

08 (244) август 2018

# Ресторанные Ведомости

Всероссийский журнал для профессионалов индустрии питания

**POLAIR**



ХОЛОДИЛЬНЫЕ  
СТОЛЫ

**Тильрад**

АВТОМАТИЗАЦИЯ  
РЕСТОРАНОВ

r\_keeper\_7

— увеличить продажи  
за счёт постановки КРП.  
Подробности на  
[www.ucs.ru](http://www.ucs.ru) >



Спецпроект

## ПИЦЦА

### ЦИФРЫ И ФАКТЫ

стр. 24

Тренд августа

### ЯРКИЕ НАПИТКИ

стр. 64

# ВАЛЕНТИНО БОНТЕМПИ

«Не идеализируйте  
ресторанный бизнес.  
Не надейтесь  
на быстрые деньги»

ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ В «ЗЕЛГРОС»!  
**SELGROS**  
cash & carry

18+

**ФОРУМ РЕСТОРАННЫХ КОНЦЕПЦИЙ  
RESTOCONCEPT** ..... 6

**НОВИНКИ: АВГУСТ-2018** ..... 8

**МНЕНИЕ**

Александр Котюсов:  
Стоит ли сотрудничать  
с ресторанными критиками? ..... 10

Сергей Миронов: В игре и вне игры.  
С каким счетом российские рестораторы подошли  
к финалу Чемпионата мира?... 12

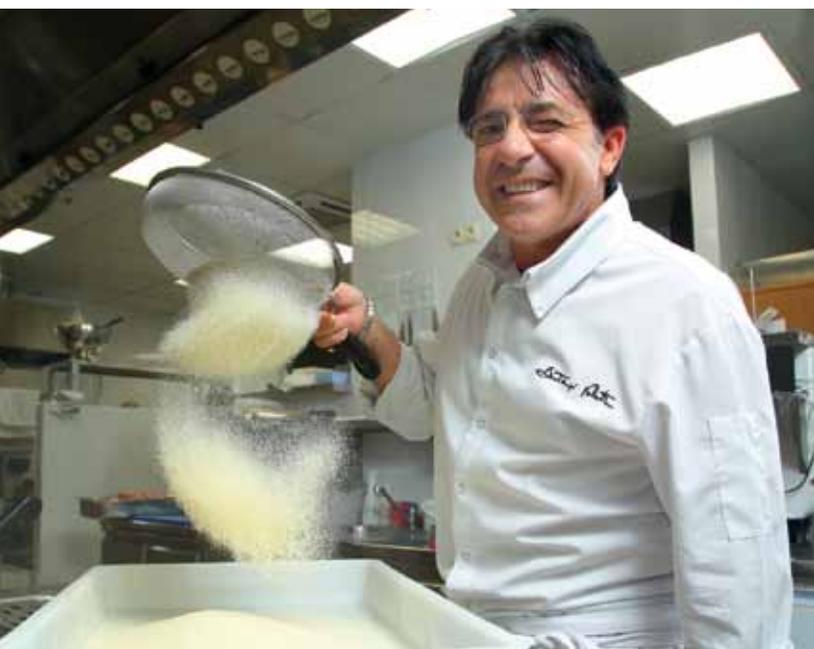


Леонид Гелибтерман:  
Развитие гастрономического туризма..... 14

Елена Меркулова:  
«Мы занимаемся бизнесом и не пытаемся  
превратить мероприятия в тусовку»..... 16

**COVER STORY**

Валентино Бонтемпи:  
«В гастрономии, как и в любви,  
насильно мил не будешь» ..... 20



**ИННОВАЦИИ**

PROFI DRESS — современное производство  
униформы и текстиля..... 48

**ЕДА И НАПИТКИ**

Малиновое пюре..... 50



Лучшая винная карта России ..... 54

**БИЗНЕС-МОДЕЛЬ**

Максат Ишанов:  
Концепции, проверенные практикой..... 56

Рынок как привлекательный бренд города..... 58



**ТРЕНД АВГУСТА**

Яркие напитки и блюда в меню ресторанов..... 64



## СПЕЦПРОЕКТ:

## ПИЦЦА: ЦИФРЫ И ФАКТЫ ..... 24

Пицца-2018: тренды настоящего и будущего..... 26

Итальянский фастфуд в России:  
пинса вместо пиццы и еда навынос..... 30Птица вешая: «Додо Пицца»  
о достижениях и планах на будущее..... 34

Тесто для пиццы: правила выбора муки и стиля..... 36

Сыр для пиццы: правильный выбор..... 40

5 правил успеха современной  
пиццерии от Андрея Кошкодана..... 42Макс Федоров: Маркетинг ресторана  
с доставкой пиццы..... 44Эльдар Кабиров:  
Мастер-класс по приготовлению  
неаполитанской пиццы «Пепперони»..... 46Всероссийский журнал для профессионалов индустрии питания  
№ 08 (244) 2018Учредитель  
ООО «ИНФОРМАЦИОННЫЙ КАПИТАЛ»Издатель  
ООО «РИК «РЕСТОРАНОФФ»Генеральный директор **Светлана ЕФИМЕНКО**  
ceo@restoved.ru  
Главный редактор **Елена ЕГОРОВА**  
chief-editor@restoved.ru

## Редакция

Руководитель спецпроектов **Анна СИРОТИНА**  
a.siratina@restoved.ru  
Руководитель  
книжного направления **Ирина ВИДРЕВИЧ**  
i.vidrevich@restoved.ru  
Арт-директор **Иван ЕЛИЗАРОВ**  
art-director@restoved.ru  
Дизайнер-верстальщик **Борис РЕМПЕЛЬ**  
Координатор редакции **Алина КОФАНОВА**  
redaction@restoved.ru  
Контент-менеджер **Светлана ПЯТКИНА**  
content@restoranoff.ru

## Коммерческий отдел

тел./факс: (495) 921-3625

Директор по рекламе **Евгения КОРОЛЕВА**  
e.koroleva@restoved.ru  
тел. доб. 225Старший менеджер  
рекламных проектов **Милана ДЕЛИЧ**  
m.delich@restoved.ru  
тел. доб. 224Менеджеры  
рекламных проектов **Светлана ДЕНИСОВА**  
denisova@restoved.ru  
тел. доб. 229  
**Юлия СЕВОСТЬЯНОВА**  
j.sevostyanova@restoved.ru  
тел. доб. 228

## Отдел подписки и розницы

Руководитель **Никита КОРОГОДИН**  
n.korogodin@restoved.ruМенеджеры **Виктория ШИМКО**  
podpiska@restoved.ru  
**Анна САТИМОВА**  
satimova@restoranoff.ru  
**Дина СИТДИКОВА**  
or8@restoranoff.ru

## Отдел оптовых продаж

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

## Бизнес-школа

Директор **Мария МАЛЫШЕВА**  
rv@restoved.ruEvent-менеджер **Оксана АВДЕЕВА**  
art@restoved.ru

## Над номером работали

Леонид Гелиберман, Ольга Ефремова, Александр Котюсов,  
Алина Кофанова, Иван Меркулов, Юрий Лукин, Дмитрий Маринин,  
Сергей Миронов, Александр Пигарев, Марина Родионова,  
Игорь Савкин, Марина Сипатова, Алексей Ярков

## 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) 921-3625,

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

Тираж 19 200 экз.

© «Ресторанные ведомости»

08 (244) 2018

18+

Типография: ООО «ЮНИОН ПРИНТ»

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



# Форум ресторанных концепций RESTOCONCEPT

**BUSINESS  
PICNIC**  
WINE & GASTRO

20–22 июля информационная группа «Ресторанные ведомости» представила совершенно новый формат образовательных мероприятий — Форум ресторанных концепций RESTOCONCEPT. Событие состоялось в рамках проекта Wine & Gastro Business Picnic, организованного совместно с Российской ассоциацией сомелье.

Этим летом пикник, организованный Российской ассоциацией сомелье в партнерстве с информационной группой «Ресторанные ведомости», приобрел бизнес-акцент! За три дня лидеры отрасли детально разобрали четыре трендовые ресторанные концепции, поделились с участниками опытом, практическими знаниями и действенными инструментами ведения бизнеса. Главной особенностью мероприятия стал его формат, который предполагал практически индивидуальное общение со спикерами. В фешенебельном отеле «Империал Парк Отель & SPA» участники имели возможность максимально глубоко погрузиться в тему, задать вопросы и получить ответы «из первых рук». Особый интерес вызвали обсуждение практических вопросов по организации работы в ресторане, а также темы, связанные с увеличением продаж, материальной и нематериальной мотивацией и выбором концепции. В рамках форума ведущие эксперты рынка дали свои практические рекомендации





по всем главным темам организации работы ресторана — от выбора правильной концепции и продвижения до разработки мотивационных программ для гостей. Форум ресторанных концепций RESTOCONCEPT позволил получить практические знания в формате нетворкинга, а в конце закрепить их на практике. 21 июля для всех любителей и ценителей винной культуры Российская ассоциация сомелье при поддержке ИГ «Ресторанные ведомости» представила свой ежегодный проект Wine-picnic, который приобрел серьезную бизнес-составляющую! Участники провели целый день на открытой площадке, посещая эногастрономические мастер-классы от шеф-поваров и лучших сомелье России и винные дегустации, проявляя смекалку и знания в Винном казино. В рамках мероприятия были подведены итоги ежегодного конкурса на лучшую винную карту, в ходе которого экспертное жюри оценивало сочетание винной карты с меню и форматом ресторана. Гран-при достался проекту братьев Березуцких Twins Garden. 22 июля участники форума в рамках рестотуров посетили рестораны «Мясо & Рыба», Bird BQ, «ОбедБуфет» и ShkVarka. Участники отметили, что рестотуры полезны своим открытым форматом и возможностью обсудить все животрепещущие вопросы в приватной обстановке, побывать «за кулисами» популярных ресторанов и продегустировать меню, а также узнать у их владельцев все секреты ведения бизнеса.





## Торговые центры Selgros Cash & Carry представляют новинку в молочном ассортименте — молоко для капучино бренда «Петмол»

### Почему именно молоко для капучино?

- В среднем россиянин стабильно выпивает 1 чашку кофе с молоком в день
- Самый популярный кофейный напиток в России — это капучино
- Напитки на основе кофе и молока — это активный растущий тренд на протяжении последних лет
- Потребитель стал гораздо более требовательным к кофейным напиткам за счет большого количества предложений на рынке общепита

**Молоко для капучино от «Петмол» — это специально разработанный продукт для использования в кофейных напитках, который полностью отвечает требованиям потребителей:**

- Молоко, которое легко взбивается в воздушную пену благодаря уникальному составу с повышенным содержанием белка

- Легко взбивается в домашних условиях
- Имеет нежный сливочный вкус
- Самый популярный формат — 3,2% в литровой упаковке

Молоко для капучино от «Петмол» — выбор профессионалов. Его выбирают не только конечные потребители, но и такие профессионалы в сфере быстрого питания, как Макдоналдс и МакКафе, ресторанах Novikov Group, Ginza Project и Лотте Отель.

Подробнее об этой новинке, остальном ассортименте, а также акциях и бонусных программах вы можете узнать в отделе по работе с клиентами, которые есть в каждом торговом центре Selgros Cash & Carry.



## r\_keeper\_7 – Гибкая система скидок

Безусловно, хорошие скидки, да и вообще любые скидки всегда положительно влияют на привлечение гостей. Но сегодня, в жестких условиях конкуренции, ресторатору недостаточно просто обозначить скидку, к примеру, на конкретный заказ. Для расширения круга постоянных гостей ресторатору необходима гибкая система скидок.

В этом случае эффективным инструментом выступает использование комплексного решения для автоматизации ресторана или кафе — **r\_keeper\_7**.

В **r\_keeper\_7** встроена гибкая система скидок, с помощью которой ресторатор может самостоятельно назначить скидку не только на заказ, но и на блюдо в заказе, на n-ю позицию блюда в заказе, на тип гостя, на определенные часы работы заведения и не только.

Устанавливайте свою систему скидок вместе с **r\_keeper\_7**.

[www.ucs.ru](http://www.ucs.ru) >



## Анализ динамики эффективности блюд

iikoMenuManager помогает выявить наиболее и наименее эффективные блюда в меню, которое может состоять из большого количества позиций. Начиная с версии iiko 6.1, вы можете отслеживать также изменения в популярности и прибыльности блюд за определенный отрезок времени. Теперь будет гораздо проще анализировать эффективность маркетинговых акций, а также контролировать сезонные изменения.



## Шкафы шоковой заморозки NICOLD

**NICOLD предлагает шкафы шоковой заморозки в исполнении на три, пять, семь, а также десять и четырнадцать уровней.**

Все модели объединяют высочайшее качество сборки и продуманность конструкции:

- 1) Шкафы шоковой заморозки изготавливаются из стали марки AISI 304
- 2) Предусмотрены различные варианты работы: шоковая заморозка, шоковое охлаждение и деликатное шоковое охлаждение
- 3) Закругленные углы камеры облегчают процесс мойки аппарата
- 4) Регулируемые по высоте ножки позволяют установить аппарат на неровном полу
- 5) Изоляционный слой толщиной 60 мм
- 6) Дверца с автодоводчиком и фиксацией в положении 105 (градусов)
- 7) Автоматическая оттайка

**Цена от 149 000 рублей**





Президент ГК «ПИР»  
Нижний Новгород

**Александр Котусов**

## Стоит ли сотрудничать с ресторанными критиками?

**Ресторанный критик — профессия крайне редкая, я бы сказал, штучная.**

**В наше время, пожалуй, каждый второй считает, что он разбирается в еде. Желающих покритиковать кухню того или иного заведения огромное количество.**

**И не в устной беседе с друзьями или письменно в жалобной книге, которую никто не читает, кроме управляющего и сотрудников Санэпиднадзора.**

**М**ногие стремятся вынести свои размышления на всеобщее обсуждение — одни в TripAdvisor, другие в Facebook, третьи в Allsafe и так далее. В стране нет ни одного ресторана или бара, про который кто-нибудь что-нибудь бы не написал. Миллионы отзывов людей, пришедших в ваш ресторан отдыхать, заполняют интернет-пространство. Впрочем, это не критики. Это гости. Насто-

ящий ресторанный критик приходит в ресторан работать. Он ест не для того, чтобы насытиться, и пьет не для того, чтобы расслабиться. Он делает это совершенно с иными целями. Его интересует, правильно ли проварена паста и соответствует ли степень прожарки стейка сделанному заказу. Его волнуют чистота скатертей и профессионализм персонала. Он задает администратору странные вопросы, фотографирует все принесенные ему блюда, проверяет мягкость туалетной бумаги и оценивает соответствие музыкальных фонограмм концепции заведения. Он привередлив. У него чаще всего недовольное выражение лица. Ему сложно угодить. Он считает, что разбирается в еде лучше всех. Ну или как минимум лучше вас! Вы таких встречали?

Ресторанный критик — профессия, которой не учат в институтах. Чаще всего в нее приходят из журналистики, крайне редко — из ресторанного бизнеса. И именно в этом проблема. Ресторанный критик изначально дилетант и неуч, начинающий свой путь с примитивного рассуждения на тему — нравится/не нравится. Профессионалами становятся единицы.

Для того чтобы стать настоящим критиком, нужно много работать. Необхо-

димо разбираться в рецептах, как шеф-повар, нужно понимать правила работы персонала, как директор по HR, важно погружаться в нюансы управления рестораном. А еще читать книги по гастрономии, знать технологии приготовления, посещать лучшие рестораны страны. Требуется в конце концов много есть, и не только бизнес-ланчи и хот-доги. А еще, разумеется, надо уметь писать. Писать вкусно, интересно, захватывающе. Только тогда это превращается в профессию. Профессию, по-настоящему интересную. Интересную потому, что среднестатистический человек ест ежедневно, а значит, должен проявлять интерес к пище. А значит, любая информация о блюдах, ресторанах, кафе и барах найдет своего потребителя. Ресторанный критик как сомелье. Он редок! Вот только сомелье любят, приглашают на мастер-классы, советуются при составлении винной карты. К ресторанным критикам чаще всего иное отношение. Их боятся... ну или как минимум опасаются. Боятся из-за того, что они выбрали профессию, способную принести ресторану как пользу, так и вред. А порой и первое, и второе одновременно. Ведь любая профессия подразумевает процесс