

На том и сидим

Выбираем
мебель для
ресторана
стр. 54

Хлебное дело

Как заработать
на пекарнях
и кондитерских
стр. 30



Михаил Гончаров

«Пока не выйдем в плюс,
новых шагов не делаем»

ПРОФЕССИОНАЛ — ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ!

SELGROS
cash & carry



18+

СОБЫТИЯ

Лион: вкусное погружение. Выставка Sirha-2019 4

Разные роли франшизы. Выставка BUYBRAND Franchise Market 6

Пути разные — цель одна. В преддверии IV Ресторанного экономического форума 8

Ambiente-2019: парад новинок 10



ТОЧКА ЗРЕНИЯ

Игорь Бухаров. Особый статус ресторатора 12

МНЕНИЕ

Александр Иванов. Нужен ли России Мишлен? 14

Александр Котюсов. «Закон о тишине» в борьбе с ресторанным бизнесом 16

ЛИЧНЫЙ ОПЫТ

Ирина Ходзинская. Расширяя горизонты вкуса 18



НОВИНКИ

..... 22



COVER STORY

Михаил Гончаров: «Предпочитаю не торопиться» 24

ТЕХНОЛОГИИ

ПРОДВИЖЕНИЕ

Юлия Савина. PR-индустрия: чего ждать в этом году? 50

МАРКЕТИНГ

Алена Селиванова. Facebook: нужны ли ресторанам одной сети локальные бизнес-страницы? 52

РЕШЕНИЯ

Как выбрать мебель для ресторана? 54

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ

Максат Ишанов. Все яйца в одной корзине 58

ЕДА И НАПИТКИ

СОМЕЛЬЕ

Сидрология: переход на светлую сторону 60

БЛИЦ

Семь вопросов шеф-повару Эльгизу Абдулхакову 64

СПЕЦПРОЕКТ

ПЕКАРНИ И КОНДИТЕРСКИЕ

Эпоха великих открытий.....	30
Честь семьи.....	32



Торт заказывали?.....	37
Александр Романов. Как на дрожжах.....	38
Наталья Милеенкова. Столичный рынок сладостей.....	40



Елена Шрамко. Классика и тренды.....	46
Комплексный подход.....	48



Всероссийский журнал для профессионалов индустрии питания
№ 03 (251) 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
Ведущий редактор **Дмитрий МАРИНИН**
submarinyan@gmail.com
Руководитель
проекта Chefart Expert **Мария ЛЮБИМОВА**
rv@restoved.ru
Дизайнер-верстальщик **Борис РЕМПЕЛЬ**
Руководитель отдела
специальных проектов **Алина КОФАНОВА**
redaction@restoved.ru
Контент-менеджер **Светлана ПЯТИКИНА**
content@restoranoff.ru

Отдел маркетинга и рекламы

тел./факс: (495) 921-36-25
Директор **Евгения КОРОЛЕВА**
e.koroleva@restoved.ru
тел. доб. 225
Старший менеджер **Милана ДЕЛИЧ**
m.delich@restoved.ru
тел. доб. 224

Отдел продаж и дистрибуции

Директор **Алексей СМОЛИН**
a.smolin@restoved.ru
Менеджеры **Дина СИТДИКОВА**
or8@restoranoff.ru
Георгий ПЛОШНИЦА
or3@restoranoff.ru

Бизнес-школа

И.о. директора **Оксана АВДЕЕВА**
art@restoved.ru
Менеджеры **Виктория ШИМКО**
podpiska@restoved.ru
Анна САТИМОВА
satimova@restoranoff.ru
Зоя ВАЙМАН
tolmacheva@restoved.ru

Над номером работали:

Игорь Бухаров, Ольга Ефремова, Александр Иванов, Максат Ишанов,
Александр Котюсов, Алина Кофанова, Наталья Милеенкова, Сергей
Миронов, Александр Романов, Юлия Савина, Алена Селиванова, Марина
Сипатова, Анна Сиротина, Иван Скоринов, Дарья Шитт, Елена Шрамко

Распространение журнала

- | | |
|---|--|
| почтовая рассылка по России и СНГ: | по подписке: |
| • рестораны, бары, кафе, клубы; | • в редакции; |
| • гостиницы; | • через почтовые отделения связи; |
| • супермаркеты; | индекс 81786, каталог Роспечать; |
| • офисы компаний и банков. | • 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 «ЮНИОН ПРИНТ»

Юридический адрес: 603022, Нижний Новгород, ул. Окский съезд, д. 2
Адрес производства: 603003, Нижний Новгород, ул. Баррикад, д. 1, корп. 5



Лион: вкусное погружение

Выставка Sirha-2019, в которой приняла участие делегация России, закончила свою работу 30 января. Впервые она проходила без Поля Бокюза. В этом году в Лион — город встречи профессионалов гостиничного и ресторанного бизнеса — приехало более 225 тысяч гостей. В семи залах свою продукцию, в том числе свыше 1000 новинок, представляли 3770 экспонентов. Ярмарка стартапов приняла 30 новых компаний. В ресторанах «Шестое чувство» и Wine Bar был настоящий аншлаг.

Визит на крупнейшее мероприятие индустрии гостеприимства представителей российского рынка HoReCa — членов ФРИО и РАНХиГС, ИГ «Ресторанные ведомости», рестораторов и шеф-поваров — организовала компания Exportease.

Пятидневный марафон начался с деловых встреч между РАНХиГС и INSTITUT PAUL BOCUSE — партнером программы нашей делегации. В центре внимания участников круглых столов были такие темы, как организа-

ция обучения профессионалов в сфере гостиничного и ресторанного менеджмента и кулинарного искусства, научные исследования в области здорового питания, повышение квалификации российских шефов на базе французских техник. Россияне познакомились с образовательными программами и секретами работы лучших поваров Франции, чья гастрономия лежит в основе классических блюд мира, с техниками хлебопекарного искусства, принципами экологичной кухни, цифровыми технологиями.

Членов нашей делегации принял президент ассоциации шеф-поваров Лиона Les Toques Blanches Lyonnaises Кристоф Маргэн. Они также увидели финал всемирно известного конкурса кулинарного искусства «Золотой Бокюз», участники которого состязались в приготовлении каре телятины из пяти ребер на гриле. В этом году победителем стала команда Дании, серебро досталось Швеции, а бронза — Норвегии.

Приезд России на выставку Sirha стал первым кирпичиком в построении сотрудничества между двумя странами в гастрономии и в сегменте HoReCa. **PB**





Новые роли франшизы

На выставке BUYBRAND Franchise Market, которая пройдет в Москве 25–27 марта, будут представлены более сорока концепций общественного питания.

Звездные дебюты

Свое участие в выставке уже подтвердили свыше 120 брендов, более трети из которых — концепции общественного питания. Сеть современных городских кафе формата free flow «МУ-МУ» впервые проявила свою заинтересованность в мероприятии. Сеть насчитывает 42 кафе, шесть из которых открыты в аэропортах по франшизе. Паушальный взнос составляет 2,5 млн рублей, роялти — 5%, срок окупаемости — 24–36 месяцев. Среди дебютантов — ресторанный холдинг «Тигрус», предлагающий франшизу двух востребованных концепций — итальянских ресторанов Osteria Mario и грузинских бистро «Швили». Эти заведения уже хорошо известны московской публике. Холдинг возглавляет Хенрик Винтер, ранее занимавший должности старшего вице-президента по операционной деятельности «Росинтер Ресторантс» и президента «Ростикс-KFC».

Из новых региональных концепций на BUYBRAND Franchise Market будут представлены рестораны с оригинальными названиями «Дуть», «Шаурмишка», «Тяп-Ляп» и Pira. Все они входят в состав холдинга Food Crew, за плечами которого открытие сорока заведений в Казани и Набережных Челнах.

Любители кофеен и поклонники кофе смогут обсудить условия сотрудничества с представителями сети «Правда кофе» — лауреатом премии в области франчайзинга Golden Brand — 2019 в номинации «Прорыв года. Сфера общественного питания». Кстати, основатель и генеральный директор компании Филипп Лейтес победил в номинации «Франчайзинг в лицах». После церемонии он сказал: «Удача любит подготовленных. Кто работает на достижение результата, к тому она и приходит».

Не пицца и не паста

Бренд «Крутов» представит франшизу ультрасовременных блинопекарен с доходом до 1,5 млн рублей в месяц. К 2030 году основатели планируют добиться статуса «блинной марки № 1».

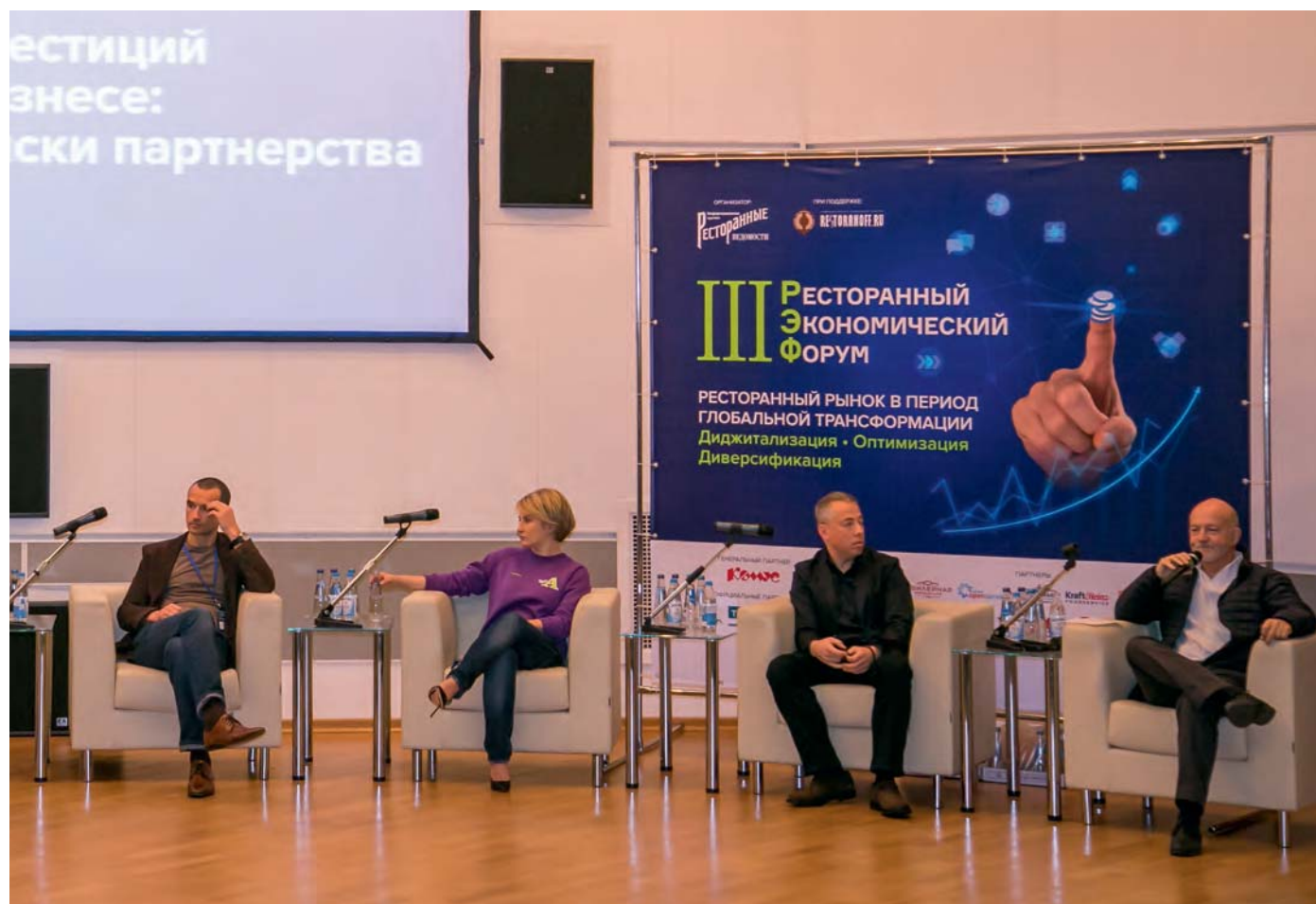
Любителям панзиатской кухни может быть интересно сотрудничество с молодой концепцией вьетнамских кафе «Фо Стрит», в сеть которых входят шесть заведений. На выставке компания организует стенд с полноценной кухней. Посетители смогут не только попробовать все блюда, но и увидеть таинство их приготовления.

ЗОЖ сегодня популярен как никогда. Copper Branch представит ресторанную концепцию, предлагающую

уникальные блюда на основе растений, не имеющие аналогов в других заведениях общепита. Инвестиции в открытие одной точки начинаются от 16 млн рублей.

А как же суши?

И суши тоже! Помимо постоянных участников Mybox, «Суши Шоп» и «Суши Wok» предприниматели узнают и новые имена в сегменте японской кухни и доставки. Участниками BUYBRAND станут ресторан японской кухни, в сердце которого находится кайтен (суши-конвейер), Sushi-Take, уфимский сервис доставки роллов и суши «Фудзияма», сеть по доставке японской кухни на дом Kajibara sushi с уникальным предложением «Доставка от 1 рубля». Инвестиции в открытие доставки суши и японской кухни начинаются от 700 тысяч рублей («Суши Шоп») и достигают 4,5 млн рублей (Sushi-Take). И это далеко не полный перечень участников выставки в сегменте общественного питания. Чтобы изучить все предложения, приходите лучше сами. Начинающим предпринимателям рекомендуем ознакомиться с деловой программой мероприятия. Семинары и мастер-классы помогут правильно выбрать место для открытия заведения, рассчитать инвестиции во франчайзинговую точку, научат читать договор коммерческой концессии и познакомят с другими нюансами бизнеса по франшизе. **РБ**



Пути разные — цель одна

В прошлом году в рамках III Ресторанного экономического форума, проходившего 18–19 апреля в московском Конгресс-центре, состоялось 25 бизнес-сессий, в которых приняли участие более 400 ключевых игроков рынка HoReCa. В 2019 году одно из самых масштабных мероприятий для профессионалов индустрии общественного питания пройдет в новом формате: будет организовано по десять рестотуров и практических сессий по конкретным тематикам.

Форум-2018 открыла сессия, на которой выступили первые лица отрасли. Тему «Привлечение инвестиций в ресторанном бизнесе: возможности и риски партнерства» обсуждали основатель ПАО «Росинтер Ресторантс Холдинг» Ростислав Ордовский-Танаевский Бланко, основатель и владелец Группы компаний Novikov Group Аркадий Новиков, основатель ресторанного холдинга Bulldozer Group Александр Орлов, владелица сети кафе-кондитерских «АндерСон» Анастасия Татулова, основатель ресторанного холдинга «Рестораны Тимура Ланского» Тимур Ланский. Модератором выступил владелец сети ресторанов «Мясо & Рыба» Сергей Миронов.



Елена Меркулова,
генеральный директор международной выставки PIR Expo:

«В 2018 году мы побывали в двадцати городах России и до конца мая планируем посетить еще семь. Сейчас многое меняется, причем кардинально: появляются молодые, талантливые и очень амбициозные шеф-повара, которые готовы спорить с собственниками и доказывать свою позицию. От их навыков, умений и желаний напрямую будет зависеть будущее индустрии гостеприимства. Рынок развивается, и именно эти шефы станут определять вектор дальнейшего

движения. Рестораторам надо учиться правильно выстраивать отношения с поварами, привлекать их в развитие проектов, собирать вокруг них команду. Многие бизнесмены боятся вкладываться в шефа, опасаясь, что он подхватит звездную болезнь и его быстро перекупят конкуренты. Но задача собственника — мотивировать свою команду на общий успех. Перспективные проекты есть не только в Москве, но и в регионах. Тут важно соблюдать правила игры — не воровать чужие идеи и, конечно, уметь слушать своего гостя».



Александр Орлов, основатель ресторанного холдинга Bulldozer Group:

«Все зависит от успешности предприятия. Чем перспективнее ваши проекты, чем увереннее вы сами, тем легче вам будет привлечь инвестиции для развития. Но надо помнить: инвестиции — вещь интимная. Хороший инвестор — это подарок жизни, это круче, чем хорошая жена».



Эрнесто Гонсалес, компания «Росинтер Ресторантс»:

«Существует пять систем управления: инвестиционная, холдинговая, цент-

рализованная, корпоративная и так называемая кустовая. Каждая модель имеет свои минусы. У нас свыше 260 ресторанов, поэтому поиск работающей и правильно функционирующей системы был для нас очень важен. Начали мы с централизованной. На первых порах это дало свои результаты, но потом оказалось, что управлять из Москвы таким большим количеством ресторанов, раскиданных по всей стране, было ошибкой. Тогда мы выстроили управление по отдельным брендам — у каждого из них появилось свое «королевство». Однако это мешало развитию региональных проектов, и мы вновь пересмотрели систему, передав управление отдель-

Почти все участники форума признались, что Москва диктует моду на те или иные концепции и вдохновляется успешными столичными проектами — не преступление, а, наоборот, правильное решение.

ным территориям. В результате оказалось, что для осуществления стратегических планов по развитию (открытие около сорока ресторанов в год — как франчайзинговых, так и корпоративных) ни одна из существующих систем не подходит. И мы создали совершенно новую структуру компании, микс холдинговой и кустовой систем, когда есть ядро, но функция управления отдается регионам. Получилась некая управленческая матрица. А когда мы поняли, что очень сложно руководить небольшими ресторанами в отдельных городах, провели большую «чистку» портфеля и там, где не видели возможности дальнейшего развития, либо закрывали ресторан, либо продавали его».



Сергей Миронов, владелец ресторанов «Мясо & Рыба» (Москва):

«Не могу сказать, что у меня положительный опыт работы с инвесторами. Как только новый ресторан начинает приносить хорошую прибыль, многие не желают делиться. Более того,

иногда вмешиваются в деятельность проекта: навязывают управляющему партнеру свои идеи, диктуют условия работы. Это не идет на пользу бизнесу. Разногласия нередко приводят к закрытию проекта, к уходу с рынка успешных концепций».



Максим Кораблев-Дайсон, сеть ресторанов «Пхали-Хинкали» (Санкт-Петербург):

«Работа с франшизой — удобный формат: вы покупаете готовые решения, перспективные концепции и начинаете тиражировать успешную бизнес-модель. Но есть риск, что вам продадут продукт, который не станет конкурентоспособным в вашем регионе. Если говорить о трендах, то рынок общепита сильно изменился. Каждый отдельный ресторан — это некий регулируемый субъект, который играет по определенным правилам и берет на себя часть того, что делает центр: групповые расходы на рекламу, обучение. Но в основном рестораны работают самостоятельно, и это приводит к оптимизации процессов». **РБ**

