

ЖУРНАЛ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КУХНЯ

ПРОКУХНЯ

18+

Игорь Бухаров

ГЛАВНЫЕ ФАКТОРЫ
РАЗВИТИЯ И
ПОПУЛЯРИЗАЦИИ
ПРОФЕССИИ ПОВАРА

Максим Сырников

У НАС НЕМНОГО
КИНОШНОЕ
ПРЕДСТАВЛЕНИЕ
О РУССКОЙ КУХНЕ

Алексей Гребенщиков

ОДНА ИЗ ЗАДАЧ ШЕФА —
ПЕРЕДАВАТЬ СВОЙ ОПЫТ
ПОДРАСТАЮЩЕМУ
ПОКОЛЕНИЮ

СПЕЦИАЛЬНЫЙ ВЫПУСК ЖУРНАЛА

РЕСТОРАНОВЕД

№ 2 (117) май 2023

[HTTPS://RESTORANOVED.RU](https://restoranoved.ru)



Фёдор Могутнов

МЫ НАБЛЮДАЕМ
ЧЕТКУЮ ТЕНДЕНЦИЮ
НА ОСОЗНАННОЕ ПИТАНИЕ

ПРОСТОР ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО РОСТА

Издание «PROКУХНЯ. Профессиональная кухня», пилотный номер которого мы предлагаем вашему вниманию в виде специального выпуска журнала РЕСТОРАНОВЕД, стал логичным продолжением нашей работы с отраслевым сообществом — мы сегментируем проекты под запросы читателей. Далее это будет полноценный самостоятельный журнал со своим сайтом и соцсетями. И, конечно же, с учетом мнений и замечаний нашей целевой аудитории — шефов и профессиональных кулинаров, проектировщиков кухонных пространств, производителей и продавцов оборудования, поставщиков продуктов, специй, ингредиентов, напитков и различных товаров для ресторанных проектов, с которыми мы открыты к диалогу и сотрудничеству.

За короткий срок отечественная сфера питания вне дома продела колоссальный путь в своем развитии. И во многом это произошло благодаря таланту и энтузиазму лучших шеф-поваров нашей страны, которые за какие-то двадцать-тридцать лет не только вошли в элиту мирового кулинарного сообщества, но и часто стали диктовать моду на мировом гастрономическом пространстве.

Международное признание многих российских ресторанов — это, безусловно, заслуга и их шефов.

Но бурный рост профессионального уровня наших лидеров ещё больше обнажил проблему подготовки кадров для ресторанного бизнеса в целом. Квалифицированных кулинарных кадров не хватает и на уровне топ-менеджмента, и на уровне линейного персонала. За шефов с опытом идет серьезная борьба. А уж с хорошими исполнителями ситуация ещё сложнее: в каждом регионе официально не востребованы десятки и сотни вакансий на позицию «повар».

Кроме того, важную роль в работе кухни имеют технологии и оборудование. Здесь мы вынуждены не только эффективнее осваивать новые решения, но подстраиваться под внешние условия ведения бизнеса, которые диктуют нам то ограничения, то импортозамещение.

В современном ресторанном бизнесе много изменений, вызовов и задач. И в области профессиональной кулинарии в том числе. Тем интереснее будет работать вместе и создавать полезный и увлекательный контент в рамках проекта «PROКУХНЯ. Профессиональная кухня»!

С уважением,
издатель Александр Марков



PROКУХНЯ - пилотный номер
Специальный выпуск журнала РЕСТОРАНОВЕД
№2 (117) | май 2023

Учредитель/главный редактор:
Александр Марков

Генеральный продюсер:
Макс Беляев

Шеф-редактор номера:
Лилиана Бергер

Директор редакции:
Светлана Маркова
sv@restoranoved.ru

Руководитель отдела рекламы:
Валентина Голубева
va@restoranoved.ru

Авторы и редакторы номера:
Лилиана Бергер
Светлана Куликова
Светлана Маркова
Виктор Шабалин

Дизайн и верстка:
Макс Беляев
Кирилл Раевский
Арсений Солдатенков

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.

Подписано в печать: 11.05.2023 г.
Тираж выпуска: 5000 экз.

Отпечатано в Типографии «Премиум-пресс»: г. Санкт-Петербург, ул. Оптиков, д. 4

E-mail для писем: info@restoranoved.ru
Телефон редакции: +7 (812) 910-42-42
Интернет сайт: <https://restoranoved.ru>

СОДЕРЖАНИЕ

- 4** ИГОРЬ БУХАРОВ
Главные факторы развития и популяризации профессии повара
- 8** ФЁДОР МОГУТНОВ
Мы наблюдаем чёткую тенденцию на осознанное питание
- 14** НАТАЛЬЯ ШИГОРИНА
Как эволюция рынка доставки изменяет сознание шеф-поваров
- 18** ИЛЬЯ МИЛОДАНОВ
Блюдо-конструктор. Выгодное решение для dark kitchen и фабрики-кухни
- 24** МАКСИМ СЫРНИКОВ
У нас немного киношное представление о русской кухне
- 32** ЛИЛИАНА БЕРГЕР
Петербургская кухня. Путь от возрождения исторического наследия до реального воплощения в современных гастрономических проектах



4 В России до сих пор существует огромная проблема с подготовкой профессиональных кадров для работы в ресторанах и кафе. После обучения лишь малый процент выпускников колледжей хочет развиваться в ресторанном бизнесе по ряду убеждений: это адский и часто недооцененный труд с невысокой заработной платой и туманными перспективами, особенно в стране с нестабильной экономикой.



14 Российские шефы в кратчайшие сроки прошли путь от отрицания гастрономических и коммерческих перспектив доставки до разработки собственных специальных блюд для этого направления ресторанного бизнеса.



24 Куда уходят исторические корни русской кулинарии, какие блюда производили в 19 веке наибольшее впечатление на французов, как за два века изменился вкус у жителей России и мира, почему шеф-повару ресторана русской кухни сегодня трудно и каким этот ресторан должен быть



33 Активно развиваться в данном направлении начал как раз после участия на Кубке Губернатора Санкт-Петербурга. По заданию кулинарного конкурса нужно было проштудировать всю кулинарную литературу XIX века, книги, написанные Игнатием Радецким, Еленой Молоховец, Екатериной Авдеевой... Авторов в списке было много.



40 Алексей Гребенчиков — известный шеф-повар и шеф-кондитер, ставший в апреле 2023 года первым победителем в номинации «Кондитер года» премии WHERETO EAT. Он младший брат и деловой партнер Артёма Гребенщикова. Братья являются совладельцами петербургского ресторана Vobo, который регулярно занимает призовые места в различных рейтингах и является одним из культовых гастрономических проектов Северной столицы.

33 СТАНИСЛАВ АХМЕТШИН
Увлеченность петербургской кухней пришла после участия в конкурсе

36 ЕВГЕНИЙ ПОПОВ
Победа в конкурсе зависит от качества подготовки

40 АЛЕКСЕЙ ГРЕБЕНЩИКОВ
Одна из задач шефа — передавать свой опыт подрастающему поколению

46 CREVETTE BISTROT
Идея, локация и креветка

50 МАКСИМ БЕЛЯЕВ
Это будет Легендарно!

54 GASTREET INTERNATIONAL RESTAURANT SHOW
В чем феномен главного отраслевого события рынка HoReCa

57 КАТАЛОГ ПРОДУКЦИИ КОМПАНИИ РЕАЛ

64 ВИКТОР ШАБАЛИН
ПРОКУХНЯ — журнал, который нужен профессиональному сообществу



50 IV Всероссийская Олимпиада по кулинарии и сервису «Легенда» имени Виктора Беляева пройдет в Перми с 25 по 27 августа 2023 года. Организаторами мероприятия выступают Правительство Пермского края и Федерация Рестораторов и Отельеров России (ФРИО), руководителем проекта является наследник легендарного шеф-повара Максим Беляев, с которым мы поговорили о подготовке Олимпиады.

ГЛАВНЫЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ И ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ПРОФЕССИИ ПОВАРА

Игорь Бухаров



ПРОФЕССИЯ ПОВАРА КРАСИВА, ОТВЕТСТВЕННА И ВАЖНА ДЛЯ КУЛЬТУРНОГО И ЭСТЕТИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА. ОНА НЕСЕТ СОБОЙ УДОВОЛЬСТВИЕ, КОТОРОЕ ДЕЛАЕТ НАС СЫТЫМИ, ДОВОЛЬНЫМИ И СЧАСТЛИВЫМИ. БЛАГОДАРЯ ПОВАРСКОМУ ИСКУССТВУ МЫ ИМЕЕМ ВОЗМОЖНОСТЬ ПРИЯТНО УДИВЛЯТЬСЯ ТОМУ, КАК САМЫЕ ПРОСТЫЕ ПРОДУКТЫ ПРЕВРАЩАЮТСЯ В НАСТОЯЩИЙ ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ШЕДЕВР, КАК НА МОНОПРОДУКТЕ СОЗДАЮТСЯ МИШЛЕНОВСКИЕ ХИТЫ.

ПОВАР СОЗДАЕТ НЕ БЛЮДО, А ПАЛИТРУ ЭМОЦИЙ, КОТОРЫЕ ПОЗВОЛЯЮТ ЗАДЕРЖАТЬСЯ В МГНОВЕНИИ, ПОЧУВСТВОВАТЬ ВКУС ЖИЗНИ. НЕСМОТЯ НА ВСЕ ВЫШЕСКАЗАННОЕ, В РОССИИ ПРОФЕССИЯ ПОВАРА ПОКА НЕ ТАК ПРЕСТИЖНА, КАК, НАПРИМЕР, ВО МНОГИХ ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАНАХ. УСТОЙЧИВОЕ УБЕЖДЕНИЕ В ТОМ, ЧТО РАБОТА НА КУХНЕ – ЭТО АДСКИЙ ТРУД, КОТОРЫЙ НЕСПРАВЕДЛИВО НЕДООЦЕНЕН В НАШЕЙ СТРАНЕ, МЕШАЕТ ВЗГЛЯНУТЬ НА ПРОФЕССИЮ ПОНОВОМУ. СЕГОДНЯ ФЕДЕРАЦИЯ РЕСТОРАТОРОВ И ОТЕЛЬЕРОВ РОССИИ ПРИЛАГАЕТ ВСЕ ВОЗМОЖНЫЕ УСИЛИЯ ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ ПОВАРСКУЮ ПРОФЕССИЮ ВЫВЕСТИ НА НОВЫЙ УРОВЕНЬ РАЗВИТИЯ, ПОКАЗАТЬ ЕЕ ВАЖНОСТЬ ДЛЯ СОВРЕМЕННОГО СОЦИУМА, АКТУАЛИЗИРОВАТЬ И ПОПУЛЯРИЗИРОВАТЬ ЕЕ, А ПРИ ПОДГОТОВКЕ НОВЫХ КАДРОВ – СТАРАТЬСЯ ИХ МОТИВИРОВАТЬ, ОТКРЫВАЯ ДЛЯ ЮНЫХ МАСТЕРОВ НОВЫЕ ГОРИЗОНТЫ. О ВАЖНОСТИ ПРОФЕССИИ, ЕЕ РАЗВИТИИ В ОТРАСЛИ ПИТАНИЯ ВНЕ ДОМА И НОВЫХ ПЕРСПЕКТИВАХ – В ИНТЕРВЬЮ С ИГОРЕМ БУХАРОВЫМ, ПРЕЗИДЕНТОМ ФЕДЕРАЦИИ РЕСТОРАТОРОВ И ОТЕЛЬЕРОВ РОССИИ.

СФЕРА ПИТАНИЯ ВНЕ ДОМА ПРОХОДИТ ИСПЫТАНИЕ КАДРОВЫМ ГОЛОДОМ

Игорь Олегович, что происходит с профессией повара? Какие точки развития и продвижения сегодня актуальны?

– Отечественная сфера питания вне дома всегда испытывала кадровый голод. Эта проблема длится уже больше полувека. Во времена Советского Союза на предприятиях питания работали в основном женщины, которые умели хорошо готовить и любили свое дело. А профессиональных поваров не хватало. Потом случился развал СССР и проблемы индустрии питания вне дома ушли на второй план. Сейчас фактически происходит то же самое. Череда кризисов мешает гармоничному последовательному развитию. Мы все понимаем, что индустрия идет вперед, когда ей уделяет внимание государство. Например, Правительство Франции и Испании занимается индустрией питания вне дома, радеет за то, чтобы данная культурная сторона развивалась. Поэтому они остаются на кулинарном Олимпе, покоряют вершины мировой гастрономии, задают тренды.

Эту проблему хорошо видел Виктор Борисович Беляев, Президент Национальной ассоциации кулинаров России. Поэтому старался использовать все свои связи, чтобы как-то решить вопрос профессиональной подготовки кадров. Он понимал, что кулинарные чемпионаты положительным образом влияют на уровень квалификации. Поэтому, как стратегически мыслящий человек, активно продвигал историю кулинарных соревнований, чтобы помогать талантливым, трудолюбивым поварам продвигаться в профессии.

ТЕМ, КТО УШЕЛ, БУДЕТ СЛОЖНО ВЕРНУТЬСЯ В ПРОФЕССИЮ

Помимо кулинарных чемпионатов, какие еще факторы могут повлиять на развитие и популяризацию профессии?

– Вообще, должны развиваться современные школы не только для поваров, но и для официантов. И речь здесь не про образование, а про передачу профессиональных знаний, умений и навыков молодым кадрам. Профессионалов среди официантов сегодня нет, школа сервиса утеряна. То же самое происходит сейчас с поварами. Во время пандемии стихийно начала развиваться доставка. Повара, которые остались на тот момент без работы, ушли в курьеры, а после – обратно в профессию не вернулись. Здесь важно осознавать, что работать курьером до пенсии не получится физически. Это работа временного характера. К тому же современная робототехника рано или поздно приведет к тому, что еду будут доставлять с помощью дронов. Когда ты не работаешь по профессии какое-то время, то профессиональные навыки теряются, а сфера питания вне дома не стоит на месте. Поэтому тем, кто предпочел путь курьера поварской карьере, будет сложно вернуться в профессию. Все нужно будет начинать с начала, а на это уже не будет сил, ни времени, потому что существуют возрастные границы.



“ **ВООБЩЕ, ДОЛЖНЫ РАЗВИВАТЬСЯ СОВРЕМЕННЫЕ ШКОЛЫ НЕ ТОЛЬКО ДЛЯ ПОВАРОВ, НО И ДЛЯ ОФИЦИАНТОВ**

ГРУБО ГОВОРЯ, ВЫСОКАЯ КУХНЯ МОЖЕТ БЫТЬ ЕЩЕ ВЫШЕ. ВСЕГДА ЕСТЬ ПОТЕНЦИАЛ РОСТА. ДАЖЕ СТАВ ЗВЕЗДОЙ, НУЖНО СТАРАТЬСЯ СОХРАНИТЬ СВОЮ ПОЗИЦИЮ, ПРИЛАГАТЬ УСИЛИЯ ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ ЕЕ МЕРЦАЮЩИЙ СВЕТ НЕ ТЕРЯЛ БРИЛЛИАНТОВОЙ ЯРКОСТИ



КУЛИНАРНЫЕ КОНКУРСЫ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ И ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ПРОФЕССИИ

Давайте вернемся к кулинарным конкурсам. Как они влияют на профессиональные навыки повара, его развитие и продвижение в индустрии питания вне дома в целом?

– В процессе подготовки к кулинарным чемпионатам, повар оттачивает свои профессиональные навыки, мастерство, раскрывает свой творческий потенциал, повышает квалификацию. Любое подобное мероприятие вдохновляет, мотивирует, стимулирует двигаться в профессии. Сам факт участия является фактором саморазвития.

Однако, как это отражается на работе, сказать сложно. Повара не становятся талантливее от того, что выступают на конкурсах. Мы знаем много известных повара, которые никогда не принимали участия в кулинарных соревнованиях, но при этом создают настоящие гастрономические шедевры, монетизируют их, повышают рейтинги ресторанов. Конкурсы и чемпионаты важны для популяризации профессии, продвижения различных продуктов, привлечения внимания к специальности. В них есть элементы шоу, где участники могут удивить аудиторию своей артистичностью, умением взаимодействовать с публикой, демонстрацией своих талантов и способностей в открытой и уверенной формах. Такой момент работает как во благо индустрии, так и личности повара, потому что возрастает вероятность, что его заметят, пригласят в интересный проект или сделают из него медийное лицо.

Кулинарные соревнования обладают силой притяжения и дают движение вперед. Мировая гастрономия не стоит на месте, постоянно развивается. Грубо говоря, высокая кухня может быть еще выше. Всегда есть потенциал роста. Даже став звездой, нужно стараться сохранить свою позицию, прилагать усилия для того, чтобы ее мерцающий свет не терял бриллиантовой яркости. Поэтому организаторы мероприятий каждый раз повышают планку: усиливают задания, предлагают рассмотреть новый продукт, продвигают новые технологии. И это все является двигателем индустрии в целом и развитием профессии в частности.

НУЖНО ОБРАТИТЬ ВНИМАНИЕ НА ПРОБЛЕМУ ОБРАЗОВАНИЯ

Многие поступают в колледжи питания не ради того, чтобы работать поварами и развиваться в данной профессии. Их цель – получить доступное среднее специальное образование. Как замотивировать выпускников работать по профессии?

– В России до сих пор существует огромная проблема с подготовкой профессиональных кадров для работы в ресторанах и кафе. После обучения лишь малый процент выпускников колледжей хочет развиваться в ресторанном бизнесе по ряду убеждений: это адский и часто недооцененный труд с невысокой заработной платой



ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ПОВАР МОЖЕТ РАЗВИВАТЬСЯ В РАЗНЫХ НАПРАВЛЕНИЯХ: СТАТЬ ШЕФ-ПОВАРОМ, ЭКСПЕРТОМ В ОБЛАСТИ ТЕХНОЛОГИЙ И ОБОРУДОВАНИЯ, КИТЧЕН-МЕНЕДЖМЕНТА, ЗАНИМАТЬСЯ ПОДГОТОВКОЙ НОВЫХ КАДРОВ И Т.П.

и туманными перспективами, особенно в стране с нестабильной экономикой. Но данные стереотипы не работают, если смотреть на профессию шире. Профессиональный повар может развиваться в разных направлениях внутри сферы питания вне дома: стать шеф-поваром, экспертом в области технологий и оборудования, китчен-менеджмента, заниматься подготовкой новых кадров и т.п.

К сожалению, обучение в технологических колледжах питания в регионах, которое тянется еще с советских времен, очень часто демотивирует даже вдохновленных профессией. Процесс обучения должен быть интересным, современным, с использованием тех продуктов, которые мы привыкли видеть в ресторанах. Очень часто выпускники учебных заведений не умеют жарить мясо и правильно варить овощи, потому что видят стейки в первый раз, когда приходят работать в ресторан, уже не говоря о технологии су-вид и прочем. Французы никогда не покинут кулинарного олимпа, потому что у них есть качественные кулинарные школы, качественные продукты, лаборатории, есть все возможности для того, чтобы экспериментировать с новыми продуктами, их сочетаниями. У нас уже есть Кулинарная школа «Novikov School», где выпускаются квалифицированные кадры, готовые работать в ресторанных проектах. Но этого мало. Сегодня очень важно обратить внимание на проблему образования, чтобы повысить престиж профессии, сделать процесс обучения более интересным и плодотворным.

интервью подготовила Лилиана Бергер



#едабудущего



Фёдор Могутнов

МЫ НАБЛЮДАЕМ ЧЕТКУЮ ТЕНДЕНЦИЮ НА ОСОЗНАННОЕ ПИТАНИЕ

ФЁДОР МОГУТНОВ, ДИРЕКТОР ДИВИЗИОНА NORECA ГК «ЭФКО», РАССКАЗАЛ ЖУРНАЛУ «ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КУХНЯ» О СОВРЕМЕННЫХ ГАСТРОНОМИЧЕСКИХ ТЕНДЕНЦИЯХ, О ТОМ, КАК ШЕФ-ПОВАРУ НАЙТИ БАЛАНС МЕЖДУ НЕОБХОДИМОСТЬЮ РАЗРАБАТЫВАТЬ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОЕ МЕНЮ И ТЩАТЕЛЬНО СОБЛЮДАТЬ ФУД-КОСТ, И О ТОМ, КАК СДЕЛАТЬ ПРОДУКТ ПО-НАСТОЯЩЕМУ КРАФТОВЫМ.

EFKO FOOD
Professional



ВНИМАНИЕ НА ПРОДУКТ

Фёдор, мы помним времена, когда рестораторы открывали свои заведения, ориентируясь исключительно на интересную концепцию, а иногда вообще только на дизайн — чтобы было «дорого-богато». Насколько всё изменилось сегодня?

— Без концепции и дизайна не обойтись и сегодня, но если рассчитывать только на них, то заведение вряд ли будет успешным. Сейчас на первое место выходит гастрономический продукт: вокруг него строится всё — и авторская кухня, и любые ресторанные концепции, и гостевые пристрастия. Гости выбирают прежде всего то заведение, где вкусно. Однако экономическая ситуация, в которой мы сейчас находимся, не располагает к тому, чтобы люди шли в дорогие рестораны. И сегодня гости обращают внимание не просто на качество продукта, а на соотношение цена/качество.

То есть продукт должен быть качественным и при этом не слишком дорогим, правильно?

— Да, и для рестораторов и шеф-поваров это становится сильным вызовом, потому что люди, несмотря ни на что, не готовы отказываться ни от ресторанной еды, ни от качественной подачи, но в то же время очень пристально оценивают стоимость блюд.

ПОНЯТИЕ ФАСТ-ФУДА РАСШИРЯЕТСЯ

Как ресторатору найти этот баланс между высоким качеством продукта и демократичностью блюд? Ведь шеф-повар должен подавать вкусную еду, разрабатывать интересное меню и при этом соблюдать фуд-кост? (food cost — процентный показатель себестоимости ингредиентов относительно выручки с продаж. Чем ниже процент, тем выше прибыль. Оптимальным для ресторана считается фуд-кост 28–30%. — Прим. редакции)

— Этот злосчастный фуд-кост действительно всем не дает покоя, и чем дальше, тем больше (смеётся). Поэтому мы наблюдаем интерес к таким форматам, как фаст-фуд и стрит-фуд: сейчас многие уважаемые рестораторы рассматривают для себя эти форматы, которые становятся всё более популярны.

Один из примеров — открытие осенью прошлого года «Чебурешная by Мironov» известным ресторатором Сергеем Мироновым, который развивает сеть ресторанов «Мясо&Рыба». Это несомненный фаст-фуд — предприятие быстрого питания, — но он совершенно точно ресторанного уровня, там продаются чебуреки и кутабы премиального класса, есть даже ЗОЖ-вариант, и цены при этом абсолютно демократичные.

Таких примеров достаточно много: те или иные заведения открывают летние веранды, зоны в парках, развивают take away — торговлю навынос — и прочее.

ВЫРУЧКА, МЛРД



“ ЛЮДИ, НЕСМОТЯ НИ НА ЧТО, НЕ ГОТОВЫ ОТКАЗЫВАТЬСЯ НИ ОТ РЕСТОРАННОЙ ЕДЫ, НИ ОТ КАЧЕСТВЕННОЙ ПОДАЧИ, НО В ТО ЖЕ ВРЕМЯ ОЧЕНЬ ПРИСТАЛЬНО ОЦЕНИВАЮТ СТОИМОСТЬ БЛЮД



То есть понятие быстрого питания сегодня расширяется. Оно начинает включать в себя и достаточно большой сегмент стрит-фуда, и take away, и даже ресторанный продукт?

— Конечно. И везде в этих направлениях важно создать, с одной стороны, простой и понятный гостям продукт, с другой — такой, который удивит их, поскольку, во-первых, у современного потребителя высокие ожидания, а во-вторых, для заведения, расширяющего сферу деятельности, важно сохранить свою репутацию. Поэтому перед рестораторами, на мой взгляд, стоит очень тяжелая задача: оставаться любимыми и востребованными своими постоянными гостями и в то же время отвечать современным вызовам времени, отдавая достойный продукт по доступной стоимости.

ИНТЕРЕСНЫЙ СОУС ДЛЯ НОВОГО ВКУСА

Насколько это вообще возможно?

— Это непросто, но можно (улыбается). Давайте подумаем, как можно в простом стрит-фуде сделать бургер необычным? В премиальных ресторанах для этого используются дорогие продукты — авокадо, крабы, икра, съедобное золото, коренья, злаки и так далее. В простом массовом стрит-фуде или фаст-фуде всё это использовать сложно. Поэтому рестораторы и шеф-повара в заведениях подобных форматов действуют гораздо проще и в то же время изобретательней, ведь обычный бургер действительно может заиграть другими красками, если в него добавить какой-то новый ингредиент. И ресторатору, чтобы с одной стороны, выделиться из конкурентов, а с другой, дать своим гостям оригинальный вкус, к обычному блюду достаточно добавить новый интересный соус. А соусы хороши тем, что их можно регулярно менять! И блюдо всегда будет выглядеть по-иному.

А шеф-повар, играя с разными соусами, сможет при этом в полной мере проявить свои творческие способности, не так ли?

— Конечно, так. Когда мы создаем сезонные соусы либо выпускаем их под какую-то конкретную концепцию, мы включаем в процесс создания не только шеф-поваров нашей компании, но и тех, кто потом будет непосредственно работать с этими соусами, — шеф-поваров из ресторанов. Беря ресторанные изюминки той или иной страны, той или иной группы блюд, мы в коллаборации с ними создаем промышленные соусы с теми вкусами, которые сейчас востребованы на рынке. В результате такой совместной работы у нас получаются соусы с узнаваемыми нотками и при этом удобные и экономичные в использовании.

Вы выпускаете соусы под заказ конкретных ресторанов или ресторанных групп?

— Такой опыт у нас есть: мы регулярно сотрудничаем с крупными компаниями. К сожалению, производственный

выпуск соуса не позволяет делать этот продукт для каждого конкретного ресторана, потому что промышленная варка одного соуса производится сразу на 4–5 тонн (улыбается). Но крупные сетевые игроки рынка регулярно пользуются нашими услугами по разработке и внедрению новых соусов.

УНИКАЛЬНОСТЬ НЕ СТРАДАЕТ

Как же быть с индивидуальностью? Ведь каждый шеф-повар стремится дать гостю что-то уникальное — то, чего нет у других. А здесь — общий на всех вкус соуса, и никакой изюминки...

— Свою уникальность можно проявить, добавляя в основной, базовый соус какие-то специи. При этом готовая основа существенно экономит время и силы повара на кухне, ведь ему не приходится варить соус с нуля. Но самое важное то, что это позволяет ресторатору спокойно стандартизировать блюда, масштабировать бизнес и даже отдавать свое заведение во франшизу. Ведь таким образом сохраняется постоянство вкуса блюд, и неважно, где именно их будут готовить — в Москве, Санкт-Петербурге или в Рязани.

Варят ли сейчас повара в ресторанах собственные соусы или это характерно только для совсем уж маленьких семейных заведений?

— На самом деле изготовление соусов на кухнях заведений по-прежнему очень популярно, но развитие промышленных соусов для направления HoReCa всё больше и больше привлекает поклонников варки на собственной кухне.

Потому что это удобно с точки зрения экономии времени и постоянства вкуса?

— Это удобно, стабильно и позволяет ресторатору в меньшей степени зависеть от смены поваров. А развитие соусного рынка в России делает промышленные соусы всё доступнее и доступнее. Поэтому даже мэтры — ключевые повара, создающие эту индустрию и готовящие собственные соусы, — в своих стрит-фудовых концепциях используют массовые решения, которые мы предлагаем.

Насколько разнообразны эти массовые решения?

— Базовых соусов насчитывается порядка десяти, среди которых соус «Барбекю», сырный, кисло-сладкий, чесночный, горчиный... Но далее на их основе формируется достаточно широкая палитра вкусов. Наиболее податливые к изменениям такие соусы-основы, как соус майонезный 28%, белый пицца-соус, красный пицца-соус, — в них каждый шеф-повар может внести свою уникальную нотку, добавив специи или травы. Это дает ему простор для творчества и делает продукт по-настоящему крафтовым. При этом ему не придется варить соусную основу из томатной пасты или чего-то еще (улыбается). Наши соусы и соусные базы отличное решение для массового сегмента, ну и для среднего ценового, так как это качество, скорость, стандартизация.



“ КРУПНЫЕ СЕТЕВЫЕ ИГРОКИ РЫНКА РЕГУЛЯРНО ПОЛЬЗУЮТСЯ НАШИМИ УСЛУГАМИ ПО РАЗРАБОТКЕ И ВНЕДРЕНИЮ НОВЫХ СОУСОВ



РАСТИТЕЛЬНОЕ МОЛОКО УЖЕ НИКОГО НЕ УДИВЛЯЕТ — СКОРЕЕ, УДИВЛЯЮТ КОФЕЙНИ, ГДЕ ОНО ОТСУТСТВУЕТ. ПРИМЕРНО ТА ЖЕ ИСТОРИЯ СЕЙЧАС ПРОИСХОДИТ И С РАСТИТЕЛЬНОМ МЯСОМ, И АЛЬТЕРНАТИВНЫМИ СОУСАМИ



МОДНЫЕ СОУСЫ

Можно ли говорить о какой-то моде в отношении соусов? Как каждое лето у нас входит в моду какой-то коктейль, каждую зиму — какое-то блюдо...

— Пока мы такой яркой моды не заметили. Спрос на конкретный соус, скорее, идет от моды на продукты, которые используются в данное время года.

К примеру, осенью был сезон лисичек — к ним подходят белые соусы, они и пользуются спросом в это время. То есть сами по себе они моду не задают, но подстраиваются под моду на тот или иной продукт.

А влияет ли на соусное производство тренд на здоровое питание?

— Такая тенденция, безусловно, есть, и в последние годы она только усиливается. Сегодня наиболее популярны соусы с минимальной жирностью.

Даже из комбинатов школьного питания мы получаем запрос о снижении количества жиров в классическом соусе «Весна» — единственном разрешенном для школьного питания: он не содержит ни уксуса, ни консервантов.

Есть запросы на продукты, вообще не содержащие животных жиров. Поэтому у нас есть линейка соусов, которые могут использоваться в веганских заведениях.

Вы их специально разрабатывали для веганов?

— Не только для веганов. Наша компания активно занимается выводом на рынок инновационных продуктов, и когда несколько лет назад мы предложили рынку растительное мясо, то получили от шеф-поваров встречный запрос на соус, с которым это мясо можно подавать.

Под этот запрос мы и разработали продукты, которые имеют такую же консистенцию и вкус, как и продукты, приготовленные на яйце, и выпустили линейку тех же популярных соусов, таких как, например, сырный и прочие, только они в своем составе не содержат яиц.

Насколько популярны веганские соусы, какой процент они занимают от общего спроса?

— По нашим оценкам, в крупных городах этот процент уже близок к 10, но те направления, которые сейчас активно формируются, — внутренний туризм, гастрономический, экотуризм — делают этот продукт востребованным и в малых городах, в которых существует туристический кластер.

Тенденция развивается очень быстро. Растительное молоко уже никого не удивляет — скорее, удивляют кофейни, где оно отсутствует (смеется). Примерно та же история сейчас происходит и с растительным мясом, и альтернативными соусами. Сегодня редкое заведение обходится без этой группы продуктов.

ОСОЗНАННОЕ ПИТАНИЕ

Компания «Эфко» на рынке уже 30 лет: вы наблюдаете изменение вкуса потребителей?

— Потребители могут сначала менять свои вкусы, а потом возвращаться к прежним, но мы наблюдаем четкую тенденцию на осознанное питание.

Люди с каждым годом всё больше и больше задумываются о том, что они потребляют. Если еще 10–15 лет назад соотношение в еде калорий, белков, жиров и углеводов абсолютно не интересовало потребителей, то сейчас это интересует всех в первую очередь: люди хотят понимать, из чего сделан продукт и как он повлияет на их здоровье.

То есть, опять же, продукт, его вкус, состав и польза, становится сегодня главным в ресторане, правильно?

— Да! Если в далеких 2000-х годах люди прежде всего интересовались первой ценой (товар первой цены — самый дешевый товар на полке в каждой товарной категории или группа товаров с самыми низкими ценами. — Прим. «ПК»), то сейчас они интересуются первой ценой на качественный достойный продукт. При этом вопрос качества важен абсолютно для всех форматов на рынке питания — и для дорогих заведений, и для более демократичных, и для предприятий быстрого питания.

Именно поэтому у нас есть продукты с разными добавленными свойствами, но качество базовых ингредиентов одинаково велико абсолютно в каждом из них.

Беседовала Светлана Куликова



ФЁДОР МОГУТНОВ
директор дивизиона
HoReCa ГК «Эфко»

EFKO FOOD
Professional





Наталья Шигорина



КАК ЭВОЛЮЦИЯ РЫНКА ДОСТАВКИ ИЗМЕНЯЕТ СОЗНАНИЕ ШЕФ-ПОВАРОВ

НАТАЛЬЯ ШИГОРИНА,
руководитель отдела продаж
ООО «Компания Реал»

РОССИЙСКИЕ ШЕФЫ В КРАТЧАЙШИЕ СРОКИ ПРОШЛИ ПУТЬ ОТ ОТРИЦАНИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКИХ И КОММЕРЧЕСКИХ ПЕРСПЕКТИВ ДОСТАВКИ ДО РАЗРАБОТКИ СОБСТВЕННЫХ СПЕЦИАЛЬНЫХ БЛЮД ДЛЯ ЭТОГО НАПРАВЛЕНИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА. КОНЕЧНО, ТАКОМУ КАРДИНАЛЬНОМУ ИЗМЕНЕНИЮ ВЗГЛЯДОВ ВО МНОГОМ ПОМОГЛА ПАНДЕМИЯ.

Доставка возникла не год и не два назад. Но раньше она была очень консервативна — это было локальное направление, которое развивали несколько специализированных компаний и высокомерно не замечал высокий ресторанный бизнес. В основном, доставка не выходила за рамки таких концепций, как суши-роллы, пицца, иногда бургеры.

Интуитивно все понимали, что этот рынок имеет потенциал, но всерьез его воспринимали либо компании, выбравшие данный вектор развития изначально, либо представители форматов, блюда которых естественным образом подходили для удаленных продаж.

А потом случилась пандемия. Нужно было быстро переформатироваться под ситуацию. И в сознании шеф-поваров произошло переосмысление явления доставки. Конечно, были такие, кто долго не принимал её или воспринял как временное явление.

Мы помним высказывания шефов традиционных ресторанных концепций, которые говорили, что из их меню из 40-50 позиций, на доставку с большой натяжкой подходят 4-5 блюд, а то и того меньше. Но многие всё же увидели в ней

перспективу: одни рестораны разработали специальное меню для доставки, другие – открыли под это направление новые предприятия дарк китчен.

В целом, ресторанные проекты начали экспериментировать с продуктом, чтобы найти себя на рынке. В связи с чем у всех возникла потребность не просто в стандартной упаковке, а в партнерских отношениях с компаниями, которые помогают правильно подобрать упаковку с учетом поставленных целей и задач: температурного режима, конечного вида блюда, его сложности.

ГРУППА КОМПАНИЙ РЕАЛ – КРУПНЫЙ ОПЕРАТОР И ДИСТРИБЬЮТОР В СФЕРЕ ТОВАРОВ ДЛЯ HORECA, — ПРЕДОСТАВЛЯЕТ ПАРТНЕРАМ НЕ ТОЛЬКО ШИРОКИЙ АССОРТИМЕНТ УПАКОВКИ, НО И РАБОТАЕТ С НИМИ, ОТТАЛКИВАЯСЬ ОТ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПОЖЕЛАНИЙ И ПОТРЕБНОСТЕЙ. ЧЕТКАЯ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ ПОЗВОЛЯЕТ ПОДОБРАТЬ УПАКОВКУ ПОД ЛЮБУЮ ИДЕЮ ШЕФА, РЕАЛИЗОВАТЬ КОНЦЕПЦИЮ ПРОЕКТА ТАКИМ ОБРАЗОМ, ЧТОБЫ ЛЮБАЯ ПОЗИЦИЯ ДОСТАВКИ ВЫГЛЯДЕЛА УДОБНО И ГАРМОНИЧНО.



УДОБНАЯ УПАКОВКА С ИМИДЖЕВОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ

Позиция компании РЕАЛ – это работа под запросы клиента. Если чего-то нет в наличии, наша задача – решить этот вопрос как можно быстрее. В рабочей группе со специалистами ресторана, фабрики-кухни или пространства дарк китчен, мы помогаем найти ту упаковку, которая максимально удовлетворит клиента, закроет его потребности.

Будь то упаковка под запайку или под крышку, мы не забываем про имиджевую составляющую: всегда предлагаем нанести логотип компании, при этом учитываем ценовую нишу клиента. Даже если у него нет дизайнера и маркетингового отдела, но есть желание заинтересовать своего потребителя, акцентируя внимание на сезонности или ином факторе спроса, то мы можем предложить небольшие тиражи логотипированной упаковки, например, стакан под горячий напиток с каким-то интересным дизайном.

Наши специалисты из дизайнерского отдела всегда готовы в этом помочь. К тому же, мы продвигаем идею комплексного подхода, чтобы все элементы в доставке были в едином стиле: стаканчик, держатель и вся упаковка в целом. Это дает целостное ощущение от бренда и работает на его продвижение. Все имеет свой глубокий смысл, свою подачу. Даже то, как упакованы салфетки и зубочистки. Причем об этом сегодня задумываются все участники проекта, включая идейных вдохновителей концепции, управляющих, шеф-поваров и маркетологов. Это актуально как для крупных компаний, которые предлагают на рынке свои франшизы, так и для небольших предприятий, которые только начинают развивать свой бренд.

“ МЫ ПРОДВИГАЕМ ИДЕЮ КОМПЛЕКСНОГО ПОДХОДА, ЧТОБЫ ВСЕ ЭЛЕМЕНТЫ В ДОСТАВКЕ БЫЛИ В ЕДИНОМ СТИЛЕ: СТАКАНЧИК, ДЕРЖАТЕЛЬ И ВСЯ УПАКОВКА В ЦЕЛОМ



РОСТ ДОСТАВКИ СИЛЬНО СЕГМЕНТИРОВАЛ РЫНОК. НАряду со СТАНДАРТНЫМИ ПОЗИЦИЯМИ НА ДОСТАВКУ, ПОЯВИЛИСЬ ПРЕМИАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ

В РЕАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПЦИИ УПАКОВКИ ВАЖНА ОПТИМИЗАЦИЯ РАСХОДОВ

Бывает такое, что многие намерено хотят, но не знают, как забрендировать упаковку, либо стоит задача найти выгодный баланс между креативным маркетингом и необходимостью не допустить перерасход финансовых ресурсов на идеи маркетолога. Если клиент хочет, чтобы дизайн упаковки был улетным и красивым, то мы делаем все возможное для того, чтобы оптимизировать его расходы и предоставить ему вариант, который действительно зайдет потребителю и не ударит по бюджету. Например, красивый дизайн можно сделать, используя не 5 цветов, а всего 3, или даже создать невероятно стильное изображение на моно-цвете. Это будет бюджетно, но не менее вкусно. Всегда можно найти способ сэкономить, при этом сохранив яркую концепцию.

Наши специалисты глубоко вникают в процессы производства, когда делают оформление продукта для доставки, чтобы сохранить идею автора концепции, основной посыл.

Иногда бывает так, что клиенты не задумываются о следующих тиражах упаковки. Можно так «скреативить», что дальнейшее тиражирование упаковки будет сложным, неудобным и затратным, невозможно будет сделать небольшой тираж или на это потребует очень много времени. Мы всё стараемся уравновесить, чтобы при производстве упаковки реализация идеи происходила без потери финансовых и временных ресурсов.

При правильном позиционировании, нет надобности делать большой запас упаковки и затаривать им складские помещения. Во-первых, это уменьшает площадь свободного пространства, которого и так в дефиците, а во-вторых, изготовление больших тиражей упаковки замораживает огромные суммы денег, что не всегда целесообразно. Куда удобнее время от времени заказывать небольшие партии. Ресурсы позволяют нам делать это быстро и технологично.

КАКИЕ ЗАДАЧИ РЕШАЕМ С ПОМОЩЬЮ УПАКОВКИ?

Рост доставки сильно сегментировал рынок. Наряду со стандартными позициями на доставку, появились премиальные решения. В отдельных сегментах, конечно, это практиковалось и до пандемии. В качестве такого примера можно привести премиальный сервис доставки осетинских пирогов Сослана Хугаева. Во многом им удалось это реализовать благодаря правильной упаковке, правильной компоновке своих изделий.

На помощь производителю приходит фудпейринг, который позволяет подбирать ингредиенты для создания блюд, сочетать их правильно и гармонично, а также находить идеальные пары «блюдо + напиток». Концепции меню, построенные на фудпейринге, тоже развиваются в направлении доставки.

Огромный потенциал роста в сегменте гастрономических проектов сегодня имеют форматы, которые за неимением больших площадей, не могут позволить себе полного цикла приготовления блюд.

Кстати, за них очень активно выступает Игорь Бухаров, президент ФРиО России. Как они работают. В заведения такого типа доставляется определенный набор продуктов в стандартной упаковке. Персонал кухни или бара распаковывают их, сервируют, разогревают и на выходе – предоставляют гостям заведения оригинальные блюда, при этом обходясь малыми усилиями. Разумеется, такие концепции строятся на творческом подходе и профессиональных знаниях шефа. Поскольку здесь в его компетенцию входит не только знания фудпейринга и выбор качественных продуктов, но и стоит задача, как упаковать готовый продукт, доставить его до конечного потребителя или предложить гостю на вынос. На каждом этапе должно сохраняться качество органолептических показателей, чтобы гость получал блюдо, достойное бренда ресторана. Эти и другие интересные задачи клиентов мы решаем с помощью упаковки.



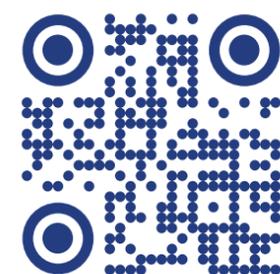
РАБОТА НАД НОВЫМ ПРОЕКТОМ: УПАКОВКА ДЛЯ КОФЕ НА ДОСТАВКУ

В настоящий момент мы работаем над разработкой стакана с крышкой под кофе для доставки. Казалось бы, в чем проблема? Однако, как выяснилось, кофе на доставку заказывают только в России. Когда курьер везет подобный заказ, а происходит это чаще всего на велосипеде, да еще и зимой, напиток почти всегда расплескивается, поскольку крышка не выдерживает подобной транспортировки. Упаковки, решающей эту задачу, ни у одного производителя пока нет.

Мы состоим в рабочей группе по решению этой проблемы. И надеемся получить результат в ближайшее время. Мы очень плотно коммуницируем с производителем упаковки и даем ему обратную связь, поскольку этот вопрос очень важно закрыть для сетевых клиентов. Мы вкладываем свою толику труда, чтобы рынок стал более гибким, более клиентоориентированным.

Упаковкой должны заниматься люди, которые понимают и разбираются в ней, делают это профессионально, могут глубоко вникать в идеи шефа, бережно сохранять ее при упаковывании блюда на доставку. Кроме того, все что предусмотрено упаковкой – посуда, салфетки и прочие аксессуары – должны соответствовать концепции и тоже вызывать аппетит. Особенно это важно для премиального сегмента. Главное, чтобы качество и внешний вид упаковки соответствовал содержанию. Если упаковка будет выглядеть дорожно, то гость испытает разочарование и больше не вернется.

КАК ВЫЯСНИЛОСЬ, КОФЕ НА ДОСТАВКУ ЗАКАЗЫВАЮТ ТОЛЬКО В РОССИИ



к печати подготовила Лилиана Бергер

Илья Милоданов

БЛЮДО-КОНСТРУКТОР

Выгодное решение для dark kitchen и фабрики-кухни

КАЖЕТСЯ, ЧТО СФЕРА ПИТАНИЯ СЕГОДНЯ МОЖЕТ УДОВЛЕТВОРИТЬ ЛЮБЫЕ ПОТРЕБНОСТИ ГОРОЖАН. ПОЛКИ СУПЕРМАРКЕТОВ ЛОМЯТСЯ ОТ ИЗОБИЛИЯ ГОТОВОЙ КУЛИНАРИИ, А С ПОМОЩЬЮ ДОСТАВКИ ЕДЫ МОЖНО ЗАКАЗАТЬ РЕСТОРАННОЕ БЛЮДО НА ДОМ. ВОТ ТОЛЬКО ПРОИЗВОДИТЕЛИ РЕДКО ЗАДУМЫВАЮТСЯ О ТОМ, ЧЕГО ЖЕЛАЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬ НА САМОМ ДЕЛЕ. ПОЭТОМУ ШИРОКИЙ АССОРТИМЕНТ ЕЩЕ НЕ ОЗНАЧАЕТ, ЧТО ЕСТЬ ВЫБОР, А РЕСТОРАННОЕ БЛЮДО НЕ ВСЕГДА ДОЕЗЖАЕТ ДО АДРЕСАТА В АППЕТИТНОМ ВИДЕ. ЧТОБЫ ДАТЬ ПОТРЕБИТЕЛЮ ТО, ЧТО ОН ДЕЙСТВИТЕЛЬНО ХОЧЕТ, ПРОЯВИТЬ ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОДХОД И ПОПАСТЬ ВО ВКУСОВОЙ ПАТТЕРН КАЖДОГО, И ВОЗНИКЛА ИДЕЯ БЛЮДА-КОНСТРУКТОРА.

ИЛЬЯ МИЛОДАНОВ

Профессиональный опыт:

*Farina Bianca (итальянская кухня), шеф-повар
Арт-кафе Древо (европейская, авторская кухня),
су-шеф*

Ресторан Торино, су-шеф

Ресторан Грабли, су-шеф

*ООО «ВкусВилл», технолог контроля качества
входящей продукции. Технолог-менеджер по
заводу кулинарной продукции*

*Делаем Вкусно (компания по разработке меню
и кулинарной продукции для предприятий
общественного питания), шеф-технолог*

*В рамках деятельности сотрудничал с
компаниями ТПК «Бонус», Duskit, ООО «МИЛТИ»*

*Работал с такими итальянскими шефами, как
Лоренцо Страппато в ресторане Bellezza, Марио
в ресторане I Fiori, Тино Денмонтис в ресторане
Палаццо Дукале, Бруно Коллетти в ресторане
Кальвадос; с французским шеф-поваром Камилем
Бенмамаром в ресторане Casual и др.*



ЧТО ТАКОЕ «БЛЮДО-КОНСТРУКТОР»?

Итак, блюдо-конструктор представляет собой сбалансированный набор ингредиентов полноценного блюда, каждый из которых изолирован друг от друга вакуумной упаковкой. Данный подход позволяет увеличить сроки хранения, сохранить свежесть продуктов, их аппетитный внешний вид и другие органолептические показатели при температурном режиме от +2°C до +6°C. Блюдо-конструктор – эффективная бизнес-идея для предприятий питания, поскольку

закрывает желания и потребности потребителя, связанные с ежедневным рационом: экономит время, энергию и финансовые ресурсы, предоставляет интересные, выгодные, альтернативные решения ежедневного питания, возможность корректировать наличие и количество ингредиентов в блюде, а также приготовить на домашней кухне сложные ресторанные блюда за считанные минуты, не обладая кулинарными навыками и способностями.

Концепции блюда-конструктора можно реализовать как на предприятиях формата dark kitchen, так и на базе фабрики-кухни.



БЛЮДО-КОНСТРУКТОР ОТ DARK KITCHEN. ДОМА КАК В РЕСТОРАНЕ.

Формат предприятий dark kitchen не предполагает зала для гостей. Они работают на доставку и предлагают потребителю те блюда, которые не нуждаются в красивом оформлении и выкладке на тарелке. Главное, чтобы блюдо выглядело аккуратно, аппетитно, с легким намеком на ресторанный эстетизм. Но иногда даже самые простые позиции после транспортировки теряют приличный вид. Достаточно вспомнить одноразовый пластиковый контейнер, к крышке которого

прилипла котлета, вымазанная в картофельном пюре. Это обстоятельство очень волнует производителей. Чтобы из случайного покупателя сделать постоянного клиента доставленное ему блюдо должно отвечать ресторанным нормам по всем органолептическим показателям. В первую очередь, мы едим глазами, затем обонянием, после в игру вступают тактильные ощущения и только потом чувствуем вкус еды.

Рассмотрим банальный пример. Виртуальный гость заказал салат Цезарь, в состав которого входят: свежие, хрустящие, сочные листья салата Романо,

гренки из пшеничного хлеба, сыр пармезан, обжаренные кусочки куриной грудки, томаты черри. Все ингредиенты красиво выкладывают друг на друга и поливают сверху соусом. Если заказчик съест этот салат сразу, как если бы он сидел за столиком в ресторане, то все замечательно, никаких претензий нет. Но его передают на доставку. С момента приготовления и до прибытия к заказчику пройдет не менее 30 минут. Кроме того, нет никакой гарантии, что салат употребят в самое ближайшее время. К моменту трапезы он может потерять первоначальный вид, текстуру и вкус: при соприкосновении с соусом листья салата быстро завянут, гренки – размокнут, а готовые кусочки куриного филе и сыр могут заветриться. В процессе поедания уже непривлекательного блюда заказчик не задумается над тем, что несколько часов назад Цезарь был красивым и вкусным, так как он оценивает то, что ест на данный момент. После подобного опыта, потребитель вряд ли захочет заказать его снова в данной компании.

Если разобраться в данной ситуации, то, по сути, никто не виноват. Так сложились обстоятельства. Однако если бы ингредиенты блюда были изолированы друг от друга, помещены в вакуумные пакеты, то это помогло бы сохранить их свежий вид, вкус и текстуру на более длительный срок. Только эстетически приятное блюдо отвечает эмоциональным потребностям потребителя и позволяет получить максимальное удовольствие от трапезы.

Современные вакуумные аппараты позволяют регулировать внутреннее давление, герметично запечатывать любой продукт, включая зелень, листья салата и жидкости. Вакуумная упаковка значительно продлевает срок хранения продуктов: отсутствие кислорода препятствует окислению, останавливает размножение бактерий, благодаря чему сохраняются все свойства и характеристики ингредиентов. Более того, при таких технологиях ряд заготовок можно делать заранее и тем самым сокращать время на приготовление блюда.

Благодаря вакуумной упаковке рестораны и предприятия dark kitchen могут расширить ассортимент блюд для доставки, пополнять ряды благодарных постоянных виртуальных гостей. К

заказу всегда можно приложить инструкцию и красивое изображение, чтобы потребитель смог красиво выложить все элементы блюда на тарелке и получить максимум удовольствия от трапезы. Таким образом, блюдо-конструктор может обеспечить светлое будущее для предприятий «темной кухни» (dark kitchen).

БЛЮДО-КОНСТРУКТОР ОРГАНИЧНО ВПИШЕТСЯ В КОНЦЕПЦИЮ ФАБРИКИ-КУХНИ.

Мы привыкли видеть на полках розничных магазинов готовые кулинарные блюда. Обычно это какой-то белок и углеводный гарнир. Все бы ничего. Однако создается впечатление, что мы принимаем решение за покупателя и тем самым игнорируем его истинные желания и потребности в еде. Предлагая ему говяжью котлету с картофельным пюре, мы не задумываемся над тем, что, возможно, он с большим удовольствием предпочел бы гречку или макароны в качестве гарнира. Но мы не даем ему выбора, заставляя брать то, что есть.

Конечно, если потребитель не найдет подходящей альтернативы, то уйдет в соседний магазин в поисках желаемого. Но если предоставить ему возможность собрать собственное блюдо с помощью конструктора, то он выйдет из магазина довольным, и вернется туда еще не раз. Такой индивидуальный подход к потребителю, проявление заботы о его желаниях – решение, которое всегда будет вне конкуренции.

Для понимания потребителя блюдо-конструктор предполагает отдельный стенд с широким ассортиментом готовых гарниров, овощей, соусов, готовых изделий из красного мяса, птицы, рыбы и морепродуктов. Прелесть в том, что каждый продукт, будь то вареная гречка или бефстроганов, упакован в отдельный вакуумный пакет, имеет свой штрихкод и представляет собой комфортную порцию. Причем каждая позиция может быть от разных производителей, поддерживающих данную идею. Такой подход привлечет к продукции постоянных покупателей, так как будет удовлетворять их желания и потребности в разнообразном питании в рамках ежедневного рациона.

Создавая меню для конструктора важно внимательно относиться к качеству



и вкусу предлагаемых ингредиентов, продумать все возможные варианты их сочетания. Допустим, к запечённой рыбе может подойти пюре из пастернака, рис или цветная капуста, к бефстроганову – картофельное пюре или гречка, а кус-кус может зайти с печеными овощами или мясной котлетой, и т.п. Когда покупатель выбирает сам, то облегчает задачу производителю в поиске идей новых блюд.

БЛЮДО-КОНСТРУКТОР ДЛЯ ЛЕНИВЫХ И ЗАНЯТЫХ.

В ритме больших городов не всегда есть время и желание стоять у плиты. Но всегда хочется поесть вкусно и сытно. Поэтому для ленивых и занятых покупателей также придуманы удобные варианты конструктора. Взять, к примеру, всем знакомый салат Оливье, ингредиенты для которого нужно купить, отварить и нарезать. Зачем проходить полный цикл, когда можно приобрести готовое решение, и от желания сразу перейти к трапезе?! Все уже сварено и нарезано мишленовским кубиком профессионалами. Покупателю остается лишь вскрыть вакуумные пакеты, высыпать их содержимое в миску, перемешать, заправить порционным майонезом и наслаждаться. Причем количество каждого ингредиента потребитель может регулировать самостоятельно. Подобные решения представляю ценность не только в порционном, но и семейном формате.

По нормам СанПин, салаты относятся к скоропортящимся пищевым продуктам. К примеру, тот же Оливье, в составе

которого присутствуют вареные яйца, консервированные овощи и свежая зелень в смешанном и заправленном виде, согласно регламенту, может храниться не более 6-и часов. Предлагая салат в виде конструктора, производитель готовой кулинарии не только продлевает сроки годности блюда, но и гарантирует высокое качество, проявляя бережное отношение к продуктам и заботу о здоровье потребителя. Это достаточно выгодная история, хотя и кажется замороченной на первый взгляд.

БЛЮДО-КОНСТРУКТОР ДЛЯ ГУРМАНОВ.

Конструктором могут быть и полуфабрикаты, которые потребуют символической дготовки перед употреблением. Данное решение удовлетворит потребности самых привередливых гурманов: блюдо получится максимально свежим и отменным на вкус. Его способ приготовления может быть указан на общей упаковке или дан в виде qr-код на видео, где визуализирован этот процесс подробно и в нужной последовательности.

Такие конструкторы обычно состоят из сложной основы – бульона или соуса, полуготовых, свежих и маринованных наполнителей, требующих минимальной термической обработки перед употреблением. К примеру, блюда паназиатской кухни – Том Ям, Том Кха, Рамэн, Фо Бо, Лакса – пользуются бешеной популярностью у потребителей и гармонично ложатся на тему конструктора. В основе этих решений – бульоны – насыщенные,

плотные, с многогранными вкусовыми оттенками. Без профессиональных навыков, нужных ингредиентов и накушенности приготовить их в домашних условиях совсем непросто.

Чтобы приготовить традиционный Том Ям самостоятельно, придется изрядно раскошелиться, затратить немало времени и труда, но так и не получить желаемого результата. Мало сварить куриный бульон, биск из панцирей ракообразных, объединить их в нужных пропорциях. Нужно довести бульон до вкуса и нужной консистенции с помощью корня галангала, лимонграсса, листьев кафир-лайма, острого чили и кокосового молока. Для финального аккорда потребуются морепродукты, которые придется приобрести в супермаркете больше, чем нужно, выбрать качественные томаты черри, свежую кинзу, а также правильно сварить японский рис, чтобы его текстура во время трапезы не растворилась в бульоне и не превратила его в кисель... Спрашивается: зачем экспериментировать, затрачивать дополнительные ресурсы, когда можно приобрести готовое решение, приготовленное профессионалами? Куда выгоднее для потребителя конструктор, который оправдает все его надежды и ожидания: во-первых, он не переплатит за продукты, которые ему не нужны, а во-вторых, получит свежее-приготовленное полноценное вкусное блюдо, потратив максимум 15 минут личного времени.

Конструкторы-полуфабрикаты – идеальное решение для семьи из двух и более человек. Наряду с паназиатской кухней, потребителю интересны конструкторы пиццы, которые позволяют к основе – правильно ферментированному и уже раскатанному тесту – самостоятельно подбирать ингредиенты, регулировать их количество, и получать свежееиспеченный продукт. Интерес могут представлять и конструкторы роллов.

Все вышеперечисленные конструкторы можно изготавливать на базе фабрик-кухонь. Все ингредиенты и полуфабрикаты легко вакуумируются, сохраняют свою свежесть и качество при условии соблюдения правильного температурного режима.

*К печати подготовила
Лилиана Бергер.*



БЛЮДО-КОНСТРУКТОР И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПАКОВКИ ОТ КОМПАНИИ «РЕАЛ»

Упаковка играет очень важную роль при визуальном восприятии продукта. Для клиента важна эмоциональная составляющая. Поэтому привлекательная подача готового продукта в красивой брендированной упаковке влияет не только на рейтинги продаж, но и на ее продвижение на рынке.

Достойной альтернативой вакуумному пакету для ряда конструкторских решений могут стать контейнеры с секциями под запайку, соусники с герметичной крышкой, которые запечатывают жидкости внутри и не позволяют ей вытекать при транспортировке.

Технология запайки позволяет не только извлечь воздух и избежать проникновение кислорода внутрь, что препятствует размножению бактериальной микрофлоры, но и сохранить органолептические характеристики готового продукта на длительный срок за счет его помещения в газомодифицированную среду, абсолютно безопасную для здоровья потребителя.

Разрабатывая упаковочный материал, многие шеф-повара, технологи и маркетологи фабрик-кухонь неоднократно сотрудничали с компанией РЕАЛ – крупным дистрибьютером упаковочных материалов и аксессуаров для пищевых производств. Благодаря совместной работе над проектом, им удавалось найти баланс между маркетинговой привлекательностью, функционалом и финансовой составляющей.

Сейчас перед нами стоит задача придумать и воплотить в жизнь конструкторское решение, которое будет вкусным не только по содержанию, но и по форме, чтобы покупателю было не стыдно пойти с ним в гости и устроить торжественный ужин в кругу близких и друзей. Совместными усилиями мы придем к результату, который будет отвечать всем требованиям проекта.



Максим Сырников

У НАС НЕМНОГО КИНОШНОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О РУССКОЙ КУХНЕ

МАКСИМ СЫРНИКОВ, ЭКСПЕРТ ТРАДИЦИОННОЙ РУССКОЙ КУХНИ, АВТОР БОЛЕЕ 15 КНИГ О НЕЙ, БРЕНД-ШЕФ НЕСКОЛЬКИХ РЕСТОРАНОВ РУССКОЙ КУХНИ В РОССИИ, А ТАКЖЕ СУПЕРМАРКЕТА ДОМАШНЕЙ ЕДЫ В НОВОСИБИРСКЕ «ДОБРЯНКА», РАССКАЗАЛ НАМ, КУДА УХОДЯТ ИСТОРИЧЕСКИЕ КОРНИ РУССКОЙ КУЛИНАРИИ, КАКИЕ БЛЮДА В 19 ВЕКЕ ПРОИЗВОДИЛИ НАИБОЛЬШЕЕ ВПЕЧАТЛЕНИЕ НА ФРАНЦУЗОВ, КАК ЗА ДВА ВЕКА ИЗМЕНИЛСЯ ВКУС У ЖИТЕЛЕЙ РОССИИ И МИРА, ПОЧЕМУ ШЕФ-ПОВАРУ РЕСТОРАНА РУССКОЙ КУХНИ СЕГОДНЯ ТРУДНО И КАКИМ ЭТОТ РЕСТОРАН ДОЛЖЕН БЫТЬ.

ПЕРВЫЕ ИСТОЧНИКИ НЕИНФОРМАТИВНЫ

Максим, вы являетесь одним из главных экспертов по русской кухне в России. Но откуда вы можете о ней знать, если до нас дошло крайне мало исторических фактов? Чуть ли не первым упоминанием о том, что ели наши предки, являются несколько строк в «Слове о полку Игореве» про то, как князь стрелял лебедей. Рецепты ведь тогда не записывались. И только в 19 веке, после приезда в Петербург французского повара Антуана Карема, повара начали их как-то фиксировать.

— Я немного возражу по поводу исторических фактов. Начнем с того, что первые упоминания, конечно, мы находим не только в «Слове о полку Игореве», хотя они примерно такой же информативности, то есть, мало о чем говорящие. Есть, например, упоминание в «Лаврентьевской летописи», созданной в 14 веке, насчет жарившегося на камнях мяса — говядины и конины. Есть и более древнее упоминание в одном из арабских источников о том, что главной едой на Руси является мясо и кровь лошадей и коров.

Ничего себе русская кухня!

— Ну да, вот такие источники (улыбается). Информативности ноль, так же, как и достоверности. Можно в это верить, можно принимать эти упоминания, пришедшие из глубины веков, с иронией или, напротив, с глубочайшим почтением, но у нас есть лишь это. Что касается документальных источников, то они начались не с Карема. Он, безусловно, внес свою лепту в историю русской кухни, но, например, на Василия Лёвшина, одного из основоположников кулинарной литературы в России, Карем вообще ни малейшего влияния не оказал. Книга Лёвшина «Русская поварня» была издана в 1816 году, Карем в это время еще не приезжал в Россию.

«Русская поварня» — это о русской кухне?

— Именно о русской кухне и более ни о чем. Всё, что выходило до Лёвшина — и «Поваренные записки» Сергея Друковцова, и «Новейшая и полная поваренная книга в двух частях» Николая Яценкова, — это, скорее, некие перепевы французской кухни. Хотя у того же Яценкова есть и рецепты русской кухни, не имеющие к европейской никакого отношения. А это книги конца 18 века!

То есть французская кухня была отражена в наших книгах, а русская нет?

— Яценков был переводчиком, студентом Московского университета, и 80% рецептов у него — это переводы с французского. Но каким-то образом он в свою книгу вставил некими вкраплениями и абсолютно русские рецепты.



“ ВСЁ, ЧТО ВЫХОДИЛО ДО ЛЁВШИНА — И «ПОВАРЕННЫЕ ЗАПИСКИ» СЕРГЕЯ ДРУКОВЦОВА, И «НОВЕЙШАЯ И ПОЛНАЯ ПОВАРЕННАЯ КНИГА В ДВУХ ЧАСТЯХ» НИКОЛАЯ ЯЦЕНКОВА, — ЭТО, НЕКИЕ ПЕРЕПЕВЫ ФРАНЦУЗСКОЙ КУХНИ

ДО 18 ВЕКА ПОВАРА ДЕЙСТВИТЕЛЬНО ЛЕНИЛИСЬ ОПИСЫВАТЬ РЕЦЕПТЫ СВОИХ БЛЮД



Действительно, до 18 века повара на самом деле ленились описывать рецепты своих блюд. Хотя тут тоже не всё так однозначно, потому что есть достаточно подробные описания приготовления некоторых блюд в «Домострое» — сборнике правил, советов и наставлений 16 века. Кроме того, есть еще один документ, который часто считают включением в «Домострой», хотя это отдельная книга — «Книга яств, во весь год в стол подаваемых». Священник Сильвестр, живший во времена Ивана Грозного и составивший эту книгу, просто перечислил в ней блюда, не упоминая о том, как их готовить.

Только названия блюд, без состава?

— Да, но это тоже захватывающе интересно читать, хотя мы уже значительной части этих блюд не знаем и вообще не понимаем, о чем идет речь. Кроме того, очень важным источником информации о русской кухне являются монастырские приходно-расходные книги 17–18 века, которые, опять же, рецептуры не касались, но из которых тем не менее мы можем почерпнуть много интересного.

Например, что?

— Например, мы узнаём, что кундюмы тогда готовили из так называемой кислицы. Кислицей при этом называли не только одноименное растение, но и щавель. И в описании того, какие продукты надо заготовить для приготовления кундюмов, в монастырских приходно-расходных книгах указываются яйца, мука и эта самая кислица. То есть начинка была из щавеля с рубленным яйцом, абсолютно понятная нам — бабушки в деревнях и сейчас так готовят пироги.

Кундюмы — это пироги?

— Нет, кундюмы — это нечто пельменеобразное (улыбается). В книге Лёвшина «Русская поварня» есть подробный рецепт приготовления этих кундюмов, правда, с белыми грибами. Если мы возьмем всё, что похоже на пельмени в принципе — хинкали, манты, буузы, дим самы, равиоли и прочие вареники, — то они все так или иначе варятся в воде или на пару. Серьезное отличие кундюмов в том, что они запекаются в русской печи. Сначала запекаются, потом заливаются жидкой заливкой со сметаной и вновь запекаются — доводятся в той же русской печи до кондиции. Это очень вкусное блюдо, и в «Добрянке» мы его успешно продаем.

НЯНЯ ВМЕСТО ЛЯГУШКИ

То есть какие-то сведения о русской кухне в нашей литературе всё же сохранились?

— Да, с борю по сосенке можно набрать какую-то общую картину русской кухни. Что касается Карема, который, как

говорят, соединил русскую кухню с французскими технологиями, то он работал в Петербурге, при императорском дворе, и его кухню сложно назвать массовой: она касалась достаточно узкой прослойки общества.

Дворянства?

— Даже не дворянства: какой-нибудь помещик Курской губернии знать не знал ни о Кареме, ни о его кухне и продолжал готовить по старинке. Как замечательно описано у Гоголя, помните? Собакевич говорил, что, мол, лягушку я и в рот не возьму, а вот что касается кулебяки, и бараньего бока с кашей, и няни из бараньего желудка, это всё с удовольствием съем. Это нормальное отношение мелкопоместного дворянства и помещичьего класса, который был гораздо более многочисленным, чем петербургская или московская знать.

А мы, по всей видимости, представляем нашу русскую кухню по тем блюдам, которые подавали именно знати?

— У нас действительно немного киношное представление о ней — будто это лишь то, что подавалось каким-нибудь великим князьям. Но это, конечно, лишь ее небольшая часть. Точно так же, как во всех странах мира. Есть, допустим, высокая французская кухня, которая развивалась при дворе Людовика XIV, и есть то, что готовили у нормандского крестьянина или марсельского рыбака — и это совершенно другая кухня. То же самое в России: была кухня знати и кухня повсеместная, которая фактически не менялась от Архангельской губернии и до какого-нибудь Придонья. И эти кухни не пересекались!

АЛЕКСАНДР ДЮМА И НАРОДНАЯ КУХНЯ

Что же тогда такое народная кухня?

— На самом деле она самая яркая, интересная и массовая. Она оказала гораздо большее влияние на то, что можно назвать современной русской кухней, чем кухня знати. Много ли мы знаем рецептов императорского двора? А вот рецептов разных окрошек, рассольничков, солянок знаем во множестве. Но всё время почему-то смотрим на великокняжеский обед, где лебедей фаршируют (смеётся). Так что в России параллельно существовала и кухня знати, и народная. Давайте, помимо Карема, вспомним путешествие по России Александра Дюма-старшего!

За 9 месяцев он проехал от Петербурга до Кавказа и потом, знакомя европейцев с нашей кухней, внес многие блюда, такие как ботвинья, кулебяка и прочие, в свою кулинарную книгу. Они произвели на него большое впечатление! Авдотья Панаева, одна из самых ярких женщин 19 века, писала в

“ В РОССИИ
БЫЛА
КУХНЯ ЗНАТИ
И КУХНЯ
ПОВСЕМЕСТНАЯ.
И ЭТИ КУХНИ
НЕ ПЕРЕСЕКАЛИСЬ!



Кундюмы — старинное русское блюдо, своего рода пельмени с грибной начинкой в сочетании с крупой и пряностями, или с начинкой из щавеля с яйцом



Ботвинья — холодный суп с тонким нежно-острым вкусом с горчинкой, на хлебном квасе. Ботвинью заправляют припущенной и протёртой отварной свекольной ботвой и свежей огородной зеленью



воспоминаниях, что у нее в гостях Александр Дюма съедал по 4–5 тарелок ботвиньи, закусывая ее кулебякой.

Но была ведь еще и крестьянская кухня?

— Материалов о ней тоже вполне достаточно. У нас есть и журналы географических экспедиций, и книги отдельных энтузиастов, живших в 19 веке, — например, «Очерки Пошехонья» краеведа и этнографа Алексея Балова, где он подробно пишет о том, что ели крестьяне его родного Пошехонского уезда Ярославской губернии. И таких Баловых, писавших про свои губернии, были десятки. Так что материалы есть. Другое дело, что, к сожалению, современники наши, по словам Пушкина, ленивы и нелюбопытны. Поэтому, когда я разговариваю с молодыми шеф-поварами, которые занимаются русской кухней, то вижу, что у них по части знаний о ней полный провал. Они как раз уверены, что читать нечего, и все знания потеряны. И ничего не читают.

Не все же, наверное...

— Конечно, не все! Есть полная противоположность — ребята образованные, которые еще и мне рассказывают, что они нашли и как приготовили.

ЧЕЛОВЕЧЕСТВО ИЗБАЛОВАЛО СЕБЯ ДЕШЕВЫМ САХАРОМ

А как они могут готовить, если с тех времен уже и вкусы изменились, и продукты стали другими? Та же ботвинья, наверное, сейчас будет иметь совсем другой вкус.

— Ботвинья, я вас уверяю, и сейчас очень вкусная: я готовил ее во многих ресторанах. Это вообще-то парадное блюдо, оно недешевое, готовилось с дорогой рыбой. Например, у Гончарова в его известнейшем произведении жена Обломова говорит, что рыбак на соседней улице привез свежую осетрину, и можно уже приготовить ботвинью. Это весенне-летнее блюдо, с зеленью, но вовсе не с какой-то ботвой — плохо жующейся травой с огорода. Напротив — оно готовилось со шпинатом, молодыми листочками свёклы, тем же самым щавелем, всякой свежей огородной зеленью, которая припускалась и доливалась тем, что тогда называли кислыми щаами — крепким квасом. Эта жидкая основа дополнялась дорогой рыбой, а в жару в это блюдо подкладывался лёд, так что неудивительно, что Александр Дюма съедал несколько тарелок (смеётся).

В таком случае что же изменилось?

— Вкусы действительно изменились. Человечество за последние 150–200 лет начало есть всё больше сладкого.

**ВКУСЫ
ДЕЙСТВИТЕЛЬНО
ИЗМЕНИЛИСЬ.
ЧЕЛОВЕЧЕСТВО
ЗА ПОСЛЕДНИЕ
150–200 ЛЕТ
НАЧАЛО ЕСТЬ
ВСЁ БОЛЬШЕ
СЛАДКОГО**



Из-за этого мы потеряли настоящий вкус хлебного кваса, а соответственно, окрошки и ботвиньи. То есть всё то, что сейчас делается на сладком квасе, никакого отношения к тому вкусу, природному и настоящему, не имеет. Сахар в 18 веке был очень дорогой, а в 21 веке стал очень дешевым, и вся мировая селекция работает на то, чтобы и яблоки, и ягоды, и всё остальное было слаще. При этом сладкое и несладкое моченое яблоко — это два разных продукта. То есть человечество себя избаловало дешевым сахаром, и это отражается не только на нашем здоровье, но и наших вкусовых рецепторах.

РЕСТОРАН НЕ ЭТНОГРАФИЧЕСКИЙ МУЗЕЙ

Продукты тоже изменились?

— А вот потеря продуктов преувеличена. Мы как-то с одним из моих друзей проводили эксперимент — готовили блюда по книге Елены Молоховец «Подарок молодым хозяйкам, или Средство к уменьшению расходов в домашнем хозяйстве», по первому изданию 1861 года. Сначала, конечно, разделили рецепты на те, которые можно приготовить сейчас, на те, которые можно условно приготовить, и те, которые приготовить нельзя.

Что такое «условно приготовить»?

— Например, жареные рябчики. Рябчиков можно заказать где-нибудь в охотничьих хозяйствах, но в магазине просто так не купишь. Есть и абсолютно невыполнимые рецепты — например, то, что связано с вязигой. Этот продукт сейчас не производится, хотя раньше он был очень дешевым, его даже называли осетриной для бедных. Вязигу развозили по России в огромных количествах, сушили, с ней готовили пирожки, кулебяки, расстегаи.

Давайте объясним, что такое вязига.

— Это хрящевидная струна осетровых рыб, которая находится в хорде. Она высушивалась, а перед приготовлением размачивалась, обжаривалась с луком и служила в качестве начинки. Сейчас этот продукт недоступен, но подобных ему мы на всю книгу нашли всего 3–4. Остальное всё есть! И теоретически можно приготовить все блюда из книги Молоховец, за малым исключением, и они будут вкусными и интересными.

Нужно ли адаптировать эти блюда под наш вкус?

— Нужно, но это касается, скорее, подачи, а не вкуса. Например, если приготовить какие-нибудь запеченные потроха — в русской печи, в сметане, — они будут очень вкусными. Но если потом их и подать так же, как веками



**ЕСТЬ И
АБСОЛЮТНО
НЕВЫПОЛНИМЫЕ
РЕЦЕПТЫ —
НАПРИМЕР,
ТО, ЧТО СВЯЗАНО
С ВЯЗИГОЙ.
ЭТОТ ПРОДУКТ
СЕЙЧАС НЕ
ПРОИЗВОДИТСЯ**

РЕСТОРАН — ЭТО НЕ ЭТНОГРАФИЧЕСКИЙ МУЗЕЙ, А КОММЕРЧЕСКОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ



подавали в крестьянских семьях, то это будет интересно лишь узкому кругу лиц. Я всегда говорю, что ресторан — это не этнографический музей, а коммерческое предприятие. И чтобы привлечь туда людей один раз, действительно можно приготовить что-то необычное. Но чтобы люди вернулись, нужно предлагать более понятные для них блюда. И поэтому шеф-повару русской кухни трудно.

Ему, с одной стороны, нужно не ломать об колено аутентичность и историчность этой кухни, а с другой — угодить современному едоку. Но без обмана!

ТРАДИЦИОННЫЕ, ВКУСНЫЕ, В СОВРЕМЕННОЙ ПОДАЧЕ

Где эта тонкая грань, по которой он должен пройти?

— А вот это как раз вопрос умения, мастерства и интеллекта шеф-повара. Я знаю таких шефов, которым это удается, — например, Владу Пискунову, шеф-повару московского ресторана русской кухни «Матрёшка». Он вполне успешно идет по этой грани.

Сегодня можно ожидать интереса шефов к нашей кухне?

— Такого ее расцвета, который случился во второй половине 19 века, ожидать, конечно, не приходится. Но тогда интерес к русской кухне подогрели «новые люди» — купцы-предприниматели, которые вышли из крепостных и начали теснить родовую аристократию. Их смекала и предприимчивость позволила им заработать большие деньги, а все эти профитроли и фуа-гра им были не нужны —

французские рестораны тогда закрывались массово, а вместо них открывались как раз русские трактиры.

Об этом потом писал Гиляровский — о том, что приходили эти молодые купцы и говорили трактирщику: «Ты мне кисельца горохового давай, и щи, и пирог на 12 слоев» — все те блюда, которые они с детства видели и пробовали, но никогда не ели вволю. А сейчас-то могли себе позволить всё! И пошел бум русской кухни. У нас сейчас мало перспектив, что мы пойдем по такому же пути, но, по крайней мере, может быть, произойдет слом интересов.

Как вы считаете, каким сегодня должен быть ресторан русской кухни, чтобы быть самобытным и в то же время современным?

— В разных городах у нас есть примеры ресторанов с русской печью, где подаются традиционные блюда и куда приходят и местные жители, и туристы. И при этом там нет никаких официанток в кокошниках, то есть это вполне современные рестораны. Я имею в виду, что необязательно вешать на стену тележное колесо, чтобы подчеркнуть русскость своего заведения: мне как раз гораздо ближе русский ресторан с белыми накрахмаленными скатертями, безо всякого наигранного народничества, и чтобы русская музыка в нем играла тихо и спокойно, от Рахманинова до хорошего этно. Ведь, как бы там ни было, главным в этом ресторане должны быть те блюда, которые готовит шеф-повар — традиционные, вкусные, в современной подаче.

Беседовала Светлана Куликова



НЕОБЯЗАТЕЛЬНО ВЕШАТЬ НА СТЕНУ ТЕЛЕЖНОЕ КОЛЕСО, ЧТОБЫ ПОДЧЕРКНУТЬ РУССКОСТЬ СВОЕГО ЗАВЕДЕНИЯ





ОТ ВОЗРОЖДЕНИЯ ИСТОРИЧЕСКОГО НАСЛЕДИЯ ДО РЕАЛЬНЫХ БИЗНЕС-ПРОЕКТОВ

ПЕТЕРБУРГСКАЯ КУХНЯ – УНИКАЛЬНОЕ ГАСТРОНОМИЧЕСКОЕ ЯВЛЕНИЕ, ВОЗНИКШЕЕ В ПРОЦЕССЕ ГАРМОНИЧНОГО СЛИЯНИЯ РУССКОЙ И ЕВРОПЕЙСКОЙ КУЛИНАРНЫХ КУЛЬТУР И ФОРМИРОВАВШЕЕСЯ В ТЕЧЕНИЕ ТРЁХ СТОЛЕТИЙ. ИЗУЧАЯ ЕЕ ИСТОРИЮ, ВОЗРОЖДАЯ ТРАДИЦИИ, РЕАЛИЗУЯ ДЛЯ СВИДЕТЕЛЕЙ НАСТОЯЩЕЙ ЭПОХИ, МЫ ПРИКАСАЕМСЯ К ВЕЛИКОМУ ПРОШЛОМУ И ОЩУЩАЕМ КУЛЬТУРНОЕ ЕДИНСТВО ЧЕРЕЗ ЕДУ.

Благодаря Правительству Санкт-Петербурга в 2014 году стартовал проект «Петербургская кухня». Он был нацелен на возрождение и приумножение кулинарных традиций Петербурга и его продвижения как культурно-гастрономической столицы России.

В рамках проекта «Петербургская кухня» был учрежден и впервые проведен в 2021 году Кубок Губернатора Санкт-Петербурга «Лучший шеф-повар Петербургской кухни». В том числе благодаря этому кулинарному турниру происходит не только развитие уникальной кухни Северной столицы, но и популяризация кулинарных профессий.

Организатором и вдохновителем Кубка Губернатора выступает Комитет по внешним связям Санкт-Петербурга при поддержке Комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга, Федерации Рестораторов и Отельеров России, Санкт-Петербургской ассоциации кулинаров. Участники этого значимого события раскрывают свой творческий потенциал, демонстрируют свое видение новой петербургской кухни и рождают уникальные гастрономические шедевры, которым бы позавидовал сам Мари Антуан Карем и другие знаменитые кулинары прошлого. Золотыми призерами Кубка Губернатора Санкт-Петербурга «Лучший шеф-повар Петербургской кухни» за два года существования стали Станислав Ахметшин и Евгений Попов. Им удалось не только оставить свой след в истории, но и показать, что наша кулинарная культура не имеет границ, она открыта для новых интересных экспериментов, которые однажды станут исторически значимыми.

Благодаря проекту «Петербургская кухня» мы наблюдаем, как культурно-историческое наследие превращается в реальные проекты современной профессиональной кулинарии, как преобразуется и развивается ресторанный бизнес. И в этом есть заслуга и интерес всех тех, кто неравнодушен к отечественной гастрономической культуре, прилагает знания и все возможные усилия ради ее развития и процветания.



Лилиана Бергер,
шеф-редактор специального
выпуска журнала ПРОКУХНЯ

Станислав Ахметшин

ПРОНИКСЯ ПЕТЕРБУРГСКОЙ КУХНЕЙ ПОСЛЕ УЧАСТИЯ В КОНКУРСЕ

КУБОК ГУБЕРНАТОРА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА «ЛУЧШИЙ ШЕФ-ПОВАР ПЕТЕРБУРГСКОЙ КУХНИ» – ЗНАЧИМОЕ СОБЫТИЕ ДЛЯ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ КУЛИНАРНОЙ КУЛЬТУРЫ, ПЕТЕРБУРГСКОЙ КУХНИ КАК УНИКАЛЬНОГО ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ФЕНОМЕНА, ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ПРОФЕССИЙ СФЕРЫ ПИТАНИЯ ВНЕ ДОМА. ЕГО УЧАСТНИКИ, СОРЕВНУЯСЬ МЕЖДУ СОБОЙ, РАСКРЫВАЮТ ТВОРЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ И ДЕМОНИСТРИРУЮТ СВОЕ ВИДЕНИЕ ПЕТЕРБУРГСКОЙ КУХНИ, А ЖЮРИ И ГОСТИ СТАНОВЯТСЯ СВИДЕТЕЛЯМИ РОЖДЕНИЯ НОВЫХ ГАСТРОНОМИЧЕСКИХ ШЕДЕВРОВ, ОТ КОТОРЫХ ПРИШЕЛ БЫ В ВОСТОРГ САМ МАРИ-АНТУАН КАРЕМ.

ЗВАНИЕ «ЛУЧШЕГО ШЕФ-ПОВАРА ПЕТЕРБУРГСКОЙ КУХНИ» НА I КУБКЕ ГУБЕРНАТОРА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА ПОЛУЧИЛ СТАНИСЛАВ АХМЕТШИН, ШЕФ-ПОВАР И СОВЛАДЕЛЕЦ ПЕТЕРБУРГСКОГО РЕСТОРАНА PASEO DEL PRADO. ПО СЛОВАМ ЗОЛОТОГО ПРИЗЕРА, ЕГО ЗНАКОМСТВО С ПЕТЕРБУРГСКОЙ КУХНЕЙ ПРОИЗОШЛО ВО ВРЕМЕНА ОБУЧЕНИЯ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОМ ЭКОНОМИКО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОМ КОЛЛЕДЖЕ ПИТАНИЯ (НЫНЕ – ИНСТИТУТ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ (ИСПО) ПОЛИТЕХ), А УВЛЕЧЕННОСТЬ ЕЮ, ПРИШЛА ПОСЛЕ КОНКУРСА.

МЫ ВДОХНОВЛЯЛИСЬ ИДЕЯМИ ВЕЛИКИХ КУЛИНАРОВ И НА БАЗЕ ЭТОГО СОЗДАВАЛИ НОВОЕ

Станислав, расскажите, над чем сейчас работаете?

– Петербургской кухней занимаюсь очень активно. Например, в мае мы планируем запуск петербургского сета в нашем ресторане. Кстати, активно развиваться в данном направлении начал как раз после участия на Кубке Губернатора Санкт-Петербурга. По заданию кулинарного конкурса нужно было проштудировать всю кулинарную литературу XIX века, книги, написанные Игнатием Радецким,



СТАНИСЛАВ АХМЕТШИН

За многолетнюю карьеру Станислав успел поработать с крупными и знаковыми проектами Санкт-Петербурга. Начал свой путь с обучения в экономико-технологическом колледже питания, изучал все детали кулинарии, освоил азы и уже тогда он понял, что хочет делать что-то большее.

С 2010 года Станислав работал на позиции шеф-повара в таких проектах, как Галерея, сеть ресторанов Par и the Buddy cafe. В 2012 году обучался в школе I.F.S.E. итальянской кухни и кондитерских изделий в Турине. Работал в ресторанах Four Seasons Hotel Lion Palace в команде с именитым итальянским шеф-поваром Андреа Аккорди, обладателем двух звезд гюда MICHELIN. А также стажировался в ресторане Savva (Москва), получившего звезду гюда MICHELIN Moscow 2022, под руководством шеф-повара Андрея Шмакова. Принимал участие в большом количестве различных мастер-классов и гастрономических ужинов вместе с известными шефами Петербурга. Помимо достижений и карьерного роста в ресторанах, принял вызов и стал участником в проекте «Битва Шефов» на телеканале Пятница.

НАГРАДЫ

2021 – Победитель I Кубка Губернатора «Лучший шеф-повар Петербургской кухни»

2017 – Победитель Конкурса "Лучший по профессии в сфере торговли и услуг" в номинации "Лучший повар"

2014 – Бронзовый призер Международного Кулинарного Кубка Кремля

2002 – Серебряный призер чемпионата по кулинарии и сервису «Золотая Кулина» в личном зачете

2002 – Бронзовый призер чемпионата по кулинарии и сервису «Золотая Кулина» в командном зачете



Еленой Молоховец, Екатериной Авдеевой... Авторы в списке было много. Они стояли у самых истоков петербургской кухни, и в своих работах описывали историю создания рецепта каждого блюда. На конкурсе мы готовили три курса: холодную закуску, в которой должен был присутствовать судак, горячее блюдо, темой которого был перепел, и, конечно же, десерт – бланманже. Нам не нужно было повторять рецепты великих кулинаров. Мы вдохновлялись их идеями, и на базе этого создавали новое, современное авторское видение блюд петербургской кухни, представляли их на суд уважаемого жюри.

Я окончил Санкт-Петербургский экономико-технологический колледж питания. Благодаря нашему преподавателю – Татьяне Юрьевне Цветковой, историку петербургской кухни, с кулинарным прошлым нашего региона познакомился еще во времена обучения. Однако плодотворно окупился в петербургскую кухню, проникся ее идеологией только после участия в Кубке Губернатора Санкт-Петербурга: стал изучать технологические процессы, рецепты, истории блюд. Петербургская кухня многогранна и интернациональна. В ней гармонично слились кулинарные культуры Италии, Франции, Голландии, Германии, много того, чего не было в традиционной русской кухне. Этим она и интересна.

НУЖНО ГОТОВИТЬСЯ, ЧТОБЫ ПОБЕДИТЬ!

Читателям интересно, как проходил процесс подготовки к конкурсу? Расскажите об этом подробно.

– В первое время мы изучали петербургскую кухню по книгам, чтобы иметь представление о ней, понимание ее философии. Где-то за три недели до конкурса мы получили оповещение о том, как будет проходить мероприятие, какие ингредиенты будут присутствовать на продуктовой горке, информацию об основных продуктах блюд.

По условиям конкурса можно использовать только предложенные ингредиенты, ничего лишнего. Мы вместе с коллегой, моим помощником, быстро расписали идеи и начали усиленно трудиться над их воплощением. Конечно, рабочий процесс никто не отменял. Поэтому мы оставались после закрытия ресторана, ночами делали проработки для конкурсного меню. В общем, три недели плодотворного усиленного труда, бессонных ночей и мозгового штурма, и победа оказалась у нас в руках! Кстати, в процессе подготовки сложно найти помощника, поскольку по условиям конкурса его возраст должен был быть до 21 года. А 20-летнее толковое, ответственные повара – это большая редкость. Но мне повезло.

ВСЕ БЫЛО НА ВЫСШЕМ УРОВНЕ

Каковы ваши впечатления от участия на Кубке Губернатора Санкт-Петербурга? Какие моменты запомнились больше всего?

– Даже несмотря на то, что я неоднократно принимал участие в различных кулинарных соревнованиях в Москве



и Санкт-Петербурге, данное мероприятие было в новинку. Впечатления были волнующими, но исключительно положительными.

Во-первых, были очень компетентные судьи – шеф-повара известных успешных ресторанов. Во-вторых, были созданы все необходимые условия для работы. Каждому участнику был предоставлен отдельный бокс, оснащенный необходимым ресторанным оборудованием. В-третьих, критерии оценок были очень адекватными и профессиональными. Мероприятие проходило на высшем уровне.

ЕСТЬ СВОИ КУЛИНАРНЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ

Как вы заметили, петербургская кухня весьма многогранна. Какие блюда кулинарного направления вам нравятся больше всех?

– Я большой любитель сладкого. Мне очень нравится бланманже. У этого нежного десерта есть своя история, множество вариантов приготовления. В древности его загущали рыбным эликсиром – по факту рыбным желатином. Сейчас бланманже делают не только на миндальном или кокосовом молоке. Есть множество авторских вариантов с добавлением различных орехов, злаков и пряностей.

Хочется отметить такое интересное блюдо, как фромаж. Слово «фромаж» в переводе с французского языка означает сыр. Например, фромаж из птицы часто присутствовал на светских застольях позапрошлого столетия. Блюдо представляет собой перетертое мясо птицы с добавлением сливок, сливочного масла и полутвердого сыра.

По традиции фромаж подается в оболочке из желе, которая обрамляет сердцевину из паштета. Если следовать актуальным трендам, то оболочка из желе может иметь яркий натуральный цвет, например при добавлении свекольного сока, который, кстати, активно использовался как доступный и натуральный краситель уже тогда, а паштету легко можно придать любую интересную форму.

ПЕРЕМНЫ К ЛУЧШЕМУ

Есть ли перемены в Вашей карьере после победы в конкурсе?

– Разумеется! Я начал активно вести светскую жизнь. Меня часто стали приглашать на различные мероприятия, приемы Петербургской администрации. Например, в этом году в Северной столице проходил Петербургский завтрак, куда меня пригласили на открытие.

В целом, приглашают поучаствовать в разных гастрономических мероприятиях, где присутствует петербургская кухня. Это очень помогает увеличивать количество интересных и ценных связей в индустрии, совершенствовать свои знания и навыки.

Беседовала Лилиана Бергер





Евгений Попов

ПОБЕДА В КОНКУРСЕ ЗАВИСИТ ОТ КАЧЕСТВА ПОДГОТОВКИ!

ПЕТЕРБУРГСКАЯ КУХНЯ – УНИКАЛЬНОЕ ГАСТРОНОМИЧЕСКОЕ ЯВЛЕНИЕ, ВОЗНИКШЕЕ В ПРОЦЕССЕ СЛИЯНИЯ РАЗНЫХ КУЛИНАРНЫХ КУЛЬТУР. ИЗУЧАЯ ЕЕ ИСТОРИЮ, ВОЗРОЖДАЯ ТРАДИЦИИ, РЕАЛИЗУЯ ДЛЯ СВИДЕТЕЛЕЙ НАСТОЯЩЕЙ ЭПОХИ, МЫ ПОЛУЧАЕМ ВОЗМОЖНОСТЬ ПРИКОСНУТЬСЯ К ВЕЛИКОМУ ПРОШЛОМУ И ОЩУТИТЬ КУЛЬТУРНОЕ ЕДИНСТВО ЧЕРЕЗ ЕДУ.

ФРАНЦУЗСКАЯ ИЗЫСКАННОСТЬ, ЕВРОПЕЙСКИЙ СТИЛЬ И РУССКАЯ ДУША – ТРИ ГЛАВНЫЕ ФРАЗЫ, КОТОРЫМИ МОЖНО ОПИСАТЬ РАБОТЫ ПОБЕДИТЕЛЕЙ КУБКА ГУБЕРНАТОРА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА «ЛУЧШИЙ ШЕФ-ПОВАР ПЕТЕРБУРГСКОЙ КУХНИ» 2022 ГОДА. ЭТО МЕРОПРИЯТИЕ СТАЛО ДОБРОЙ ТРАДИЦИЕЙ, КОТОРОЕ ЕЖЕГОДНО ПРОХОДИТ В СЕВЕРНОЙ СТОЛИЦЕ В РАМКАХ ПРОЕКТА ПРАВИТЕЛЬСТВА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА «ПЕТЕРБУРГСКАЯ КУХНЯ». СТАТЬ ЛУЧШИМ СРЕДИ ЛУЧШИХ СОВСЕМ НЕПРОСТО, И В ТО ЖЕ ВРЕМЯ – ВАЖНО ДЛЯ ШЕФА.



Кубок губернатора Санкт-Петербурга «Лучший шеф-повар» Петербургской кухни

ЕВГЕНИЙ ПОПОВ — ЗОЛОТОЙ ПРИЗЕР ВТОРОГО КУБКА ГУБЕРНАТОРА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА, — СЧИТАЕТ, ЧТО УЧАСТИЕ В ПОДОБНЫХ КОНКУРСАХ – НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ КАРЬЕРНОГО РОСТА И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ. О ТОМ, КАК ПРОХОДИЛ КОНКУРС, КАКИЕ ТРУДНОСТИ ПРИШЛОСЬ ПРЕОДОЛЕТЬ НА ПУТИ К ПОБЕДЕ – В ИНТЕРВЬЮ С ШЕФ-ПОВАРОМ ДЛЯ ЧИТАТЕЛЕЙ.

Евгений, давно ли Вы знакомы с петербургской кухней? И как стали участником конкурса?

– На конкурс меня пригласил Виктор Шабалин, член экспертного совета Федерации Рестораторов и Отельеров России. Сам я родом из Ленинграда, теперь уже Санкт-Петербурга. Несмотря на то, что давно живу и работаю в Перми, с удовольствием принял его приглашение. Это была отличная идея – съездить на Родину и поучаствовать в конкурсе. Вообще, петербургская кухня уникальна и интересна тем, что в ней гармонично уживаются разные кулинарные направления: французская и европейская гастрономия, наша родная северная кухня. И мне было интересно приготовить что-то подобное, в рамках конкурсных заданий, конечно. По мнению судей, получилось неплохо.

ВДОХНОВЛЯЛСЯ РЕЦЕПТАМИ СТАРОЙ ПЕТЕРБУРГСКОЙ КУХНИ

Расскажите, как готовились к Кубку Губернатора?

– К конкурсу готовились долго и серьезно. Надо было следовать рецептам старой петербургской кухни. Помимо кулинарных книг Игнатия Радецкого и Елены Молоховец, изучал «Искусство французской кухни XIX столетия», составителем которой был Мари Антуан Карем – родоначальник петербургской кухни. Его книга с рецептами буквально вдохновила меня на новые идеи, которые я сумел реализовать на конкурсе. Этот путеводитель по французской кухне до сих пор лежит на моем письменном столе.

После того, как видение конкурсных блюд более-менее сформировалось, мы с помощницей отработывали их на профессиональной кухне каждый день в течение месяца. Мы находили время после работы, чтобы делать проработки, расписывали план рабочего процесса, работали по таймингу. Поначалу все давалось с большим трудом. Нужно было сосредоточиться не только на вкусовых сочетаниях, но и придумать, как блюда будут выглядеть на тарелке. Все должно было быть вкусно, интересно, эстетически привлекательно, чтобы удивить судей. Мы, безусловно, волновались. И когда времени до конкурса оставалось совсем мало, наш творческий поиск дал свои положительные результаты. Конечно, какие-то нюансы все время додумывали, оттачивали, творческий процесс продолжался даже в пути, пока мы ехали на конкурс в Питер. А по приезду делали проработки еще и на местных продуктах. Поэтому главным было собраться, ничего не забыть, не упустить, следовать намеченному алгоритму.



Главный приз Кубка губернатора Санкт-Петербурга на звание «Лучший шеф-повар» петербургской кухни





Каковы были условия конкурса? Чем удивляли судей?

– По условиям конкурса нужно было представить три позиции: закуску, горячее блюдо и десерт. Мы сразу распределили роли. Моя помощница, по большей части, взяла на себя приготовление десерта, а мне предстояло справиться с остальными блюдами. Главной темой конкурса была утка. На закуску мы приготовили рулет из утиной грудки, фаршированный муссом из утиного мяса с черносливом. Чтобы достичь нежности и сохранить сочность, утиный рулет готовили в сувиде при температуре 56-58°C. Вторым элементом закуски была тарталетка из слоеного теста с паштетом из утиного мяса с фуа-гра и тыквенным кремом. Паштет был слегка карамелизирован сверху для придания изящного глянца. И третьим элементом закуски был предложен салат из хурмы со сливочным сыром и тыквенным кремом. Все это было объединено соусом из утиного демигласа с добавлением портвейна.



На горячее мы подавали мясной пирог. Идея заключалась в том, чтобы говядину и фуагра завернуть в лист савойской капусты, добавить мусс из утиного мяса, а затем спрятать все это в слоеное тесто и выпекать. В разрезе пирог выглядел очень красиво. Мы его подавали с кремом из корня сельдерея, салатом из свежих зеленых яблок, тертым хреном и соусом из утиного демигласа с добавлением Хериса и грибов. А на десерт мы предложили заварное суфле в виде Птичьего молока, внутри которого была жидкая начинка из малинового соуса. Суфле красовалось на шоколадном бисквите, а сверху, как дамская шляпка, лежала хрустящая шоколадная вафля. Дополнительным элементом десерта был соус из сгущенного молока с цедрой лайма и свежей мятой, а также яблочный конфи с изящным печеньем тюиль. Вот такая была задумка.



А есть любимое блюдо петербургской кухни?

– Очень люблю жаренную корюшку. А вообще, петербургская кухня очень разнообразна. Много достойных супов, салатов, горячих блюд, десертов. Поэтому сложно сказать сразу, какому блюду отдаю особое предпочтение. Скорее, главное, чтобы его органолептические характеристики соответствовали моим представлениям о гастрономии. Проще говоря, должно быть вкусно и красиво.



ПОБЕДА ДАЛАСЬ С БОЛЬШИМ ТРУДОМ

Любой конкурс провоцирует волнение, сопровождается эмоциональными переживаниями, оставляет воспоминания в памяти. Каковы ваши впечатления от участия в Кубке Губернатора? Как Вам далась Ваша победа?

– Честно говоря, победа досталась с большим трудом. Во-первых, мы выступали последними. И на тот момент, посуды, которая была заявлена изначально, уже не хватало. Приходилось пользоваться тем, что взяли с собой, бегать, суетиться, искать необходимые гастроемкости. Во-вторых, у нас несколько раз вышибало электричество.

Когда уже все оборудование было настроено и готово к работе, у нас выбивало пробки. Так что, были свои трудности, стрессовые ситуации. Но куда без них? В конечном итоге мы со всем справились, все успели, сделали на отлично. Я очень благодарен своей помощнице Марии Барановой за ее стойкость и усердный труд. Также хочу выразить признательность нашему наставнику Ларисе Викторовне Плакиной, Президенту национальной ассоциации кулинаров Пермского края. Без их помощи и поддержки победы бы не случилось.

Участие в кулинарных конкурсах всегда заставляет поволноваться. Это человеческий фактор, особенно когда ко всему подходишь ответственно. Конкурсы – это часть моей профессиональной карьеры. Поэтому в подобных мероприятиях участвую с 2012 года. Становился серебряным и золотым призером на международном кулинарном фестивале «Евразия» в г. Екатеринбург, на межрегиональном фестивале «Прикамская кухня» в Перми, наша команда завоевывала бронзовые медали в финале чемпионата России Шеф аля Русс в 2017 году и т.д. Также прошел обучение на судью в WACS (Всемирная Ассоциация Сообществ Шеф-поваров), был удостоен звания «Кавалер знака достоинства» – высшей кулинарной награды Национальной Ассоциации Кулинаров России. Поэтому на Кубок Губернатора ехал подготовленным и нацеленным на победу. И все сложности, которые появлялись в процессе участия, мы достойно преодолели и получили заслуженную награду.

Каковы будут Ваши пожелания и напутствия будущим участникам конкурса – продолжателям традиции петербургской кухни?

– Хочется пожелать удачи. Но, как правило, это так не работает. Фортуна поворачивается лицом к тем, кто прилагает усилия и хорошо готовится к конкурсу. Если ребята хорошо подготовятся, то у них обязательно все получится. Это, во-первых. Во-вторых, конкурсантам всегда нужно пробовать то, что они готовят. И, в-третьих, у них должно выработаться особое отношение к конкурсу. Важно понять, что судьи – это такие же гости, которые приходят в ресторан. И они, прежде всего, «едят» глазами. Очень важно уделять внимание не только исполнению блюда, но и вкусной презентации. Все должно быть на уровне. На команды, которые приезжают на конкурс подготовленными и нацеленными на победу, приятно смотреть в процессе их выступления. Например, юниоры на Кубке Губернатора, которых тренировал Евгений Иришкин, выступали намного лучше, чем профессионалы. Их движения и техники были настолько отточены, что сам процесс выкладки на тарелке завораживал и удивлял. Поэтому мои пожелания – лучше готовиться. Это поможет избежать дополнительных волнений и переживаний. Еще очень важно готовить с любовью, в хорошем настроении, и, безусловно, любить то, что делаешь. И тогда все обязательно получится!

Интервью подготовила Лилиана Бергер



ЕВГЕНИЙ ПОПОВ

шеф-повар, управляющий в собственном проекте семейного ресторана, г. Пермь

Образование:

- 2008 – СПб ГОУ «Учебный комбинат экономики и торговли», специальность «Повар-кондитер 5 разряда»
- 2015-2018 – РЭУ им Г.В. Плеханова, специальность «Товаровед»
- 2018 - н.в. – РЭУ им Г.В. Плеханова «Технолог общественного питания»

Награды и достижения:

- 2022 – Золотой призер Кубка губернатора Санкт-Петербурга «Лучший шеф-повар» Петербургской кухни
- 2021 – «Кавалер знака достоинства» Высшая кулинарная награда Национальной Ассоциации Кулинаров России
- 2018 – Золотой призер отборочного этапа Шеф а-ля Русс, г. Пермь
- 2017 – Бронзовый призер Финала чемпионата России Шеф а-ля Русс
- 2017 – Серебряный призер отборочного этапа Шеф а-ля Русс, г. Пермь
- 2016 – Золотой призер в номинации «Шеф-кондитер года» на международном кулинарном фестивале «Евразия»
- 2016 – Серебряный призер в номинации «Шеф-повар года» на международном кулинарном фестивале «Евразия»
- 2015 – Победитель международного кубка «Евразия», командные соревнования в номинации «Национальный обед»
- 2015 – Золотой призер 16-го межрегионального кулинарного этно-фестиваля «Прикамская кухня»



Алексей Гребенчиков

ОДНА ИЗ ЗАДАЧ ШЕФА — ПЕРЕДАВАТЬ СВОЙ ОПЫТ ПОДРАСТАЮЩЕМУ ПОКОЛЕНИЮ

АЛЕКСЕЙ ГРЕБЕНЧИКОВ

Младший брат и деловой партнер Артёма Гребенщикова. Братья являются совладельцами петербургского ресторана Vovo, который регулярно занимает призовые места в различных рейтингах и является одним из культовых гастрономических проектов Северной столицы.



ВИКТОР ШАБАЛИН

ведущий рубрики «Профессионал на кухне», директор и председатель правления Санкт-Петербургской ассоциации кулинаров

ГОСТЬ ЖУРНАЛА ПРОКУХНЯ АЛЕКСЕЙ ГРЕБЕНЧИКОВ — ИЗВЕСТНЫЙ ШЕФ-ПОВАР И ШЕФ-КОНДИТЕР, СТАВШИЙ В АПРЕЛЕ ЭТОГО, 2023 ГОДА ПЕРВЫМ ПОБЕДИТЕЛЕМ В НОМИНАЦИИ "КОНДИТЕР ГОДА" ПРЕМИИ WHERETOЕAT.

По сложившейся традиции, начнем с вопроса о том, как Вы пришли в профессию кондитера?

- Ещё с детства я очень сильно любил готовить. Насколько я себя помню, маленьким, и в первом классе, и во втором, когда мы с братом оставались дома одни, вечно что-то готовили, экспериментировали, соединяли какие-то вкусы. Но на профессиональной кухне я себя не видел совершенно. Мне казалось, что это не особо благодарная профессия. За эту работу платили мало, особенно в Выборге, где я рос. Поэтому я начинал с других специальностей. Я много, где работал. Поменял большое количество сфер деятельности, но нигде не задерживался больше, чем на год-полтора. Пропадал интерес. Я понимал, что это не моё. Единственное, что меня держало — это деньги. После окончания университета пришло понимание, что нужно определяться и уже, честно сказать, надоело метаться от одного к другому. Тогда я начал анализировать, что мне больше всего нравится. Вывод был прост — это приготовление еды, атмосфера кухни. И я решил попробовать работать на кухне.

Совершенно случайно моим первым рабочим местом оказался кондитерский цех. По жизни я сладкоежка, и когда я пришёл в кондитерский цех, и увидел всё разнообразие продуктов, познакомился с техниками приготовления, начал втягиваться в профессию. После этого я ещё больше полюбил готовить, начал развиваться, изучать физику и химию продуктов. Мне

это стало настолько интересно, что я решил связать с этим свою жизнь. Сейчас я понимаю, что выбор профессии сделал не зря, что не ошибся.

А какое у Вас базовое профессиональное образование?

- Высшее экономическое. Я менеджер в таможенном деле, учился в выборгском филиале Санкт-Петербургского государственного университета сервиса и экономики (с 2014 года — Санкт-Петербургский государственный экономический университет).

Как происходило обучение профессии? Только на производстве или Вы дополнительно читали профильную литературу, посещали мастер-классы?

- Да, я посещал все мастер-классы, которые мне попадались на глаза. При этом, я не ходил к русским кондитерам. Меня больше интересовали зарубежные специалисты. Мне казалось, что у них больше опыта и навыков. И когда я видел, что приезжает зарубежный шеф, я сразу шёл к нему учиться.

Когда возвращался домой после занятия, сразу начинал прорабатывать блюда мастер-класса. Уверен, если не проработать всё что увидел в течении первых дней, эта информация забывается.

Со временем к выбору мастер-классов я стал относиться строже. Потому что для себя понял, что 80 процентов мастер-классов — абсолютно бесполезная информация. Это только технологические карты, раскладки. Никто не углубляется в теорию, почему именно так сделано. Просто дают свои рецептуры, и ты можешь потом сам это приготовить.

Мне же было важно понять почему происходит именно так, а не иначе и как это можно изменить, чем дополнить и с чем сочетать. Поэтому я начал выбирать и посещать те мастер-классы, в программе которых было указано, что будет обязательная теория. Помимо мастер-классов читал всевозможные специальные книги. Есть онлайн школы, в том числе и зарубежные, где можно выбрать и изучить заинтересовавший курс, в удобное для тебя время смотреть видео и обучаться новому.

Всё ли у Вас получалось, когда Вы дома прорабатывали блюда после мастер-классов?

- Некоторые блюда не получались абсолютно, некоторые получалось повторить с первого раза. Очень часто во время практики на мастер-классах слушателей делят на команды, из-за чего нет возможность сразу всё уловить. Ты делаешь свою работу, ребята из твоей команды делают другое и ты не можешь видеть что именно. И таким образом что-то упускается из виду, что-то забывается, что-то ты просто не понимаешь и повторить уже не можешь. А кроме того, многие преподаватели не дают обратной связи, просто не думают, что это необходимо. Я на своих мастер-классах всегда оставляю контакты, и ребята могут мне написать, спросить, если что-то не получается и я всегда отвечу. Когда я учился, было совсем иначе: приезжал человек, что-то показывал и уезжал.



**“МНЕ ВАЖНО
УГЛУБИТЬСЯ
В ТЕОРИЮ,
ПОНЯТЬ ПОЧЕМУ
ПРОИСХОДИТ
ИМЕННО ТАК,
А НЕ ИНАЧЕ
И КАК ЭТО
МОЖНО
ИЗМЕНИТЬ**

МНЕ КАЖЕТСЯ, ЧТО ЛЮБОЙ ШЕФ ХОЧЕТ ОТКРЫТЬ СВОЁ ЗАВЕДЕНИЕ, А ИНАЧЕ, НА МОЙ ВЗГЛЯД, ЭТО ВЫГЛЯДИТ СТРАННОВАТО. ВОПРОС В ТОМ, КАК ЭТО ЖЕЛАНИЕ РЕАЛИЗОВАТЬ



То есть, преподаватель мастер-классов даже не отвечал на вопросы?

- Были такие люди, которые в ответ на вопросы, которые им задавала аудитория, отвечали, что эта тематика будет рассмотрена на следующем мастер-классе — хочешь получить ответ, приходи. Те же, кто отвечал на вопросы, делали это, не вдаваясь в подробности. Они не старались, как говориться, «разжевать» материал.

Мне импонируют мастер-классы, на которых первый день полностью посвящен теории. Ты получаешь очень много теоретического материала, после которого даже вопросы задавать не нужно, всё понятно. После такой теории, когда ты готовишь вместе с преподавателем, ты уже автоматически всё понимаешь. Это очень важно. Ведь когда человек не понимает основ, не знает, «что, зачем и почему?», физических и химических свойств продуктов, то практика превращается в банальное копирование, а не в самостоятельное и осознанное приготовление. Это не совсем то, что мне нравится.

- Я правильно понимаю, что Вы за «живое» общение во время мастер-класса и считаете, что оно способствует пониманию слушателями, о чём идёт речь?

- Да. Это сто процентов.

Вернёмся к Вашей карьере. Как после работы в кондитерском цехе складывалась Ваша трудовая деятельность?

- Я начинал работать на производстве ресторана «GARCON» обычным кондитером. В 2014 году меня пригласили работать шефом. Это был ресторан на Петроградке. Можно сказать, что за три года я прошёл путь от ученика до шеф-кондитера. В течении трёх лет я набирался знаний, опыта, оттачивал навыки, изучал техники. И, когда поступило предложение стать шефом, решил попробовать свои силы.

Многие коллеги упоминают ресторан «GARCON» в качестве одного из первых мест своей работы.

- Да, у меня есть знакомые, которые через него прошли.

Круто! А как появилась идея создать свой ресторан совместно с братом?

- Всегда хотелось создать что-то своё. Место, где тебя не будут ограничивать ни в чём, главное в творчестве. В девяноста процентах случаев, когда ты работаешь наёмным сотрудником тебе говорят, что нужно делать. Нам это не очень подходит, поэтому идея своего ресторана вынашивалась давно. Мне кажется, что любой шеф хочет открыть своё заведение, и иное положение вещей выглядит для меня странновато. Вопрос в том, как это желание реализовать. У кого-то получается, у кого-то нет, но в любом случае открыть свой ресторан хочет большинство шефов. Когда у нас появилась такая возможность, мы ей воспользовались и реализовали свою идею.



Бытует мнение, что вести бизнес с родственниками и друзьями крайне опасная история?

- Есть такая тема, но у нас, чтобы не сглазить, всё складывается хорошо. Я думаю, что, если бы мы с Артёмом не были бы братьями, мы бы уже давно разругались и ушли друг от друга. А так как мы братья, даже, когда поругаемся, через какое-то время остываем, разговариваем и находим компромисс. Нам это помогает.

Такая близкая родственная связь нам позволяет максимально честно и открыто говорить всё, что мы думаем. Не всегда другу или партнёру можно сказать в лицо какие-то неприятные вещи, с братом же всё иначе. Вот эти честность и открытость позволяют нам хорошо развиваться.

Артём — шеф-повар, Вы шеф-кондитер, а как Вы разделяете между собой функционал в части экономики и управления рестораном?

- Артём — творческий локомотив. Он двигает концепцию, философию и всё что с этим связано. Он более идейный человек и это, в большей степени, его территория. Все остальные моменты, в том числе и экономические, мы стараемся решать вместе, думать о них вместе.

А Вы больше творческий человек или управленец?

- Скажем так, я больше творческий человек, но с элементами управленца. Хотя, если подумать и проанализировать, то шеф, в первую очередь, управленец. Он просто не может им не быть. Поэтому я и творец, и управленец. В моем случае, наверное, неправильно будет делить что больше, а что меньше. Иначе я бы не был шефом.

Сейчас существует такая проблема: когда ребята приходят к нам на собеседование, многие из них считают себя шефами. Человек побывал на двух мастер-классах, пришёл к нам и просит шефскую зарплату.

Когда его спрашиваешь про навыки и умения, он отвечает, что умеет делать, что может готовить, какие техники знает. Но, когда его спрашиваешь про управленческий опыт, человек не понимает, что шеф — это управленец, менеджер, который организует бесперебойную работу и контролирует ее. И только потом идёт создание блюд. Это тоже важная составляющая, но в первую очередь управление, поэтому я бы не стал разделять понятия «творчество» и «управление».

Есть большое количество желающих прийти к Вам на практику, поработать с Вами и поучиться у Вас. Поэтому очень интересно, как Вы выстраиваете взаимоотношения в коллективе?

- Наши главные принципы: взаимоуважение и взаимная благодарность. Люди должны быть благодарны друг другу. И третий принцип — дисциплина. Без дисциплины никуда, но, если есть дисциплина, но нет взаимоуважения и взаимной благодарности — всё рухнет. Поэтому мы выстраиваем взаимоотношения в коллективе, базирясь на этих принципах.

НЕ ВСЕГДА ДРУГУ ИЛИ ПАРТНЁРУ МОЖНО СКАЗАТЬ В ЛИЦО КАКИЕ-ТО НЕПРИЯТНЫЕ ВЕЩИ, С БРАТОМ ЖЕ ВСЁ ИНАЧЕ





ЮЛИЯ ИВАНОВА, директор Академии Шоколада России
«Победа Алексея Гребенщикова в номинации "Кондитер года" премии WHERETOEAT была очень долгожданной и абсолютно заслуженной. Алексей является совладельцем и шеф-кондитером ресторана Bougeois Bohemians в Санкт-Петербурге. Это заведение высоко оценено экспертами и коллегами по цеху, его неоднократно отмечали номинациями, а старший брат Алексея – Артем Гребенщиков – получал призы как лучший шеф-повар.

Алексей является одним из топовых кондитеров страны направления ресторанных десертов. Также он сильный тренер и преподаватель, был первым кондитером из России, которого пригласили выступить на международном гастрономическом конгрессе Madrid Fusión. Это очень большое достижение и высокая честь для любого кондитера в мире. Поэтому, конечно, было очень ожидаемым, что эта награда достанется именно ему. Алексей неоднократно проводил мастер-классы в Академии Шоколада. Мы знакомы с его навыками, способностями, философией, видением достаточно близко и давно. Понимаем его уровень насмотренности, опыт, насколько тонко он умеет сочетать ингредиенты, создавать уникальные и неповторимые десерты. Очень рада, что его отметили такой высокой наградой».

Если говорить про новичков, то у нас есть система обучения, когда новый сотрудник изучает всё постепенно. То есть нет такого, что человек пришёл к нам на работу, мы его поставили на станцию и забыли про него. Начинаящий сотрудник у нас сперва стоит на заготовках, через определённое время переходит на станции, там изучает и вникает во все процессы. Движение от начинающего сотрудника к полноправному члену нашей команды идёт постепенно. И это движение находится под постоянным контролем. Если мы с братом находимся в ресторане, то мы сами можем подойти к новичку и проверить его работу, что-то посоветовать. А так у нас есть шеф и су-шеф, в обязанности которых входит быть наставниками начинающих сотрудников нашего ресторана. Мы всегда открыты к диалогу, и любой из наших сотрудников может к нам обратиться с вопросом, если что-то непонятно.

Хотя, по сути, мы с братом уже рестораторы, но при этом не собираемся отказываться от приготовления и создания блюд. Открывать проекты и управлять ими, конечно, круто, но прежде всего мы шефы. Шефы, которые любят готовить и создавать новые блюда.

Вы очень часто выступаете в качестве судей на различных профессиональных конкурсах, даже выступаете в роли тренера и наставника. Что Вам это дает?

- Я считаю, что одна из задач шефа, да и не только шефа, а любого человека, у которого есть опыт работы — передавать его и помогать подрастающему поколению. Это касается не только кухни, это касается вообще любой сферы. Человек, который добился определённых профессиональных успехов, имеет богатый опыт, просто обязан делиться своими знаниями. Для меня роль тренера и наставника является возможностью передавать свой опыт ребятам. Я передаю свою энергию им и параллельно заряжаюсь от них. Получается взаимный энергетический обмен. Для меня важно, чтобы они

научились в каждое своё блюдо вкладывать душу, научились пробовать и ставить свои вкусы. Чем больше вкусов они записывают в свою библиотеку, в свой мозг, тем больше новых вкусов у них будет получаться. Наш мозг не рождает новые вкусы из ниоткуда. Он перерабатывает ранее полученную информацию и выдает новое решение. Надо пробовать, пробовать и пробовать везде, где можно и всё что можно. Напробованность и насмотренность — это наше всё.

В заключении, как бы Вы охарактеризовали современную систему профессионального образования в нашей отрасли?

- Сегодня в современной системе профессионального образования поваров и кондитеров нет мотивации, нет заинтересованности и видения конечной цели, куда они идут. Наша профессия позволяет знакомиться и общаться с поварами со всего мира. Конечно, для этого надо знать иностранные языки и путешествовать.

Возможностей много, и если ребята будут их видеть, понимать, и если это будет престижно у нас в стране, то развитие профессии будет. Но, заинтересованность должна быть не только у ребят, но и у преподавателя, иначе он ничего не сможет передать своим ученикам. Отсутствие этой заинтересованности, любви к профессии, энергетического заряда со стороны преподавателя демотивирует даже самого заинтересованного ученика.

А с другой стороны, если сравнивать современные условия обучения по нашей профессии с тем, что было, к примеру, десять лет назад, то видна колоссальная разница. Новые лаборатории, современное оборудование и технологии в колледжах помогают развивать у студентов увлеченность и любовь к профессии.



ПРЕСТИЖ НАШЕЙ ПРОФЕССИИ В РОССИИ ПОСТЕПЕННО РАСТЁТ, НО ДО СИХ ПОР ОН НЕВЕЛИК. ОЧЕНЬ МАЛО ЛЮДЕЙ, КОТОРЫЕ ПРЯМО С ДЕТСТВА ХОТЯТ СТАТЬ ПОВАРАМИ. ПОВАРА — ЭТО НЕ АВТОРИТЕТЫ У НАС В СТРАНЕ, И ЭТО ПЕЧАЛЬНО. НАША ПРОФЕССИЯ НЕ ИМЕЕТ ПОТОЛКА РАЗВИТИЯ, ТЫ МОЖЕШЬ РАСТИ И РАЗВИВАТЬСЯ В НЕЙ ЕЖЕДНЕВНО. ТАКИХ ПРОФЕССИЙ НЕМНОГО: МЕДИЦИНА, МУЗЫКА, КИНО, СПОРТ, НАПРИМЕР. ЭТО ТВОРЧЕСКИЕ ПРОФЕССИИ.



Церемония награждения победителя в номинации **КОНДИТЕР ГОДА** на премии **WHERETOEAT**



CREVETTE BISTROT ИДЕЯ, ЛОКАЦИЯ И КРЕВЕТКА

АЛЕНА МЕЛЬНИКОВА
гастропродюсер, соавтор ресторанов
Grecco и Mercado del Sol.

ОЛЕГ ПЕРФИЛОВ
выпускник французской кулинарной
школы Le Cordon Bleu,
шеф резонансных проектов «Гаврош»
и Le Bistro в Ростове-на-Дону,
The Repa в Санкт-Петербурге.



**АВТОРСКАЯ КУХНЯ С АКЦЕНТОМ НА СИФУД,
ГДЕ ВЕДУЩАЯ РОЛЬ ОТДАНА КРЕВЕТКЕ.**

ВОТ ТАК ПРОСТО И ЛАКОНИЧНО ОПИСЫВАЮТ
КОНЦЕПЦИЮ СВОЕГО ПЕРВОГО АВТОРСКОГО ПРОЕКТА
ГАСТРОПРОДЮСЕР АЛЕНА МЕЛЬНИКОВА И ШЕФ-ПОВАР
ОЛЕГ ПЕРФИЛОВ.

ЗАВЕДЕНИЕ ПОД НАЗВАНИЕМ CREVETTE BISTROT
РАСПАХНУЛО СВОИ ДВЕРИ ДЛЯ ГОСТЕЙ 10 МЕСЯЦЕВ
НАЗАД НА ВАСИЛЬЕВСКОМ ОСТРОВЕ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ.
«КРЕВЕТКА» МОЛОДАЯ, НО УЖЕ КОМФОРТНО ЧУВСТВУЕТ
СЕБЯ В ВОДАХ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА.

В ЭТОМ ГОДУ ПРОЕКТ ПОПАЛ В ТОП-12 ФИНАЛИСТОВ
ПРЕМИИ ЗА ЛУЧШУЮ РЕСТОРАННУЮ КОНЦЕПЦИЮ И
УДОСТОИЛСЯ БРОНЗОВОЙ ПАЛЬМОВОЙ ВЕТВИ
РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА – 2023.

ПРО КОНЦЕПЦИЮ

По словам Алены Мельниковой, при разработке концепции заведения они немного схитрили. С одной стороны, Санкт-Петербург – регион, связанный с рыбным промыслом, да и шеф-повар заведения очень любит готовить рыбу. Поэтому авторы решили, что наиболее гармонично проект развивать в направлении сифуда. С другой – у них была мечта открыть французский ресторан. Но, судя по рынку, такая концепция трудно ложится на восприятия публики.

– Есть определенное убеждение, что французская кухня – это дорого и сложно. Нам хотелось этого избежать. Поэтому знания Олега данного направления мы спрятали под названием «Креветка». Нам нужно было найти продукт, доступный для понимания и приемлемый по цене. Как оказалось, выбрав креветку, мы открыли ящик Пандоры.

ПРО ЛОКАЦИЮ И АТМОСФЕРУ

CREVETTE BISTROT находится в Культурном квартале «Брусницын». Это новая достопримечательность с видом на Финский залив, пространство, притягивающее к себе жителей и гостей Северной столицы концептуальными заведениями, событийными мероприятиями. CREVETTE BISTROT в данной локации себя чувствует уверенно и комфортно. Пока это единственное заведение на территории квартала, которое предоставляет гостям полный цикл питания. Его гости могут проникнуться спокойной атмосферой морских берегов, насладиться отменной кухней и хорошим вином, любясь на Финский залив. Такое сочетание дарит особое настроение и мысленно погружает в мечтания о морских путешествиях.

ПРО МЕНЮ И ПРОДУКТ

В основе стратегии продвижения «Креветки» – правило Парето: 80% постоянного ассортимента и 20% меню меняется в зависимости от продуктовой базы. Такая работа с продуктами и входной ценой позволяет вытягивать бизнес на рентабельность в 30%.

– Мы работаем не только с российскими и аргентинскими креветками, но и используем в меню индийские, вьетнамские, креветки из Бангладеша. У нас есть два вида гребешка. Рыбу мы покупаем не только в Карелии, Мурманске, Турции, но и у местных рыбаков. В меню мы ввели и блюда из мяса: Шницель из курицы, Тартар из говядины, – поделился Олег Перфилов.

Меню заведения небольшое, и в тоже время – его правильное позиционирование позволило выявить ТОП-5 блюд, которые гости выделяют среди остальных.

В разделе К БАГЕТУ особой популярностью пользуются Риег из креветок с сырным муссом – продано 324 000 грамм за 8 месяцев, Хумус с жареными креветками и соусом карри-йогурт, продажи которого равны 360 000 граммам. Из супов часто выбирают Биск из креветок с кукурузой и креветками,





а из КРУДО – Аргентинские креветки с заправкой манго-чия. Их продажи перевалили за 1100 штук. Среди горячих блюд многим нравятся Жареные тигровые креветки с картофельным муслином. И это подтверждено продажами – 1500 порций с момента открытия.

ПРО ЦИФРЫ

CREVETTE BISTROT – небольшое заведение общей площадью в 108 м², из которых 12 м² отдано кухне. Количество посадочных мест в зале – не более 40, плюс 20 находится на террасе. На оборачиваемость столов влияет фактор сезонности. Например, в низкий сезон количество гостей колеблется от 50 до 150 в день, а в высокий – от 150 до 250. Средний чек заведения составляет 2500 рублей.

– Если ежедневную выручку разделить на количество гостей, то наш уровень бизнеса легко посчитать, – поделилась Алена Мельникова.

ПРО ФРАНШИЗУ

По словам Алены Мельниковой, концепция заведения была сформирована с тем учетом, что она будет работать в других регионах, чтобы на ее основе можно было сделать франшизу. Как раз креветка благодаря своей специфике, позволяет держать стабильное качество вне зависимости от региональных особенностей. Этот продукт доступный, понятный для потребителя и любимый многими.



АРГЕНТИНСКИЕ КРЕВЕТКИ С ЗАПРАВКОЙ МАНГО-ЧИА

КУЛИНАРНЫЙ РЕЦЕПТ ОТ ОЛЕГА ПЕРФИЛОВА, ШЕФ-ПОВАРА И СОВЛАДЕЛЬЦА CREVETTE BISTROT, САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

Ингредиенты

- Красные аргентинские креветки - 50 г
- Сливочное пюре из баклажан - 15 г
- Стенки бланшированных узбекских томатов - 6 г
- Пюре из запеченных томатов с апельсиновыми цукатами - 6 г
- Сегменты грейпфрута - 10 г
- Заправка манго-чия - 14 г
- Масло оливковое Extra Virgin - 4 г
- Цедра лайма - 0,5 г
- Листья эстрагона - 0,5 г

Для сливочного пюре из баклажанов

- Баклажаны - 240 г
- Сливки 33% - 80 г
- Соль - 2 г
- Вода - 100 г

Для пюре из запеченных томатов (на 1кг пюре)

- Свежие томаты - 3750 г
- Соль - 5 г
- Сахар - 10 г

Для апельсиновых цукатов

- Апельсиновая цедра - 100 г
- Апельсиновый сок - 1000 г
- Лаймовый сок - 100 г
- Соль - 2 г
- Сахар-песок - 100 г

Для пюре из запеченных томатов с апельсиновыми цукатами

- Пюре из запеченных томатов - 60 г
- Апельсиновые цукаты - 12 г

Для заправки манго-чия

- Лук репчатый бланшированный - 50 г
- Уксус бальзамический светлый - 34 г
- Цедра лайма - 2 г
- Цветочный мед - 14 г
- Соль по вкусу
- Масло оливковое Extra Virgin - 10 г
- Масло подсолнечное - 10 г
- Перец чили хлопья - 0,5 г
- Соус устричный - 16 г
- Сок лайма - 12 г
- Пюре манго с/м - 53 г
- Семена чиа - 5 г
- Кинза листья - 4 г

Способ приготовления

Красные аргентинские креветки размера L разморозить, очистить от хитина, удалить кишку. Промыть, обсушить.

Пюре из баклажанов. Баклажаны очистить от кожуры, нарезать кубиком, посыпать солью. Для того, чтобы убрать горечь, дать «постоять» 10 минут. Промыть и отварить в воде до ее полного испарения. Сливки добавить в баклажаны без воды, прогреть, проварить и измельчить блендером до однородной массы. Протереть через шиную.

Пюре из томатов. У томатов удалить плодоножку, произвольно нарезать, запечь в пароконвектомате при 160°, периодически помешивая. Запеченные томаты пробить в куттере, полученную массу протереть через шиную. В протертое пюре добавить соль и сахар по вкусу. Если пюре получается густое, добавить немного воды.

Цукаты. Снять с апельсина слейсы цедры, затем нарезать мелким кубиком 2x2 мм. Нарезанную апельсиновую цедру положить в сотейник, залить холодной водой, довести до кипения. После закипания проварить 30 секунд, промыть холодной водой (повторить операцию три раза). Затем в сотейнике соединить свежавыжатый сок апельсина и лайма, добавить бланшированную цедру апельсина, сахар и соль – варить на слабом огне до получения густого сиропа. Готовые цукаты охладить, хранить в холодильнике (использовать в течение двух недель).

Пюре с цукатами. Пюре из запеченных томатов соединить с апельсиновыми цукатами и все перемешать. Добавить соль по вкусу.

Заправка манго-чия. Репчатый очищенный лук нарезать кубиком 3x3 мм, два раза бланшировать в воде (по 30 секунд) каждый раз промывая лук, чтобы убрать луковый вкус. Соединить уксус, мед, перец чили хлопья, устричный соус, сок лайма и пюре манго, соль по вкусу – перемешать. Добавить оливковое и подсолнечное масло, лук репчатый, семена чиа, листья кинзы, цедру лайма (натертую на Microplane) и все перемешать.

В центр тарелки выложить сливочное пюре из баклажанов, на него – две подсолненные красные аргентинские креветки. Отсадить из кондитерского мешка пюре из запеченных томатов с апельсиновыми цукатами – в виде двух капель. Украсить сегментами грейпфрута, стенками бланшированных томатов.

Креветки вокруг полить заправкой манго-чия и оливковым маслом, посыпать цедрой лайма и листьями эстрагона.





IV ВСЕРОССИЙСКАЯ ОЛИМПИАДА ПО КУЛИНАРИИ И СЕРВИСУ «ЛЕГЕНДА» ИМЕНИ ВИКТОРА БЕЛЯЕВА ПРОЙДЁТ В ПЕРМИ С 25 ПО 27 АВГУСТА 2023 ГОДА. ОРГАНИЗАТОРАМИ МЕРОПРИЯТИЯ ВЫСТУПАЮТ ПРАВИТЕЛЬСТВО ПЕРМСКОГО КРАЯ И ФЕДЕРАЦИЯ РЕСТОРАТОРОВ И ОТЕЛЬНО-КАФЕ СЕРВИСА РОССИИ (ФРИО), РУКОВОДИТЕЛЕМ ПРОЕКТА ЯВЛЯЕТСЯ НАСЛЕДНИК ЛЕГЕНДАРНОГО ШЕФ-ПОВАРА МАКСИМ БЕЛЯЕВ, С КОТОРЫМ МЫ ПОГОВОРИЛИ О ПОДГОТОВКЕ ОЛИМПИАДЫ ПО КУЛИНАРИИ И СЕРВИСУ «ЛЕГЕНДА» 2023 ГОДА.



ВИКТОР БОРИСОВИЧ БЕЛЯЕВ

Основатель олимпиады по кулинарии и сервису «Легенда» ушёл из жизни 4 января 2022 года

«ЛЕГЕНДА» В 2022 ГОДУ ПРОШЛА НА ВЫСОКОМ УРОВНЕ

Максим Викторович, каковы Ваши впечатления от проведенного в прошлом году мероприятия? Можете вспомнить яркие моменты, эмоции? И в целом, оправдались ли ожидания?

– Мы очень довольны результатами. «Легенда» прошла на высоком уровне. В 2022 году Олимпиада проходила под эгидой Федерации Рестораторов и Отельеров России. В процессе подготовки мероприятия мы проделали большую совместную работу, провели обширную пиар-кампанию мероприятия от Калининграда до Владивостока. Также положительным образом сказался опыт предыдущих годов. На олимпиаде царил приятная дружеская атмосфера. Публики было много. Все приехали поддержать мероприятие имени Виктора Борисовича Беляева. И это тоже немаловажный фактор. Даже грустные моменты положительно повлияли на атмосферу и внесли свою лепту в общий эмоциональный фон. Игорь Олегович Бухаров, президент Федерации Рестораторов и Отельеров России, всячески помогал и в процессе подготовки, и в проведении мероприятия. Он стал нашим новым харизматичным лидером. И это не только мое мнение. Это почувствовали все гости и участники мероприятия.

Кроме того, профессиональное объединение — ФриО — привлекло известных рестораторов, шефов и других экспертов сферы питания вне дома к участию в деловой программе, которая шла параллельно с соревнованиями. Первый день спикеры и участники обсуждали перспективы и направления развития ресторанного бизнеса. Во второй день говорили об организации и управлении ресторанными проектами, о способах продвижения. Третий день был посвящен созданию кулинарной концепции и меню ресторана.

«ЛЕГЕНДА» ОСТАНЕТСЯ В ПЕРМИ

Три года «Легенда» проходила в Перми. Можно ли сказать, что место проведения стало доброй традицией?

– Пермский край нас поддерживает и собирается поддерживать дальше. Да и мы своих не предадим. В прошлом году мне удалось углубиться в коммуникацию

Максим Беляев

ЭТО БУДЕТ ЛЕГЕНДАРНО!



МАКСИМ БЕЛЯЕВ

Руководитель спецпроекта ФриО «Всероссийская олимпиада по кулинарии и сервису ЛЕГЕНДА имени Виктора Беляева», Глава Союза кейтеринговых и банкетных служб (ФриО), Управляющий партнер VE:CATERING

ОЛИМПИАДА «ЛЕГЕНДА» — ОДНО ИЗ САМЫХ ЯРКИХ ЕЖЕГОДНЫХ СОБЫТИЙ В МИРЕ ГАСТРОНОМИИ, КОТОРОЕ ВЫВОДИТ ПРОФЕССИЮ ПОВАРА НА НОВЫЙ УРОВЕНЬ РАЗВИТИЯ, ДЕМОНИСТРИРУЕТ ЕЕ ЗНАЧИМОСТЬ И БЛАГОРОДСТВО, ПОВЫШАЕТ ПРЕСТИЖ.

ЭТО УНИКАЛЬНОЕ МЕРОПРИЯТИЕ РОДИЛОСЬ ЧЕТЫРЕ ГОДА НАЗАД С ЛЕГКОЙ РУКИ ВИКТОРА БОРИСОВИЧА БЕЛЯЕВА. БЛАГОДАРЯ ЕГО ВКЛАДУ В РАЗВИТИЕ КУЛИНАРНОЙ ПРОФЕССИИ, СЕГОДНЯ У КАЖДОГО ЕЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЯ ЕСТЬ ВОЗМОЖНОСТЬ СТАТЬ «ЛЕГЕНДОЙ», ОСТАВИТЬ СВОЙ СЛЕД В ИСТОРИИ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ КУЛИНАРИИ. ОЛИМПИАДА ПОМОГАЕТ МОЛОДЫМ ТАЛАНТЛИВЫМ КУЛИНАРАМ РАСКРЫВАТЬ ТВОРЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ, НАХОДИТЬ СВОЙ ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ СТИЛЬ, ВЫБИРАТЬ НАПРАВЛЕНИЕ КУХНИ, ПОЛУЧАТЬ НЕОЦЕНИМЫЙ ОПЫТ И СТАНОВИТЬСЯ УВЕРЕННЫМИ ПРОФЕССИОНАЛАМИ, ПРЕВРАЩАЮЩИМИ СВОЕ КУЛИНАРНОЕ МАСТЕРСТВО В ГАСТРОНОМИЧЕСКОЕ ИСКУССТВО. ПОСЛЕ ТОГО, КАК ВИКТОР БОРИСОВИЧ УШЁЛ ИЗ ЖИЗНИ В НАЧАЛЕ 2022 ГОДА, МЕРОПРИЯТИЕ БЫЛО НАЗВАНО В ЕГО ЧЕСТЬ.





и сотрудничество с местными органами власти, Министерством промышленности и торговли, с Правительством Пермского края. Раньше всем этим занимался отец. Тогда я смотрел и думал, что все эти деловые переговоры – чистая формальность. Но столкнувшись с этим самостоятельно, понял, что от них действительно исходит поддержка, что это очень понимающие люди, которые по-человечески относятся и помогают всем, чем возможно. С ними очень приятно работать. Надеемся, что наше сотрудничество продлится и дальше, и «Легенда» останется в Перми, по крайней мере, еще года на три. Место очень хорошее, комфортное. Более того, в 2022 году нам предоставили новую площадку для проведения мероприятия. В совокупности это дает стимул и желание для дальнейшего сотрудничества.

ПРИКАМСКАЯ КУХНЯ — СЕРДЦЕ «ЛЕГЕНДЫ»

Ключевой темой «Легенды» стала прикамская кухня, которая сочетает в себе кулинарную культуру и традиции угро-финских народов. Прикамская кухня сегодня набирает свою популярность: нет такого человека, который бы не слышал о таком блюде, как шаньги, мини-пирожках психикунчиках и т.д. Как прикамская кухня связана с «Легендой» и на сколько хорошо участники справились с конкурсным заданием?

– Олимпиада «Легенда» когда-то возникла на основе прикамской кухни. Хочется отметить, что есть профессионал высокого класса, глава Пермской Ассоциации Кулинаров Лариса Викторовна Плакхина, которая очень много сделала для сферы питания вне дома. Из года в год она проводила мероприятия прикамской кухни местного уровня, на которые всегда приглашали Виктора Борисовича Беляева. Вот на одном из таких мероприятий между ними родилась идея создать олимпиаду федерального масштаба. Переговоры с губернатором на данную тему увенчались успехом, идею поддержали и начали развивать. Поэтому прикамская кухня – это сердце «Легенды».



ЛАРИСА ПЛАХИНА
Глава Пермской Ассоциации Кулинаров

В ПРОГРАММЕ ОЛИМПИАДЫ ПОЯВИЛИСЬ НОВЫЕ НОМИНАЦИИ

В прошлом году в программу олимпиады вошли новые номинации. Расскажите о них более подробно?

– После первых санкций в 2014 году мы активно начали развивать тему сыроварения. Мы прошли долгий и тернистый путь в данном направлении. И поэтому в прошлом году включили две новые номинации в соревнования. Необходимо было отразить этот опыт, дать ребятам возможность показать себя в роли сыроделов, сыроваров – производителей сыра, и фромажеров – сырных сомелье – специалистов, которые правильно сервируют сыры, формируют и проводят дегустации, представляют сырные тарелки для гостей в ресторане, знают, с чем их сочетать, чтобы подчеркнуть вкусовую гамму. Для сыроделов на площадке мероприятия



была выделена отдельная зона, куда мы привезли 280 литров свежего молока вечернего удоя. Прямо там, на стендах, варились свежие ароматные сыры, что очень привлекало публику. Плюс у каждого участника олимпиады было домашнее задание: за 5 месяцев до мероприятия мы выдали им по головке сыра, который они должны были повторить в домашних условиях, дать ему вызреть. Несмотря на то, что задание было одинаковым для всех, результат получился разным за счет того, что каждый прорабатывал свой технологический процесс, по-своему выдерживал продукт.

В итоге получились замечательные новые номинации, которые раскрыли таланты, дали бурю вкусовых эмоций. И я надеюсь, мы сохраним и превратим «сырную историю» в «легендарную» традицию. Это актуально, вкусно, и пользовалось успехом у гостей мероприятия.

Из чего складывались оценки в каждой номинации?

– В судействе я абсолютный профан. Но знаю точно, что критерий оценки конкурсантов очень много: презентация блюда, используемые техники, колористика, сервировка блюда (плейтинг), органолептические показатели, сочетание вкусов и текстур и т.д. В общем, это внушительные оценочные листы по каждому блюду. В итоге все это складывается вместе и судьи подчитывают результаты.

25-27 АВГУСТА «ЛЕГЕНДА» 2023

Какой будет «Легенда» в этом году? Будут ли внесены изменения в программу кулинарных соревнований?

– Подготовка к Всероссийской Олимпиаде по кулинарии и сервису «Легенда» им. Виктора Беляева — 2023 проходит чуть проще по сравнению с предыдущим годом. Федерация Рестораторов и Отельеров России создали оргкомитет, который эффективно начал работу еще в январе нынешнего года. Дело в том, что 2023 год станет юбилейным для Пермского края – ему исполняется 300 лет. «Легенда» вписана в общий календарь мероприятий и в этом году особенно сфокусирована на зрелищности. Поэтому в регламент мы внесли изменения: появились командные соревнования. Команды, в которую будут входить шеф-повар, помощник-юниор, кондитер и официанты будут готовить сет из нескольких блюд. Участники будут работать параллельно по определенному регламенту и в ограниченные временные рамки. Готовые блюда будут дегустировать судьи международного уровня, а также гости мероприятия. Такой формат привлечет внимание общественности. Мероприятие обещает быть «Легендарным».

Повторюсь, IV Всероссийская Олимпиада по кулинарии и сервису «Легенда» имени Виктора Беляева -уже традиционно пройдет в Перми с 25 по 27 августа 2023 года.

интервью подготовила Лилиана Бергер



ИГОРЬ БУХАРОВ и ЕВГЕНИЙ СОКОЛОВ
Генеральный партнёр олимпиады ЛЕГЕНДА



АРКАДИЙ ГРИЦЕВСКИЙ
Президент Ассоциации Пиццайола России





5—10 ИЮНЯ СОЧИ. КУРОРТ
КРАСНАЯ ПОЛЯНА

GASTREET

International
Restaurant
Show

ЛИДЕРЫ ИНДУСТРИИ
ЕДУТ НА GASTREET

5-10 ИЮНЯ В СОЧИ ВНОВЬ ПРОЙДЕТ GASTREET INTERNATIONAL RESTAURANT SHOW. В ЧЕМ ФЕНОМЕН ГЛАВНОГО ОТРАСЛЕВОГО СОБЫТИЯ HORECA?

В СОЧИ
8 ГОД ПОДРЯД
GASTREET

ОБЩЕНИЕ - ЕЖЕГОДНЫЙ НЕТВОРКИНГ

Уже 8-й год подряд Курорт Красная Поляна становится Меккой для представителей индустрии гостеприимства. Под GASTREET закрывают целый верхний уровень - 960 м. В закрытом городе находятся только участники, поставщики и организаторы мероприятия. Порядка 5000 человек. Это делает тусовку очень качественной. Только представители индустрии, тысячи лояльных контактов на расстоянии вытянутой руки, безграничные возможности общения и коллабораций. Не зря сами участники говорят, что GASTREET - это невероятно эффективный нетворкинг.

Дмитрий Левицкий,
ресторатор, телеведущий, один из создателей GASTREET:

"ЕСТЬ ТО, ЧТО НЕ МЕНЯЕТСЯ ИЗ ГОДА В ГОД, ЕЩЕ С САМОГО ПЕРВОГО КЭМПА. GASTREET – ЭТО ИСТОРИЯ ПРО ВСТРЕЧУ ЛЮДЕЙ, КОТОРЫЕ ВСЕГДА РАДЫ ВИДЕТЬ ДРУГ ДРУГА. КОГДА БИЗНЕС ИДЕТ ХОРОШО – И ДАЖЕ КОГДА НЕ ОЧЕНЬ ХОРОШО – МЫ КАЖДЫЙ ГОД ВСТРЕЧАЕМСЯ В СОЧИ, «СВЕРЯЕМ ЧАСЫ» И ПОНИМАЕМ, В ПРАВИЛЬНОМ ЛИ НАПРАВЛЕНИИ ИДЕМ. ИМЕННО ПОЭТОМУ МЕРОПРИЯТИЕ ОСТАЕТСЯ АКТУАЛЬНЫМ – КАК И ЛЮБАЯ ВСТРЕЧА ХОРОШИХ ДРУЗЕЙ".



ОБУЧЕНИЕ - НОВЫЕ ПЛОЩАДКИ

В этом году организаторы шоу усилили образовательный контент, добавив к ресторанному, шефскому и барному блоку, большой блок про отели, кофейную и винную отрасль.

На отдельной площадке - Hotel Street - подведут итоги года без букинга, обсудят управление доходами и расходами, и поговорят о прибыльном ресторане в отеле.

Более 150 мастер-классов и лекций от ведущих экспертов и новых звезд. На GASTREET будет 7 образовательных площадок: ReBro, Main Street, Chef Street, Bar Street, Wine Street, Barista Street и Hotel Street.

Среди спикеров: Андрей Шмаков (Savva), Виктор Скуратов (Skuratov Coffee), Светлана Михалёва (Eggsellent), Мария Тюменева (Аппетитный маркетинг), Артем Перук и Игорь Зернов (El Copitas Bar), Анатолий Корнеев (Simple), Вадим Прасов (ФРиО) и многие другие.

Эксперты из разных регионов России: Самары, Красноярска, Владивостока, Москвы везут целые команды, чтобы охватить весь контент. После GASTREET, команды устраивают обучающие сессии, где обмениваются полученными на разных площадках знаниями.



Гоша Карпенко,
ресторатор, совладелец и генеральный директор HURMA Group of companies, один из создателей GASTREET:

"НАША РАБОТА, С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ФЕСТИВАЛЯ, НИКАК НЕ ПОМЕНЯЛАСЬ. КАЖДЫЙ РАЗ, ДЕЛАЯ ПРОГРАММУ, Я ЗАДАЮСЬ ВОПРОСОМ: ЧТО МНЕ САМОМУ БЫЛО БЫ ИНТЕРЕСНО УСЛЫШАТЬ? НА ЭТОЙ ПАРАДИГМЕ СТРОИТСЯ ВСЯ НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ЧАСТЬ. ВПЕРВЫЕ СОБСТВЕННОЙ ПЛОЩАДКОЙ ОБЗАВЕЛИСЬ ОТЕЛЬЕРЫ, НАШИ САМЫЕ БЛИЗКИЕ ДРУЗЬЯ И КОЛЛЕГИ ПО СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА. МИР ИЗМЕНИЛСЯ - ИЗМЕНИЛСЯ МАРКЕТИНГ, HR, СТРАТЕГИИ ЗАПУСКА. ПОЛНОСТЬЮ ИЗМЕНИЛСЯ DIGITAL. В ЭТОМ ГОДУ МЫ ИЩЕМ НОВЫЕ ИМЕНА, КОТОРЫЕ МОГУТ ПОДЕЛИТЬСЯ АКТУАЛЬНЫМ КОНТЕНТОМ".



ВДОХНОВЕНИЕ - НАСТОЯЩИЙ КЭМП

Третья неизменная составляющая GASTREET, за которой едут на Красную Поляну, это вдохновение. Дружественная атмосфера вдохновляет на новые идеи и смелые решения в бизнесе и партнерстве. Участников ждет вечерняя программа, интерактивные интеграции от партнеров, ежедневные концерты под открытым небом, любимые хиты и известные исполнители. На уличном фудмаркете можно попробовать самые разные гастрономические концепции: еда на открытом огне, классический стрифуд и многое другое. Подкрепившись, можно блеснуть на Sport Street спортивными достижениями. Традиционно состоится благотворительный забег.

Детям тоже найдется место на GASTREET. В детском кэмпе "Гастритик" дети будут участвовать в квестах и экскурсиях, знакомиться и общаться, а также проявляться творчески, пока родители заняты на образовательных площадках. Детский кэмп в этом году ведет Форум Агутина. Совместно с педагогами по вокалу ребята подготовят финальное выступление на главной сцене.

Билеты на сайте: www.gastreet.com



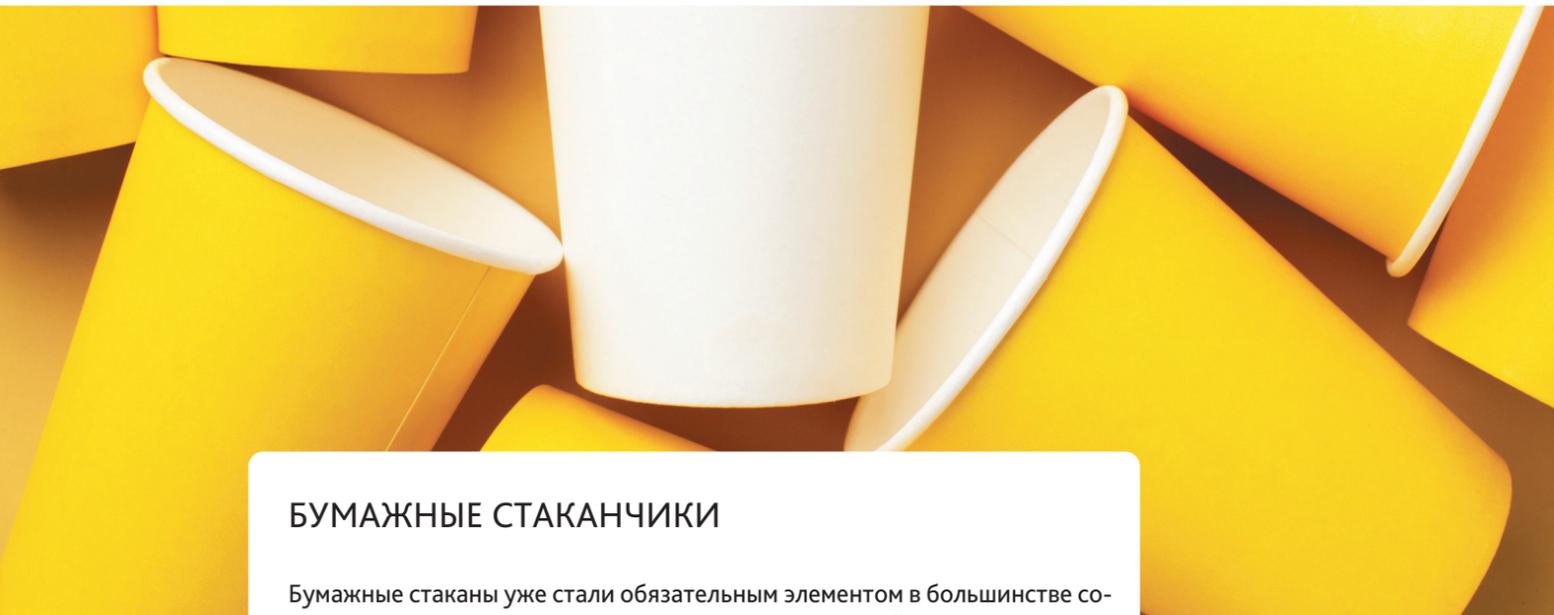
Евгения Суфиянова, генеральный продюсер GASTREET:

"ПОСЛЕ ФЕСТИВАЛЯ РЕСТОРАТОРЫ И ОТЕЛЬЕРЫ 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. МЫ ЖЕ ПЕРЕЗНАКОМИЛИ И ПЕРЕДРУЖИЛИ ВСЕХ МЕЖДУ СОБОЙ, СОЗДАЛИ КРУТОЙ НЕТВОРКИНГ В ЗАКРЫТОМ КЭМПе ДЛЯ ВЗРОСЛЫХ. БЛАГОДАРЯ GASTREET, НА КРАСНОЙ ПОЛЯНЕ КАЖДОЕ ЛЕТО СОБИРАЕТСЯ ОГРОМНОЕ КОЛИЧЕСТВО ТОП СПЕЦИАЛИСТОВ. ИМЕННО ЗДЕСЬ ОНИ ОБСУЖДАЮТ САМЫЕ ВАЖНЫЕ СТРАТЕГИЧЕСКИЕ, ПАРТНЕРСКИЕ, ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ВОПРОСЫ. GASTREET – ЭТО МЕСТО, ГДЕ ВОЗМОЖНО ВСЁ".



Логистический оператор и дистрибьютор, специализирующийся на снабжении всех отраслей: расходными и упаковочными материалами, хозяйскими товарами, униформой и специальной одеждой для персонала, средствами индивидуальной защиты и другими товарами для ведения бизнеса





БУМАЖНЫЕ СТАКАНЧИКИ

Бумажные стаканы уже стали обязательным элементом в большинстве современных ресторанов независимо от уровня и ценовой категории заведения. Правильно поданный и профессионально брендированный стаканчик «призван» стать визитной карточкой вашего заведения, добавляя узнаваемости бизнесу и эксклюзивности каждому напитку. Продажи напитков навынос и в доставку в некоторых ресторанах исчисляются десятками или даже сотнями чеков день, поэтому «правильно выбранное качество и дизайн» этого «продукта» — важнейший фактор экономики ресторана.



БУМАЖНЫЕ КОНТЕЙНЕРЫ

Упаковка должна быть важной и неотъемлемой частью блюда или товара, который гость получает от имени вашего заведения. Бумажные контейнеры подчеркивают экологичность продуктов или блюд. Особое значение имеет не только конфигурация контейнеров, но и их тактильные свойства, визуальные решения, которые должны полностью соответствовать качеству и ценовой категории упакованной продукции. Мы предоставляем широкий выбор бумажных контейнеров и гарантируем стабильность поставок выбранных вами вариантов.



★★★★★



Стакан бумажный однослойный 200(280)мл д=80 черный

★★★★★



Стакан бумажный двухслойный 200 мл DW9 Гармония скандипак

★★★★★



Упаковка/коробка бум. д/салатов 160x120x45 ECO 500мл черный

★★★★★



Упаковка/коробка бум. д/салатов 165x165x65 ECO 1200мм черный

★★★★★



Стакан бумажный однослойный 300(420)мл д=90 крафт

★★★★★



Стакан бумажный однослойный 200(280)мл д=80 красный

★★★★★

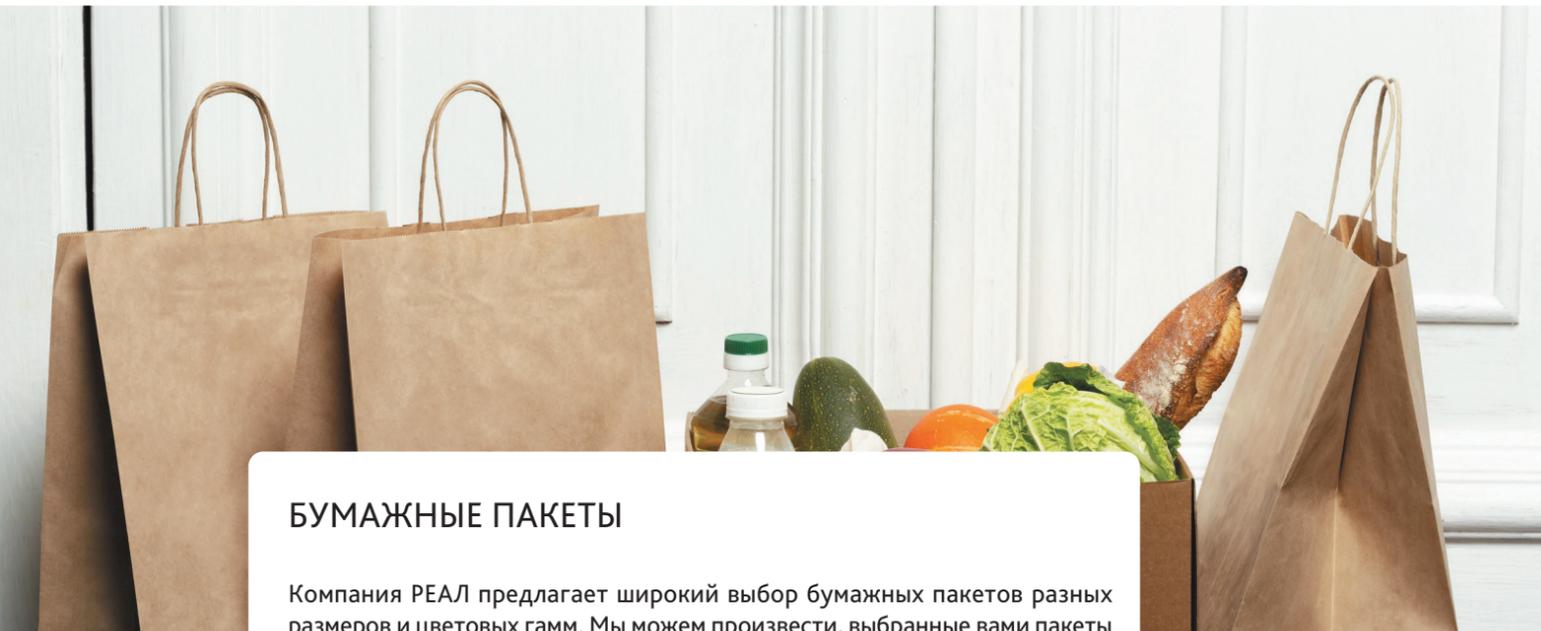


Контейнер бумажный для салата с внутр.ламин. 750мл круглый д=150 h=60 крафт

★★★★★

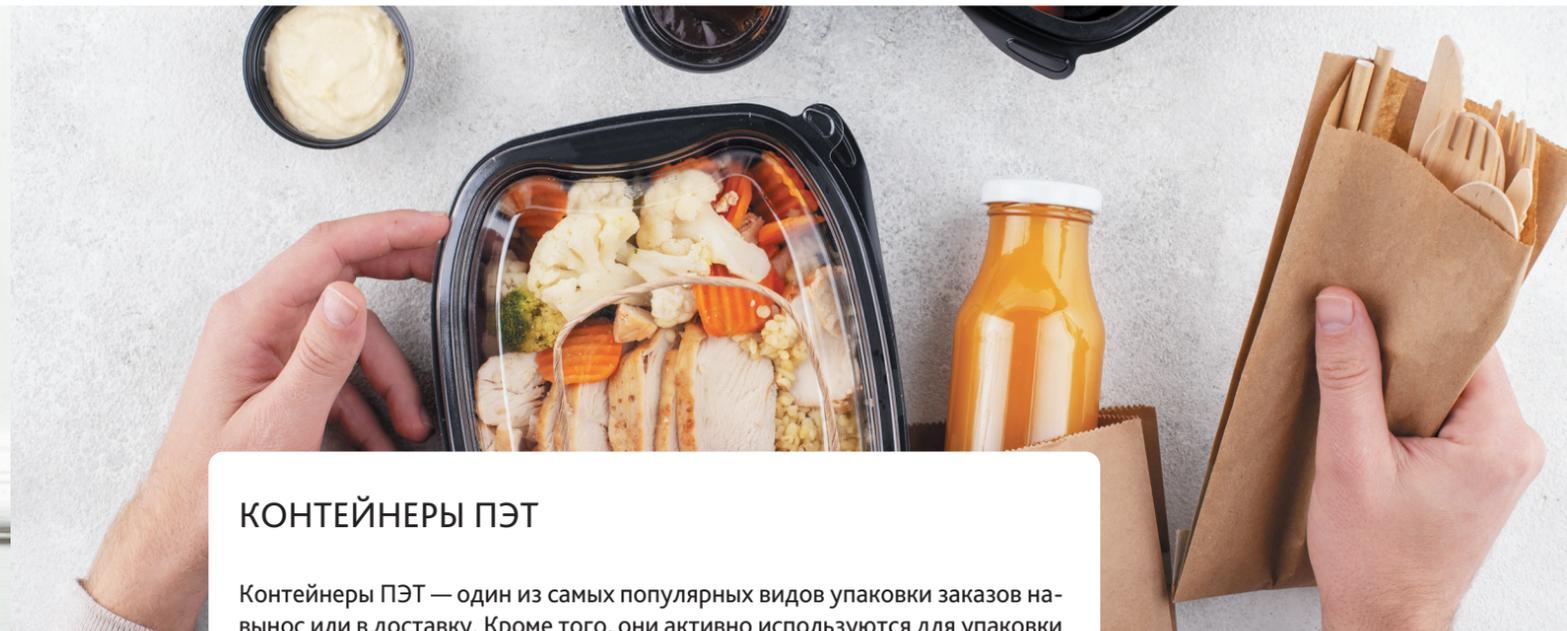


Контейнер бумажный для супа с внутр.ламин. 500 мл круглый д=98мм h=99мм крафт



БУМАЖНЫЕ ПАКЕТЫ

Компания РЕАЛ предлагает широкий выбор бумажных пакетов разных размеров и цветовых гамм. Мы можем произвести, выбранные вами пакеты с вашим логотипом или дизайном, что поможет укрепить имидж вашей компании. Мы предлагаем бумажные пакеты, которые являются эстетичными и экологически чистыми, или можем осуществлять поставки пакетов от назначенного клиентом производителя. Кроме того, мы гарантируем бесперебойную и быструю доставку пакетов до вашего склада или места назначения.



КОНТЕЙНЕРЫ ПЭТ

Контейнеры ПЭТ — один из самых популярных видов упаковки заказов на вынос или в доставку. Кроме того, они активно используются для упаковки по просьбе гостя блюд, заказанных в ресторане. На рынке очень большой выбор подобной продукции по цене и качеству от большого числа производителей. Поэтому особенно важно правильно определить виды контейнеров, их свойства и стоимость. Без преувеличения, этот выбор формирует имидж вашего бизнеса, экономику и коммерческий успех проектов.



★★★★★



Пакет бумажный с прямоугольным дном 120x80x240 мм, крафт

★★★★★



Пакет бумажный с плоскими ручками 240x140x280 мм, крафт

★★★★★



Пакет бумажный с плоским дном 110x50x610 мм, крафт

★★★★★



Пакет бумажный с кручеными ручками 260x140x350 мм, крафт

★★★★★



Контейнер круглый д/холодного ПЭТ 1000мл д=190мм черный (к-190)

★★★★★



Контейнер круглый д/холодного ПЭТ 750мл д=190мм черный (к-190)

★★★★★



Контейнер квадратный д/холодного ПЭТ 1000мл прозрачный 132x132x79мм (ПФ-К11/Т)

★★★★★



Контейнер квадратный д/холодного ПЭТ 250мл черный 124x124x39 (УК-250Т)



Цель работы Компании Реал – предоставить Вам возможность тратить больше времени и энергии на свою основную деятельность.

Вы создаёте уникальные рецепты — мы помогаем правильно упаковать их, сохранить качество и вкусы блюд на всех этапах доставки до ваших клиентов.

Мы знаем всё о том, как правильно подобрать для вашего ресторана, кофейни, или магазина упаковку и аксессуары для торговли навынос или в доставку!



ЛОГОТИП

Разработка и создание логотипа, правильное нанесение его на упаковку — важный этап не только в позиционировании компании в целом, но и каждого конкретного продукта в частности. Компания РЕАЛ имеет большой опыт по брендированию различной продукции от стаканчиков до униформы для своих клиентов в сфере HoReCa, АЗС и Ритейл. Иногда, мы оказываем полный спектр услуг в этом направлении — от идей создания логотипа до нанесения элементов фирменного стиля на все виды упаковки с воспроизведением изображений любого уровня сложности, но чаще всего нас выбирают, когда хотят получить профессиональную реализацию своей собственной идеи, разработанной дизайнерами и маркетологами. Именно в этой части наш опыт и компетенции бесценны, так как мы знаем как и за счет чего клиент оптимизирует затраты на логотипированный продукт.



МОСКВА
центральный офис Сухарево
(склад)

☎ +7 (800) 550-14-14

✉ r24@realpak.ru

📍 Москва,
Дмитровское шоссе 71Б,
этаж 5, офис 518

+7 931 270-10-95
(корпоративный WhatsApp)

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

☎ +7 (812) 200-80-14

✉ zakaz.spb@realpak.ru

📍 Санкт-Петербург,
Лиговский проспект, 150,
БЦ «Лиговский 150»,
офис 513



ВИКТОР ШАБАЛИН,
*директор и председатель правления
Санкт-Петербургской ассоциации
кулинаров, член экспертного совета
Федерации Рестораторов и Отельеров
России, ведущий рубрики
«ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КУХНЯ»
в журнале РЕСТОРАНОВЕД*

ДОРОГИЕ КОЛЛЕГИ!

ОТ ВСЕЙ ДУШИ ПОЗДРАВЛЯЮ ВАС С ВЫХОДОМ НОВОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ЖУРНАЛА «ПРОКУХНЯ», КАЖДЫЙ НОМЕР КОТОРОГО БУДЕТ ПОСВЯЩЕН ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА, И МНЕ ОЧЕНЬ ПРИЯТНО, ЧТО РУБРИКА «ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КУХНЯ» В ЖУРНАЛЕ РЕСТОРАНОВЕД ВЫРОСЛА ДО ЦЕЛОГО ЖУРНАЛА.

Мой небольшой вклад в рубрику «ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КУХНЯ» заключался в интервьюировании ведущих шеф-поваров и представителей индустрии питания нашей страны, таких как Дмитрий Трушкин, Александр Богданов, Светлана Сурсикова, Артём Гребенщиков, Евгений Иришкин, Галина Меднис и другие. В процессе подготовки Всемирного Конгресса шеф-поваров 2020 года в Санкт-Петербурге нам с Александром Марковым довелось поговорить с Виктором Борисовичем Беляевым, президентом Национальной ассоциации кулинаров.

Каждое из этих интервью — это отдельная история человека, его становления как профессионала, его мысли и переживания, его интонации. Таким образом, читатели знакомятся с нашими героями по-новому. В своей общественной и преподавательской деятельности я очень часто привожу в качестве примеров выдержки из наших интервью. Для студентов — это может стать мотивацией к развитию профессиональных навыков и компетенций в ресторанном бизнесе.

Индустрия питания сегодня — это не только ресторанный бизнес, социальное питание, профильные исполнительные органы государственной власти, конкурсы и чемпионаты профессионального мастерства, это ещё и система профессионального образования. К сожалению, количество противоречий между представителями разных блоков одной большой индустрии не снижается, и я очень надеюсь, что новый журнал «ПРОКУХНЯ» на своих страницах даст возможность всем представителям индустрии высказывать своё мнение по текущим вопросам и проблемам, став, тем самым, проводником в поиске совместных решений и общему взаимопониманию.