

РЕСТОРАНОВЕД

ТЕМА НОМЕРА: ПУТЬ РЕСТОРАТОРА

[HTTPS://RESTORANOVOD.RU](https://restoranovod.ru)



Александр Седухин
МНЕ ХОТЕЛОСЬ
КРАСИВО РАБОТАТЬ
ЗА БАРНОЙ СТОЙКОЙ

Андрей Филатов
РЕСТОРАТОР –
ЭТО НЕ ПРОФЕССИЯ,
А ОБРАЗ ЖИЗНИ

Нурислам Шарифулин
Я СТАНОВИЛСЯ
БАНКРОТОМ
ДВАЖДЫ

ГОРОД
Д.Р.У.З.Е.Й

Евгения Суфиянова
GASTREET SHOW - МЕСТО
ПАРТНЁРСТВА И ВДОХНОВЕНИЯ





26-я международная
выставка индустрии гостеприимства

ПИР ЭКСПО 2023

3 - 6 ОКТЯБРЯ

МОСКВА, КРОКУС ЭКСПО

pirexpo.com



ПУТЬ РЕСТОРАТОРА

Каждое дело имеет больше шансов на успех, если становится любимым для того, кто им занимается. В ресторанном бизнесе это правило является обязательным практически со стопроцентной вероятностью. Для успешных рестораторов их бизнес и есть сама жизнь, которая не имеет границ ни с семейными заботами, ни с увлечениями и интересами. Все это лишь части одного большого целого.

В первом печатном номере журнала РЕСТОРАНОВЕД за 2023 год мы представляем вашему вниманию рубрику, в рамках которой будем рассказывать о начале профессиональной деятельности и первых проектах успешных рестораторов. У каждого из них свои взлеты и падения, свой тернистый путь к звёздным мгновенным предпринимательской жизни. Можно многое рассказать, как рождались концепции и создавались стратегии, нарабатывался свой стиль управления, формировались принципы и ковались убеждения. Наверняка вспомнится опыт успешного и не очень партнерства, удачи и разочарования. Расскажем о том, что помогло нашим героям состояться как предприниматели и личности.

Мы будем говорить о жизни и о роли личности в истории — мистике лидерства, значении первых лиц в развитии стран и проектов, влиянии руководителей на судьбы других людей. Известно, что все эти факторы становятся особенно важными во времена великих перемен. Значение их вырастает многократно! А вместе с этим растёт и ответственность.

В ресторанном бизнесе, в силу его специфики — чувствительности к любым изменениям внешней среды; публичности деятельности; вовлеченности в его работу большого числа талантливых и эмоциональных, экономически и социально активных людей, — это проявляется наиболее ярко.

В историях успеха людей и их проектов много общего, но, при этом, каждая предпринимательская судьба уникальна. И поучительна! Вдумчивый читатель всегда найдет в ней много полезной и практической информации.

Наша редакционная задача в рамках новой рубрики — находить интересный опыт в разных регионах нашей большой страны, рассказывать об уникальных людях и прорывных решениях в бизнесе, делиться знаниями, продвигать прогрессивные идеи предпринимательства. Мы открыты к диалогу и сотрудничеству, рады новым знакомствам, готовы создавать историю вместе с вами!



С уважением, Александр Марков
Учредитель и издатель журнала Ресторановед

РЕСТОРАНОВЕД

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

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

www.restoranoved.ru

Учредитель/главный редактор:
Александр Марков

Генеральный продюсер:
Макс Беляев

Директор редакции:
Светлана Маркова
sv@restoranoved.ru

Начальник отдела рекламы:
Валентина Голубева
va@restoranoved.ru

Тексты:
Лилиана Бергер
Светлана Маркова
Михаил Марков

Дизайн и верстка:
Макс Беляев
Кирилл Раевский

Журнал «Ресторановед» 1 (116) 2023
Св-во ПИ № ТУ 78 - 01042 от 13.01.2012 г.

Учредитель Марков А. В.

Издатель ООО «Медиагруппа «Лучший выбор».
Перепечатка материалов допускается только с согласия ООО «Медиагруппа «Лучший выбор»». Товары, рекламируемые в номере, подлежат обязательной сертификации. Ответственность за сведения в рекламе несет рекламодатель.
Тираж номера — 7500 экз.

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

E-mail для писем: info@restoranoved.ru

Телефоны редакции:
8 (812) 910 42 42

Присоединяйтесь к нам ВКонтакте



медиа группа

ЛУЧШИЙ
ВЫБОР

СОДЕРЖАНИЕ

- 9** Игорь Беляев. Ориентируемся не просто на разработку красивого интерьера, а на успешность проекта в целом
- 12** Евгений Демченко. От масштаба до стендапа. Обзор самых интересных открытий ресторанных проектов конца 2022 и начала 2023 года
- 16** Александр Орлов. Современный ресторатор должен быть гибким и решительным
- 17** Альберт Салиев. Шефы уделяют большое внимание классной и удобной униформе
- 20** Вахтанг Тужба. Ставка по эквайрингу для кафе и ресторанов взяла курс на рекордное снижение
- 22** STANFOOD. Кофейное направление в гастроакадемии Stanfood запущено!
- 26** ЭКОНИВА. Dürr. Искусство создание нового поколения сыров России
- 30** Barry Callebaut. Шоколад WholeFruit Evoca. Создан природой. Разработан профессионалами



12

Что бы не происходило, люди всегда будут хотеть хлеба и зрелищ. И лучше, когда это можно получить в одном месте.



Современный кофейный рынок очень конкурентен, и для выживания необходим профессиональный подход.

22



40

GASTREET – это такой фильтр: на фестиваль приезжают только успешные рестораторы – те, у кого все хорошо с финансами.

СОДЕРЖАНИЕ

- 38** МИХРАСК. Премиальное качество по доступной цене
- 40** Евгения Суфиянова. GASTREET SHOW – место партнёрства и вдохновения!
- 46** Александр Седухин. Мне хотелось красиво работать за барной стойкой
- 52** Андрей Филатов. Ресторатор – это не профессия, а образ жизни
- 62** Нурислам Шарифулин. Я становился банкротом дважды»
- 70** Мастера гостеприимства. Мир меняют Мастера: путь от кадрового конкурса до глобального туристического сообщества
- 74** Пальмовая ветвь ресторанного бизнеса
Идеи и блюда, которые приносят деньги
- 78** Russian Hospitality Awards 2022



46

Профессиональный подход при расчете финансовой целесообразности проекта, опыт и глубокие знания предмета, которым ты занимаешься, внимательное отношение к работникам, любовь к гостям и, конечно же, большая доля удачи!



52

Многие не понимают, что ресторатор – это тот самый главный герой заведения, который знает все его жизненные процессы изнутри.



62

Если гостю не понравится сервис, меню ресторана, скорость отдачи блюд, неудобная мебель, то он вряд ли вернется в заведение и порекомендует его своим знакомым.

Grill^{SMOLENSK} master



GRILL MASTER предлагает решения высшего качества, которые превосходят самые инновационные тенденции. Наше оборудование поможет вашим шеф-поварам достичь выдающихся результатов.

Угольные, электрические и газовые грили GRILL MASTER — это лучшее, что вы можете найти сегодня на рынке. Изысканные формы, безупречные материалы изготовления — залог вашего успеха и прекрасного вкуса.

**Grill^{SMOLENSK}
master**

Российская Федерация,
214020, г. Смоленск, ул. Шевченко 79В
+7 (4812) 62-26-54, доб.124, +7 (4812) 310-310, доб.124
info@mastergrill.ru

RU СДЕЛАНО
В РОССИИ

PIR EXPO

3-6 ОКТЯБРЯ 2023
МОСКВА



www.mastergrill.ru

ГОТОВОЕ РЕШЕНИЕ ДЛЯ РЕСТОРАНОВ

группа компаний
реал



ЗАПОЛНИ ФОРМУ -
ПОЛУЧИ СПЕЦ. ЦЕНУ!



WWW.REALPAK.RU

8-800-550-14-14

R24@REALPAK.RU



**ДИСПЕНСЕР НАСТОЛЬНЫЙ
ДЛЯ САЛФЕТОК**



**САЛФЕТКА БУМАЖНАЯ 33x33
ОДНОСЛОЙНАЯ / ДВУХСЛОЙНАЯ,
СЛОЖЕНИЕ 1/8, 100 ЛИСТ/УПАК
БЕЛАЯ ЦВЕТ В АССОРТ.**



**ЗУБОЧИСТКА В ИНДИВИДУАЛЬНОЙ
БУМАЖНОЙ, БЕЛОЙ УПАКОВКЕ
1000 ШТ/УПАК**



**ПАКЕТ БУМАЖНЫЙ С U ОБРАЗНЫМ
ДНОМ ПОД ПРИБОРЫ,
70x220 БУРЫЙ КРАФТ, 40 ГР**



**ПАКЕТ БУМАЖНЫЙ
С КРУЧЕНЫМИ/ПЛОСКИМИ РУЧКАМИ,
ПРЯМОУГОЛЬНОЕ ДНО
РАЗМЕР, ЦВЕТ В АССОРТ.**



**ПАКЕТ БУМАЖНЫЙ С U ОБРАЗНЫМ
ДНОМ ФОЛЬГИРОВАННЫЙ
РАЗМЕР В АССОРТ.**



**УПАКОВКА/КОРБОКА БУМАЖНАЯ
ДЛЯ САЛАТОВ С ПРОЗРАЧНОЙ
КРЫШКОЙ, КРАФТ
РАЗМЕР, ЦВЕТ В АССОРТ.**



**КОРБОКА БУМАЖНАЯ ДЛЯ БУРГЕРОВ,
КРАФТ
РАЗМЕР В АССОРТ.**



**ФОЛЬГА УНИВЕРСАЛЬНАЯ
ТОЛЩИНА (ММ), РАЗМЕР,
НАМОТКА В АССОРТ.**



**ПЛЕНКА ОБЕРТОЧНАЯ ПЭ, ПРОЗРАЧНАЯ
ТОЛЩИНА (ММ), РАЗМЕР,
НАМОТКА В АССОРТ.**



**БУМАГА ДЛЯ ВЫПЕЧКИ
ЦВЕТ, РАЗМЕР, НАМОТКА В АССОРТ.**



**ТРУБОЧКА БУМАЖНАЯ ДЛЯ КОКТЕЙЛЯ
ПРЯМАЯ КРАФТ 250 ШТ/УПАК
РАЗМЕР В АССОРТ.**



**ПАЛОЧКА ДЛЯ ШАШЛЫКА
БАМБУК 20СМ 100 ШТ/УПАК**



**ДИСПЕНСЕР Д/РУЛОННЫХ ПОЛОТЕНЕЦ
С ЦЕНТРАЛЬНОЙ ВЫТЯЖКОЙ,
ПЛАСТИК БЕЛЫЙ**



**ПОЛОТЕНЦЕ БУМАЖНОЕ В РУЛОНЕ
С ВЫТЯЖКОЙ 300(220)М 1-СЛ
С ПЕРФОРАЦИЕЙ БЕЛОЕ**



**КАРТРИДЖ Д/ОСВЕЖИТЕЛЯ ВОЗДУХА
В АССОРТИМЕНТЕ**



**ПЕРЧАТКИ ВИНИЛОВЫЕ
НЕОПУДРЕННЫЕ БЕЛЫЕ 100 ШТ/УПАК
РАЗМЕР, ЦВЕТ В АССОРТ.**



**СРЕДСТВО Д/МЫТЬЯ ПОСУДЫ В ПММ
ДЛЯ ВОДЫ ЛЮБОЙ ЖЕСТКОСТИ
HARD IMNOVA 5Л DOLPHIN, A.D029-5**



**ТЕРМОЛЕНТА
РАЗМЕР В АССОРТ.**



**ИЗГОТОВЛЕНИЕ УНИФОРМЫ
И АКСЕССУАРОВ С ЛОГОТИПОМ
(ФУТБОЛКА, СВИШОТ, ФАРТУК,
ГОЛОВНОЙ УБОР, БЕЙДЖ И Т.Д.)**

МИРОВОЙ ПРОИЗВОДИТЕЛЬ МАСЕЛ И ЖИРОВ

iFry

ВегаФрай

PROFI
LUXSUNNY
GOLD**iFry**

- Улучшенные обжарочные характеристики
- Минимизирует пенообразование

Профилюкс

- Профессиональная фритюрная смесь
- Работает в 3 раза дольше обычного фритюрного масла
- Экономный расход при работе

Sunny Gold

- Не пенится и не дымится
- Продлевает жизнь масла во фритюрнице

ВегаФрай

- Работает в 2 раза дольше обычного фритюрного масла
- Естественный вкус готовых блюд

КОФЕЙНИ ОТ РДЖ

Компания «Российские железные дороги» занялась развитием собственных кофеен на вокзалах под дочерним брендом «Вокзалы России». Первые 14 точек открылись на московских и нескольких региональных вокзалах. Интрига в том, станут ли «Вокзалы России» успешной управляющей компанией или довольствуются эксплуатацией естественного трафика гостей, не имеющих альтернативы. До конца 2023 года компания планирует увеличить их количество в два раза. Всего в нашей стране около трехсот вокзалов в городах и на станциях.

**РЕСТОРАННЫЙ НЕВСКИЙ**

38% всех существующих сейчас помещений на Невском проспекте занимают кафе, рестораны и кондитерские: с 2017 года число заведений на главной улице Петербурга увеличилось с 79 до 108. В исследовании компании Nikoliers проанализированы изменения стрит-ритейла на Невском проспекте за последние шесть лет. В период с 2017 по конец 2022 года стрит-ритейл Невского увеличился на 66 торговых точек (с 218 до 284). Среди тенденций в этом сегменте ритейла - увеличение количества столовых (с 5 до 11), пекарен-кондитерских (с 7 до 14) и кофеен (с 7 до 15).

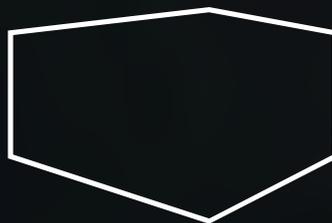
**Cargill**

www.cargill.com
+7 (495) 213 34 12
reception_moscow@cargill.com



Больше советов
при работе с фритюром
в мобильном приложении

реклама



finoarte



Игорь Беляев

**Ориентируемся
не просто на разработку
красивого интерьера,
а на успешность
проекта в целом**

В своем недавнем обращении к Федеральному Собранию президент РФ Владимир Путин отметил, что на фоне внешних попыток сдерживания нашей страны российское предпринимательство, в частности малое и среднее, продемонстрировало серьезнейший потенциал и способность адаптироваться к быстро меняющейся конъюнктуре и в непростых условиях все еще продолжает обеспечивать экономический рост страны.

РЕСТОРАНОВЕД встретился с основателем одной из крупнейших московских студий интерьерного дизайна Finoarte Игорем Беляевым и узнал, что с его точки зрения может стать гарантом успешного бизнеса в России.

Сегодня Finoarte является одним из примеров стабильно развивающегося бизнеса в сфере ресторанного дизайна. В портфеле компании много проектов, получивших признание профессионального сообщества. Например, бар Butler the Japanese Bar, дизайном интерьера которого занимались Игорь и его команда, в 2021 году стал победителем в номинации «Лучший бар» национальной премии Wheretoeat. Сейчас в работе у Finoarte не только российские проекты, но и, несмотря на сложные обстоятельства в мире, международные в том числе.





Что позволяет Finoarte держаться на плаву уже пятнадцатый год и с успехом преодолевать разного рода кризисы?

Я думаю, наши принципы. И один из основополагающих — это то, что мы ориентируемся не просто на разработку красивого интерьера, а на успешность проекта в целом. Мы создаем не просто интерьер, мы создаем контекст для дальнейшего успеха будь то ресторанного проекта или какого-либо другого.

Какими еще проектами, помимо ресторанов, вы занимаетесь?

В портфолио Finoarte более 300 проектов. Мы занимаемся офисными пространствами, парками виртуальной реальности, гостиницами, шоу-румами, гастромаркетами и еще много чем в сфере коммерческой недвижимости, а также частными проектами премиум-класса.

Что для вас приоритетно в работе дизайн-студии на данный момент времени?

Не только сейчас, но и всегда, для меня, как руководителя компании, в работе важна способность максимально широко смотреть на задачи. И это именно то, чему я учу свою команду. Это касается не только интерьера, но и операционной составляющей проекта — кухни, инженерных систем, графического дизайна. Мы часто создаем в работе симбиоз - графический и интерьерный дизайн, архитектурная планировка и технология кухни, работа дизайнера-декоратора и графика-иллюстратора и многие другие. Также мы довольно часто работаем с маркетологами, их исследования являются базовыми для наших разработок. То есть, речь идет о комплексном подходе к каждой задаче. К примеру, сейчас мы делаем проект нового бара и предлагаем варианты подачи коктейлей, исходя из того, что диктует интерьер.



На какой стадии разработки ресторанного проекта к вам лучше обращаться, чтобы учесть все нюансы?

На любой, мы занимаемся проектами не только с нуля, но и осуществляем редизайн и доработку уже действующих заведений. Если же говорить о совершенно новом проекте, то вы можете обратиться к нам прямо на стадии поиска помещения. На самом деле это лучший вариант, потому что у нас сразу будет возможность понять ограничения и критические особенности по помещению. Например, действующий Butler the Japanese Bar — это третья площадка, от первых двух я отговорил заказчика.



Первый вариант площадки был в торговом центре на Кузнецком мосту там мы сразу задали все вопросы по вентиляции, воде и электрике, и все стало понятно мне пришлось объяснить владельцу сложности с подведением коммуникаций, и мы отказались. Аналогичная ситуация была и со вторым вариантом. Прошло три года, и до сих пор эти площадки в том же бесхозном виде. Я всю жизнь живу в Москве и за 15 лет в дизайне ресторанов научился превосходно ориентироваться в так называемых «глухих» площадках из-за слабого трафика или, наоборот, «местах силы».

Над какими проектами и где вы сейчас работаете?

Без шуток, несмотря на международную ситуацию, мы продолжаем получать запросы со всего мира — из Турции, Эмиратов, недавно подписались на интересный проект в Лос-Анджелесе. Разумеется, продолжаем работать в России — Новосибирск, Санкт-Петербург, Тамбов, Москва. География вполне обширная.

Игорь, насколько мы знаем, на данный момент вы ведете все проекты лично. Как вы видите рост своей компании?

Верно, скоро в силу увеличения количества проектов вести лично каждый из них не будет возможности. Поэтому в ближайшее время я планирую создать проектные группы. Это станет глобальным структурным изменением в растущей компании.

Это подразумевает и глобальный рост коллектива...

Разумеется. И я могу с уверенностью сказать, что в моей команде задерживаются только лучшие. Несмотря на достаточно большой конкурс — 100 человек на место среди дизайнеров и около 200 среди проектировщиков — мне удастся найти отличных специалистов, которые с удовольствием разделяют фундаментальные принципы и ценности компании.

И что же это за принципы?

Помимо профессиональных качеств — отменного вкуса, дисциплины, стремления обучаться новому и выходить за рамки обыденного, — мы очень ценим позитивное мышление. В зависимости от сложности проекта заказчик с дизайнером проводит в среднем от трех до шести месяцев. И очень важно быть тем, с кем приятно общаться. Мы именно такие, мы дарим не только позитив, но и вдохновляем на новые идеи. Люди любят с нами работать, и это очень хорошая история.



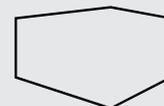
Студии дизайна finoarte

Москва, 2-я Хуторская ул., 38А,
стр. 1, офис 319-5

+7 495 926 45 97

info@finoarte.ru

<https://finoarte.ru>



finoarte

Евгений Демченко

От масштаба до стендапа обзор самых интересных открытий ресторанных проектов конца 2022 и начала 2023 года



ЕВГЕНИЙ ДЕМЧЕНКО,

*ресторатор,
эксперт по маркетингу и
антикризисному управлению,
преподаватель факультета
гостеприимства РАНХиГС,
амбассадор ФРиО*

2023 год обещает быть нестандартным и богатым на события. Впрочем, как и предыдущие три года. Начиная с локаута 2020-го, рестораторы сократили горизонт планирования до нескольких недель (а иногда и дней), научились управлять изменениями, но при этом успешно вести и развивать свой корпоративный бизнес. Анализируя открытия и закрытия ресторанов, можно понять тенденции рынка и увидеть подсказки, в каком направлении двигаться, где и что открывать, если появляется такая возможность.

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЕ ПРОСТРАНСТВА: БОЛЬШИЕ ПЛОЩАДИ И НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Казалось бы, сколько ещё можно открывать гастрономических пространств, но их становится все больше и прослеживаются определенные тренды.

Если раньше фудхоллы создавались под определенные локации, которые носят исторический характер, то теперь можно наблюдать формирование сильных брендов, таких как Ресторанкет в Парке Горького, который формируется в ресторанной империи братьев Васильчуков. В отличие от «старшего брата» фудмолла «Депо» данный бренд не привязывается к проходимости локаций, а сам формирует гостевой поток за счет своей узнаваемости. Этот проект может даже спасти умирающий бизнес девелопера, создав трафик для соседних проектов.

Есть еще один примечательный момент — если раньше владельцы фудхоллов платили девелоперам, то Ресторамаркет изменил условия игры и теперь арендодатель, который захочет получить подобный проект, должен сам инвестировать от 150 млн рублей. Из последних открытий Ресторамаркетов отмечу проект на ВДНХ, который расположен в непроходной части комплекса и Ресторамаркет МДМ в Москве.

Подобную масштабируемость бизнеса можно наблюдать и в стратегии развития Eat Market.

Еще одной особенностью подобных проектов является мультиформатность, когда гости могут не только есть, но слушать выступления артистов, ди-джеев и музыкантов.

Стоит отметить, что все больше строящихся жилых комплексов стараются заключить договоры со стабильными и сильными брендами, чтобы открывать фудхоллы на своей территории.

Невозможно обойти вниманием крупные и знаковые открытия. Это, например, «Депо.Три вокзала», которое стартовало под Новый 2023 год рядом с площадью Трех вокзалов – Ленинградского, Ярославского и Казанского. Статистические данные проекта: 8000 кв.м., 60 корнеров, 15 кухонь мира.



И, конечно, «Вокзал 1853» — самый большой фудмолл в России и в Европе, в историческом здании Варшавского вокзала в Санкт-Петербурге: 34 000 кв.м., более 90 корнеров, event-зона на 2500 гостей и 4000 посадочных мест.

Как пишет «РБК-Недвижимость» в Москве в ближайшие два года запланировано открытие около 65 тыс.кв.м новых фудхоллов, из них 46,8 тыс. кв. м планируется открыть в 2023 году.

Данный тренд показывает, что подобный формат будет развиваться и дальше. Значит, у рестораторов будут хорошие перспективы и выбор направлений инвестирования для открытия собственных проектов в фудхоллах.





ХОТЯТ ПИТЬ – НАДО ЗАРАБАТЫВАТЬ

Бары и рюмочные — еще одно направление ресторанного бизнеса, которое продолжает активно развиваться. В этом сегменте много интересных открытий. Назову некоторые московские проекты, заслуживающие внимания.

Камерный sake-бар Mai от команды винного бара «Сентябрь» в краснокаменном подвале на Маросейке, в котором наливают более 20 видов sake и коктейлей на японской водке с небольшим выбором японских закусок.

Ретрорюмочная Prolive от Мити Борисова на Охотном ряду с винтажным декором, насыщенным и богатым антуражем. Раздолье для любителей самогона и коктейлей на водке. А на закуску соленья, пельмени, вареники, бутерброды и даже холодец.

Спикизи-бар Sisi от Антона Пинского на Театральной. Фотогеничная локация на 30 гостей, крепкие напитки со всего света и фирменные настойки прекрасно дополняют меню, в котором хумус, салат с уткой, поке с крабом, авторские роллы с манговым крабом, угрем и тунцом, а также том ям и десерты.

Караоке-рюмочная «Евгенич» в формате диско-квартирника от Сергея Жукова, созданная на волне популярности одноименного сериала на одном из главных каналов страны, с авторскими настойками, домашней кухней и зажигательными вечеринками.

РАВНЕНИЕ НА ВОСТОК РОЖДАЕТ НОВЫЕ ПРОЕКТЫ

Туризм и путешествия формируют гастрономические пристрастия и дают рестораторам вдохновение, которое воплощается в новых проектах. Именно так в России раньше появлялись бразильские, перуанские, балийские и другие рестораны с далеких берегов. Сейчас наши путешественники направляются преимущественно в страны ближнего Востока — Израиль, ОАЭ, Турция, — иногда долетая до Китая. Поэтому все чаще можно видеть открытия в ресторанах кухонь этих стран.

Ярким примером этого тренда служит израильское кафе «Давид» на Никитском бульваре с традиционными тель-авивскими блюдами, домашними настойками и легкими коктейлями.

Восточный ресторан Loomi на Неглинной улице. В меню микс популярных блюд израильской, ливанской и турецкой кухонь: хумус, мезе, шашлыки, кюфте, и птица на гриле.

Аутентичный азиатский ресторан «Драгон Сити», где подают традиционные блюда китайской и японской кухонь, но с авторскими выдумками. Здесь готовят специалитеты вроде древесных грибов с лотосом и ягодами, битых огурцов, кисло-сладких супов и утки по-пекински.

Отдельная тема — шаурма и шаверма. Популярность этого простого блюда не угасает, а только растет, при этом все чаще можно видеть, как шаурма переходит в более дорогой сегмент.

В новой дизайнерской шаварменной “Sha!” на Пушкинской 4 вида шаурмы, плюс хумус, шакшука, сабих и фалафель, салат фаттуш. Стильные интерьеры бистро отлично подходят для завтрака и быстрого обеда.



ВЕСЕЛИТЬСЯ И ЕСТЬ – ПОД ОДНОЙ КРЫШЕЙ

Чтобы не происходило, люди всегда будут хотеть хлеба и зрелищ. И лучше, когда это можно получить в одном месте. Несмотря на то, что стендап развивается в России уже больше 10 лет, формат стендап-баров и клубов по-прежнему популярен и продолжает прирастать новыми проектами.

Одним из новых и успешных проектов является Comedy Hall на Павелецкой в Москве, который соединил в себе не только выступления известных комиков. Гости покупают билет, который включает в себя программу выступления джазовых музыкантов и мастеров стендапа. Также в отличие от многих подобных баров и клубов, создатели проекта обеспечили гостям большой выбор качественных блюд с авторской подачей и интересной подборкой в баре.

Выбор открывающихся форматов велик и обширен, поэтому продолжение следует...



Александр Орлов

Современный ресторатор должен быть гибким и решительным

Основатель холдинга *Bulldozer Group*, в который входят десятки ресторанов и других проектов по всему миру, поделился своим мнением о главных факторах успеха при создании и развитии ресторанных проектов



ЧТО САМОЕ СЛОЖНОЕ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ?

Если быть кратким — всё. В реализации ресторана должны совпасть все элементы, без любого из них вы получите не тот результат, которого ждете:

- Профессиональная команда
- Продуманная рабочая концепция
- Вкусная еда
- Отличный сервис
- Атмосфера
- Интерьер ресторана
- Расположение

Ресторанный бизнес — один из самых сложных в мире. Скажу сразу, если вы хоть немного сомневаетесь в своей идее — откажитесь от нее. Есть еще куча других направлений: IT, супермаркеты, строительство, что угодно. Владелец ресторана должен быть фанатиком, чтобы иметь успех.

ЧТО СОЗДАЕТ АТМОСФЕРУ В РЕСТОРАНЕ?

Когда я думаю над идеей нового заведения, всегда стараюсь представить всё в мельчайших подробностях не только со стороны владельца, но и со стороны гостя. Важно чтобы гости кайфовали в моих ресторанах, поэтому я и моя команда много трудимся над созданием и поддержанием комфортной атмосферы.

Дизайн — это лицо вашего ресторана, его посетитель увидит раньше меню и счета. Как придумать дизайн?

Развивайте насмотренность. Я часто путешествую, хожу в заведения моих коллег по цеху. Это помогает при создании собственных ресторанов.

«Дьявол» кроется в деталях, особенно в концепции ресторана. Не забывайте наполнять ресторан стильными нюансами, в соответствии с концепцией, которые будет интересно рассматривать и изучать.

Про эргономичность я уже говорил: гостям и персоналу должно быть удобно перемещаться по залу.

Музыка — под звон тарелок едят только в столовой, музыка помогает расслабить, задать тон вашему заведению. С музыкальным сопровождением можно играть как угодно: живые музыканты и вокалисты, диджеи, плейлисты, тише или громче, ритмичнее или спокойнее. Если будете использовать плейлист, не забывайте обновлять его и, разумеется, следите за уровнем громкости.

Освещение — подбирается индивидуально, учитывая направленность ресторана и время суток. Для завтраков и ланчей освещение ярче, чем для вечерних посиделок. Освещение также лучше продумывать с дизайнером, он поможет разместить дополнительные источники света, чтобы подсветить достоинства заведения.

Учитывайте особенности вашего ресторана.

Планируете семейный ресторан? Уделите пространство для детского уголка.

Хотите камерной атмосферы? Располагайте столики так, чтобы сохранить чувство приватности у гостей.

По материалам Телеграм-канала
Александра Орлова
<https://t.me/alexandroorlov>



Альберт Салиев

Шефы уделяют большое внимание классной и удобной униформе

Компания «United Uniforms» уже больше 10 лет представляет на российском рынке поварскую одежду лучших мировых брендов, проверенных временем и тысячами специалистов.

Среди брендов, представленных в компании «United Uniforms»: «Chef Works» – американский бренд поварской одежды, широко известный среди поваров, признанный лидер отрасли, производящий униформу высокого качества; «Le Nouveau Chef» – люксовый бренд поварской одежды из Нидерландов; «Bandit» – собственный бренд с ярким и дерзким характером; «Segers» – шведский бренд, ассоциирующийся с практичностью и комфортом; «Bragard» и «Clement» – французские бренды с уклоном на сдержанную классику.

Команда «United Uniforms» первой в России собрала в одном месте поварскую одежду от разных поставщиков, причем поставщиков с мировым именем. В этом плане мы стали первопроходцами, открыв мультибрендовые магазины с удобным месторасположением, для того чтобы повара могли в одной локации закрыть сразу все потребности по рабочей одежде для ресторанов.

Основатель компании, Альберт Салиев, начал развивать это направление в 2013 году. Поначалу планировалось работать только с самыми крупными и известными европейскими компаниями, с богатой историей и отменным качеством. Но американские производители в то время уже предлагали высокий сервис и были заметными представителями отрасли, невозможно было не обратить на них внимание. Самой яркой и крупной компанией среди них была и остается компания «Chef



Основатель компании «United Uniforms» Альберт Салиев начал развивать направление униформы для HoReCa в 2013 году.

Команда «United Uniforms» первой в России собрала в одном месте поварскую одежду от разных поставщиков, причем поставщиков с мировым именем. В этом плане компания стала первопроходцем, открыв мультибрендовые магазины с удобным месторасположением, для того чтобы повара могли в одной локации закрыть сразу все потребности по рабочей одежде для ресторанов.



Works». Первое время продолжительные переговоры ни к чему не приводили, т.к. огромная международная организация не имела опыта работы на российском рынке, не могла оценить потенциал по достоинству, а процесс налаживания торговых отношений казался слишком сложным и трудозатратным.

В тот момент нашелся один простой и, в то же время, необычный выход – пригласить ведущих менеджеров компании в Москву, детально рассказать о своих планах на месте, показать рынок.

Десять лет назад в России начался новый активный и яркий период поварского дела. Рестораны соревновались в уникальности концепций заведений, привлекая тем самым большую аудиторию, охотились за талантливыми шеф-поварами, а шефы становились медийными персонами. И поварская униформа оказалась не просто необходимым рабочим атрибутом, но и инструментом создания образа успешного, высококвалифицированного специалиста.

– Альберт, как пришла идея развивать направление поварской униформы?

До поварской одежды мы уже довольно успешно занимались продажей медицинской униформы, открывали бутики и наладили работу с мировыми лидерами рынка в этой сфере. Много общались с коллегами, посещали все известные в отрасли мероприятия, международные выставки и обратили внимание на смежное направление. Нас заинтересовала и тема, и возможный потенциал. Именно в этом направлении мы увидели свое развитие.

– Как считаете, когда и почему в какой-то момент поварская одежда из рабочей формы стала неким важным элементом кухни?

В целом, уже давно пришло понимание, что важна не только внешняя идеальная картинка, высокое качество невозможно без внутренней эстетики – именно поэтому такое большое внимание сейчас шефы уделяют не только квалификации своих кадров, профессиональной технике, посуде и оборудованию на кухнях, но и классной, удобной униформе. К тому же, с общим ростом профессионализма и достижению невероятного уровня в кулинарном мастерстве многие заведения стали делать кухни открытыми, привнося тем самым еще и элемент шоу. Ведь всегда невероятно интересно наблюдать за процессом создания шедевра. Тут уж команде однозначно нужно быть на высоте в каждой детали. И мы специально подобрали в нашу коллекцию



такие бренды, одежда которых на сто процентов отвечает и техническим, и эргономическим, и эстетическим требованиям.

– Приятно осознавать то, что у вас одни из лучших мировых брендов в портфеле? Есть ли проблемы сейчас с поставками?

В прошлом году мы настраивали заново всю логистику. Это было непросто, с учетом постоянно возникающих новых вводных данных. Со многими собственниками поварских брендов мы до сих ведем постоянные переговоры, стараясь перенастроить все процессы. Не хочется лишать поваров любимейшей и привычной профессиональной одежды, возможности выбора и права на качественный сервис.

– Вы достаточно близко и много общаетесь с шеф-поварами. Почему?

На мой взгляд, это очевидно – на протяжении многих лет мы стараемся идти в ногу со временем, полностью погружаемся в ту отрасль, для которой и в которой мы работаем. Без тесного сотрудничества, понимания проблем и запросов нашей аудитории невозможно создать качественный сервис. Именно поэтому я тесно общаюсь с шефами, многие мне стали близкими друзьями, за многих болею, ценю нашу дружбу, слежу за победами. Путь повара, который руководит превоклассным рестораном – это целая вселенная и огромный каждодневный труд. Этот труд достоин большого уважения.

– Как видите развитие индустрии и ваше?

Любое развитие в нашей отрасли невозможно без взаимодействия. Мы надеемся на частые встречи с нашими друзьями-шефами на выставках и различных мероприятиях, они важны для получения обратной связи, формирования понимания, куда нам всем необходимо двигаться дальше. В этом году, как всегда, будем на «Завтрак Шефа» в мае, приходите!

Мы видим свою работу и миссию в том, чтобы любые специалисты, которые вкладывают множество усилий в свое развитие, достигают успехов, как, например, Виктор Белей в Восусе d'Or или шефы-обладатели звезд Мишлен, чувствовали свою уникальность и еще большую уверенность в себе. Для этого мы, как и раньше, будем делать все возможное и невозможное.

Ждем каждого в наших магазинах и интернет-магазине www.united-uniforms.ru

Телефон: 8 (800) 500-07-67 (бесплатно по России)



ООО «Юнайтед Юниформс»

<https://united-uniforms.ru>
shop@united-uniforms.ru



реклама


 A portrait of Vahang Tuzba, a man with short dark hair and glasses, wearing a dark blue blazer over a light-colored t-shirt. He is smiling slightly and looking towards the camera. The background is a plain, light-colored wall with a green plant visible on the left side.

tapper

ВАХТАНГ ТУЖБА,
 предприниматель с
 опытом более 15 лет,
 основатель венчурной
 стартап-студии
 Foundarium и облачного
 сервиса Tapper: оплата
 счета и чаевых в один клик
 в кафе и ресторанах по
 QR-коду с возможностью
 разделить счет, вызвать
 официанта и посмотреть
 электронное меню

ВАХТАНГ ТУЖБА

**Ставка по эквайрингу
 для кафе и ресторанов
 взяла курс на рекордное
 снижение**

**Весна 2023 для ресторанов
 началась с хороших новостей на
 рынке бесконтактных платежей.
 Во многих чатах рестораторов
 шло активное обсуждение
 ставки по эквайрингу
 в 0,5% от Tapper.***

**РЕСТОРАНОВЕД пообщался с
 основателем сервиса Вахтангом
 Тужбой и спросил, правда ли это
 и как такое стало возможным?**

*Вахтанг, последний раз мы с вами
 общались почти год назад, когда сервису
 было буквально несколько месяцев с
 момента создания. Расскажите, чего
 удалось достичь за это время?*

Прошедший год был, признаюсь честно,
 непростым, но мы с достоинством его
 пережили и кратно выросли. Собрали
 большую команду профессионалов,
 ежедневно подключаем все больше новых
 ресторанов, среди которых всегда есть
 крупные сети по всей России. Мы видим, как
 растут внутренние показатели наших
 партнеров. В среднем каждый стол
 закрывается на 15 минут быстрее.
 Официанты получают больше чаевых, а
 владельцы заведений – больше

** Tapper — облачный сервис для управления заказом, с
 возможностью оплатить и разделить счёт одним
 платежом с чаевыми, оставить комментарий или
 просьбу официанту (например, попросить вилку) и
 посмотреть интерактивное меню.*

положительных отзывов о качестве и скорости обслуживания. Я горд нашими результатами, но уверен: мы можем больше. Сейчас Tapper выходит на международную арену. Мы готовы к экспансии и уже видим большой интерес со стороны потенциальных партнеров сервиса в разных странах. Что из этого выйдет – покажет время, но и я сам, и вся моя команда верим в успех!

Очень впечатляет! Помню, как вы рассказывали про результаты работы с вашим первым заведением сёрф-кафе Nalu Baloo. Они всё еще с вами?

Конечно с нами, куда же мы теперь без них, да и они без нас (смеется). Более того нам удалось увеличить показатели. Возможно, из-за того, что весь год Tapper менялся и улучшался или потому, что гости просто привыкли платить по-новому.

В Nalu Baloo через нас проходит 93% всех платежей, количество чаевых, получаемых официантами, выросло в 2.4 раза в сравнении с периодом до подключения Tapper.

Тут хочу сказать спасибо руководству и официантам сёрф-кафе, которые дали нам доступ к данным не только по Tapper, но и в целом по заведению. Это действительно важная статистика и для нас, и для партнеров.

Вы сказали про изменения, расскажите подробнее?

Во-первых, мы избавились от ошибок. То есть действительно избавились полностью. Я сам лично ходил по ресторанам, приглашал официантов и менеджеров к нам в офис и спрашивал, какие проблемы, что нужно улучшить. Это позволило сделать сервис максимально удобным и полезным и для гостей, и для официантов, и для управляющих и владельцев заведений.

Ну и, безусловно, мы проделали огромную работу над дизайном: он интуитивно понятный и красивый.

Обновления мы выкатываем каждые две недели. Здесь я хочу сказать спасибо своей команде, которая кропотливо работает над этим каждый день.

Ну и вопрос, который, пожалуй, волнует всех. Вахтанг, расскажите, как вы сделали ставку по эквайрингу 0.5%? Это какая-то сезонная акция или навсегда?

Настоящий фокусник не раскрывает своих секретов (смеется). Ну а если серьезно, я правда не могу рассказать. У Tapper есть большой и сильный банк-партнер, с которым мы и реализовали предложение.

Договор на ставку 0.5% подписываем сразу на два года без пробного периода и пересмотра условий. Пока мы фиксируем это предложение до конца мая.

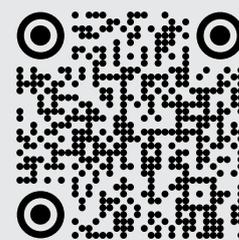
Хотя в текущей ситуации вряд ли кто-то из нас может быть на 100% уверен в завтрашнем дне, но мне бы хотелось, чтобы Tapper стал образцом стабильности и помогал рестораторам расти и увеличивать свою прибыль.

РЕСТОРАНОВЕД делится с Вами сайтом Tapper, где вы сможете подробнее узнать о сервисе, запросить демо-версию и получить уникальное предложение на два года по эквайрингу в 0.5%.

tapper

<https://tapper.ru>

отдел продаж:
8 (800) 333 13 93





КОФЕЙНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ В ГАСТРОАКАДЕМИИ STANFOOD ЗАПУЩЕНО!

Помимо обучения поваров, кондитеров и пекарей, московская гастроакадемия STANFOOD (основана METRO) с конца февраля этого года начала выпускать профессиональных бариста, а также обучать полному циклу мероприятий по запуску кофейни. Базовую программу направления сформировали три интенсива: «Бариста с нуля. Как профессионально варить кофе и сделать на этом карьеру», «Латте-арт», а также «Как открыть свою кофейню. Мечтаем и делаем». В числе преподавателей – молодые, яркие и по-хорошему дерзкие ребята, за плечами которых опыт работы с известными на рынке кофейными брендами, успешные запуски абсолютно разноформатных кофеен. Программы подойдут как новичкам, так и тем, кто уже давно в профессии и хочет идти дальше. Отдельный акцент поставлен на повышение квалификации у действующих сотрудников ресторана (управленцев, барменов, официантов) с целью расширения кругозора в области практических и теоретических знаний о кофе и, как следствие, роста общей культуры потребления напитка и увеличения среднего чека.



Илья Поликарпов
Бариста года 2020, QQ Coffee, Verle, Coffee Workshop,
тренер бариста, куратор кофейного направления
в STANFOOD

«Практические навыки, вкусовой опыт и кругозор – основные УТП наших преподавателей. Приглашены очень разные тренеры, в личном кейсе которых не один успешный запуск. Почему STANFOOD? Потому что сотрудничество с подобной обучающей площадкой созвучно с миссией моих коллег по повышению культуры потребления кофе на предприятиях ресторанного сегмента. В числе студентов мы видим начинающих и действующих предпринимателей, а также линейный и управленческий персонал заведений общепита».

Лера Череватова
Создательница Barista training school

«Я помогу составить план затрат, расскажу, как выбрать помещение, что такое stop-факторы, как составить договор, просчитать стоимость электричества, заложить необходимые коммуникации, осуществить замер проходимости и т.д. Мы рассмотрим системы учета, составление накладных, проведение инвентаризации, внедрение и ведение crm-системы. Отдельный блок будет посвящен выбору сотрудников: как нанять, как уволить, кому и сколько платить. Как корректно прописать должностные обязанности и сформировать здоровый микроклимат. А еще обсудим запуск системы тренингов – с людьми надо работать, развивать их».



Рамиль Рзаев
Чемпион «Кофе и алкоголь» 2019,
бар-менеджер группы заведений Floo family

«У меня большой опыт и желание делиться им, демонстрируя реальные рабочие кейсы. Я объясняю на пальцах, как надо и как не надо делать с точки зрения профессионального миксолога и эксперта, умеющего продавать. Вместе со студентами мы рассматриваем фатальные ошибки, которые могут возникнуть при организации барной зоны и формировании концепций меню. Помимо этого, ребята получают необходимые знания по проектированию рабочего пространства бара».

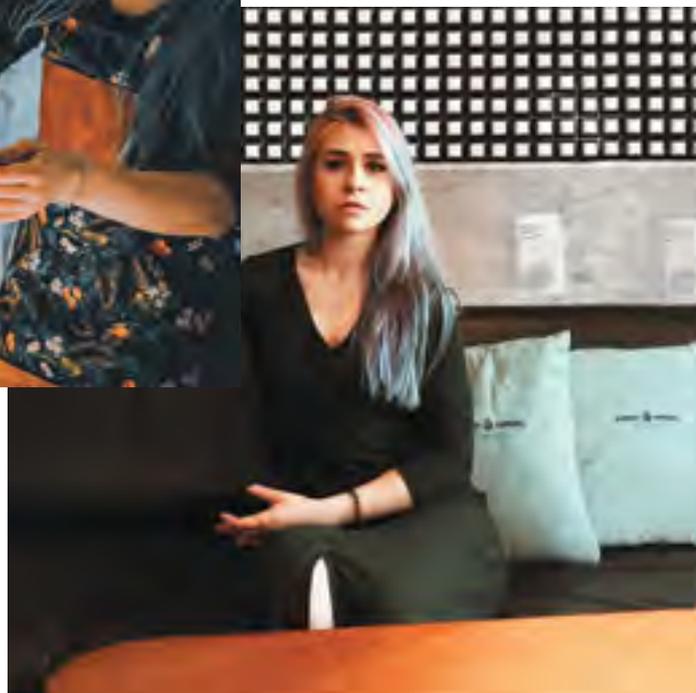


Ренат Аюпов
Операционный директор
HQ! coffee

«Современный кофейный рынок очень конкурентен, и для выживания необходим профессиональный подход. Здесь я подразумеваю грамотный анализ, бухгалтерию, управленческий учет и т.д. На первый взгляд, это может показаться очень сложным, но здесь важно правильно донести информацию: чтобы в голове возникла последовательность действий и инструментов. Ключевой навык, получаемый студентами на курсе – умение видеть свой бизнес как нечто единое. Умение сравнивать его с другими конкурентами и декомпозировать на кусочки, анализируя каждый. Соответственно, у выпускников на руках остаются необходимые инструменты для понимания всех бизнес-процессов, а также готовый сценарий действий, применимый для любой операционной задачи».

Ольга Сазонова
Заместитель директора
в направлении HoReCa
в компании
«Торговый дом ПиР»

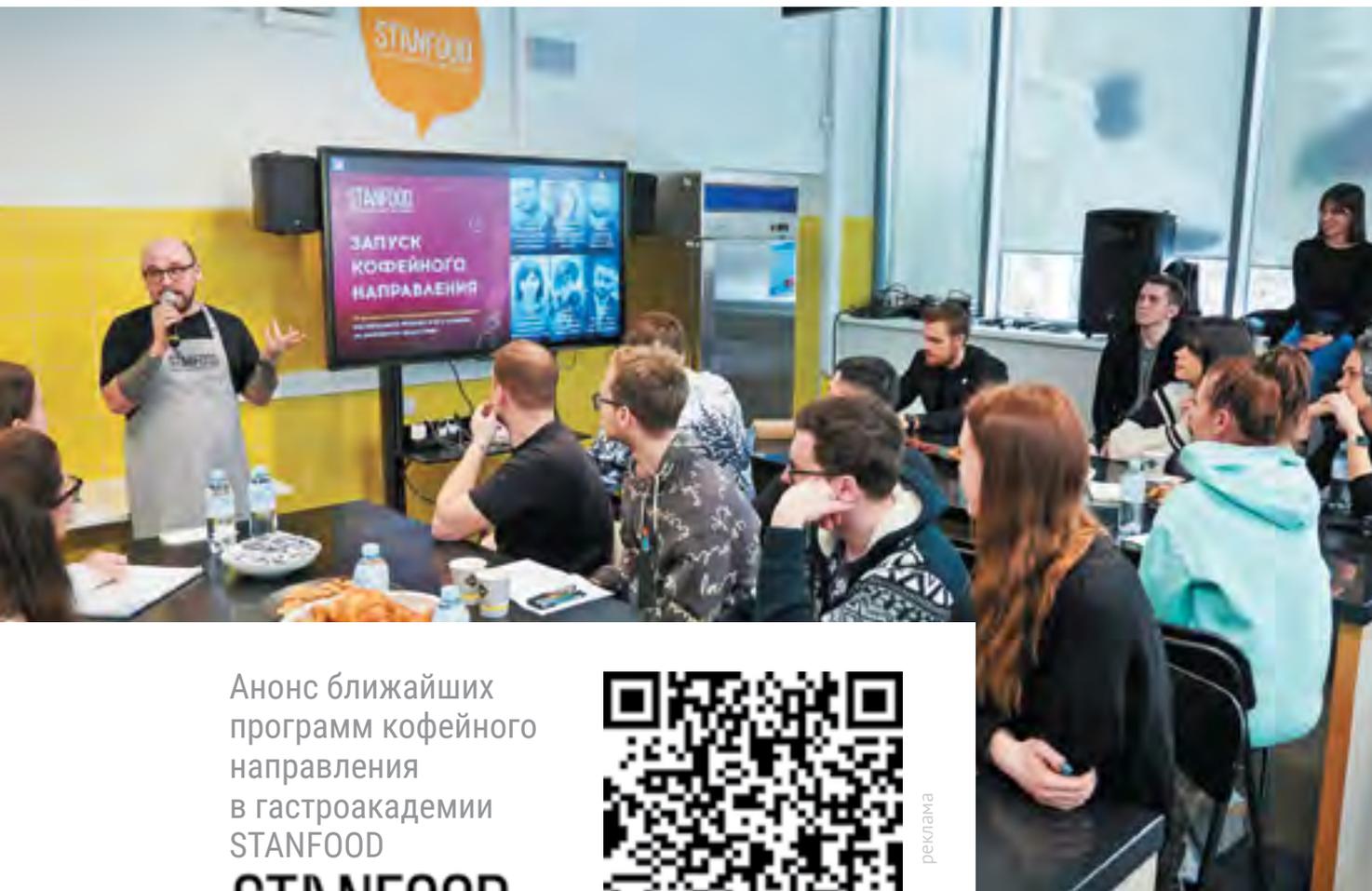
«Отличительной чертой моего преподавательского подхода является отсутствие «воды» в тематике учебного плана. Например, если мы говорим про авторское меню, то будет конкретный разбор необходимых ингредиентов. Я искренне и щедро делюсь опытом, приобретенным на различных чемпионатах, открытиях и созданиях разнообразных меню. Я знаю, какие ингредиенты и вкусы пользуются наибольшей популярностью с учетом сезонности и локальности. Постоянно мониторя мировой опыт на предмет актуальности того или иного продукта, адаптируя эту информацию в очень доступном формате».





Алина Байда
Бренд-шеф бариста Varpoint,
шеф-бариста ресторана «Айна»

«В своей преподавательской деятельности я не подгоняю всех учеников под один стандарт, а ищу подход к каждому. Я стараюсь предоставлять знания в максимально понятной и доступной форме, делая большой упор на практику. В программе «Латте-арт», которая состоится 16 марта в STANFOOD, я сделаю упор на углубление в продукт (молоко). После обучения студенты прокачают базовые навыки латте-арта, откорректируют техники вливания и взбивания и почерпнут ряд полезной теоретической информации. Кофейное ремесло подразумевает развитие вкусовые рецепторы и обоняние, ведь частенько приходится работать с продуктами, которые в обычной жизни не попробуешь. Работая в этой сфере, приобретаешь огромное количество связей и знакомств с людьми из разных сфер».



Анонс ближайших программ кофейного направления в гастроакадемии STANFOOD

STANFOOD
 GASTRO ACADEMY BY METRO



реклама

Dürr

**искусство
создания
нового
поколения
сыров
России**



Чем удивить сырного гурмана: деликатесами с благородной белой или голубой плесенью, а может, эпуасом или ореховым сыром с фенугреком?

Вероятно, все это он давно испробовал, впечатлился и ищет чего-то нового.

Такому искателю гастрономических открытий есть что предложить!

Самое горячее, в прямом и переносном смысле, воплощение благородного выдержанного сыра — это раклет, традиционное блюдо из Швейцарии. Именно там зародился рецепт «жареного сыра». Там же имидж швейцарского сырного изобилия приобрел статус некой роскоши, вполне сравнимой с качеством швейцарских часов. Надо сказать, что сегодня в России ничего не мешает создавать свою культуру производства твердых премиальных сыров. Скорее, она уже находится на том уровне, что настоящему сырному гурману вовсе не обязательно искать его вне страны. Самые смелые решения, основанные на традиционных европейских стандартах в современном сыроварении, реализует компания «ЭкоНива» — один из флагманов в производстве российской молочной продукции. Жемчужиной в линейке сырной продукции, без всяких сомнений, являются премиальные сыры Dürr.

ВЯЧЕСЛАВ МИГАС,
шеф-повар кулинарной студии «Вкусотеррия», г. Москва

Раклет определенно получится, если мы подберем правильный сыр. Это основа такого необычного и уже полюбившегося нашим гостям блюда. Не все твердые сыры подходят для раклета. Нужен именно тот, который обладает жирностью не менее 45%. И твердый сыр Dürr Classic от «ЭкоНивы» — именно то, что нужно. Наши гости, попробовав этот сыр в горячем виде впервые, сначала не поверили мне, что он российского производства. Теперь его пикантный вкус уже полюбился многим из них.



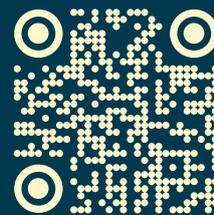
Рестораторы отмечают не только особенный вкус твердого сыра Dürr, но и его универсальность в приготовлении различных блюд. Несмотря на плотную структуру, он достаточно хорошо поддается плавлению. Именно поэтому он идеален для ракета и фондю, пиццы и пасты. Некоторые из гурманов отмечают, что после подачи того же ракета, сыр приобретает ту самую любимую многими тягучесть. Особенно он становится хорош, когда блюдо чуть остыло и вкус сыра приобретает оттенки томленных сливок с ярким послевкусием.

Такое разнообразие консистенций и вкусов премиальных твердых сыров Dürr Classic и Dürr Zeller от «ЭкоНивы» сохраняются благодаря уникальным рецептурам и традициям сыроварения. Вдохновились в «ЭкоНиве» на создание продукта традиционной линейки Dürr австрийским сыром сорта бергкезе (bergkäse — «горный сыр»), который уже на протяжении многих веков остается одним из почитаемых как в Европе, так и во всем мире. Этот иностранный прародитель завоевал признание благодаря своей непохожести на остальные: яркий сливочный аромат с нотами пряностей, натуральная оранжевая корочка с белым налетом, высокая калорийность, насыщенность кальцием и наличие жирных омега кислот. Dürr Zeller отличается от Dürr Classic использованием других специально подобранных заквасочных культур, благодаря которым сыр имеет яркий пряный вкус с ореховыми нотами, вдохновленный швейцарским сыром аппенцеллер. Кроме этого, Dürr Zeller обладает более высокой жирностью в 55%, что придает ему невероятно нежную текстуру и делает его консистенцию эластичной и плотной.

Для производства премиальных сыров Dürr используется только особое сыропригодное молоко от коров, находящихся на беспривязном содержании. Оно отбирается на собственных фермах «ЭкоНивы» в Воронежской области по 29 показателям качества. Молоко доставляется от фермы до завода бережно и в очень короткие сроки — не более полутора часов. Это обеспечивает целостность белковых оболочек жировых шариков молока, что помогает сохранить лучшие природные свойства основного продукта.

Так все-таки можно ли удивить сегодняшнего сырного гурмана каким-либо гастрошедевром с использованием продукции российского производства? Вопрос отпадает сам собой. Можно. Здесь есть та самая приверженность и предопределенность производителя отечественных сыров «ЭкоНива» к их качеству и к предпочтениям ведущих рестораторов, гурманов и тех, кому уже полюбился натуральный вкус благородного продукта.

ЭКОНИВА
ЭКОНИВА
НАШИ СЫРОВАРНИ



8 (800) 550-57-00
ekoniva-moloko.com



ГОТОВОЕ РЕШЕНИЕ ДЛЯ ПЕКАРНИ И КОНДИТЕРСКОЙ

группа компаний
реал



ЗАПОЛНИ ФОРМУ -
ПОЛУЧИ СПЕЦ. ЦЕНУ!



WWW.REALPAK.RU

8-800-550-14-14

R24@REALPAK.RU



ФОРМА БУМАЖНАЯ для выпечки
РАЗМЕР, ЦВЕТ В АССОРТ.



САЛФЕТКА БУМАЖНАЯ АЖУРНАЯ
ПРЯМОУГОЛЬНАЯ
РАЗМЕР В АССОРТ.



МЕШОК КОНДИТЕРСКИЙ
ПВД 100ШТ/УПАК
РАЗМЕР, ЦВЕТ В АССОРТ.



ПОДЛОЖКА для КОНДИТЕРСКИХ
ИЗДЕЛИЙ, 100 ШТ/УПАК
ЦВЕТ, ФОРМА В АССОРТ.



БУМАГА для выпечки
ЦВЕТ, РАЗМЕР, НАМОТКА В АССОРТ.



КОНТЕЙНЕР для ТОРТА с КРЫШКОЙ
РАЗМЕР В АССОРТ.



ФОЛЬГА УНИВЕРСАЛЬНАЯ
ТОЛЩИНА (ММ), РАЗМЕР,
НАМОТКА В АССОРТ.



ПРИБОРЫ ОДНОРАЗОВЫЕ
(ВИЛКА, ЛОЖКА СТОЛОВАЯ,
ЛОЖКА ЧАЙНАЯ, НОЖ)
ЦВЕТ В АССОРТ.



УПАКОВКА/КОРОБКА БУМАЖНАЯ
для МАФИНОВ, МАКАРОНИ
РАЗМЕР В АССОРТ.



ПАКЕТ ФАСОВОЧНЫЙ ПВД
ЕВРОБЛОК 1000 ШТУК
РАЗМЕР В АССОРТ.



КОРОБКА БУМАЖНАЯ для ПИЦЦЫ,
ПИРОГА ТРЕУГОЛЬНАЯ
ЦВЕТ В АССОРТ.
(ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ДИЗАЙН ЗАКАЗЧИКА)



САЛФЕТКА БУМАЖНАЯ 33x33
ОДНОСЛОЙНАЯ /ДВУХСЛОЙНАЯ,
СЛОЖЕНИЕ 1/8, 100ЛИСТ/УПАК БЕЛАЯ
ЦВЕТ В АССОРТ.



КОРОБКА ПЭТ для ПИЦЦЫ,
ПИРОГА ТРЕУГОЛЬНАЯ
ЦВЕТ В АССОРТ.



КОНТЕЙНЕР для СОУСА КРУГЛЫЙ ПП
с КРЫШКОЙ
ОБЪЕМ, ЦВЕТ В АССОРТ.



КОРОБКА КАРТОННАЯ с ЛАМИНАЦИЕЙ,
ТРЕУГОЛЬНАЯ с ОКНОМ,
ПОД СЭНДВИЧ, КРАФТ
РАЗМЕР В АССОРТ.



ЛЕНТА АТЛАСНАЯ
ДЛИНА, ШИРИНА, ЦВЕТ В АССОРТ.



ПАКЕТ БУМАЖНЫЙ
с ПРЯМОУГОЛЬНЫМ ДНОМ ТИП А, В, С
РАЗМЕРЫ В АССОРТ.



РУКАВИЦА-ВАРЕЖКА



ПАКЕТ БУМАЖНЫЙ
с КРУЧЕНЫМИ/ПЛОСКИМИ РУЧКАМИ,
ПРЯМОУГОЛЬНОЕ ДНО
РАЗМЕР, ЦВЕТ В АССОРТ.



ИЗГОТОВЛЕНИЕ УНИФОРМЫ
и АКСЕССУАРОВ с ЛОГОТИПОМ
(ФУТБОЛКА, СВИШОТ, ФАРТУК,
ГОЛОВНОЙ УБОР, БЕЙДЖ и т.д.)

Шоколад WholeFruit Evocaо. Создан природой. Разработан профессионалами.



Шоколад – источник счастья, подаренный нам природой. Этот по-настоящему ценный дар нужно беречь, относиться к нему с должным уважением и благодарностью. Компания Barry Callebaut – мировой лидер и законодатель моды шоколадной индустрии – совершила революцию, создав шоколад WholeFruit Evocaо от французского бренда Сасао Barry. Об инновационном подходе к производству нового продукта, его уникальном вкусе, составе и современных стандартах работы с ним рассказывает Юлия Иванова, директор Академии Шоколада России.

О СОЗДАНИИ WHOLEFRUIT EVOCАO

Шоколадная революция не происходит в одночасье. Это был процесс непрерывного развития и движения, профессионального подхода при участии шеф-кондитеров из разных уголков мира.

Все началось в Сан-Франциско в сентябре 2019 года, где собралось более 30 шоколатье и кондитеров со всех регионов нашей планеты, чтобы открыть для себя новое направление для профессиональной деятельности. Результатом длительного труда и стал WholeFruit Evocaо™ от бренда Сасао Barry – «шоколад, как он задуман природой» из 100% цельных какао-плодов!

ОСОБЕННОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА ЗАКРЫВАЕТ ПРОБЛЕМУ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ХАРАКТЕРА

В классическую рецептуру темного шоколада входят какао-бобы, которые составляют всего 30% веса от всего какао-плода. Также

при изготовлении продукта добавляется сахар, лецитин, иногда ароматизатор натуральной ванили. Производство WholeFruit Evocaо – уникальное и инновационное. В составе этого продукта нет других ингредиентов, кроме тех, что были получены из плода какао. Эксперты команды Сасао Barry экстрагировали натуральный сахар из белой мякоти какао-плода, которая обволакивает какао-бобы, что позволило увеличить использование какао-плода еще на 25%. Поэтому шоколад WholeFruit Evocaо состоит из какао-плода на 100%.

Использование какао-плода больше, чем раньше существенно сократило количество отходов. Такая позиция позволяет бережно относиться к тому, что дает природа, повышать экологичность производства и улучшать уровень жизни фермеров, выращивающих какао-плоды.

WHOLEFRUIT EVOCАO ОБЛАДАЕТ УНИКАЛЬНЫМ ВКУСОМ

Кроме того, что шоколад WholeFruit Evocaо уникален по своему составу и технологии



EXPRESS YOUR
TRUE NATURE™



WHOLEFRUIT
CHOCOLATE

производства, он обладает оригинальными вкусовыми характеристиками. В его композиции – взрыв тропической свежести с ярко выраженной цитрусовой нотой, кислотностью. Во вкусовой палитре можно ощутить ноты манго, лимона, мандарина, маракуйи. Все перечисленные вкусы появились в шоколаде благодаря сочной мякоти какао-плода. Из нее выделяют сахар, который используют в производстве шоколада. Знакомый терпкий вкус шоколада с присущей ему горечью получают из какао-бобов в процессе ферментации и последующей обжарке. Можно сказать, что WholeFruit Evocao – это гармоничное сочетание какао-бобов и какао-мякоти ради получения нового вкуса, здорового наслаждения, экологической осознанности человечества во имя будущего, как бы громко это не прозвучало.

УНИВЕРСАЛЕН В ПРИМЕНЕНИИ

WholeFruit Evocao – шоколад универсального применения, который можно использовать как любой темный шоколад. Он обладает средней степенью текучести. Его применяют для изготовления любых видов кондитерских изделий: отливки корпуса и глазировки, приготовления ганаша и изготовления декора, выпечки и т. п. Одним словом, продукт является по всем своим характеристикам многоцелевым с широким спектром решения задач.

В целом, ограничений и сложностей в его использовании нет. Однако WholeFruit Evocao имеет свою температурную особенность. Его не рекомендуется разогревать при растапливании до температуры выше 40 °С. Если любой другой вид темного шоколада можно спокойно разогревать до 45–50 °С и с ним ничего не произойдет, то WholeFruit Evocao требует более бережного и деликатного обращения. Этот момент возник из-за того, что в составе шоколада не содержится лецитин, и при нагревании до высоких температур шоколад начинает густеть и сворачиваться. Это не является каким-либо недостатком и не

ограничивает его сферу применения и вариативность использования. Этот вид шоколада прекрасно подходит и для профессионального оборудования для темперирования шоколада. Главное, правильно настроить температурный режим для работы с данным видом сырья.

WHOLEFRUIT EVOCAO И ВКУСОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

Легкость текстур, ненавязчивая сладость и свежесть во вкусе – актуальные тенденции кондитерского искусства во всем мире. Как раз в решении этих задач может помочь данный вид шоколада. В целом, WholeFruit Evocao – несладкий продукт, обладающий ярко выраженной кислотностью во вкусе. Поэтому он действительно может сбалансировать кондитерское изделие, сделав его по вкусовым ощущениям менее сладким. Плюс WholeFruit Evocao не содержит тростникового и свекловичного сахара. В его содержании – только сахар, полученный из мякоти какао-плода. Этот факт позволяет играть с рецептурами.

ПРИМЕНЕНИЕ ШОКОЛАДА В ГАСТРОНОМИИ

Мы привыкли, что шоколад – кондитерская история. Но его применение вышло за рамки кондитерского дела. Сегодня шоколад широко применяют в гастрономии. Поэтому производитель WholeFruit Evocao выделил вкусовые сочетания, ингредиенты, с которыми вкус этого шоколада раскроется наилучшим образом. И в этом списке можно увидеть продукты, не типичные для кондитерского направления: свекла, кукуруза, морковь, ромашка, базилик, томат, перец, имбирь, вино и даже sake. Согласитесь, наименования данных продуктов мы не часто встречаем на кондитерской кухне. Поэтому можно открыто говорить о том, что WholeFruit Evocao – тот уникальный шоколад, который можно широко применять как в кондитерском искусстве, так и гастрономии.



Автору Тарталетки с гуавой, розовым грейпфрутом и биттером – Рамону Морато, креативному директору Casao Barry – удалось достичь гармонии ингредиентов, которые ранее никем не сочетались. К дуэту из розового грейпфрута и гуавы он добавил несколько капель биттера. Эта мелодия, соприкоснувшись с шоколадом WholeFruit Evocao, превратилась в уникальную, красивую композицию для здорового наслаждения.

Скачивайте рецепты знаменитых кондитеров, вдохновленных шоколадом WholeFruit Evocao



ТАРТАЛЕТКИ С ГУАВОЙ, РОЗОВЫМ ГРЕЙПФРУТОМ И БИТТЕРОМ ANGOSTURA

ВЫХОД – 6 ШТ. ДИАМЕТРОМ 10 СМ



ТЕСТО ДЛЯ САБЛЕ С ШОКОЛАДОМ WHOLEFRUIT EVOCАО™

300 г Шоколад WholeFruit Evocao™
 400 г Охлажденное сливочное масло
 670 г Цельнозерновая мука из полбы T80
 50 г Кукурузный крахмал
 180 г Миндальная мука
 70 г Какао-порошок Extra Brute
 300 г Сахарная пудра
 8 г Соль
 255 г Яйца

1. Растопите шоколад при температуре 40°C, дайте ему немного остыть и вылейте поверх масла. Перемешайте.
2. При помощи лопатки смешайте муку, какао, сахарную пудру, соль и нарезанное кубиками масло до получения песочной текстуры.
3. Добавьте яйца и перемешайте до однородной массы.
4. Поместите тесто в холодильник в расправленном виде, предварительно накрыв, примерно на 24 часа.
5. Раскатайте тесто в пласт толщиной 2 мм и сформируйте тарталетки диаметром 10 см и высотой 2 см.
6. Дайте отдохнуть около 20 минут и выпекайте в духовке при 160°C.

КРАНЧ С ШОКОЛАДОМ И ПЕЧЕНЬЕМ

- 250 г Шоколад WholeFruit Evocao™
- 50 г Нейтральное растительное масло
- 120 г Вафельная крошка Pailleté Feuilletine™

1. Растопите шоколад при температуре 40°C и смешайте с маслом.
2. Добавьте вафельную крошку Pailleté Feuilletine™ и при помощи ложки выложите слой кранча на дне тарталеток.

КОМПОТЕ ИЗ ГУАВЫ И РОЗОВОГО ГРЕЙПФРУТА

- 270 г Пюре из гуавы
- 30 г Сок лайма
- 50 г Сахар
- 4 г Пектин NH
- 2,5 г Листовой желатин
- 175 г Дольки розового грейпфрута
- 10 г Биттер Angostura

1. Подогрейте пюре с соком лайма и добавьте сахар с пектином.
2. Доведите до кипения и снимите с огня.
3. Добавьте предварительно размоченный листовой желатин, снизьте температуру примерно до 30°C.
4. Добавьте дольки розового грейпфрута, перемешайте, разлейте по тарталеткам (около 115 г на тарталетку).

ВЗБИТЫЙ ГАНАШ ИЗ ШОКОЛАДА WHOLEFRUIT EVOCAO™

- 178 г Сливки 35%, #1
- 58 г Молоко
- 40 г Сироп глюкозы DE 38
- 4 г Листы желатина
- 160 г Шоколад WholeFruit Evocao™
- 422 г Сливки 35%, #2

1. Приготовьте ганаш, для этого подогрейте одинарные сливки #1, молоко и глюкозный сироп.
2. Доведите до кипения и добавьте желатин.
3. Вылейте жидкость поверх выбранного вида шоколада и перемешайте до однородного состояния при помощи ручного блендера.
4. Добавьте холодные одинарные сливки #2 и перемешайте при помощи ручного блендера.
5. Быстро охладите и поставьте в холодильник на ночь.
6. При необходимости взбейте до получения легкораспределяющейся массы.

ЖЕЛЕ ИЗ ГУАВЫ

- 200 г Пюре из гуавы
- 3 г Листы желатина

1. Растворите листовой желатин в пюре из гуавы и выложите в плоскую емкость толщиной 1 см.
2. Уберите в холодильник.

ПОКРЫТИЕ ДЛЯ ТАРТАЛЕТОК

- 90 г Яичные желтки
- 10 г Сливки 35%
- 20 г Сахар
- 20 г Вода

1. Смешайте и нанесите тонким слоем на уже готовые и остывшие тарталетки с помощью аэрографа.
2. Поставьте в духовку при температуре около 200°C на пару минут, чтобы высушить покрытие.
3. Отставьте в сторону.

ПРОЧЕЕ

- 1 ст. л. Шоколад WholeFruit Evocao™

1. Темперировать кувертюры и распределите его на гитарном листе слоем толщиной 1 мм, вырежьте диски диаметром 11 см.
2. После застывания отложите в сторону и используйте для сборки.

СБОРКА

1. Взбейте шоколадный ганаш и выложите его в круглые формы диаметром 10 см и высотой 1 см. Уберите в морозильную камеру.
2. После того как они замерзнут, выньте их из форм и разместите поверх шоколадного диска диаметром 11 см. Сверху положите еще один диск.
3. Уберите в морозильную камеру. Как только изделие замерзнет, покройте его при помощи аэрографа смесью из 70% темного шоколадного кувертюра и 30% какао-масла для создания бархатистого слоя.
4. После заполнения основы тарталетки кранчем с печеньем выложите поверх него охлажденный компоте из гуавы, грейпфрута и биттера до самого края.
5. В завершение выложите сверху шоколадные диски с прослойкой из ганаша, затем при помощи горячего кольца диаметром 10 см сделайте круг и украсьте дольками грейпфрута, кубиками желе и свежими листьями.

SADKO

ВЕКОВЫЕ ТРАДИЦИИ КАЧЕСТВА

«Садко» является
торгово-производственной
компанией, с 2003 года
производящей мясную продукцию
премиального качества
для сегмента HoReCa.

Мы производим продукцию
из охлажденного мяса высших
сортов, в натуральной бараньей и
свиной череве, с добавлением
свежих трав и швейцарских
специй компании Rasovis.

Наша продукция производится
на современном
высокотехнологическом
оборудовании немецких компаний
VEMAG и REICH.

Мы осуществляем
контроль качества
производства на каждом
этапе, в соответствии со
стандартом ISO 9001.

Мы не используем ГМО при
производстве продукции.

Мы реализуем мясную
продукцию только в
сегменте HoReCa и имеем
более 700 точек сбыта.



КОНТАКТЫ

<https://sadkopremium.ru>
sadko1@mail.ru

+7(985) 723-97-66
+7(495) 723-97-66



БРЕЗАОЛА (СЫРОВЯЛЕНАЯ)

Брезаола (итал. Bresaola) — это один из лучших видов вяленых деликатесов из говядины представляющий итальянскую мясную гастрономию.

ПАСТРАМИ ИЗ МРАМОРНОЙ ГОВЯДИНЫ (ГРУДНАЯ ЧАСТЬ)

Натуральная грудинка без кости. Посыпаем смесью специй (черный перец, кориандр и можжевельник крупного помола), коптим и подвергаем долгой низкотемпературной варке.



БРИСКЕТ КОПЧЕНЫЙ ПО-ТЕХАСКИ

Для приготовления briskета мы отбираем только лучшие куски мраморной говядины Black Angus.

Мы не маринуем и не шприцуем сырье, используем только сухую обсыпку, которая состоит из крупной морской соли и чёрного дробленого перца «Royal Field».



СОТРУДНИЧЕСТВО С НАМИ

<https://sadkopremium.ru>

sadko1@mail.ru

+7(985) 723-97-66

+7(495) 723-97-66



МІХРАСК
We are 100% green!

Премиальное качество по доступной цене

Как отличить премиальное качество эко-упаковки от псевдо эко-упаковки?

Возьмите стакан для горячих напитков или супницу. С виду они из картона, но что внутри? В 95% случаев – тонкий слой пластика, чтобы стакан не размок. Налейте туда жидкость, и все канцерогенные вещества попадут в ваш напиток, это может вызвать онкологические заболевания! Перед вами псевдо эко-упаковка.

Или одноразовые приборы, «заявляющие о себе», что они состоят из кукурузного крахмала, а на самом деле содержащие в своем составе не только кукурузный крахмал, но и микропластик, а также прочие неэкологичные материалы.



Татьяна Кузнецова,
 коммерческий директор
 компании ООО «Микспак»

Такая упаковка будет не только вредна для окружающей среды, но и опасна для здоровья! Наша компания реализует только 100% компост, и в нашей продукции не содержится пластик.

Почему в вашей упаковке блюда будут выглядеть более привлекательно?

Во-первых, упаковка брэнда Vegware выглядит более выгодно в сравнении со стандартным дизайном. Это отмечают все наши покупатели. Второе и главное качество – это «дышащие» материалы. Несмотря на герметичность упаковки, что немаловажно при доставке, блюда остаются в первозданном виде, не теряя привлекательности и вкусовых качеств. Например, картофель фри, запеченный баклажан или морепродукты на гриле не утратят своей «хрустящести». Как будто блюдо попадало к столу от шеф-повара, минуя доставку.

Действительно ли компостируемая упаковка является дорогой?

Некоторое время назад разница в цене между пластиком и компостом действительно сильно ощущалась. Благодаря тому, что и наша компания вышла на новый уровень, и многие производители делают ставку на экологичную упаковку, которая уже сейчас является альтернативой одноразовой посуде из пластика, такая упаковка стала вполне доступной в материальном смысле. Сейчас некоторые позиции из нашего ассортимента стоят дешевле аналогов, содержащих пластик. Например, суповые контейнеры с крышками разных объёмов.

В чём, по-вашему, главное отличие вашей упаковки от упаковки других производителей?

Мы выделяем такие качества, как презентабельность, безопасность для здоровья, надёжность и экологичность!



реклама



+7 926 052 6100



info@mixpack.ru



mixpack.ru



Москва, Каширское шоссе 3, к.2, стр.2

GASTREET



International
Restaurant
Show

Евгения Суфиянова

***GASTREET SHOW - место
партнёрства и вдохновения!***

ВОСБРАЖЕНИЕ



5-10 июня 2023 – даты премьеры 8 сезона самого известного мероприятия в сегменте HoReCa. Именно в эти дни на курорте Красная Поляна проводится GASTREET International Restaurant Show. Мы поговорили с генеральным продюсером GASTREET Евгенией Суфияновой и узнали самые горячие подробности фестиваля 2023 года.

О феномене шоу, методах продвижения, о волонтерском движении, о том, почему участники вновь и вновь приезжают на GASTREET – читайте в нашем материале.

В чем феномен шоу?

– Наш фестиваль никогда не был чисто образовательным ивентом или деловой конференцией. Главная миссия GASTREET – познакомить и объединить рестораторов из разных городов России.

После фестиваля рестораторы ездят друг к другу в гости, отправляют свои команды на перекрестные стажировки. Раньше такой уровень взаимодействия между людьми из индустрии казался нереальным: никто друг друга попросту не знал. Да, в сегменте существовали различные выставки, но ни одна из них не давала возможность выстроить живое человеческое общение с близкими тебе по духу людьми. Не побоюсь этого слова — «побрататься» с любым уровнем рестораторов.

На выставках, как правило, не происходит коммуникации: спикеры-звезды выступили, на них все посмотрели и разошлись. Мы же перезнакомили и передружили всех между собой, стерли границы, создали крутой нетворкинг.

Благодаря нам на Красной Поляне каждое лето собирается огромное количество представителей бизнеса. Именно здесь они обсуждают самые важные стратегические, партнерские, инвесторские вопросы. Помимо того, что рестораторы на GASTREET учатся и общаются друг с другом, они еще и отрываются на полную катушку, как в беззаботном детстве. Gastreet – это место, где возможно всё.

Что изменилось за последние несколько лет в ивент-индустрии?

– На рынке остались проекты с “прочным ДНК”. Те, у которых есть четкая цель проведения и сильный эффект от посещения мероприятия. Спикеры, как и люди в целом, стали более открытыми. Если раньше была тенденция оставлять что-то «за скобками» - к примеру, не все неохотно делились презентациями, то сейчас грань секретности стерлась. Люди готовы делиться всем, чем угодно, лишь бы вместе выжить.

В прошлом году Instagram* и Facebook* заблокировали в России, многие СМИ прекратили свою работу. Какие инструменты для продвижения GASTREET вы используете в 2023 году?

Используем все доступные нам средства и каналы продвижения, не брезгуем ничем. Как говорила богиня продаж, Евгения Суфиянова, в своих тренингах: «Не бывает нерабочих

* Соцсети Instagram и Facebook запрещены в РФ. Компания Meta 21.03.2022 признана в России экстремистской организацией



ЕВГЕНИЯ СУФИЯНОВА
СОСНОВАТЕЛЬ И
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПРОДЮСЕР
GASTREET INTERNATIONAL
RESTAURANT SHOW

Благодаря нам на Красной Поляне каждое лето собирается огромное количество представителей бизнеса

В этом году на фестивале вы услышите много новых имен. При этом не обойдется и без мастодонтов – наших старейшин, слонов, на которых держится вся индустрия



каналов продаж — их бывает мало». Хорошо работают агентские схемы и рассылки - если последние, конечно, написаны и сверстаны по всем правилам написания продающих писем. Высокую эффективность показывает работа с сегментированными базами: когда предложения разрабатываются под конкретную целевую аудиторию. Очень хорошо работает сторителлинг - но сторителлинг, сделанный на коленке, а не «глянцево-модный дизайн», который уже всем приелся. Работает любой контент, который идет от души: истории людей, знакомств на фестивале.

Та же поисковая оптимизация — это не про прямые продажи. Это только информирование целевой аудитории о том, что билеты на фестиваль стали доступны для покупки, GASTREET уже на носу. Это мелькает в одном, втором, третьем месте. Где-то примерно через месяц ты заходишь на свой любимый сайт, чтобы посмотреть, что же интересного произошло за день — и даже там видишь наш баннер. Вот тогда и понимаешь: «Ну все, хорош, пора покупать билеты, оттягивать не нужно». Как это ни странно, повышение цен на билеты в конкретную дату до сих пор хорошо работает: за два дня до него мы получаем максимальные продажи.

По какому принципу строится программа выступлений в 2023 году?

В этом году мы очень круто подошли к формированию списка выступающих: взяли самых продвинутых, модненьких, похорошему «отлетевших» и «инопланетянских» ребят в качестве амбассадоров и дали им возможность собирать программу. Никто не сможет сделать барную площадку лучше, чем Игорь Зернов и Артем Перук (FollowTheRabbits). BARISTA STREET собирает Витя Скуратов – настоящий кофейный революционер, который помог нам найти уникальный контент и талантливых спикеров. В этом году на фестивале вы услышите много новых имен. При этом не обойдется и без мастодонтов – наших старейшин, слонов, на которых держится вся ресторанный индустрия. Мы всегда их ждем.

Партнеры GASTREET - кто они?

Сколько стоит партнерская интеграция с фестивалем?

Партнером может стать любая компания, которая причастна к сегменту HoReCa: поставщики продуктов, оборудования – список можно продолжать долго. Каждый год мы проводим промо-тур для инвесторов и потенциальных поставщиков: привозим их на Красную Поляну, проводим презентацию фестиваля. Рассказываем и показываем, как все будет происходить в этом году. Таких мероприятий, по крайней мере,

в российском сегменте, никто точно не делает. Партнеры начинают бронировать места на участие в фестивале с осени: на GASTREET физически не хватило бы места для всех. Средняя стоимость партнерской интеграции на сегодняшний день составляет полтора-два миллиона рублей.

Это достаточно большая сумма.

Участие в GASTREET в принципе может позволить себе не каждый ресторатор. Особенно, если речь идет о выезде большой команды: необходимо купить билеты, решить вопрос с перелетом и заселением. Это достаточно дорогое удовольствие. В среднем, посещение фестиваля обходится крупным компаниям в сумму от миллиона рублей.

GASTREET — это такой фильтр: на фестиваль приезжают только успешные рестораторы – те, у кого все хорошо с финансами. У этих людей есть запрос не только на профессиональное развитие, но и на взаимовыгодное сотрудничество. И если на условной выставке даже в «рыбные» времена поставщик мог собрать в лучшем случае 4-5 контактов, которые потом конвертируются в продажи, то здесь, куда не ткни — везде твоя целевая аудитория. Партнеры прекрасно понимают это, поэтому на них прайс не производит шокового эффекта.

В 2022 году на GASTREET была целая армия волонтеров - около 200 человек. Они участвуют в фестивале на добровольных началах?

Конечно. Если бы мы нанимали такое количество людей, чтобы сделать фестиваль на 5 тысяч человек, наша бизнес-модель затрещала бы по швам. Мы не сразу придумали всю эту историю с волонтерами: первые годы это было по фану. Их количество на фестивале было совсем небольшим. Только спустя пару лет они стали неотъемлемой частью GASTREET, отдельной бандой, лагерем внутри лагеря.

Ребята на фестивале живут своей жизнью: по вечерам они проводят огоньки, встают в «орлятские» круги, поют песни. Не спят ночами напролет: репетируют новый флешмоб, которым будут удивлять всех с утра.

И все же, работа волонтером — это труд не из легких. На ребятах лежит большая ответственность. Как вам удается каждый год сохранять качество команды на высоком уровне?

Все благодаря четкой системе отбора. На данный момент, конкурс на одно волонтерское место — 5 человек. Около 3500 ребят хотели бы стать волонтерами на GASTREET, но не стали.

Если на условной выставке даже в «рыбные» времена поставщик мог собрать в лучшем случае 4-5 контактов, которые потом конвертируются в продажи, то здесь, куда не ткни — везде твоя целевая аудитория



В 2016 году мы сделали первое тестовое приложение. Мы первые в русском event-сегменте, кто решил запустить такую историю



Ни на одном нашем фестивале вы не увидите команду волонтеров, полностью собранную из новичков - около половины ребят 100% были на прошлых GASTREET.

У команд есть свои бригадиры — это люди, которые ездят к нам из года в год. Они попадают в штат без отбора. Еще один важный момент: волонтерскую службу вот уже 6 лет подряд курирует один и тот же человек — Татьяна Богданова. У нее есть четкая система запугивания на начальном этапе и классная система поглаживания на финальном. Работает, как часы.

Зачем ребята-волонтеры возвращаются на GASTREET вновь и вновь?

Они фанаты. Прежде всего, даже не самого мероприятия, а того ощущения из детства, что дает тебе вся эта движуха. Нет никакой разницы, кем ты являешься за пределами фестиваля. Попадая на GASTREET, ты становишься волонтером. Это значит, что в ближайшую неделю, ты, гипотетически, можешь стать вообще кем угодно: водителем, контролером, грузчиком, если вдруг этого потребует ситуация.

Я уверена, что первое время некоторые ребята вообще не понимают, что они забыли в Сочи: зачем мокнут под проливным дождем, сторают под палящим солнцем? Это настоящий вызов, проверка самого себя на прочность. Но когда приходит время возвращаться домой, ребята порой плачут - так, будто прощаются с близкими друзьями перед окончанием смены в пионерском лагере. Когда видишь это, вспоминаешь «Артек» и «Орленок» и понимаешь: мы обязательно увидим их в следующем году.

Не каждый фестиваль имеет собственное приложение. Как пришла идея интегрировать IT-технологии в концепцию GASTREET? Сколько это стоит?

В 2016 году мы сделали первое тестовое приложение. Тогда мы разработали его только для площадки BAR STREET. Вскоре и у всего GASTREET появилось мобильное приложение. Разработка подобных фиш стоит недорого - в районе 200 тысяч рублей за один фестиваль. С учетом наших масштабов — это капля в море. Мы первые в русском event-сегменте, кто решил запустить такую историю.

Сильно ли технологии упрощают жизнь посетителям фестиваля?

Конечно. Приложение — это дорожная карта, хэлпер, путеводитель с ответами на все вопросы, связанными с фестивалем. С помощью него можно добавить в расписание

выступление интересующего тебя спикера и вся необходимая информация мгновенно отобразится в Google Docs. Понравилось выступление? Поставь оценку и оставь отзыв.

Есть лента событий и раздел «He Tinder», в котором ты можешь назначить любому участнику фестиваля встречу. Там собран каталог поставщиков. Сайт полностью интегрирован в приложение. На GASTREET вы не найдете печатных карт — даже маршрут от одной площадки к другой можно построить в приложении.

О личном. Какие проекты за рубежом вдохновляют вас, дают новые стимулы и идеи?

В 2016 году я поехала по миру. Была во Франции, Америке, Испании, Англии, посетила практически все культовые проекты. С ходу вспоминается Sziget: это огромный музыкальный фестиваль, рассчитанный на 500 тысяч человек. Проходит в Будапеште каждый год. Для его проведения застраивается отдельный остров Обуда: McDonald's делает там ресторан, а METRO - супермаркет.

Напоследок. Есть ли у Гастрита аналоги за рубежом или в Российском сегменте?

Ближайшим аналогом можно назвать Global Event Forum. Проект, который мы в 2022 году сделали с Андреем Фоминым. Получился GASTREET в миниатюре: аналогичный формат, но с представителями event-индустрии.

В остальном — проектов, которые гарантируют настолько мощное погружение в B2B сегменте, я не встречала. И вряд ли они появятся в ближайшее время.



Для всех читателей журнала **РЕСТОРАНОВЕД** действует скидка **10%** на билеты категорий: ПРОФИ, ШЕФСКИЙ, BAR STREET, WINE STREET, BARISTA STREET, HOTEL STREET по промокоду **Restoved_1** на сайте www.gastreet.com

GASTREET

International
Restaurant
Show



реклама

Александр Седухин

**МНЕ ХОТЕЛОСЬ
КРАСИВО РАБОТАТЬ
ЗА БАРНОЙ СТОЙКОЙ**

Наш герой рубрики «Путь ресторатора» — человек талантливый и многогранный. Вот далеко неполный список должностей и регалий ресторатора и отельера с более чем тридцатилетним стажем Александра Седухина: член экспертного совета Федерации Рестораторов и Отельеров России, председатель Благотворительного фонда «Совет меценатов Ярославии», вице-президент Межрегионального объединения туриндустрии «Золотое кольцо», управляющий партнер гостинично-развлекательного комплекса «Иоанн Васильевич». РЕСТОРАНОВЕД встретился с Александром и расспросил о том, как начиналась его трудовая деятельность и складывался профессиональный путь.



Александр, расскажите о том, как и когда Вы пришли в сферу питания вне дома и какой профессиональный путь прошли до открытия своего первого заведения?

В 1989 году я начал свою работу в ресторанном бизнесе, окончив СПТУ (специальное профессионально-техническое училище — прим. ред.) по специальности «Официант 4 разряда» и поступил на работу в бар одного из самых крупных ярославских проектов — ресторанном комплексе «Волга».

Одним из моих любимых фильмов того времени был фильм «Коктейль» с Томом Крузом в главной роли и, конечно же, мне хотелось подобно герою этого фильма красиво работать за барной стойкой, смешивать коктейли, разговаривать на душевные темы с гостями бара. К сожалению, предприятие советского типа мало соответствовало образу современного бара того времени, который я видел на экране телевизора.

Поскольку ресторанный комплекс «Волга» был базовым предприятием Треста ресторанов и кафе Ярославля, в укромных уголках складов этого огромного предприятия я обнаружил невостребованное никем, но современное для того времени световое и музыкальное оборудование: усилители, устройства воспроизведения звука, видеомагнитофоны, телевизоры. Всё это было закуплено ещё во время строительства ресторана, но почему-то не пригодилось после его открытия. Зато пригодилось мне.

Это оборудование благополучно переехало в кафе, которое располагалось на крыше ресторана с великолепным панорамным видом на реку Волгу. Можно сказать, что с моим приходом жизнь в кафе закипела.

Можно сказать, что с моим приходом жизнь в кафе закипела



Сложностей с набором персонала в начале девяностых годов прошлого века не возникало, поскольку в тот период развития ресторанного бизнеса частных предприятий было не так уж и много, так что уровень конкуренции тоже был невысокий



Но в это время в стране вовсю шла объявленная Михаилом Горбачевым перестройка. В центральной системе распределения ресторанов и кафе стали происходить сбои с ассортиментом продуктов, в то же время на волне кооперации стали появляться частные кафе и рестораны, не входящие в государственную систему. Продолжая работать в государственной системе ресторанов и кафе, я захотел реализовать свой собственный проект. Поговорив со знакомыми предпринимателями, я предложил им создать совместное товарищество и открыть частное кафе, что для того времени было необычным явлением. Я обратил внимание, что появились определенные перебои с поставками мороженого, и мне пришла в голову мысль закупить необходимое оборудование и смеси для приготовления мягкого мороженого. Съездив несколько раз в командировки в Будапешт, мне удалось через торговое представительство республики Венгрия закупить итальянское оборудование и смеси для нового предприятия. Так в 1992 году в Ярославле открылось кафе «Тутти».

Чем был продиктован выбор названия?

Как зарекомендовала себя выбранная концепция?

Название для нового предприятия, честно говоря, мы выбрали очень просто. Компания-производитель смеси для мороженого называлась «Тутти-фрутти». В названии мы оставили только «Тутти». Месторасположение выбрали в центральной части города с удобной парковкой рядом с главным Дворцом бракосочетания и большой парковой зоной. Помещение кафе располагалось на первом этаже, в теплое время года работала летняя терраса. Большинство проезжающих на регистрацию семейных пар ехали мимо нашего кафе, а многие мамы впоследствии, так же как и жители города гуляли в этом парке. Таким образом, мы работали с той целевой аудиторией, которой было востребовано не только мороженое, но и всевозможные коктейли на его основе, а сбалансированное меню и алкогольная карта успешно дополняли данную концепцию в вечернее время. Кафе было рассчитано на 60 посадочных мест. Кроме того, оно располагалось в здании бывшего института, сотрудники которого, естественно, стали частыми гостями нашего предприятия.

В те годы были проблемы с поиском и набором сотрудников?

Особых сложностей с набором персонала в начале девяностых годов прошлого века не возникало, поскольку в тот период развития ресторанного бизнеса частных предприятий было не так уж и много, так что уровень конкуренции тоже был невысокий. А поскольку к тому времени я уже три года работал

на общественное питание, то, естественно, мог набрать персонал – поваров, барменов, официантов — исходя из обширного круга знакомств в этой сфере. Кроме всего прочего, одним из моих партнеров стал человек с большим опытом, который прошел путь от помощника повара до повара, имел высшее торговое образование (ЛИСТ — Ленинградский институт советской торговли), а затем он еще и переквалифицировался в бармены.

С какими трудностями столкнулись на первых этапах? Что шло не так, как предполагали?

Основные трудности, с которыми мы столкнулись, — это косность системы советских стандартов, санитарных норм и правил, а также чрезмерная регуляция нашей деятельности со стороны Санэпидемстанции (сейчас это Роспотребнадзор). Предприятия питания, которые ещё находились в государственном секторе, увидели в нас конкурента. Так, например, государственный комбинат, который производил мороженое, инициировал проверки Санэпидемстанции на доброкачественность нашего продукта. В результате нам приходилось еженедельно отвозить пробы мороженого в СЭС. Кстати, подобные анализы стоили нам серьезных денег! Пришлось даже вывести из оборота часть смесей, чтобы меньше платить за сдаваемые пробы мороженого. С течением времени нам удалось убедить руководство Санэпидемстанции в добросовестности нашей работы и доброкачественности нашей продукции. Количество и частоту проб снизили в разы. Также были сложности, например, такого свойства: для подогрева пищи в те годы нельзя было использовать микроволновую печь, так как данные устройства не были допущены к использованию СанПиНами, и нахождение их на кухне вызывало недоумение у проверяющих сотрудников. То есть, разогревать что-либо, доводить до готовности можно было только на газовых и электрических плитах.

Резюмируя, могу сказать, что основные трудности всё-таки вызывали частые необоснованные проверки, которые проводили контролирующие и надзорные органы, такие как Санэпидемстанция, ОБХСС (затем ОБЭП), милиция, налоговая инспекция. Последние очень любили проводить внезапные контрольные закупки. Замечательно, что всё это давно осталось в прошлом.

Как складывался Ваш путь ресторатора после первого проекта?

Через два года после запуска первого кафе был открыт еще один проект. При этом я продолжал работать по найму, и в течение

Для подогрева пищи в те годы нельзя было использовать микроволновую печь, так как данные устройства не были допущены к использованию СанПиНами, и нахождение их на кухне вызывало недоумение у проверяющих сотрудников



Мне повезло начать свою работу в профессии в тот период истории, когда ресторанный бизнес переходил с рельс плановой экономики на дорогу, ведущую к рынку свободных экономических отношений

примерно 7 лет открыл в общей сложности более 12 различных ресторанов, кафе и баров. Конечно, мне повезло начать свою работу в профессии в тот период истории, когда ресторанный бизнес переходил с рельс плановой экономики на дорогу, ведущую к рынку свободных экономических отношений.

Несколько лет назад я прочитал интересную книгу Нассима Талеба, которая называется «Антихрупкость. Как извлечь выгоду из хаоса». В этой книге автор приводит очень интересный принцип. Называется он Стратегия штанги, и автор иллюстрирует этот пример многочисленными фактами из жизни известных людей – предпринимателей, писателей, артистов, и так далее. Эту стратегию он распространяет как на фактические поступки этих людей, так и на их образ жизни, организацию работы и финансовые инструменты. Стратегия призвана иллюстрировать идею сочетания двух крайностей и уклонение от середины. В моем случае Стратегия штанги заключается в том, что с самого начала я избрал для себя следующий подход в работе: я всегда и с удовольствием работаю в рамках контрактов, при этом развивая и осуществляя направления собственной деятельности. Например, в данный период времени я работаю по найму в 3 компаниях и имею собственные проекты в рамках ресторанного консалтинга и туристической деятельности.

Предположу, что в портфеле ваших проектов особое место занимает гостинично-ресторанный комплекс «Иоанн Васильевич». Как создавался и развивался этот проект?

Идея создания «Иоанна Васильевича» появилась в 2008 году, когда группа инвесторов обратилась ко мне с предложением реализовать проект, состоящий из двух направлений – ресторана и гостиницы. В 2009 году был запущен ресторан, а в 2010 году, к тысячелетию Ярославля была открыта гостиница – бутик-отель на 27 номеров.



Мне понравилась сама идея положить в основу концепции кинофильмы, которые снимались на ярославской земле в разные годы. Как ресторан, так и номера гостиницы оформлены по мотивам различных кинофильмов.

Поскольку с девелопментом недвижимости я был знаком достаточно хорошо, координация усилий архитекторов, строителей и дизайнеров помогла создать уникальный гостинично-ресторанный комплекс. Что касается сложности управления отелем, то в процессе реализации проекта приходилось многому учиться. Но результат не заставил себя долго ждать – в 2011 году гостиница получила национальную премию имени Юрия Сенкевича как лучший малый отель России с высоким уровнем обслуживания.

Мы не стоим на месте, в 2019 году была проведена реновация всех залов ресторана, модернизирована технологическая часть кухни, что существенно расширило возможности ресторана. В 2022 году началась плановая реновация гостиницы. На данный момент бутик-отель «Иоанн Васильевич» классифицирован как гостиница уровня 4 звезды.

Какие новые направления бизнеса вы сейчас развиваете?

Также три года назад с легкой руки президента Федерации Рестораторов и Отельеров России Игоря Олеговича Бухарова был запущена кулинарная школа «Русский шеф». Именно президент ФРИО в одно из посещений Ярославля предложил нам эту идею. Сегодня проект пользуется популярностью у жителей и гостей нашего города. Мы проводим не только кулинарные мастер-классы, но и иммерсивные мероприятия кулинарной направленности.

Клетнему сезону 2023 года стартует новый проект «Еду по едУ». Как видно из названия, он будет связан с кулинарией и путешествиями в рамках туристического маршрута Золотое кольцо. Опираясь на многочисленные профессиональные связи в профессиональном сообществе, мы постарались собрать пул уникальных предложений ресторанов и гостиниц, которые смогут не только удивить вкусными яствами, но и помочь перезарядиться положительными эмоциями и взглянуть по-новому на окружающий мир.

Что для вас главные составляющие успеха в ресторанном бизнесе?

Профессиональный подход при расчете финансовой целесообразности проекта, опыт и глубокие знания предмета, которым ты занимаешься, внимательное отношение к работникам, любовь к гостям и, конечно же, большая доля удачи!



Андрей Филатов

**РЕСТОРАТОР –
ЭТО НЕ ПРОФЕССИЯ,
А ОБРАЗ ЖИЗНИ**

Герой нашего интервью – Андрей Филатов, известный псковский ресторатор, член Общественного Совета при комитете по туризму Псковской области, член экспертного совета Федерации Рестораторов и Отельеров России, член совета Псковского регионального отделения «ОПОРЫ РОССИИ», член Торгово-промышленной палаты Псковской области, – уверен, что профессиональные знания, опыт и своевременно реализованная идея являются залогом успеха для ресторатора. Андрей Юрьевич начинал свой профессиональный путь в 90-е, на развалах страны, когда бизнес многим казался невозможным. Он ставил перед собой реальные цели, ориентировался на потребителя и мужественно преодолевал трудности, которые выпадали тогда на долю предпринимателей. Его первые заведения – кафе «Европейский» и ресторан «Старый Таллинн» – стали псковскими легендами, а новые проекты успешно развиваются и по сей день.

”
Мой первый ресторанный опыт - это бар на танцевальной площадке и летнее кафе-мороженное в городском парке

НУЖНО УГАДАТЬ, ЧТО НУЖНО ПОКУПАТЕЛЮ!

Андрей Юрьевич, как пришли к созданию собственного бизнеса?

– Любое развитие в жизни обусловлено сложностями. Это были 90-е. Моя семья на тот момент оказалась в сложной ситуации. Когда менялся мир, ценности и государство, инженеру и учителю надо было как-то выживать, растить детей. И когда тебе говорят: делайте, что хотите, обеспечивайте себя сами, ты невольно встаешь перед выбором – делать или голодать. Взяв зарплату, отпускные и еще немного в долг, с 50-ю долларами в кошельке, я отправился в Москву. Обратю в Псков привез для торговли три ящика шоколадных конфет. Понимаю, что в это сложно поверить, но, если угадать с тем, что нужно покупателю, бизнес можно начать с нуля. В те времена столичные сладости в нашем городе были в новинку. Нашлось много желающих их попробовать. Постепенно торговля пошла, выросли объемы, расширился ассортимент, начал сдавать товар в торговые точки города. Потом появились бизнес-партнеры, с которыми мы открыли несколько торговых точек по продаже продуктов питания и польских товаров повседневного спроса. Параллельно с этим складывался мой первый ресторанный опыт – это был бар на танцевальной площадке и летнее кафе-мороженное в городском парке, которые послужили зачатком истории ресторанный бизнеса.



Бар на танцплощадке был примитивным проектом. Но я пришел к нему после открытия кафе-мороженное, которое работало только летом.



Бар на танцплощадке и кафе-мороженное. Расскажите об этом опыте более подробно?

– Помимо торговли, у меня было желание заняться чем-то еще. Бар на танцплощадке был примитивным проектом. Но я пришел к нему после открытия кафе-мороженное, которое работало только летом. На тот момент у меня была подрастающая дочь. Поэтому мне очень хотелось, чтобы ее поколение попробовало вкусное качественное мороженное, а не тот продукт на пальмовых жирах, который тогда предлагался на рынке. Чтобы получить качественное натуральное мороженное, как в моем детстве, мне пришлось поучаствовать в запуске производства. Мы восстановили старое советское оборудование на местном молочном заводе и начали делать продукт. Результат превзошел все ожидания. В городском парке культуры и отдыха стояли огромные очереди из желающих попробовать правильное мороженное. Это был обычный пломбир с сиропом, но люди были искренне благодарны за вкусное лакомство. До сих пор вспоминаю это сумасшествие. И это были первые предпосылки моей ресторанной карьеры.

Потом наступил 1997 год, рынок снова стал меняться, а нам вновь пришлось приспособливаться. К тому времени нас уже хорошо знали. Нам предложили перебраться из городского парка в помещение городского культурного центра, где когда-то функционировал бар. Мы решили на этом месте организовать уже не бар, а полноценное кафе. В этом деле я был новичок. Можно сказать, что свой первый ресторанный проект начал строить с нуля, строить на своих ошибках, понимании, как должен работать общепит.

СТАРЫЕ ФОРМАТЫ И НОВЫЕ РЕАЛИИ НЕСОВМЕСТИМЫ

Как строили свое первое кафе? С какими трудностями пришлось столкнуться на первых этапах?

– Мне пришлось познакомиться с нюансами сферы питания вне дома. Узнать, например, как устроено воровство в общепите, как создаются условия санитарии, как выбираются продукты. Очень часто я наблюдал за персоналом кухни и не понимал, как из продуктов на сто котлет получается 130. Люди работали по-старому, а коммерческие условия были новыми. Поэтому нужно было переформатироваться, искать новые рецептуры, выстраивать работу под новые тенденции бизнеса. Информацию брать было неоткуда. Единственные книги, которые тогда попали ко мне в руки – это старый сборник

рецептур и Книга о вкусной и здоровой пище. Можно сказать, что мой первый проект – кафе – был построен на этом. Еще положительным образом повлияла моя поездка в Москву, посещение первого фестиваля ПИР и приобретенная мной книга об истории ресторана Ностальжи, которая изменила мое понимание о ресторанном бизнесе. В последствии она стала для меня настольной и сделала меня ресторатором.

ПЕРВОЕ КАФЕ ДЕЛАЛИ В ЕВРОПЕЙСКОМ СТИЛЕ

Расскажите более подробно о формате своего первого кафе? Какими были кухня, интерьер, гости?

– Тогда мы уже выезжали в Европу, видели, как меняется мир, какими бывают рестораны. Поэтому к старому возвращаться уже не хотелось. Все, что можно было осуществить в своем первом проекте на тот момент, я реализовал. Мы отказались от деревенского стиля, советского китча и совкового подхода. Приобрели актуальную мебель, сделали заведение в черно-белых тонах. Наши гости сами называли это кафе «Европейским», потому что там царила приятная атмосфера, играла живая музыка, которая нравилась музыкантам, мы готовили еду, которая нравилась нам самим.

Мы не рассчитывали цены по фудкосту, не следили за модными музыкальными хитами, а ориентировались на вкусы и потребности гостей. В нашем заведении побывало большое количество знаменитостей: музыкантов, артистов, политиков. Стены были увешены фотографиями с ними. Поэтому место было модным, хоть и располагалось в городском культурном центре.

КАЖДОМУ ПРОЕКТУ СВОЕ ВРЕМЯ!

Вы очень интересно, тепло и красиво рассказываете о первом заведении. Оно живет и развивается до сих пор?

– По сути, все шло хорошо. Можно сказать, что мы были теми сумасшедшими, которые хотели все и сразу. Но в 1998 году грянул дефолт, и мы все прогнулись.

Чтобы сохранить гостей, мы применили тактику не поднимать цены сразу, остаться на уровне их кошелька. Ежедневно мы повышали стоимость блюд на один рубль и постепенно пришли к ценам, которые должны быть. Но при этом удержали свою аудиторию. К нам также ломались, нас также любили. Несмотря ни на что, мы выжили. Конечно, 5 лет мы зализывали раны, отдавали долги инвесторам, при этом допускали ошибки и получали ценный опыт.

Книга об истории ресторана Ностальжи, изменила мое понимание о ресторанном бизнесе.

В последствии она стала для меня настольной и сделала меня ресторатором



**Любой проект
когда-нибудь
изживает себя
и его нужно
завершать на
хорошей ноте,
оставаясь
в плюсе
экономическом
и эмоциональном**

Кафе «Европейское» принимало гостей 15 лет. Но каждому проекту отпущен свой срок жизни. Это заведение больше не работает. Так получилось, что мир стремительно менялся, а здание культурного центра так и осталось во временах Советского Союза. Нам нужно было двигаться дальше, идти в ногу со временем. К тому же появились новые проекты. Но именно это место горожане до сих пор вспоминают с теплотой и ностальгией.

Этот опыт научил меня тому, что любой проект когда-нибудь изживает себя и его нужно завершать на хорошей ноте, оставаясь в плюсе экономическом и эмоциональном. Понятно, что доля сожаления всегда будет присутствовать. Но нужно уметь переключаться на более перспективные идеи, работать над ними, реализовывать и развивать их. Сегодня, когда уже есть проекты, которые закрываются через год, через два – уже не так страшно, не так жалко потому что ты реально работаешь над действующими предприятиями, развиваешься и чувствуешь доходную часть.

ПРАВИЛЬНЫЙ ПОДХОД – ЗАЛОГ УСПЕХА

А что было после «Европейского»?

– Параллельно кафе «Европейскому» мы запустили второй интересный проект – ресторан «Старый Таллинн» с кухней соседнего государства. Жители Эстонии очень радовались, что в России появился такое заведение. Мы сделали этот проект со своей культурной особенностью, русской душой. И гостям это понравилось. Этот и несколько других проектов со временем нам пришлось закрыть по экономическим показателям. И тогда это был правильный выход. Мы ушли в самообразование. Уже годы спустя, после получения необходимых знаний, имея опыт за плечами, мы перестали видеть ресторан только изнутри. Мы сняли офис и ушли в создание целой ресторанной группы.



По итогу мы реализовали более 25 ресторанных проектов, плюс компанию по кейтерингу. По последнему направлению мы занимали лидирующие позиции на локальном рынке. Мы также начали заниматься поставками продуктов питания и оборудования для ресторанов. Поэтому сегодня мы достаточно сильная уверенная компания в Пскове. Нас хорошо все знают. Но все же истоки всего, что мы имеем сейчас, были заложены в «Европейском».

МЕЧТЫ ДОЛЖНЫ РЕАЛИЗОВЫВАТЬСЯ

С чего нужно начинать свой бизнес?

– С реальной идеи. Она всегда рядом, на поверхности. Но прежде, чем ее реализовывать, нужно найти оппонента, который разнесет все в пух и прах, и если на осколках найдется здоровое зерно, то с этого можно начинать. А креативить, размышлять, строить планы в голове можно долго, так и не начав реализовать идею. Мечты так и останутся мечтами, если не начать действовать.

ПРО ОПЫТ, ОШИБКИ И НЕОПРАВДААННЫЕ РИСКИ

Какие ошибки чаще всего совершают новички?

Как застраховать себя от необдуманных решений?

– Многие люди думают: «были бы у меня деньги, я бы построил такое заведение, куда бы стояла очередь круглые сутки». Откровенно говоря, так думают новички, пока не столкнутся с реальным ресторанным бизнесом. Строить бизнес с нуля сегодня – неоправданный риск. Лучше отдайте свою идею человеку, который в нее инвестирует деньги и сможет реализовать, а ресторатор-новичок при этом сможет получить опыт, знания и деньги. И двигаться дальше. Нужно понимать поступательность бизнеса. Я видел людей, которые рискуя, погорели: потеряли все деньги и свою трехкомнатную квартиру, и это печально... Я всю жизнь учусь, я закончил Ленинградский институт связи (ЛЭИС), учился в Псковском Политехническом институте по Президентской программе, стажировался в Германии и Швейцарии, учился по программе Торгово-промышленных палат Псковской области и южной Швеции. Учился в США – по программе Центра гражданских инициатив (CCI) «Эффективное управление рестораном». И уверен, что знания, полученные вчера – сегодня могут уже быть неактуальными. Знания, конечно, уменьшают риски, но не могут застраховать от банкротства, к сожалению.

Отдайте свою идею человеку, который в нее инвестирует деньги и сможет реализовать, а ресторатор-новичок при этом сможет получить опыт, знания и деньги



Ресторан – это не просто бизнес. Это жизнь. Чтобы оставаться на волне, ресторатор должен удивлять гостей, поэтому ему нужно много путешествовать, привозить новые вкусы, изучать новые продукты и технологии



РЕСТОРАТОР ДОЛЖЕН ЗНАТЬ ВСЮ «КУХНЮ» ИЗНУТРИ

Расскажите более подробно про западное обучение. Как эти знания и опыт можно применять в наших реалиях?

– Обучение в Штатах предполагает обязательное условие: любой ресторатор или управляющий должен пройти школу поваров, чтобы понимать, как работает китчен-менеджмент. Если кухню не можешь освоить сам, то пригласи в свой стартап квалифицированного шеф-повара, потому что кухня – это сложный механизм, но именно на нее приходят гости – искушенные и неискушенные, которые уважают и ценят качество. И шеф-повар должен поставить кухню, показать направление заработка ресторана.

Вообще, по хорошему счету, ресторатор учится на протяжении всей жизни. Он должен быть хорошим бизнесменом, спикером, развиваться в других направлениях. Например, сегодня многие не хотят заниматься маркетингом самостоятельно и делегируют это специалистам на аутсорсинг. Это в корне неправильно, потому что качественно и эффективно рекламировать свое заведение может только сам ресторатор, зная его особенности. Маркетинг – сложное занятие на стартапе. И поэтому нужно учиться создавать грамотные посты в социальных сетях, оказывать положительное и приятное давление на свою аудиторию, напоминать им о себе и лично приглашать их в свое заведение. Не получается это делать самостоятельно? Тогда учись этому у мощных игроков на рынке.

Очень здорово, когда ресторатор приходит в свое заведение не через черное крыльцо, а в качестве гостя, заходит через парадный вход, тратит свои деньги на блюда. Западная школа учит ресторатора ощущать эти потери для понимания, комфортно ли посещение ресторана для гостей, готовы ли они отдавать деньги за предлагаемую им кухню, обслуживание, атмосферу? Ресторатор должен подходить ко всему критически, чтобы планка его заведения была всегда на высоте.

Нужно, в первую очередь, понимать, что ресторан – это не просто бизнес. Это жизнь. Чтобы оставаться на волне, ресторатор должен удивлять гостей, поэтому ему нужно много путешествовать, привозить новые вкусы, изучать новые продукты и технологии. Он должен участвовать не только в своих проектах, но и проявлять активность в общественной жизни, посещать профессиональные мероприятия, заниматься вопросами защиты бизнеса, потому что всегда найдутся желающие откусить кусочек его пирога.

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ КАЧЕСТВА И ЗНАНИЯ ДЛЯ УСПЕХА

Какими личными качествами должен обладать человек, чтобы суметь стать успешным предпринимателем?

– Предпринимательство – это не профессия, это состояние разума. По моим наблюдениям, оно присуще только пяти процентам населения. Мало людей, которые понимают, что это такое. В бизнесе я более 30 лет, но не чувствую, что государство на моей стороне. Моя деятельность постоянно находится под чьим-то контролем. За ошибки ведения бизнеса строго наказывают контролирующие органы. Это надо осознавать, поэтому сила духа, уверенность в поступках и основательность в делах просто необходимы. Важно оставаться человеком с партнерами и сотрудниками, при любых сложных обстоятельствах, а финансовые сложности бывают у всех.

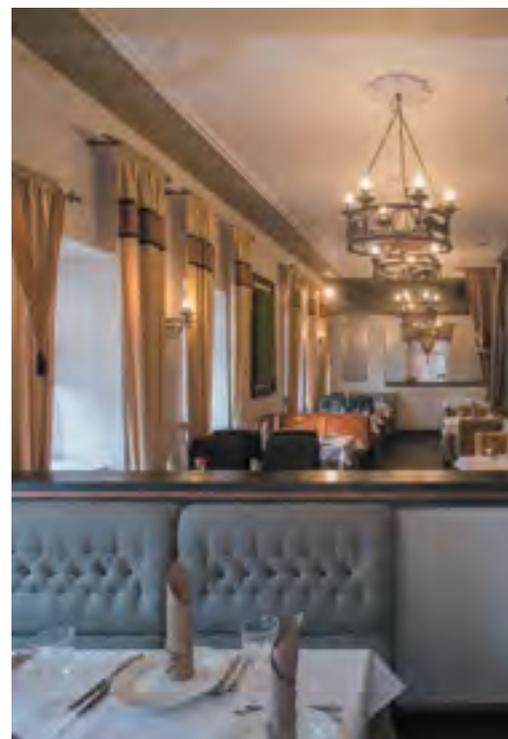
Чему учит ресторанный бизнес новичков – тех, кто имеет огромное желание открыть свое заведение питания вне дома? Какими качествами должен обладать ресторатор?

– Начало из начал – это огромное желание работать, не покладая рук, времени и сил. Дело в том, что большинство людей, которые идут в ресторанный бизнес, не понимают, что это такое на самом деле, как он работает и сколько отнимает жизненной энергии. Я всем говорю одну и ту же фразу: если бы я знал, что представляет собой ресторанный бизнес, то никогда бы с ним не связался, потому что это полное поглощение, постоянное присутствие и непрерывная работа 24/7. Ресторанный бизнес учит ценить и любить то время, которое остается для того, чтобы просто жить. И нужно быть к этому готовым, понимать всю серьезность и ответственность уже на берегу, до того момента, пока ты не погрузился в пучину бизнеса. Нужно понимать, что ресторатор – это не профессия, а образ жизни!

Что нужно знать ресторатору, чтобы стать успешным, как по-Вашему?

– Многие не понимают, что ресторатор – это тот самый главный герой заведения, который знает все его жизненные процессы изнутри. А для этого он должен пройти все его станции самостоятельно. И первая станция – это работа официанта. Он – представитель команды персонала, сотрудник зала, рвач, который любит работать и умеет зарабатывать деньги. Взаимодействуя с гостем, предлагая ему выгодные позиции из меню, вкусно рассказывая о блюдах, он делает выручку всему предприятию. Именно поэтому новоиспеченному ресторатору стоит первым делом увидеть и даже попробовать себя в роли официанта.

Если бы я знал, что представляет собой ресторанный бизнес, то никогда бы с ним не связался, потому что это полное поглощение, постоянное присутствие и непрерывная работа 24/7



В ресторане
главное –
не стены,
а хорошая кухня,
сервис,
дружелюбный
внимательный
персонал,
приятная
атмосфера,
чтобы у гостя
сложилось
устойчивое
впечатление,
что его там
ждут,
что ему
всегда рады



Вторая станция – это бар. Пройти путь бармена нужно для понимания, на чем строится бизнес. Если предприятие имеет алкогольное направление, то продажа напитков в общем счете составляет больше 25%. И это очень важный показатель. С оборота алкоголя можно делать хорошую кассу. Опытные бармены умеют не только делать авторские коктейли, всевозможные миксы, но и не стесняются выходить в зал, предлагать гостям свои эксклюзивные творения, как сомелье.

Следующая, третья станция – это мойка. Персонал должен уметь и любить мыть посуду. И это очень важный момент. Даже при наличии профессиональной техники, многие посуду мыть не умеют. Это не посудомойщики, а еноты-полоскуны. Сотрудники часто не понимают, что к мойке нужно подходить профессионально, а посуда должна быть безупречной, чтобы официанты не тратили время на натирание посуды. Даже мне иногда приходится подходить на мойку, вставать рядом и показывать, как правильно мыть посуду, инвентарь, гастроемкости. На профессиональной кухне мыть посуду домашнему нельзя.

Последняя по счету, но не по значению станция – это кухня. Владелец заведения должен понимать, что без кухни – сердца ресторана – заведение качать не будет. Гости приходят на качественную вкусную еду, за удовольствиями и удивлениями. Поэтому команда кухни должна постоянно развиваться, расширять гастрономический кругозор, следить за трендами. Сегодня очень важно знать свойства продукта, с которым работаешь, знать его вкус, уметь гармонично миксовать его. При этом важно быть ориентированным на вкусы разных гостей, разных национальностей, культурных особенностей и предпочтений, учитывать все нюансы. Блюда должны иметь оценку 5 из 5, чтобы удовлетворять потребности каждого гостя.

Важно понимать, что в ресторане главное – не стены, а хорошая кухня, сервис, дружелюбный внимательный персонал, приятная атмосфера, чтобы у гостя сложилось устойчивое впечатление, что его там ждут, что там ему всегда рады.

НУЖНО БЫТЬ ИНТЕРЕСНЫМ ДЛЯ ГОСТЯ

Миссия ресторатора благородна и интересна. Желающих обзавестись собственным заведением много, а вот все ли справятся с такой ношей?

– В первую очередь, нужно быть любителем вкусно поесть. Потом нужно получить профессиональные знания и опыт. Я не стал ресторатором за один год. Мне пришлось много учиться у

шеф-поваров во Франции, Германии, Швеции, Швейцарии, Италии, Латвии и Эстонии. Благодаря этому мне посчастливилось получить широкий вкусовой опыт, которые позже преобразовались в блюда в наших заведениях, но через призму местных вкусовых особенностей. И такой подход нравится нашим гостям.

Однажды, во время организованного мною приема, директор института Франции в России Жак Мартель мне сказал: «Андрей, у тебя безумно вкусно, но если ты хочешь постичь французскую кухню, то тебе нужно побывать во Франции. Там ты поймешь нашу культуру и уже не будешь подавать закуски во время французского ужина». Я взял уроки у французского шеф-повара и понял, как французская кухня гастрономически ложится на наш стол. У нас появилось хорошее вино, мы взяли на работу сомелье. Мы начали понимать, что есть другой, элитарный мир, где все должно быть вкусно, красиво, изысканно и разнообразно.

Псков – очень маленький город. Поэтому мы не можем хранить яйца в одной корзине и всегда стараемся делать разные предприятия, следить за трендами и идти в ногу со временем. В нашей компании сегодня есть пивные рестораны, городские кафе, загородные заведения. Мы организовываем питание гостей своего отеля и отелей партнеров, организовываем семейный досуг. Мы работаем в разных нишах, там где мы интересны гостям.

Интервью подготовила Лилиана Бергер.

Мы не можем хранить яйца в одной корзине и всегда стараемся делать разные предприятия, следить за трендами и идти в ногу со временем



ПУТЬ РЕСТОРАТОРА

РЕСТОРАНОВЕД

Нурислам Шарифулин

Я СТАНОВИЛСЯ
БАНКРОТОМ
ДВАЖДЫ

Профессия ресторатора благородна, полна роскоши и эстетики. Но далеко не каждому известно, что скрывается за внешним лоском и уверенностью владельца заведения. Рестораторами становятся не сразу, а постепенно. Прежде, чем ступить на красную ковровую дорожку успеха, нужно пройти определенный путь становления в стенах ресторана, так сказать, понять всю его кухню изнутри. Ресторанный бизнес не так прост, как кажется со стороны. Он забирает все внимание и время, не терпит дилетантского подхода и унылых взглядов. А взамен оставляет бессонные ночи в поисках грамотных решений, истории взлетов и падений, преодоление трудностей и колоссальную работу над каждым проектом. Нурислам Шарифулин, ресторатор, глава Представительства Федерации Рестораторов и Отельеров в Казани и Республике Татарстан. Его жизненный путь определили обстоятельства. Благодаря целеустремленности, выдержке и желанию творить, сегодня он – владелец сети ресторанов P.Love, таких заведений как Love.Ashe и Creat coffee. О том, как все начиналось, с какими трудностями пришлось столкнуться на пути к успеху, Нурислам вспоминает с улыбкой.

”
**Все началось
еще в Узбекистане.
На момент
начала трудовой
деятельности
мне было
всего 14 лет**

К СОЗДАНИЮ ПЕРВОГО РЕСТОРАНА ШЕЛ 10 ЛЕТ

– Все началось еще в Узбекистане. На момент начала трудовой деятельности мне было всего 14 лет. Тогда я впервые попал в ресторанный сферу и прошел путь от помощника официанта до старшего официанта. После переезда в Казань устроился работать барменом. И уже два года спустя меня пригласили на руководящую должность директора столовой, где потом стал управляющим целой сети. Так я постепенно накапливал профессиональный опыт. Долгое время руководил ресторанами, строил, создавал и управлял ими, но за чужие деньги. И, в конце концов, когда мне удалось достичь успешных результатов, работая на чужой бизнес, логичным выводом было попробовать создать что-то свое. Вообще, к этому целенаправленно шел 10 лет. При этом понимал, прежде чем строить свой бизнес, нужно научиться видеть работу ресторана изнутри. Поэтому очень внимательно изучал ресторанный историю, выбирал именно те места работы, где у меня была возможность экспериментировать. Постепенно набирался профессионального опыта в рядах наемных сотрудников, тестил свои мысли и идеи в различных партнерских проектах, а после уже решился открыть свое первое заведение.



Очень хотел стать юристом. В школьные годы выиграл все районные и городские олимпиады по истории и государственному праву

Вы начинали с помощника официанта. Почему выбрали именно эту работу? Что повлияло на решение?

– А в 14 лет меня просто больше никуда не брали! И, честно говоря, тогда, чтобы меня приняли на работу, пришлось соврать работодателю, сказав, что мне уже исполнилось 16 лет. Это первое. Второе, я был из очень бедной семьи, денег ни на что не хватало. И мне казалось, что, работая там, где есть еда, я буду всегда сытым. Поэтому, можно сказать, что так сошлись звезды, и мой путь определили обстоятельства жизни. Плюс, единственное, что мне хорошо удавалось – это быстро соображать и красиво разговаривать, лаконично строить предложения. Я был достаточно начитанным ребенком, и общаться с людьми у меня получалось лучше всего.

А если бы не обстоятельства жизни, кем мечтали стать в детстве?

– Очень хотел стать юристом. В школьные годы выиграл все районные и городские олимпиады по истории и государственному праву. Но в итоге юристом так и не стал...

СМЕШНЫЕ ИСТОРИИ ИЗ РЕСТОРАННОЙ ЖИЗНИ

Были ли какие-то интересные истории, ситуации, когда начинали свою трудовую деятельность. Можете вспомнить?

– Было много интересного, курьезного, смешного и даже печального (смеется). Когда ты вырос в пригороде замечательного Ташкента и никогда не сталкивался с ресторанной индустрией, то сразу сложно разобраться в столовом этикете. Поэтому мог подать стакан к вину, вместо бокала. А изумленный взгляд гостя у меня тогда вызывал встречное недоумение. Никак не мог понять, чего это он на меня уставился. Позже, когда уже стал опытным сотрудником, жестко подшучивал над стажерами. У нашей команды работников зала даже был свой прикол. Новичка мы отправляли на кухню с вопросом, когда же будет готово очередное блюдо? Раздраженные повара либо запускали в него половником, либо «вежливо» ему отвечали: «Когда нужно, тогда и будет готово». Стажер приходил обратно и на полном серьезе отвечал, что кухня приготовит блюдо, как сможет. А когда сможет? – переспрашивали его мы. Он шел снова на кухню за ответом. И этот диалог мог продолжаться долго. Это очень веселило нас, но почему-то злило поваров. Однажды я попросил стажера посчитать лампочки на дереве высотой с 3-этажный дом на летней веранде кафе. Делать нечего. Он полез считать. Считал огоньки полдня. А когда спустился, я на полном серьезе у него



спросил: «А ты посчитал, какие из них горят, а какие нет? Надо же это понимать». В общем, когда об этом узнал управляющий, меня уволили. Много было таких забавных историй. Даже помню, как тащил на себе лидера знаменитой рок-группы. Он слегка перепил в ресторане, пришлось волоочь его до отеля.

О БИЗНЕСЕ РАЗМЫШЛЯЛ НЕ КАК ВСЕ

Когда решились на этот шаг, были ли страхи и опасения?

– Свое первое заведение P.Love открывал на окраине города, где был торговый центр районного масштаба и еще несколько жилых домов поблизости. Мои коллеги крутили у виска и говорили, что я не в себе, раз выбрал такую локацию для открытия ресторана. Все в один голос твердили, что по любому скоро стану банкротом и закрою заведение.

Однако я размышлял по-другому, и рассчитывал на то, что если ресторан выстрелит в этой локации, то будет успешным везде. Изначально мне было неинтересно открывать один ресторан. Концепция P.Love задумывалась мной, как ресторанный сеть. Оставшись верным своей идее, шел к ней, несмотря ни на что. Собственно говоря, только под этим брендом, сегодня у нас 8 ресторанов в трех городах России.

”
**Изначально
мне было
неинтересно
открывать
один ресторан.
Концепция P.Love
задумывалась
мной, как
ресторанная
сеть**



Мой первый ресторан не оправдал моих финансовых ожиданий, даже самых скромных. Выручка была в два раза меньше того, что планировал для выхода в ноль

УСПЕХ ПРИШЕЛ ЧЕРЕЗ ГОД

С какими трудностями пришлось столкнуться на первых этапах развития?

– Мой первый ресторан не оправдал моих финансовых ожиданий, даже самых скромных. Выручка была в два раза меньше того, что планировал для выхода в ноль. Где-то больше полугода вкладывал деньги из собственного кармана, чтобы закрывать кассовый разрыв. Зачастую, чтобы сэкономить деньги, работал сам на позиции официанта, администратора и хостеса. И даже при таких условиях вкладывал личные средства. Ситуация была тревожная, напряженная. Можно сказать, что это была борьба за выживание. Чтобы выйти из кризиса и в небольшой плюс, нам потребовался год. А после, нас уже было не остановить в развитии. Ресторан стал активно набирать обороты, начал зарабатывать. Успех был небыстрым. Для раскрутки ресторана потребовалось время. И по большому счету, сработало сарафанное радио – стали появляться постоянные, благодарные гости и приводить с собой друзей.

СОТРУДНИКИ ПОЛУЧАЛИ ОПЫТ И УХОДИЛИ!

В целом, с чего начинали строить бизнес? Как набирали команду, организовывали операционные процессы?

– Изначально бизнес был построен на эмоциях, амбициях, ощущениях, что еще чуть-чуть и все поперет. И команду я набирал также – на эмоциях, доверяясь своему внутреннему чутью. К тому же, в самом начале, ко мне специалисты не шли, потому что заведение всем казалось странным и неперспективным.

Во-первых, оно находилось на самой окраине города, во-вторых, на территории торгового центра, где особо нет трафика покупателей. И люди понимали, что много денег они в этом месте не заработают. Поэтому, по большей части, ко мне приходили студенты, чтобы просто набраться профессионального опыта и чему-то научиться. Единственное, что шеф-повара пригласил со старого места работы, а всех остальных набирали по факту.

Конечно, команда постоянно менялась, текучка была высокая. Люди получали нужный им опыт работы и уходили. И только где-то год спустя, когда в заведение пошел гость, сотрудники начали ощущать стабильность и нормальные чаевые, ситуация с персоналом стала улучшаться. Команда более-менее сформировалась.



РЕСТОРАН. ФАКТОРЫ УСПЕХА.

Как, по-вашему, на что нужно делать упор, чтобы ресторан имел тенденции развития: на вкусную кухню, интересную обстановку или все же на качество сервиса?

– Считаю, что одно без другого не существует. Все зависит от концепции ресторана. Есть заведения, где звездный шеф сам выходит к гостям и общается с ними. В таких местах в принципе не обращают внимание на сервис. Есть звездные рестораны, где шеф-повара не знают, но уделяют повышенное внимание гостю, интерьерному решению. В целом, успех определяет совокупность всех факторов.

Если гостю не понравится сервис, меню ресторана, скорость отдачи блюд, неудобная мебель, то он вряд ли вернется в заведение и порекомендует его своим знакомым. Особую роль в атмосфере заведения играет система вентиляции. Температура в зале должна быть максимально комфортной, освещение приятным. Нужно учесть многое, чтобы твой гость остался с тобой и больше не искал тебе альтернатив.

НЕ НУЖНО БОЯТЬСЯ ОШИБОК

Сегодня многие, глядя на медийных шеф-поваров, успешных управленцев, загораются желанием стать частью гастрономического мира. Но не многие знают, что ресторанный бизнес имеет свою особую специфику. И за успехом, как правило, стоит опыт и знание всех внутренних процессов. Что бы Вы могли порекомендовать рестораторам-новичкам?

– Совершенно точно подмечено. Ресторанный бизнес имеет свою узкопрофильную специфику, в которой нужно разбираться. Но все же, если у человека есть такая потребность, непреодолимое желание открыть ресторан не для зарабатывания денег, а ради того, чтобы удовлетворить свой душевный порыв, свои амбиции, то точно не нужно себя в этом ограничивать. Нужно просто брать и делать. При этом не стоит бояться ошибок, нужно быть готовым ко всему, даже к банкротству. К примеру, я становился банкротом дважды. И считаю, что этот опыт меня многому научил.

Не стоит бояться провалов, но при этом нужно делать все для того, чтобы добиться успеха. В конце концов, один неудачный опыт не говорит о том, что так будет всегда. Первый ресторан Бориса Зарькова тоже был убыточным и ему пришлось его закрыть. Но он не опустил руки, не остановился после первого

Не стоит бояться ошибок, нужно быть готовым ко всему, даже к банкротству. К примеру, я становился банкротом дважды



**Так сложилось,
что в ресторане
сформировалась
моя личность.
Ресторан стал
частью моего
ДНК.
Это не работа,
а, скорее,
образ жизни**

падения. И сегодня мы видим, что трудности из него сделали успешного ресторатора, заведения которого находятся в топе самых лучших ресторанов. Вообще, если бы многие останавливались при первых неудачах, то гастрономический мир бы не сформировался. Как раз недавно наблюдал одну ситуацию. Молодой толковый ресторатор, заведение которого не оправдало его финансовых ожиданий, потерял вкус к профессии. Желание и мотивация ушли, оставив после себя лишь разочарование в этой красивой благородной миссии. Это немного не так работает. Надо всегда держать сознание открытым, учиться на своих ошибках, в том числе, не бояться меняться, всегда идти на встречу к своему гостю. В этом есть развитие, залог будущего успеха.

О ПЛАНАХ, ТВОРЧЕСТВЕ И РЕАЛИЗАЦИИ

Нурислам, а все же, почему именно ресторанный бизнес?

– На самом деле, у меня выбора особо не было. Так сложилось, что в ресторане сформировалась моя личность. Ресторан стал частью моего ДНК. Это не работа, а, скорее, образ жизни. Как говорится, с детства куда приклеился, там и остался. Так получилось, что уже к 18 годам я стал матерым, опытным официантом, который зарабатывал много денег. Потом стал успешным высокооплачиваемым барменом. В какой-то момент мне стало скучно работать линейным сотрудником, и я вырос в управленца. Постепенно, осваивая данную стезю, обучаясь, нарабатывая опыт, стал неплохо справляться и дорос до своего бизнеса.

Какими проектами занимаетесь сегодня? Планируете ли открывать новые заведения?

– Сегодня, кроме ресторанов, у меня есть производственный бизнес. Мы активно развиваем сыроварное производство, изготовление мясных деликатесов, чтобы снабжать своих коллег качественным, вкусным продуктом. Поэтому сложно сказать, что я – просто ресторатор, потому что занимаюсь несколькими проектами одновременно, которые пересекаются с ресторанным бизнесом. Также, с программистами, готовим к запуску новую CRM-систему для удобной работы. Если все будет хорошо, и программа выйдет в тираж, то сможем предоставлять коллегам еще и услуги удобного программного обеспечения. Это что касается бизнеса. Помимо всего, мы готовим несколько некоммерческих проектов: строим винный гастрономический бар, занимаемся организацией лоукостера, планируем открыть кафе итальянской кухни. Но это уже больше про творчество, про



интерес, про самореализацию. На самом деле, проектов в голове очень много. Мне очень хочется открыть столовую интересного формата, ориентированную на большой трафик. Еще больше хочется создать ресторан, в котором будут объединены 20 концепций, не противоречащих друг другу, а напротив, чтобы они олицетворяли единство и гармонию, при этом минимизировать количество операторов, увеличить доходность и повысить интерес к работе.

А СКОЛЬКО РЕСТОРАНОВ НУЖНО РЕСТОРАТОРУ?

Сегодня, уже став успешным ресторатором, бизнесменом, Вы бы хотели повторить свой путь снова, или выбрали бы другую стезю для развития?

– Хотел бы точно все повторить. Я никогда ни о чем не жалел. Меня очень радует то, чем я занимаюсь. Как-то у меня спросила жена: «Сколько нужно тебе ресторанов, чтобы ты остановился и перестал их открывать?» На что я ей ответил, что мне нужны все рестораны, которые я хочу открыть, а их очень много. Зачем я должен останавливаться, если мне нравится это делать и у меня получается? Здесь уже не вопрос денег, а вопрос реализации своих творческих амбиций. И в этом случае, всегда руководствуюсь либо желанием привнести что-то новое, интересное, либо строю стабильные проекты, с коммерчески ориентированным меню.

Интервью подготовила Лилиана Бергер

**На самом деле,
проектов в голове
очень много.
Мне очень хочется
открыть
столовую
интересного
формата,
ориентированную
на большой трафик.**



Мир меняют Мастера: путь от кадрового конкурса до глобального туристического сообщества



Конкурс «Мастера гостеприимства» – проект президентской платформы «Россия – страна возможностей» стартовал в 2019 году и за три года объединил вокруг себя более 94 тысяч неравнодушных, талантливых людей, горящих идеей развивать в стране индустрию гостеприимства. В атмосфере творчества, дружбы, поддержки и созидания мастера реализуют яркие туристические проекты, вкладывают силы и душу в развитие регионов, сохранение традиций, продвижение локальных брендов, повышение культуры путешествий и уровня сервиса, по-новому открывают для туристов регионы России. Проект создает условия для обучения, обмена опытом, совместных проектов между конкурсантами, наставниками, экспертами и партнерами.

Проект динамично растет и развивается, выходя за рамки кадрового конкурса. В 2022 году запущена программа «Послы гостеприимства» – официальные представители проекта в регионах России создают и развивают сообщества тех, кто делает Россию ещё более привлекательной для внутренних и въездных туристов.

Осенью 2022 года стартовала программа рекрутинга: проект безвозмездно помогает компаниям, заинтересованным в новых ярких кадрах – подбирает сотрудников из числа лучших конкурсантов, прошедших на проекте ассессмент профессиональных



«Душевность, энтузиазм, искреннее желание развивать территории нашей страны – то, что объединяет сообщество Мастеров гостеприимства. Верю, что вместе мы сможем сделать гостеприимство в России общемировым брендом и рассказать всему миру, что наша страна может по-настоящему вдохновлять»,
генеральный директор АНО «Россия – страна возможностей» Алексей Комиссаров



«Сегодня мы наблюдаем консерватизм и академизм образовательной системы, где зачастую процесс становится важнее, чем результат. «Мастера гостеприимства» всегда за результат. Эффектно, быстро и конкретно для соискателя, который четко понимает, что необходимо сделать на конкурсе: решить конкретный кейс. Хотелось, чтобы образование тоже обратило на это внимание и могло с опережающим развитием давать информацию своим студентам. Мастера – зачинщики номер один, считаю, что это правильно», Президент Федерации Рестораторов и Отельеров России Игорь Бухаров



«Запуск мастерами премии для линейного персонала ресторанного и гостиничного бизнеса, туроператорской деятельности и других направлений важен для индустрии, ведь тем самым мы повышаем престиж профессий специалистов первого впечатления. Для сотрудников это не только возможность заявить о себе и понять, насколько в своей работе ты соответствуешь стандартам общения с гостем, но и набраться опыта у коллег, вдохновиться на дальнейшее профессиональное развитие», вице-президент Федерации Рестораторов и Отельеров России, наставник конкурса «Мастера гостеприимства» Вадим Прасов

компетенций. Найти сотрудника мечты из числа мастеров просто: необходимо зайти на сайт welcomesup.rsv.ru и оставить заявку.

В течение года проводится серия бесплатных образовательных вебинаров, открытые деловые программы с лекциями топовых спикеров, которые очно может посетить каждый житель страны. Запущена Школа актеров туриндустрии «Мастер-кемп»: серия образовательных программ для заинтересованных в своем развитии людей. Первыми учениками стали гиды и экскурсоводы из 22 регионов России, вторая школа для специалистов службы приема и размещения пройдет весной 2023 года. Специально для проекта «Мастера гостеприимства» МГИМО МИД России разработаны курсы повышения квалификации «Реализация направлений устойчивого туризма». В четвертом сезоне планируется запуск образовательных программ с ведущими вузами и центрами знаний страны.

ПЕРВАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ ПРЕМИЯ «СТАНДАРТ ГОСТЕПРИИМСТВА»

Зачастую первое впечатление, которое производят на туристов работники индустрии, во многом определяет общую оценку региона гостем. Туристам хочется видеть улыбку и отзывчивость на стойке регистрации в отеле, узнать о национальной кухне в местном ресторане, вдохновиться историей города под





*«Форум гостеприимства станет местом, где участники познакомятся с коллегами из разных регионов, прикоснутся к культуре нашего многонационального народа, обменяются опытом, вдохновятся на путешествия по стране и убедятся в том, что Россия – это, действительно, страна возможностей!»,
руководитель конкурса «Мастера гостеприимства» Богдан Кондратов*

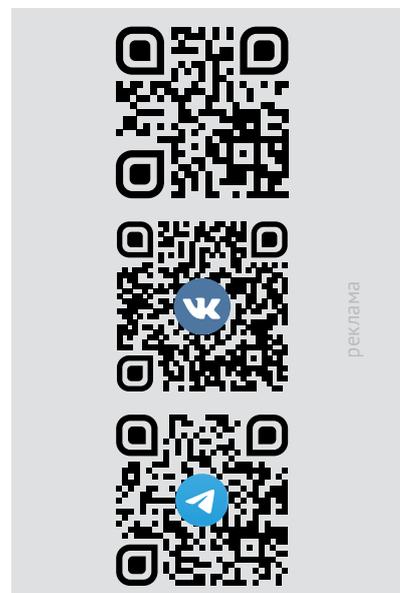
рассказы гиды, привезти домой локальные сувениры. Чтобы поддержать специалистов, причастных к созданию положительного впечатления у гостей, проект «Мастера гостеприимства» запустил национальную премию «Стандарт гостеприимства».

ФОРУМ ГОСТЕПРИИМСТВА РОССИИ (13-15 АПРЕЛЯ, Г. ПЕРМЬ)

Главным туристическим событием 2023 года станет первый «Форум гостеприимства России» – уникальная площадка для обмена опытом лидеров и новаторов всех без исключения направлений индустрии гостеприимства. Мероприятие состоится в рамках гранд-финала третьего сезона конкурса «Мастера гостеприимства».

На площадке форума соберутся более тысячи неравнодушных к развитию российского туризма людей, чтобы посетить выставку регионов России – пространство, посвященное регионам, входящим в туристический речной маршрут «Великий Волжский путь», ярмарку мастеров, насыщенную деловую программу с участием лидеров индустрии, в том числе членов ФРиО. Стать участником может любой желающий, регистрация на сайте welcomescup.rsv.ru/final

«Мастера гостеприимства» – возможность вывести туризм в России на новый уровень. Стань одним из нас!



Идеи и блюда, которые приносят деньги

Какие концепции будут качать ресторанный рынок ближайшее время? Самая уникальная и актуальная информация из первых рук только на «Пальмовой ветви ресторанного бизнеса»

17 апреля 2023 года московский концертный зал «Мир» на Цветном бульваре принимает Финал национальной премии ресторанных концепций «Пальмовая ветвь». Уже восемнадцатый год премия остается уникальной в своем роде и совершенно не похожей на другие профессиональные ресторанные эвенты.

НОВЫЕ И ЛУЧШИЕ

Первое и главное отличие премии «Пальмовая ветвь ресторанного бизнеса» от всех остальных в том, что в ней участвуют только новые рестораны, открывшиеся в России в предыдущем году. Каждый год, начиная с 2006 года, экспертный совет премии выбирает из тысячи претендентов новые, оригинальные и потенциально успешные ресторанные концепции, которые борются в ярком и познавательном финале за статус лучших бизнес-идей года и бронзу, серебро

и золото «Пальмовой ветви». Победителями премии разных лет становились такие супер-концепции, как, например, «Хачапури», «Рибамбель», «СибирьСибирь», «КрабыКутабы», «Колбасный цех», Cook'kareku, «Горыныч», True Cost, Л.Е.С.

Выборы победителя и призеров проходят прямо во время финала путем голосования за тот или иной проект экспертного сообщества – представителей фуд-индустрии, присутствующими на премии. Голосованию традиционно предшествует показ коротких креативных видео-презентаций всех проектов-претендентов на премию и мини-спич авторов концепции, отвечающий на вопрос: «Почему должны выбрать именно вас?». Еще одна особенность выборов победителя: это захватывающее действие сопровождается гала-ужином от одного из лучших шефов России. В этом году на ужине свое специальное меню представит команда дальневосточной ресторанной компании Rakusa Group под руководством шефа Вячеслава Сухина, которая привезет для этого события прямо из Хабаровска уникальные местные продукты.

Помимо битвы финалистов, в рамках премии «Пальмовая ветвь ресторанного бизнеса» объявляют победителей альтернативной



«народной» премии «Выбор гостя», а также вручаются награды в специальных номинациях, в том числе «Ресторатор года».

КУХНЯ И БИЗНЕС

Вторая уникальная особенность «Пальмовой ветви» – дневная программа. Для тех, кому хочется узнать о ресторанном бизнесе больше, задать вопросы на актуальные темы и попробовать лучшие ресторанные концепции на вкус, организаторы Премии «Пальмовая ветвь» устраивают дневной бизнес-интенсив с авторами, рестораторами и шеф-поварами всех 12 финалистов премии. Они станут спикерами Фестиваля ресторанных концепций «Кухня и бизнес» днем 17 апреля.

Только на «Пальмовой ветви» за один день вы сможете узнать бизнес-кейсы двенадцати разных совершенно новых и успешных ресторанных проектов от рестораторов, которые никогда прежде не собирались на одной сцене (и вряд ли соберутся!). Вы поймете, как создавался каждый из ресторанов от «идеи» до «первого гостя», как менялись (или не менялись) концепции в процессе запуска, какие маркетинговые и пиар-стратегии актуальны в современных реалиях, где искать новые продукты и чем следует мотивировать сотрудников сегодня.

Но и это еще не все! Шеф-повара концепций-финалистов за один день дадут 12 мастер-классов, где приготовят блюда, характеризующие их проект, а каждый присутствующий в зале сможет продегустировать блюда, «попробовать» все концепции на вкус и даже составить четкое представление о том, какие вкусы, продукты и техники наиболее актуальны сегодня и будут в тренде завтра.

Впервые в российской истории премии, в этом году за золото сразятся оригинальные и креативные проекты, открывшиеся в 2022-м, из 9-ти регионов страны – Москвы, Санкт-Петербурга, Нижнего Новгорода, Сочи, Самары, Екатеринбурга, Красноярска, Ростова-на Дону и Петропавловска-Камчатского.

Дюжина оригинальных ресторанных идей, откровенные рассказы о реальном бизнесе и самая актуальная еда текущего момента и ближайшего будущего – все это фестиваль ресторанных концепций «Кухня и бизнес» премии «Пальмовая ветвь 2023»

КОНЦЕПЦИИ И АВТОРЫ

Crevette Bistrot, Санкт Петербург

Авторское бистро на море с акцентом на сифуд, где ведущая роль отдана креветкам

Концепция: Олег Перфилов, Алена Мельникова

Шеф: Олег Перфилов

Folk, Москва

Ресторан в стиле «новая этника», где основной актуальной кухни мегаполиса служат локальные продукты и народные традиции Кавказа, Средней Азии и Ближнего Востока

Концепция: Дмитрий Романов, Вениамин Иванов

Партнер: Антон Пинский

Бренд-шеф: Владимир Чистяков

Шеф-повар: Александр Лощинин

Fresco, Красноярск

Авторский гастрономический ресторан со слоганом и философией «когда еда – это искусство», в соответствующей локации: у оперного театра

Концепция: Хайям Аминов

Бренд-шеф: Хайям Аминов

Grand Buffet Ekaterinburg, Екатеринбург

Кофейня-кафе-кондитерская в историческом сердце города, на месте первых в Екатеринбурге

лавок с кофе и шоколадом, открывшихся в 18 веке, вскоре после основания города

Концепция: Кирилл Шлаен, Center – Рестораны Кирилла Шлаена

Шеф: Михаил Аракелов

Lark Cafe, Москва

Пространство вкуса и эмоций в спальном районе, с трендовой авторской кухней и винной картой, ремесленным хлебом, ностальгическими десертами на витрине и сказочным антуражем

Концепция: Юрий Моисеев, Ирина Моисеева

Шеф: Александр Аношкин

Lumicino, Москва

Ресторан Уиллиама Ламберти с La cucina di Uilliam, где в меню собраны семейные итальянские рецепты и блюда шеф-повара, ставшие символами

Концепция: Уиллиам Ламберти

Шеф: Уиллиам Ламберти

ТТ Bistro, Нижний Новгород

Смесь французского с нижегородским, – энотека с редкими экземплярами, французские блюда, приготовленные в том числе из местных продуктов и парижская атмосфера в центре Нижнего

Концепция: Дмитрий Степанов, Марина Ладыгина

Бренд-шеф: Дмитрий Степанов

Шеф: Дмитрий Рассадин

«ВинФак», Москва

Винный бар в здании НИИ, с ретро-антуражем библиотеки и курицей гриль в виде фирменного блюда

Концепция: Михаил Лопатин, Евгения Качалова, Никита Фомкин

«Два моря, океан», Петропавловск-Камчатский

Ресторан морской кухни, основанной на локальных продуктах, добытых в двух морях и океане, воды которых омывают Камчатку

Концепция: Марина Колушева, Александр Колушев

Шеф: Михаил Некрасов

«Морской», Сочи

Ресторан в морпорту со средиземноморскими и паназиатскими мотивами в авторском меню и черноморскими пейзажами вокруг

Концепция: Илья Захаров

Шеф: Илья Захаров

«Начало», Ростов-на-Дону

Коктейльный городской бар с авторской ближневосточной кухней

Концепция: Сергей Подпорин, Алексей Скидан, Максим Любимов

Шеф: Максим Любимов

Шеф-бармен: Кирилл Грушин

«Русико», Самара

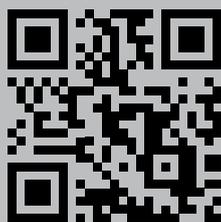
Коллаб двух шефов и ресторан русско-грузинской кухни с ностальгическими застольями, характерными для обеих культур

Концепция: Роман Вавилин и Евгения Кручина

Шефы: Евгений Гурин и Андрей Рогачев

Генеральным партнером финала национальной премии «Пальмовая ветвь ресторанного бизнеса» стал Ivlev Chef Home BY Kitchen – соединение экспертизы главного медийного лица страны в области кулинарии Константина Ивлева и компании ВУ, бренда с опытом работы в области ритейла и производства более 15-ти лет на российском рынке.

Билеты на Фестиваль ресторанных концепций «Кухня и бизнес» с возможностью посещения премии «Пальмовая ветвь ресторанного бизнеса» уже в продаже на официальном сайте



17

АПРЕЛЯ
2023



Генеральный
партнер

Home Chef
HOME TV KITCHEN

ХVIII НАЦИОНАЛЬНАЯ ПРЕМИЯ
ЗА ЛУЧШУЮ НОВУЮ РЕСТОРАННУЮ КОНЦЕПЦИЮ

ПАЛЬМОВАЯ ВЕТВЬ

**бизнес-кейсы
и мастер-классы с дегустациями**

Дмитрий Степанов TT Bistro, Нижний Новгород
Алена Мельникова и Олег Перфилов Crevette Bistrot, Санкт Петербург
Антон Пинский, Владимир Чистяков и Александр Лощинин Folk, Москва
Хайям Аминов Fresco, Красноярск
Кирилл Шлаен и Михаил Аракелов Grand Buffet Ekaterinburg
Юрий Моисеев и Александр Аношкин Lark Cafe, Москва
Уиллиам Ламберти Lumicino, Москва
Михаил Лопатин, Евгения Качалова и Никита Фомкин «ВинФак», Москва
Михаил Некрасов «Два моря, океан», Петропавловск-Камчатский
Илья Захаров «Морской», Сочи
Сергей Подпорин и Максим Любимов «Начало», Ростов-на-Дону
Роман Вавилин, Евгений Гурин и Андрей Рогачев «Русико», Самара



Принять участие

palmafest.ru



Russian Hospitality Awards 2022

7 марта 2023 года
в Hyatt Regency Petrovsky Park
Moscow.
IX торжественная церемония
награждения лучших отелей
страны.





Список победителей и участников, а также все подробности Премии можно посмотреть на сайте:



реклама



COFFEE
TEA | RUSSIAN
CACAO EXPO

coffeeteacacaoexpo.ru

10-я МЕЖДУНАРОДНАЯ
ВЫСТАВКА И КОНФЕРЕНЦИЯ
КОФЕ, ЧАЯ И ШОКОЛАДА

12-14 апреля
2023

Москва, Main Stage



реклама

ПОЛУЧИТЕ БЕСПЛАТНЫЙ БИЛЕТ ПО ПРОМОКОДУ W8ZB3Q17



**ЗАВТРАК
ШЕФА**

**завтра'к
шефа** chef
'23

bestchefs.ru

18+

ЛИДЕРЫ И НАСТАВНИКИ

15-17 МАЯ | МОСКВА, LOFT HALL

MOSCOW CAKE SHOW

CAKESHOW.RU



MCS

14+