

Мода на зеленое

Поколение Z
выбирает ЗОЖ
стр. 28

Столовые 4.0

Успешные форматы
селф-сервиса
стр. 50

Эмин Агаларов

«У меня нет проектов для
удовольствия, все рестораны —
это только про бизнес»

ПРОФЕССИОНАЛ — ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ!

SELGROS
cash & carry

РАДАР

Новости ресторанной индустрии4

СОБЫТИЯ

IV Ресторанный экономический форум: успех — в единстве сильных! Главные источники роста индустрии питания — 20196

МНЕНИЕ

Сергей Миронов. Будет горячо!10

Дополнительные возможности r_keeper11

Александр Котюсов. Градусник для ресторана. Как реагировать на отзывы гостей о вашем заведении12

Александр Иванов. С другой стороны стола14

ТОЧКА ЗРЕНИЯ

Вадим Прасов. Глазами отельера. Стандарты и принципы работы ресторана при отеле16

ЛИЧНЫЙ ОПЫТ

Ирина и Юрий Манчук. Гедонизм с демократичным чеком18

НОВИНКИ

.....20

COVER STORY

Эмин Агаларов: «У меня нет проектов для удовольствия, все рестораны — это только про бизнес»22



ТЕХНОЛОГИИ

СТОЛОВЫЕ

Столовые нового формата. Качество по доступной цене50



Мария Галан. В свободном режиме. Бери, ешь, люби52

ЕДА И НАПИТКИ

ШЕФ

Иппеи Уемура: «Чтобы рыба была вкусной, она не должна испытывать стресс»56

БАР

Искусство смешивать. Будущее баров: чистый вкус и локальные продукты58

БЛИЦ

Семь вопросов шеф-кондитеру. Николя Ламбер64



СПЕЦПРОЕКТ

ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ (ЗОЖ)

Здоровый образ жизни. Концепции, идеи, монетизация проектов.....	28
Еда будущего сегодня. Растительное мясо — новый тренд.....	30
Выбор поколения Z. Как создать успешную ЗОЖ-концепцию в ресторане.....	34
Ирина Азарова. Зеленое в моде. Как из проекта «для своих» стать сетью.....	36
Кирилл Еселев. Бизнес на траве. Семь правил работы в ЗОЖ-сегменте	38



Мария Лошкова. Первый, главный, простой.....	40
Меньше красного — больше зеленого. Мнения шеф-поваров	44
Опытным путем. Рецепты легких блюд.....	46



Всероссийский журнал для профессионалов индустрии питания
№ 06 (254) 2019

Учредитель
ООО «ИНФОРМАЦИОННЫЙ КАПИТАЛ»

Издатель
ООО «РИК «РЕСТОРАНОФФ»

И.о. главного редактора **Марина РОДИОНОВА**
chief-editor@restoved.ru

Редакция

Шеф-редактор **Наталья МИХАЙЛОВСКАЯ**
editor@restoved.ru

Руководитель проекта Chefart Expert **Мария ЛЮБИМОВА**
rv@restoved.ru
Дизайнер-верстальщик **Виолетта СТРИШКА-ФЕДОРОВ**
Руководитель отдела **Алина КОФАНОВА**
специальных проектов **redaction@restoved.ru**
Контент-менеджер **Светлана ПЯТИКИНА**
content@restoranoff.ru

Отдел маркетинга и рекламы

тел./факс: (495) 921-36-25

Ведущие менеджеры **Светлана КОНДАРАЦКОВА**
s.kondor@restoved.ru
тел. доб. 224
Елена ПОБЕЖИМОВА
e.pobezhimova@restoved.ru
тел. доб. 228
Светлана ШЕКЛОВА
s.heklava@restoved.ru
тел. доб. 229

Отдел продаж и дистрибуции

Директор **Алексей СМОЛИН**
a.smolin@restoved.ru

Менеджеры **Денис БИБИК**
d.bibik@restoved.ru
Георгий ПЛОШНИЦА
or3@restoranoff.ru
Лилия КАЛАНОВА
l.kalanova@restoved.ru

Бизнес-школа

И.о. директора **Оксана АВДЕЕВА**
art@restoved.ru

Руководитель отдела продаж **Никии ЗАКИРОВА**
n.zakirova@restoved.ru

Ведущие менеджеры **Виктория ШИМКО**
podpiska@restoved.ru
Александр ВОРОНИН
alexandr.voronin@restoved.ru
Анна САТИМОВА
satimova@restoranoff.ru

Над номером работали:

Мария Галан, Александр Иванов, Александр Котюсов, Мария Лошкова,
Сергей Миронов, Александр Пигарев, Вадим Прасов,
Марина Сипатова, Дарья Шитт

Распространение журнала

почтовая рассылка

по России и СНГ:

- рестораны, бары, кафе, клубы;
- гостиницы;
- супермаркеты;
- офисы компаний и банков.

по подписке:

- в редакции;
- через почтовые отделения связи: индекс 81786, каталог «Роспечать»;
- ГК «Урал-Пресс»;
- через региональные представительства издательства.

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).
Свидетельство о регистрации ПИ №ФС77-61992 от 02.06.2015.

Дата первоначальной регистрации 28.02.1997.

Перепечатка материалов только с письменного разрешения редакции.

Ссылка на журнал «Ресторанные ведомости» обязательна.

Материалы, отмеченные знаком , публикуются на правах рекламы.

За содержание рекламных материалов редакция ответственности не несет.

Мнение авторов может не совпадать с позицией редакции.

Цена свободная.

Адрес редакции:

115093, Москва, ул. Дубининская, 90, пом. 219

тел./факс: (495) 921-36-25,

www.restoved.ru, www.restoranoff.ru, e-mail: info@restoved.ru

Тираж 19 200 экз.

© «Ресторанные ведомости»

18+

Типография: ООО «ИПК Парето-Принт»

Адрес: 170546, Тверская область, промышленная зона Боровлево-1,
комплекс 3а, www.pareto-print.ru. Заказ №

Рор-уп как явление сезона

Второй год подряд рор-уп-бар розовых вин открывает свои двери на веранде ресторана «Простые вещи New Vintage». Поначалу казавшееся авантюрой желание собрать в одной карте более тридцати позиций розового переросло в настоящую охоту: в этом году в карте представлено шестьдесят абсолютно разных вин из Аргентины, Уругвая, Армении, Чили, ЮАР, Ливана и других стран. Сухие, десертные, тихие, игристые... Совершенно разных оттенков во вкусе и аромате — малиновые, леденцовые, интенсивные и, наоборот, бледные.

Хорошей идее зачастую тесно в каких-то рамках, и тогда она подчиняет себе пространство целиком. В итоге вся территория сада сосредоточилась вокруг одного цвета.



ЦИФРЫ И ФАКТЫ

- Сеть винотек «Простые вещи» основана в 2006 году. В нее входят три винотеки «Простые вещи», ресторан «Простые вещи New Vintage» и сырный ресторан CHEESE Connection.
- 2 года назад процент розовых вин от продажи всего вина (в денежном эквиваленте) составлял 6%, сейчас — 25%.
- 2300 рублей — средний чек прошлого года проекта «Простые вещи New Vintage». Это полноценный ужин из трех блюд с вином.
- 70% гостей летней веранды, которые пьют вино, выбирают именно розовое.
- 60 позиций розового вошло в карту нового рор-уп-проекта.



Елена Догужева, директор винотеки «Простые вещи», автор винной карты Pink Summer:

«Рор-уп — один из современных форматов, главная особенность которого в том, что мероприятие подобного рода длится очень непродолжительное время. Рор-уп даже переводится как «всплывающий». Например, сезонное меню — вполне понятная и ожидаемая история, а вот рор-уп, напротив, совершенно неожиданный проект. Когда мы готовили Pink Summer, держали все в секрете до последнего. И запустили его в один момент, без предупреждения, а затем просто начали интенсивно распространять информацию. Почему Pink Summer? Во-первых, потому, что розовые вина актуальны именно летом. Во-вторых, винный рынок сейчас развивается очень быстро, и гости хотят каждый раз получать что-то новое. Например, в прошлом году в ресторане CHEESE Connection мы организовали рор-уп-проект MONO: три недели работало специальное предложение по рислингам, потом по шардоне, далее — по совиньонам. И каждый раз в винной карте было по тридцать позиций. То есть постоянно меняющиеся истории помогли нам воплотить именно рор-уп-формат. Я считаю, что розовое вино — безусловный тренд. В этом году в особенности. Сейчас действительно много новостей о мероприятиях, посвященных розовому вину, — винные ужины, фестивали и прочее. Нам очень приятно, что благодаря рор-уп-проекту Pink Summer в прошлом году мы задали тренд на розовое вино, который активно захватывает всю Москву. Для нас все новое — одновременно имиджевая и прибыльная история».

Кофе единым!

Фастфуд стал главным «спонсором» кофе: за последний год 52% заказов этого напитка пришлось на заведения быстрого обслуживания, о чем сообщается в отчете компании The NPD Group. Кофе присутствовал в 32% заказов фастфуда (апрель 2018-го — март 2019 года), опережая газированную воду, соки, воду и молочные коктейли. «В начале 2000-х качественный кофе был доступен в кофейнях и ресторанах, — комментирует эксперт рынка фуд-сервиса российского отделения NPD Марина Лапенкова. — Теперь же в профессиональные кофемашины и качественный кофе инвестируют также фастфуд, ретейл и заправки, конкурируя таким образом с кофейнями».

ДОЛЯ ЗАКАЗОВ КОФЕ В РАЗНЫХ КАНАЛАХ

(апрель 2018-го — март 2019 года по сравнению с апрелем 2017-го — мартом 2018 года)

Сегмент	Доля сегмента, %	Изменение по отношению к предыдущему периоду, %
Рынок в целом	100	7
Фастфуд	52	14
Рестораны	13	-2
Кофейни	8	12
Остальное	27	-3

Быстрее всего растет так называемая белая чашка — напиток на основе эспрессо с добавлением молока (именно к этой категории относятся капучино и латте). С апреля 2018-го по март 2019 года заказы «белой чашки» выросли на 12% по сравнению с аналогичным периодом 2017–2018 годов. Интересно, что в России теперь кофе пьют чаще, чем в Италии и во Франции — странах с давними традициями потребления напитка. За последний год (апрель-2018 — март-2019) кофе присутствовал в 30% заказов россиян, тогда как в Италии — в 28%, во Франции — в 23%. На рынке США схожие тенденции: за последний год заказы кофе в фастфуде выросли на 3%, причем продажи «белой чашки» увеличились на целых 7%.



Семейные ужины vs мишленовские гости

Пока все активно осваивают event-маркетинг, зазывая для проведения ужинов «в четыре руки» статусных шефов, активный противник подобных форматов продвижения ресторатор Арам Мнацаканов затеял собственный фестиваль семейной кухни Nativa. Идея проекта в том, что традиционная, созданная по семейным рецептам еда достойна лучших ресторанных площадок, то есть домашняя кухня может не уступать по оригинальности авторским произведениям современных шеф-поваров. Поддержать проект вызвался владелец компании Bosco Михаил Куснирович. В ближайшее время на кухнях ресторанов Арама Мнацаканова в Москве и Санкт-Петербурге, а также в столичных Bosco Cafe побывают хранители лучших кулинарных традиций своих стран, а также те, чьи семьи эти традиции создают. На один вечер семейные блюда станут «предложением дня», или *oggi* («сегодня»), как говорят в Италии. Участие компании Bosco в проекте не ограничится предоставлением площадки: в рамках фестиваля планируется рассказать о гастрономических традициях великих семей мира моды — Etro и Fendi, Bvlgari и Max Mara, Richard Ginori и Frette.

А повар-то голый!

В конце мая стало известно, что сеть ресторанов знаменитого британского шеф-повара Джейми Оливера на грани банкротства и компания Jamie's Italian переходит под внешнее управление. Под угрозой закрытия — 22 из 25 ресторанов, что приведет к потере рабочих мест для 1000 сотрудников компании. Надо отметить, что Оливер всеми силами пытался избежать этого, вкладывая в поддержание сети на плаву собственные средства. Как признался сам повар в интервью Financial Times, он инвестировал сначала 7,5 млн фунтов стерлингов, затем еще 5,2 млн фунтов. Но это не спасло компанию от краха: за последний год продажи ресторанов упали на 11%. «Мы запустили Jamie's Italian в 2008 году с намерением обойти другие рестораны средиземноморской кухни в среднем ценовом сегменте на британском рынке, — рассказал Джейми. — Но у нас просто закончились деньги. Мы такого не ожидали. Это, конечно, ненормально в любом бизнесе». В России двумя ресторанами Jamie's Italian — в Москве и Санкт-Петербурге — управляет компания Ginza Project, и, по словам представителей холдинга, кризис никак не коснулся их бизнеса: рестораны весьма успешны. Другие проекты, развивающиеся за пределами Великобритании по франшизе, тоже в целом чувствуют себя неплохо.



IV Ресторанный экономический форум: успех — в единстве сильных!

Главные источники роста индустрии питания — 2019



Ресторанный экономический форум (РЭФ) был и остается по-настоящему значимым событием для лидеров рынка HoReCa. Четвертое по счету мероприятие с огромным успехом прошло на одной из самых топовых площадок столицы — в многофункциональном комплексе в центре Москвы Digital October.

2 дня
работы форума

7 рестотуров®
и рестопрактикумов®

550
участников

50 спикеров
ведущих ресторанных
концепций страны

Мастер-класс и дегустация
гурьевской каши на

500 персон
от президента Национальной
Гильдии шеф-поваров России
Александра Филина

На сцену РЭФ ежегодно поднимаются сильнейшие игроки индустрии питания — рестораторы, шеф-повара, управляющие. Среди постоянных участников — Аркадий Новиков, Ростислав Ордовский-Танаевский, Тимур Ланский, Александр Орлов, Сергей Миронов, Александр Котюсов, Евгений Реймер, Дмитрий Одинцов, Аджай Сингх, Александр Филин и другие успешные бизнесмены.

IV Ресторанный экономический форум прошел в новом формате и осветил последние трендовые концепции. В этом году участники форума в течение двух дней осваивали самые успешные кейсы ресторанного бизнеса и важные инструменты продвижения, получали новые знания для достижения собственных успехов. Как всегда, предприниматели не только изучили грамотную теорию, но и получили возможность применить новые знания на практике. Их ждали подробное зна-

комство с уже реализованными программами, общение со спикерами, рестотуры на производство, посещение кулинарий, столовых, кофеен, пекарен и кондитерских, мастер-классы именитых шеф-поваров.

Во время рестопрактикумов делегаты РЭФ вместе со спикерами обсудили главные вопросы ведения грамотного бизнеса, стратегии открытия собственной пекарни и связанные с этим риски, обменялись мнениями по поводу развития кофейни в условиях высокой конкуренции. Много нового слушатели узнали о ХАССП — об особенностях гигиены и санитарных нормах для предприятий общественного питания. Весьма актуальной оказалась тема управления демократичными заведениями нового формата — кулинарными, буфетными и столовыми.

Во второй день форума были организованы рестотуры по самым известным ресторанам Москвы.

- «Открытие успешной пекарни: от идеи до выхода на прибыль» (модераторы Юлия Леликова и Николай Хюпенен);
- «Демократичные заведения нового формата: кулинарии, буфеты, столовые» (модератор Ирина Рубачева);
- «Доставка еды как главный драйвер роста» (модератор Анастасия Буравцова);
- «Сказки про ХАССП: гигиена и санитария для предприятий пищевого профиля» (модератор Константин Кривошонок);
- «Шеф и деньги. Режем и считаем косты. Решения и кейсы» (модератор Евгений Золотарев);
- «Гастромаркеты. Монетизация за счет масштабирования» (модератор Анна Безикова);
- «Создать ресторанный империю в малом городе — это реально!».

Форум вела Лана Бадю, эксперт рынка фуд-сервиса по маркетингу и продвижению.

На семинаре, посвященном заведениям демократичных форматов, главный акцент делался на том, как правильно подойти к ассортименту и выбрать наиболее выгодную локацию.

Мария Галан, операционный директор проекта «ОбедБуфет», поделилась секретом успеха столовых формата free flow и рассказала о том, как грамотно управлять такими заведениями.

Наталья Милеенкова, партнер консалтингового агентства UnoDosTres, преподаватель Novikov Business School, рассказала об особенностях работы столовых и фуд-маркетов на ресторанном рынке.

Тема «Гастромаркеты. Монетизация за счет масштабирования» привлекла очень много экспертов.

Максим Попов, Co-owner «гастрономической улицы» StrEat, и Анна Безикова, директор по маркетингу «гастрономической улицы» StrEat, посоветовали, как привлечь гостей в первые же дни открытия и удерживать высокий трафик в течение всего года.



Алексей Рябов, операционный директор White Rabbit Family, затронул тему конкуренции на рынке и подробно осветил 24 концепции, принадлежащие одному ресторанному холдингу.

Георгий Хвистани, ресторатор, основатель и владелец London Restaurant Group, поделился мнением о корнерах на фуд-холле на примере открытия тапас-бара Barceloneta в «Депо».

Пекарни сегодня в тренде, поэтому обсуждение открытия и управления пекарней, кондитерской или кофейней с собственной выпечкой вылилось в настоящую дискуссию.

Алена Спирина, сооснователь кулинарной школы «Хлеб и еда», рассказала об основах хлебопечения.



Артем Конаев, директор по развитию сети кофеен «Правда Кофе», научил коллег продавать товары в высокомаржинальной нише (на примере кофеен).

Роман Буняков, владелец пекарни «ГлавХлеб» и совладелец кафе-кулинарии «Рогалик», дал советы, как правильно выбирать оборудование для кухни и зала в ресторане.

Сергей Панихидин, исполнительный директор пекарни PAUL, за основу своего выступления взял развитие зарубежной концепции в России.



Марина Гаврилова, операционный директор компании Iconfood, расска-

зала о том, что происходит за кулисами кондитерской.

Анна Цфасман, генеральный директор компании Double B Coffee & Tea, рассказала рестораторам, как реагировать на кофейные тренды.



Олег Стерлядев, владелец сети пекарен «Доброе утро», прокомментировал вопросы ценообразования и дал советы, как в конкурентной среде не только остаться на плаву, но еще и заработать.

Роман Певзнер, коммерческий директор сети пекарен «Буше», поделился секретами успеха концепции своего проекта, ведь «Буше» — это больше чем просто хлеб и булочки.



В последние годы доставка еды в заведениях разного формата стала отдельным и значимым видом бизнеса. Она включает в себя доставку из ресторанов и заготовочных цехов, доставку обедов в офисы, полуфабрикатов потребителю на дом и, конечно, доставку здорового питания.

Руслан Раджапов, управляющий партнер Correia's, привел честные примеры ошибок и верных решений при организации своей доставки.

Лилия Ковальчук, руководитель проекта по развитию доставки ГК «Шоколадница», рассказала об организации доставки горячей еды.

Алексей Шорохов, финансовый директор компании «Росинтер», уделил

