куликова

Фото: Николай Малышев

ПОМОГАЕМ БЫТЬ ЛУЧШИМИ

R-KEEPER™ – КОМПЛЕКСНОЕ
РЕШЕНИЕ ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦИИ
ВАШЕГО РЕСТОРАНА

БОЛЕЕ
45 000
РЕСТОРАНОВ

В **48**
СТРАНАХ
МИРА

U_C_S

r_keeper

КОМПАНИЯ «ЮСИЭС СПб»/ UCS SPb:

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

СЕРВИС ON-LINE 24/7/365 >>

Рустам Тангиров: Русская кухня — это и есть русский продукт

Известный российский шеф-повар Рустам Тангиров открыл в Санкт-Петербурге второй ресторан со своей авторской кухней — «Териберка» («Териберка Т.Р. бар») на Московском проспекте, 133.

Техническое открытие ресторана состоялось 18 декабря, официальное — 18 января. Как рассказал сам Рустам Тангиров «Ресторановеду», новое заведение (первым стал «Копченый Т.Р. бар») ему ближе не только тем, что оно совмещено с его хобби — фридайвингом.

«Мне очень нравится само село Териберка, расположенное на берегу Баренцева моря. Когда я туда приезжаю, получаю много энергии, которую трачу потом здесь. Каждому гостю отдаю посредством блюд частичку своей души и энергии», — отметил Тангиров.

Акцент в новом заведении, по словам шефа, сделан на продукты, которые специально привезены с Баренцева моря.

«Оттуда у нас оленина, куропатка, говядина, поросенок, черные грибы, лесные ягоды», — отметил он.

Говоря о том, что из себя представляет русская кухня, Тангиров отмечает, что вся территория России — это русская кухня.

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

По его словам, сейчас создано множество гаджетов, позволяющих ускорить и даже улучшить вкус. К примеру, Тангиров на кухне использует эффект живого огня.

«Раньше не было столько возможностей, сколько есть в наше время. Но все равно, я не понимаю, как



можно улучшить вкус русской печи или костра? Поэтому, сейчас пишу свою вторую книгу «Дикая кухня. Красивая подача», в которой описаны все блюда, ингредиенты для которых я добываю на охоте и готовлю их на костре или в русской печи», — рассказал Рустам.

Тангиров убежден, что, имея огромное желание, каждый повар может научиться красивой подаче и кулинарному искусству. Говоря о планах на будущее, шеф отмечает, что с начала 2018 года на втором этаже «Териберки» откроется кулинарная школа для профессиональных поваров, также в скором времени он намерен принять непосредственное участие в постройке ресторана во Франции.

В «Териберке» готовят русскую и северную кухню. В ресторане можно попробовать карельскую форель, сига, палтуса, треску, крабов и другие морепродукты. Есть также мясные блюда и десерты. Обширная винная карта от сомелье Анны Свириденко. В первом зале заведения 28 посадочных мест, в банкетном зале на втором этаже 30 посадочных мест и еще 80 посадочных мест в арт-пространстве на четвертом этаже. Заведение в техническом режиме работает с 12 до 23 часов с понедельника по воскресенье.

КОМПЛЕКСНАЯ АВТОМАТИЗАЦИЯ И СЕРВИСНАЯ ПОДДЕРЖКА РЕСТОРАНОВ И ФАСТФУДА

Автоматизированно более 1500 объектов в РФ и СНГ.

Бары, кофейни (обслуживание у стойки)

Классические рестораны

Школьное, корпоративное питание и кейтеринг

Предприятия быстрого питания (fastfood)

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



ККТ СПАРК-115-Ф

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

МЫ ПРЕДЛАГАЕМ ГОТОВЫЕ КОМПЛЕКСНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА

Владимир Овелян: «Развитие рынка доставки отнимет долю клиентов у традиционных ресторанов»

На российском рынке общепита в 2017 году произошли серьезные перемены. Согласно данным «РБК Исследования рынков», за последний год 7% россиян полностью отказались от посещения ресторанов и даже фаст-фуда, вместе с тем, увеличился спрос на сервисы по доставке еды. Ожидается, что в 2017 году этот сегмент в России вырастет на 17% и достигнет 104,6 млрд рублей.

Мы поговорили с генеральным директором и основателем службы доставки еды Dostaevsky Владимиром Овеляном и выяснили, правда ли заказ еды домой становится новым российским трендом и есть ли угроза закрытия для ресторанов.

Растущий сегмент

Как рассказал генеральный директор и основатель службы доставки еды Dostaevsky Владимир Овелян, начиная с 2016 года квартальный объем Dostaevsky прирастает в среднем на 22% по отношению к предыдущему кварталу.

— Объем выручки за первое полугодие 2017 года на 156% больше, чем объем выручки за первое полугодие 2016-го, — сказал Овелян.

— **Получается, аудитория Dostaevsky за 2017 год значительно выросла?**

— В 2016 году средний квартальный рост по количеству клиентов составил около 44%. За 2016 год число клиентов увеличилось в три раза



по отношению к 2015, а в 2017 стало в два раза больше, чем в 2016-ом. Если сравнивать данные по количеству клиентов в месяц на начало 2015 года и на сегодняшний момент, наша аудитория выросла более чем в семь раз.

Другие приоритеты

— **Как вы объясняете рост спроса на доставку еды?**

— Ритм жизни увеличивается, приоритеты сейчас другие. Наша аудитория — в основном — молодые люди. Они уделяют больше времени саморазвитию, собственным проектам, совершенствованию профессиональных навыков. У них есть понимание, что время — очень ценный ресурс, и они хотят тратить его эффективно. Бытовые заботы, такие как приготовление еды, уходят на второй план. Доставка еды для них — естественный выбор, позволяющий экономить время, а значит — деньги.

Время перемен для ресторанов

— **Будет ли заказ еды домой новым трендом в России?**

— Тренд уже существует. Пока преимущественно в мегаполисах, но, учитывая рост рынка, он будет активно развиваться и в регионах. Люди все чаще прибегают к доставке, это удобно, комфортно, экономно. Все тенденции идут с Запада. В России уже планируется законодательная регуляция разрешения доставлять алкоголь, это будет очень востребовано.

— **Должны ли рестораны видеть в этом для себя угрозу?**

— Развитие рынка доставки постепенно будет отнимать долю клиентов у ресторанов, супермаркетов. Однако полностью они не закроются, просто видоизменятся в отдаленной перспективе, будут подстраиваться под потребности аудитории.

Деликатес не роскошь

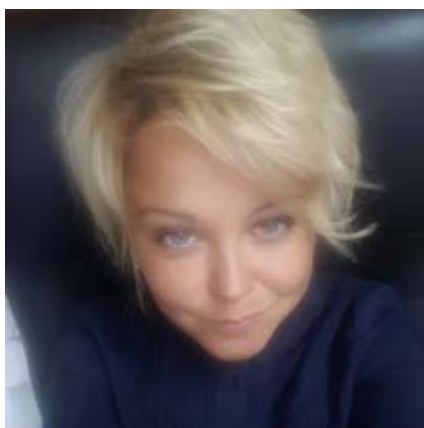
Начало нового года — идеальное время для подведения итогов уходящего года. Есть они и у компании «Деликатес». Она с первого дня своей работы, вот уже на протяжении нескольких лет, делает ставку на высокое качество продукции и ее широкий ассортимент, который постоянно расширяется. О том, каких результатов удалось достичь, нашим читателям рассказывает Олеся Московкина.

— Чем для вашей компании был примечателен 2017 год?

» Мы приобрели бесценный опыт. А, кроме того, расширили спектр производимой продукции, нашли новых заказчиков, что не может не радовать, особенно в нынешней ситуации на рынке. Естественно, для того чтобы выйти на качественно иной уровень, тщательно изучали спрос и актуальные тенденции в ресторанном бизнесе. Без этого любые усилия тщетны, а инвестиции бессмысленны.

— Олеся, вы уже упомянули о расширении ассортимента. Чем теперь готовы порадовать рестораторов?

» В этом году у нас появилась еще одна интересная линейка. Если говорить о конкретных позициях для сегмента HoReCa, то предлагаемый ассортимент пополнился чикен-болами с двумя видами сыра. Мы также разработали необычные колбаски «Васаби»,



Олеся Московкина,
директор по развитию
компании «Деликатес»

которые не оставят равнодушными гостей ресторанов, кафе и баров и, как следствие, принесут их владельцам существенную прибыль.

— Чем еще ознаменовался уходящий год для компании «Деликатес»?

» Не скрою, очень радует то, что мы стали участвовать в серьезных проектах. Обновили внешний вид упаковки для своей продукции, сделав ее современной и весьма привлекательной, разработали новые каталоги, что значительно облегчает нашим клиентам процесс выбора.

— Как изменился рынок в вашем сегменте и что его ждет в ближайшем будущем?

» Не буду кривить душой: он становится неустойчивым, а потому с каждым днем нам все сложнее работать. Еще один немаловажный фактор — растущая

конкуренция. При этом спрос на продукцию у многих снизился. И даже в такой сложной ситуации мы удерживаем стабильное положение и рассчитываем на рост в новых направлениях, что даст возможность укрепить позиции компании на рынке. А надежные деловые партнеры, отвечающие за качество своей продукции, — это именно то, что сегодня так нужно российским рестораторам. И наша компания, на мой взгляд, в полной мере отвечает предъявляемым жестким требованиям. Уверена, это подтвердят все наши заказчики, с которыми мы успешно работаем не только в России, но и за ее пределами.

Записал Игорь Еленин



ЗАО «Деликатес»
Московская область,
г. Щёлково,
ул. Краснознаменская, 2
+7 (495) 663-99-77
www.delikates.ru

Рестораторы Жуковы рассказали о плюсах запуска заведения в Калифорнии

Насколько тяжело открыть заведение в Калифорнии? «Ресторановед» поговорил с супругами Дарьей и Алексеем Жуковыми, которые в 2014 году открыли в Санкт-Петербурге бургерную Wave, а с 2016 года переехали в Америку, где трудятся над запуском бургерной в Калифорнии.

В Америке нацелены на долгосрочное партнерство

— Каких трудностей, с которыми встречались при запуске заведения в Петербурге, удалось избежать в Калифорнии?

— Мы бы не сказали, что при запуске проекта в Санкт-Петербурге испытывали большие трудности. Есть задача, которая сложнее запуска, — удержаться на плаву в нестабильных экономических условиях. Мы работаем на рынке Петербурга уже четвертый год, но никогда не можем быть уверены на 100% в завтрашнем дне. В Калифорнии же напротив: стабильные экономические условия, высокий спрос на действительно качественные предложения. Но, в отличие от Питера, запуск проекта, как правило, занимает больше времени, так как люди нацелены на долгосрочное партнерство, поэтому важно грамотно вести переговоры, — делится опытом Дарья.

Издержки стабильной экономики

— Чем отличается процесс поиска помещения в России от того, как это проходит в Америке?

— В Санкт-Петербурге и при открытии, и при переезде мы искали помещение самостоятельно. В Калифорнии лучше иметь предста-



вителей (агента по коммерческой недвижимости и юриста), так как переговоры по условиям договора аренды — это искусство, более того, некоторые собственники помещений (или их представители) могут отказать во встрече, если у вас нет собственного представителя или опыта ведения бизнеса в Калифорнии. Договор аренды в Калифорнии заключается в среднем на пять лет, в качестве обеспечительного платежа вносится шесть месяцев аренды, иногда больше. Поиск помещения может занять очень много времени (более года точно) — это издержки стабильной экономики.

— При работе над открытием в Калифорнии что оказалось легче, чем вы думали?

— Нас порадовало, что регистрация юридического лица занимает часа два. Также скорость приобретения необходимого оборудования, элементов дизайна для создания интерьера и т.д. В Санкт-Петербурге постоянно что-то задерживалось: то стулья из Москвы, то изготовление стойки, то еще что-то. В США проблем с доставкой не возникает.

— Что дается сложнее?

— Мы пока не можем однозначно ответить на данный вопрос, ведь сложности у каждого свои: ко-

му-то трудно пройти комиссии перед запуском, кому-то разработать меню... Впрочем, как и везде. Мы относимся к каждому этапу с интересом и вниманием.

Помогает опыт

— А что же помогает при открытии заведения в Калифорнии?

— Помогает опыт, полученный при создании, открытии и развитии проекта в Санкт-Петербурге. Также человеческие особенности: наше видение, знание английского языка, легкая адаптация к жизни в США, наша организованность. Еще очень важно не пасовать перед сложностями: надо помнить, что всегда есть выход, даже не один.

— На какой стадии реализация вашего нового проекта?

— Если все пойдет по плану, то в 2018–2019 годах мы планируем открытие нескольких заведений не только в Южной Калифорнии, но и в Северной. А также в планах на 2018 год открытие в Москве. Как показывает практика, иногда все затягивается, переносится или случается не в том порядке, но мы верны своей цели и уверены, что достигнем всех поставленных задач.

ГЕОТАРГЕТИНГ В SMS-РЕКЛАМЕ: УМНОЕ РЕШЕНИЕ ДЛЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

«МЕГАФОН» ВЫВОДИТ ТАРГЕТИРОВАННУЮ РЕКЛАМУ ЗА ПРЕДЕЛЫ ИНТЕРНЕТА

В последние годы, с развитием социальных сетей и онлайн-аналитики появились и набирают силу сервисы таргетированной интернет-рекламы (myTarget, Facebook, баннерные сети «Яндекс»/Google). E-mail- и SMS-рассылки никогда не воспринимались как категория таргетированной рекламы, скорее как малоэффективный инструмент, граничащий со спамом и обеспечивающий минимальный результат за счет большого числа получателей и низкой стоимости одного сообщения.

SMS-реклама тоже стала «умной»

Первый качественный прорыв в этом секторе в 2017 году совершил «МегаФон» — один из ведущих разработчиков решений для малого и среднего бизнеса. Сервис «МегаФон.Таргет» сделал SMS-рекламу по-настоящему умной, позаимствовав успешные принципы таргетированной онлайн-рекламы и обогатив ее уникальными возможностями, доступными только мобильным операторам. «МегаФон.Таргет» предоставляет 11 параметров отбора целевой аудитории, которые условно можно разделить на три основные группы: социально-демографические характеристики, геопозиция абонентов в текущий или заданный период, а также активность и интересы в Интернете.

Сервис «МегаФон.Таргет» стал первым и на сегодняшний момент единственным среди мобильных операторов с таким широким набором параметров таргетирования.

Для ресторанного бизнеса самой ценной функцией является



геотаргетинг — возможность выделять целевую аудиторию на основании местоположения человека.

Онлайн-геотаргетинг: найти тех, кто сейчас находится поблизости

Онлайн-геотаргетинг — возможность выбирать на карте любого города России произвольные территории, заходя в которые, потенциальные клиенты будут получать рекламное сообщение. Можно настроить время получения SMS — моментально при попадании в геозону или в специально заданное время. Добавив в описание аудитории социально-демографические таргетинги (пол, возраст, уровень доходов), можно сделать рассылку еще более эффективной.

Офлайн-геотаргетинг: найти тех, кто регулярно посещает выбранную территорию

В режиме геотаргетинга кроме офлайн выбора геозоны доступны более тонкие настройки: выбор дат трекинга геозоны и выбор

частоты посещений этой геозоны потенциальными клиентами. Например, «выбрать абонентов, которые не менее четырех раз в неделю посещают территорию около ресторана X». Этот режим позволяет фокусироваться на потенциальных клиентах, которые привязаны к определенным местам — работают, живут поблизости или привязаны какими-то интересами.

Залог успеха — использование цифровых возможностей и понимание своей аудитории

Разумеется, ни один рекламный сервис не работает успешно без грамотной настройки под потребности конкретного бизнеса и его потенциальных клиентов. Однако новое поколение рекламы — таргетированные коммуникации — открывает новые возможности для фокусирования на целевую аудиторию, позволяя создавать действительно актуальные рекламные сообщения.

Подробнее о сервисе «МегаФон.Таргет» — на target.megafon.ru

Дмитрий Левицкий: «Для меня вкус еды важнее формата ресторана»

Накануне Нового года мы поговорили с президентом Профессионального ресторанного альянса (РЕАЛ), основателем Группы компаний HURMA Дмитрием Левицким о развитии ресторанной индустрии, о том, почему он до сих пор не открыл свое заведение в Петербурге, а также задали волнующий многих рестораторов вопрос, сколько времени нужно, чтобы сделать вывод о финансовом успехе заведения.



— **Дмитрий, на ваш взгляд, как изменилась ресторанная индустрия за 2017 год?**

— Безусловными лидерами по развитию индустрии остаются Москва и Санкт-Петербург. В целом рынок в стране развивается неоднородно. Связан данный факт, в первую очередь, с тем, что денежных средств в отрасли стало заметно меньше. Особенно сильно это почувствовали регионы.

К концу 2017 года можно отследить появление заведений с четкими и узконаправленными концепциями, большая часть из них демократичные. Требования гостей заметно изменились, в их число больше не входят дорогостоящие столешницы, известный бренд посуды или дизайнерская форма персонала. Напротив, они хотят получать качественную и вкусную еду и напитки. Гости в Москве, Санкт-Петербурге уже сложно удивить красивыми интерьерами, поэтому рестораторы все больше направляют свои инвестиции на лучшее оснащение кухни и на поиск хорошей команды поваров, нежели на вычурный внешний вид.

2017-ый показал себя годом, когда в отрасль стали приходить новые игроки. Например, Ростов-на-Дону является сейчас центром развития отрасли по количеству новых заведений. Многие крупные рестораторы регионов планируют развиваться в будущем году в Москве.

Барная индустрия поддерживает тенденцию к демократизации концепций. В основном, энтузиасты, бывшие бармены, открывают небольшие бары с достойной подборкой алкоголя и коктейлей. Винная тематика осталась практически незамеченной региональными рестораторами в 2017-ом. Именно поэтом, можно ожидать интерес к запуску винных баров в 2018 году.

Рестораторы больше не пытаются соединить все в одном месте

— **На ваш взгляд, какая концепция будет самой востребованной в 2018 году и почему?**

— Рынок Москвы и Санкт-Петербурга будет развиваться в сторону упрощения концепции. Гости все больше хотят видеть простую и вкусную еду. А в регионах же

можно будет наблюдать продолжение тенденции «очищения» ресторанных концепций. Сейчас мы видим, что рестораторы начинают придерживаться одного стиля, одной кухни, а не пытаться соединить все в одном месте. Но нужно всегда помнить, что Россия — это огромная страна, и тенденции развития ресторанной отрасли каждого региона или города-миллионника будут обусловлены требованиями конкретного региона.

— **Стало ли для вас развитие какого-то из форматов и направлений сюрпризом?**

— Нет. Для меня рынок развивается очень плавно и логично.

Пришло время для новых форм взаимодействия

— **В ноябре 2017 года вы объявили о создании Профессионального ресторанного альянса (РЕАЛ). Что это значит лично для вас?**

— В какой-то момент своей работы мы поняли, что в отрасли пришло время для новых форм взаимодействия. Возникло осознание, что отрасль вышла на тот уровень, когда все участники, готовы к объединению ради общего блага. Лично для меня и моей команды данный факт означает лишь одно, что впереди много работы и еще больше интересного.

— **Одной из задач Альянса заявлено развитие культуры посещения заведений общественного питания в России. Как это будет реализовываться?**

— Основными задачами РЕАЛа станут повышение статуса ресторанного бизнеса, объединение рестораторов и внутриотраслевой обмен опытом, развитие культуры посещения мест общественного питания в России и повышение качества услуг путем образовательных программ для сотрудников отрасли. Для их решения наблю-

дательный совет альянса определит приоритетные направления работы в 2018 году, среди которых: формирование реальной картины ресторанной отрасли, включая проведение профессиональных исследований и анализ рынка, учреждение отраслевой премии; создание платформы для развития и повышения квалификации всех работников индустрии; развитие малого предпринимательства в стране, в том числе юридическая, экономическая и маркетинговая поддержка участников альянса, а также создание единого информационного портала; расширение российской ресторанной отрасли до международного масштаба.

Профессиональный ресторанный альянс призван объединить усилия работников отрасли, включая поставщиков и межотраслевые компании, а также повысить качество жизни населения, развить культуру питания вне дома и любовь к качественной еде и напиткам.

В Питере для людей важнее качество и вкус еды, чем интерьер или имидж ресторатора

— У вас есть заведения в Москве и в Сочи, но до сих пор нет в Санкт-Петербурге, почему? Например, ваш бар «Дорогая, я перезвоню...» очень успешно может вписаться в петербургский рынок?

— Как показывает практика, открываться в Петербурге означает, что там надо проводить много времени. Пока у меня нет достаточного количества этого ценного времени, чтобы заниматься проектом в полной мере, а заниматься им не на 100% я не готов. Кроме того, у меня нет уверенности, что нас ждут в Петербурге. У вас и так достаточно много баров и хороших заведений. Главное, сейчас у меня другие приоритеты и интересы: Профессиональный ресторанный альянс «РЕАЛ», развитие сопутствующих сервисов и проектов HURMA GROUP OF COMPANIES.

— Часто москвичи приезжают в Петербург за идеями, новыми концепциями. Как вы считаете, в чем главное отличие московской ресторанной индустрии от петербургской?

— Есть такая отличная фраза: «Там, где Питер вкладывает душу, Москва — деньги». На мой взгляд, эта фраза полностью отражает разницу подходов в работе отрасли двух городов. Петербург всегда был по духу отличным от Москвы. Там нет таких денег, как в Москве.

В Петербурге для людей важнее качество и вкус еды и напитков, чем интерьер или имидж ресторатора, которому принадлежит проект.

В Москве когда человек выбирает ресторан, он часто руководствуется своей социальной принадлежностью или статусом места. В европеизированном Петербурге люди не оглядываются на чины и награды.

— Какой из всех ваших проектов для вас стал наиболее ярким и почему?

— Ярким стал GASTREET, который мы делаем с нашим партнером и руководителем проекта Женей Суфияновой. Hurma Group всегда была андеграундной компанией. Все наши заведения находятся «за углом». Обучение в HURMA Insider не массовое. Даже GASTREET изначально был задуман как альтернативный проект. Мы стремились сделать просто то, что нам нравится и нам близко. В этом году, в том числе после получения приза от французского гида, мы поняли, что делаем одно из лучших и ожидаемых гастрономических событий в стране. Мы стали лидерами индустрии, на которых смотрят и стремятся поработать с нами. Мы поняли, что десятки тысяч людей идут за нами и мы можем объединять их. Именно поэтому появился Профессиональный ресторанный альянс «РЕАЛ».

Выкладывайся на полную и получай удовольствие

— При создании новых проектов, есть правила, от которых вы не отступаете. Какие?

— Безусловно есть. Главные из них лежат в основе работы всей компании: Work hard and have fun (выкладывайся на полную и получай удовольствие). Здесь имеется в виду, что либо выполняй свою работу на 100%, либо не делай ее вообще. И выкладываясь на все сто, важно получать удовольствие

от этого процесса. Принцип «Равный равному» (Peer 2 Peer); принцип DO what excites you, DARE to face your fears, DISCOVER something new («ДЕЛАЙ то, что тебя захватывает, ДЕРЗАЙ в лицо своим страхам, ОТКРЫВАЙ что-нибудь новое»).

— Сколько времени с момента открытия заведения должно пройти, чтобы ресторатор сделал выводы об успехе заведения? И если проект неуспешен, когда его можно закрывать? Или лучше реанимировать?

— Успех ресторана — индивидуальный вопрос. Если мы говорим о выводе ресторана в плюс, то обычно максимум за год можно сделать вывод о финансовом успехе заведения. Обычно на это уходит шесть-восемь месяцев.

— Как-то вы сказали: Никогда не работайте с мудаками. Как не ошибиться в выборе партнера в ресторанном бизнесе?

— В том интервью я имел в виду персонал в компании. Если говорить о партнерстве, то я не работаю с людьми, в которых я не уверен.

— Какой формат заведений вам наиболее близок и интересен?

— Часто для меня важнее формата оказывается вкус еды, которую готовят определенные шеф-повара. Я всегда с радостью прихожу в заведения Глена Баллиса или Тимура Абузярова, например. Я уверен почти на 100%, что у них в заведениях мне будет вкусно. Просто потому, что понимание вкуса у нас схожее. Мне нравится формат Центрального рынка, например. Здесь готовят много интересной и разной еды проверенных временем концепций. Мне нравится демократизация отрасли и демократичные проекты.

— Что стало с приложением «Дорогая, я перезвоню», над созданием которого вы трудились?

— Приложение плавно превратилось в совершенно новый продукт, которому нет аналогов на рынке. Оно называется Barcoin. Если коротко, то суть в том, что, общаясь, гости могут зарабатывать виртуальную валюту и оборачивать ее в коктейли в любом заведении «Дорогая, я перезвоню...».

Фотографии предоставлены командой Дмитрия Левицкого

Омский Skuratov Coffee делает ставку на брю-бары

Омская сеть брю-баров Skuratov Coffee 13 января открыла свою первую кофейню в Санкт-Петербурге. И это стало первой петербургской точкой сетевого проекта из Омска. Новый филиал расположился на Малой Конюшенной улице, 14. Как сообщил главный исполнительный директор Skuratov Coffee Виктор Скуратов, инвестиции в петербургскую точку составили 8 млн рублей. В новом брю-баре около 40 посадочных мест, площадь заведения — 80 квадратных метров.

«Брю-бар на Малой Конюшенной — это первый брю-бар, который мы открыли в Санкт-Петербурге, и для нас это абсолютно новая история. Уверены, что она будет очень интересной», — сказал главный исполнительный директор Skuratov coffee Виктор Скуратов.

Скуратов сообщил, что поиск помещения и запуск заведения занял четыре месяца.

«Мы отказались от франшизы как от способа развития. В ближайшие два месяца планируем открыть еще

три кофейни в трех городах России: вторую кофейню в Казани, первую в Нижнем Новгороде и четвертый брю-бар в Москве», — отметил Скуратов.

«На открытии кофейни состоялась премьера нового для Санкт-Петербурга напитка Air Latte — холодного молочного нитро-кофе. Наши внутренние исследования показали, что технология подачи эйр латте и способ его приготовления уникальны и до сих пор широко не представлены в России. Он готовится на основе кофе холодного заваривания cold brew и подается через систему для нитро-кофе, собранную нашими техническими отделами. Благодаря сильному техническому отделу мы были первыми, кто стал готовить в России Nitro Coffee — главный тренд лета 2017 года», — рассказал Скуратов.

Акцент на черный кофе

По словам Виктора, цены в петербургской кофейне дороже по сравнению с омской примерно на 20 рублей. Омская сеть специализируется на кофе свежей обжарки, акцент в меню сделан на черный кофе. В настоящее время в кофейне можно попробовать шесть микролатте для заваривания в V60, кофейную классику (от 130 рублей за чашку эспрессо), холодный нитро-кофе (270 рублей), а также авторские кофейные напитки: латте с халвой

(270 рублей), эйр-латте (270 рублей) и другие. В меню также представлены десерты и печенье (от 90 рублей).

Сейчас гости ценят постоянство

По словам Виктора Скуратова, кофейням основные деньги приносит стабильность классических напитков и сервис.

«У нас самая низкая текучка среди сетевых заведений в России, с этим проблем не будет. Прошло то время, когда ты заходил с каким-то продуктом, и к тебе все ломилось. Сейчас гости ценят постоянство. И первые три месяца хорошей работы не гарантируют дальнейшего процветания», — сказал он.

По признанию главного исполнительного директора Skuratov Coffee, они фокусируются на корпоративной культуре.

«Ни одно самое совершенное обучение по кофе, ни один самый лучший зеленый кофе не имеют смысла, если люди, которые его готовят, не чувствуют себя хорошо на рабочем месте. Они будут совершать ошибки. Что практика и подтверждает из раза в раз. Контроль падает — падает качество. Все тысячу раз слышали, что вот раньше здесь все было лучше, а потом испортилось. Обычно у нас весь общепит жалуется на кадры. У нас с этим все в порядке. Стараемся брать лучших людей», — заявил он.

Петербург душевнее

По мнению предпринимателя, в Москве конкуренция среди кофейен не ниже, чем в Петербурге. Однако он отдает предпочтение больше петербургским заведениям, «потому что они более творческие и душевные».

В дизайне новой кофейни создатели сохранили детали исторического здания — потолок, кладку и пол. В интерьере кофейни сочетаются металл, дерево, неон и каменные поверхности.

В настоящее время в России работает десять кофейен сети Skuratov Coffee: шесть в Омске, три в Москве и одна в Казани.

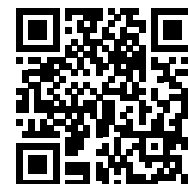


О ресторанном бизнесе со знанием дела!

Профессиональный отраслевой журнал

Издается с 2005 года

Периодичность выхода
журнала — 9 номеров в год



Подписка на журнал «Ресторановед»:

Печатная версия журнала
Электронная версия журнала

6 372 руб./год
3 186 руб./год

А лучше вступайте в Бизнес-клуб «Ресторановед»!

Очное участие в Бизнес-клубе «Ресторановед»	Заочное участие в Бизнес-клубе «Ресторановед»
Годовая подписка на печатную версию журнала	Годовая подписка на электронную версию журнала
Очное участие в закрытых конференциях для постоянных читателей журнала	Заочное участие в закрытых конференциях для постоянных читателей журнала (онлайн трансляция)
Бесплатные заочные консультации и рекомендации от экспертов журнала	Бесплатные заочные консультации и рекомендации от экспертов журнала
Скидка 35% на участие во всех мероприятиях Издательства «Наша деловая пресса»: конференции, семинары, форумы «Искусство гостеприимства»	Скидка 20% на участие во всех мероприятиях Издательства «Наша деловая пресса»: конференции, семинары, форумы «Искусство гостеприимства»
Приоритетное размещения новостей и статей вашей компании на сайте www.restoranoved.ru	Приоритетное размещения новостей вашей компании на сайте www.restoranoved.ru
Возможность участия в публикациях журнала в качестве ньюсмейкера или эксперта	—
15 930 руб./год	9 558 руб./год

Цены на подписку и участие в Деловом клубе указаны с учетом НДС 18%

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

13 ФЕВРАЛЯ 2018 года

Конференция Бизнес-клуба «Ресторановед»

Факторы успеха ресторанного проекта



Игорь
ПРАЩЕНКО



Галина
БЕЛОУСОВА

Зиннат
АКБАШЕВ

И МНОГИЕ
ДРУГИЕ



НАБ. МАРТЫНОВА, 38,
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ,
Россия, 197110

13 ФЕВРАЛЯ 2018 ГОДА ПРОЙДЁТ КОНФЕРЕНЦИЯ НА КОТОРОЙ МЫ ПРЕДЛАГАЕМ РЕСТОРАТОРАМ ОБСУДИТЬ ФАКТОРЫ УСПЕХА РЕСТОРАННЫХ ПРОЕКТОВ: ИЗ ЧЕГО СКЛАДЫВАЕТСЯ, КАК ДОЛГО ОН МОЖЕТ ДЛИТЬСЯ И ВООБЩЕ — ЧТО СЧИТАТЬ УСПЕХОМ?

В посещение мероприятия входит:

- участие в программе конференции;
- утренний кофе-брейк;
- обед;
- сертификат участника;
- видеозапись конференции.



Партнеры мероприятия



САЙТ МЕРОПРИЯТИЯ

[HTTP://RESTORANOVED.RU/EVENTS/OUR](http://RESTORANOVED.RU/EVENTS/OUR)

Тел.: 8(921)942-71-40

8(812) 493-33-73, 493-44-04

E-MAIL: SIMIACTIVEN@GMAIL.COM

Контактное лицо: Симченко Наталья

Легенды не умирают

Мир прощается с шеф-поваром столетия Полем Бокюзом

Легендарный французский шеф-повар Поль Бокюз скончался 20 января в своем известном ресторане недалеко от Лиона. Ему был 91 год. Бокюз уже несколько лет страдал от болезни Паркинсона.

«Месье Поль» был воплощением французской кухни»

«Месье Поль был Францией», — заявил министр внутренних дел Франции Жерар Коллон вечером 20 января. В свою очередь, президент Франции Эммануэль Макрон сказал, что повара по всей Франции «плачут на своих кухнях».

Макрон выразил соболезнования, назвав Бокюза «воплощением французской кухни». «Одно его имя содержит в себе всю французскую гастрономию с ее щедростью и уважением к традициям, но в то же время изобретательностью», — сказал французский лидер.

«Я люблю масло, сливки и вино»

Поль Бокюз прославился в 1970-е как сторонник «новой кухни» с более здоровым способом приготовления пищи.

Сторонники «новой кухни» отказались от традиционных французских жирных сливочных соусов в пользу более легких блюд из свежих сезонных продуктов, с изящной сервировкой.

Сам термин был использован во французском кулинарном справочнике Gault-Millau для описания блюд, которые Бокюз помогал приготовить к первому полету лайнера «Конкорд» в 1969 году.

Значительное сокращение времени приготовления блюд, более короткое меню и более полезный способ приготовления пищи — «новая кухня» захватила всех и значительно изменила французскую кухню.



«Это была настоящая революция», — сказал французский кулинарный критик Франсуа Симона, пишет Франс Пресс.

«Они придумали концепцию, которая пришлась на самый подходящий момент — в то время, когда гастрономия была немного скучной, тяжеловесной и совсем не сексуальной», — отметил критик.

Сам Бокюз при этом предпочитал более традиционную кухню.

«Я люблю масло, сливки и вино, а не маленькие горошинки, разрезанные на четыре части», — говорил он.

Ресторан Бокюза L'Auberge du Pont de Collonges получал три звезды Мишлена с 1965 года. Конкурирующий кулинарный справочник Gault-Millau назвал его «шеф-поваром столетия» в 1989 году. Такое же звание ему присвоил Кулинарный институт Америки в 2011 году.

Из семьи потомственных кулинаров

Бокюз родился в семье потомственных кулинаров, которые занимались гастрономией с середины XVII века.

Он был яркой личностью, и, как рассказывают, имел обыкновение говорить о себе в третьем лице. Он воплощал собой своеобразный тип французского эпикурейства — с любовью к хорошему вину, еде и женщинам. На протяжении долгого времени ему удавалось поддерживать отно-

шения одновременно со своей женой Раймоной и с по меньшей мере еще двумя любовницами, от одной из них у него родился сын.

Он рассказывал о своем образе жизни в интервью 2005 года изданию Daily Telegraph: «Я обожаю женщин, и мы теперь живем слишком долго, чтобы проводить всю жизнь лишь с одной. Я работаю так, как будто буду жить до ста, и наслаждаюсь жизнью, как будто следующий день последний».

В 1976 году в интервью журналу People он заметил, что женщины «хорошие кухарки, но плохие шеф-повара».

Французский министр Жерар Коллон написал в своем микроблоге в «Твиттере»: «Поль Бокюз умер. Гастрономия в трауре».

«Месье Поль был Францией. Простота и щедрость. Мастерство и искусство жить. Понтифик гастрономов покинул нас. Пусть наши шефы в Лионе и во всех уголках света еще долго берегут плоды его страсти», — написал он.

Поль Бокюз был единственным французским шеф-поваром, которому Michelin присуждал три звезды на протяжении более сорока лет. В 1975 году он был награжден орденом Почетного легиона. Бокюз основал мировой чемпионат среди шеф-поваров «Золотой Бокюз» (Bocuse d'Or), который проходит раз в два года и считается одним из самых престижных кулинарных конкурсов в мире.