

CHEFART
рекомендует

Игорь Пращенко
Зиннат Акбашев

УМ- НОЕ МЕНЮ

**СДЕЛАНО
В ПЕТЕРБУРГЕ**

УДК 338.46:[640.432:641.5]
ББК 65.431.14+36.995

П70

Охраняется законом РФ об авторском праве.

Воспроизведение всей книги или любой ее части запрещается без письменного разрешения издателя. Любые попытки нарушения закона будут преследоваться в судебном порядке.

Пращенко Игорь Александрович, Акбашев Зиннат Далилович

П70 Умное меню. Сделано в Петербурге / И. А. Пращенко, З. Д. Акбашев — М.: ООО «Медиа группа «Ресторанные ведомости», 2020. — 160 с. : ил.

ISBN 978-5-6040953-2-4

Как создать ресторан вне моды и вне времени — красивый, большой, семейный, с по-домашнему вкусной едой? Именно об этом пойдет речь в книге «Умное меню. Сделано в Петербурге». Профессиональный ресторатор Игорь Пращенко и шеф-повар Зиннат Акбашев расскажут о том, как появился на свет один из самых популярных ресторанов Санкт-Петербурга FermA, что стало причиной такого успеха и какими принципами следует руководствоваться при открытии нового ресторана. Большое внимание в книге уделено также и философии питания, основанной на использовании исключительно натуральных и безопасных продуктов, и принципам умного меню, которое учитывает не только стоимость ингредиентов, но и все накладные расходы и человеческие эмоции. Авторы делятся с читателями рецептами лучших блюд из ресторанного меню, созданными на основе принципов natural food, в которых сочетаются уважение к традициям кухонь разных стран, творческий подход и экономический расчет. Эта книга будет полезна специалистам, занятым в сфере ресторанного бизнеса, а также тем, кто интересуется вопросами кулинарии.

ISBN 978-5-6040953-2-4

© ООО «Медиа группа «Ресторанные ведомости», 2020

© Пращенко Игорь Александрович, 2020

© Акбашев Зиннат Далилович, 2020

СОДЕРЖАНИЕ

Об авторах	6
От составителя	9
Глава 1. Сначала было блюдо	12
Глава 2. Клиенты, которых мы ждали	14
Глава 3. На вкус и цвет товарищи есть	16
Глава 4. Поэзия блюда и проза фуджоста	18
Глава 5. Ответственная кухня: кто и за что в ответе?	20
Глава 6. Ферма — ферма или форма?	22
Глава 7. Счастливое число управляющего: семь золотых правил успеха	24
Глава 8. Экономический ликбез: кост, маржа и гибкое ценообразование	32
Глава 9. Шеф-посыл, или Дюжина правил от Зиннята Акбашева	34
Глава 10. Умное меню	36
Все деньги мира. Вместо эпилога	40
Рецепты	
Борщ с вишней.....	42
Буррата с кабачком в сливовом соусе и с тапенадой из вяленых томатов.....	46
Бычий хвост.....	50
Бычье ребро.....	54
Закуска из запеченной утки.....	58
Запеченный краб с салатом из огурца и водорослей.....	62
Десерт «Картошка».....	66
Карпаччо из лосося.....	70
Кокосовая панна котта с земляникой.....	74
Крабовый мусс.....	78
Крем-суп из тыквы.....	82
Окорок молодого бычка с пирогом из батата.....	86
Олень со свеклой, черной смородиной и морковно-имбирным пюре.....	92
Паштет из куриной печени.....	96
Салат с теплым крабом.....	100
Салат «Коул слоу» с водорослями и манговым соусом.....	104
Салат из тунца с арбузом.....	108
Салат с лососем горячего копчения.....	112
Спринг-роллы с уткой.....	116
Судак в чешуе из золотого картофеля с брокколи в сливочном соусе.....	120
Суп капутино с лисичками (крем-суп из лисичек).....	124
Тартар из авокадо.....	128
Тартар из лосося с козьим сыром и оливковой тапенадой.....	130
Телятина в трюфельном соусе.....	134
Телячьи почки с зеленой гречкой.....	138
Телячьи щеки с пюре из зеленого горошка и луком-шалотом.....	142
Утка запеченная со штруделем из кислой капусты и соусом из портвейна и черной смородины.....	146
Форшмак.....	150
Цесарка, запеченная с грушей и изюмом.....	154
Язычки ягненка со сморчками.....	156

ОТ СОСТАВИТЕЛЯ

Расставлять рестораны по полочкам и разбирать их творцов по косточкам — дело неблагодарное. Потому что все плохие рестораны похожи друг на друга, а каждый хороший уникален по-своему. Один ресторатор скажет, что любовь к ресторану живет три года, а потом его надо закрывать и открывать что-то новое. Другой будет упорно не замечать, что его заведение давно превратилось в свадебный зал, шеф-повара как не было, так и нет и если бы не свои площади, то они давно бы разорились.

Но есть места особые, где странным образом срастается все: умные инвесторы, грамотный управляющий, талантливый шеф и общий взгляд на будущий ресторанный продукт. И тогда — неожиданно и необъяснимо (но только на первый взгляд!) — рождается успешный проект, способный радовать и создателей, и клиентов долгие годы.

Так случилось с авторами FermA — инвесторами Александром Беловым и Аркадием Теплицким, управляющим Игорем Пращенко и шефом Зиннятом Акбашевым. Им хотелось сделать ресторан вне моды и вне времени — красивый, семейный, большой, но уютный. С декором на десятилетия и комфортной домашней едой. Такой, о котором преданные гости говорили бы: «Нечего голову ломать, пошли в FermA, там вкусно».

И это им удалось. FermA была придумана в трудные времена с чистого листа. У каждого из основателей был за плечами опыт

других успешных заведений, но FermA оказалась не похожей ни на одно из них. Прошло десять лет, и FermA уже две: первая на Финляндском проспекте и новая на Синопской набережной. И это — не считая маленьких «fermочек»-кондитерских, где не только едят, но и стоят в очереди за легендарными «булочками со сливками». Популярность «булок» — как их называют авторы проекта — их, авторов, даже раздражает. Но из песни о FermA «булочку со сливками» не выкинешь.

В последние годы группа успешно опробовала и другие форматы. Пять лет назад на Синопской набережной появилась Le Boat — ресторан высокой кухни, который, скорее всего, появился не в том месте и не в то время, слегка опередив развитие вкусов местной публики. Позже он был успешно переформатирован в еще один ресторан FermA. Усталые горожане с удовольствием наслаждаются закатом на борту плавучей «Чайки», пришвартованной между двумя живописными островами. Или идут в соседний с FermA на Финляндском грузинский «ДеДа хинкали» — он FermA вовсе не дед, а скорее, внук, поскольку появился на свет последним.

И все же самым успешным проектом White group по-прежнему остается именно FermA — идеальная модель ресторана на годы, который невозможно скопировать, но которым можно вдохновиться.

Тамара Иванова-Исаева

Ferma





Ferma

Глава 1

СНАЧАЛА БЫЛО БЛЮДО

Ресторанных форматов сегодня множество — от привычных кафе и ресторанов до модных необистро. И хорошо, когда автор нового проекта точно знает, чего хочет: модный гастробар с «натуральными» винами и фингерфудом или высокую кухню со свечами и фуа-гра. И понимает, что для успеха нужны знания, профессионализм и талант. А еще — личная энергия и немного везения. И умение извлекать уроки из чужих ошибок, пусть даже алгоритмы прошлого не всегда применимы к дню сегодняшнему. Впрочем, десятилетняя история успеха FermA в этом смысле исключение.



Кафе FermA, 6-я линия Васильевского острова, 13

ИГОРЬ ПРАЩЕНКО: — Да, наша история необычна — потому что сейчас принято вначале придумывать концепцию ресторана, а уже потом подгонять под нее кухню, интерьер и меню. Мы же начинали тогда, когда культура еды вне дома только зарождалась, ходить толком было некуда, да и заведений было не так много. Нам же хотелось сделать ресторан вне времени и на широкую аудиторию. И мы начали с того, что представили свое видение кухни. Создавая меню и строя ресторан полтора года, мы не могли ошибиться — у нас процент ошибок был буквально пять–семь. Это те блюда, от которых мы впоследствии избавились. А изначально было около 120–130 блюд, планшет с двух сторон. И если открыть меню сегодня, то оно процентов на семьдесят то же. Зачем убирать, если все это живет? Именно поэтому нам захотелось написать книгу.

ЗИННЯТ АКБАШЕВ: — В течение тех полутора лет мы постоянно что-то меняли, обновляли. Были сотни вариантов. Каждое блюдо пробовали, считали, дополняли, убирали, дорабатывали. Коллегиально, вместе со всеми партнерами.

И.П.: — И когда мы запустились, это меню оказалось уникальным — аналогов не было вообще. И это принесло успех. Мы просто тихо, без рекламы открыли двери — и все пошло. Ferma, как и ресторан «Парк», которым я тоже занимался 12 лет назад, стала очень успешной, притом что открылись мы в кризис — в августе 2009-го. Просто



Островок-кондитерская в «МЕГА-Дыбенко»

за полтора года нам удалось создать по-настоящему концептуальное меню. И именно концептуальность во многом объясняет его успех.

З.А.: — Мы хотели не только ресторан вне времени, но и блюда вне времени. У нас и сейчас есть блюда-долгожители, которым по десять лет. Это, например, закуска из утки, крабовый салат, крабовый мусс. Это карпаччо из лосося с сорбетом из томатов, это форшмак, это запеченная утка, это бычий хвост, это филе оленя, это суп с лисичками, это пирожное «Картошка», это телячий окорок...

И.П.: — И вот когда концепция, общее представление о ресторане и меню сложились, мы стали думать о названии, о деталях интерьера и, главное, о той публике, которую нам хотелось здесь видеть и на которую были ориентированы наши блюда.



Глава 2

КЛИЕНТЫ, КОТОРЫХ МЫ ЖДАЛИ

«Концептуальное меню» в случае FermA — это и есть ресторанный концепция, поскольку оно тянет за собой и выбор названия, и формат, и основные интерьерные решения. Именно меню позволило не только создать успешную долгоиграющую модель, но и обеспечить возможность дальнейшего развития.

И.П.: — Один из главных принципов нашего меню — это **клиентоориентированность**, учет мнений и вкусов тех гостей, которые вписываются в концепт ресторана. Изначально мы предполагали работать на семейную аудиторию, но, к счастью, жизнь внесла коррективы. И в результате днем мы оказались рестораном для бизнес-публики — будь то деловые обеды или обеды а-ля карт, а вечером превращались в семейное заведение.

З.А.: — И хотя дневная бизнес-публика и вечерняя семейная очень разные, мы сумели приютить и тех и других, создав им комфортные условия и предложив блюда, ориентированные на них.

И.П.: — Кто же **наши гости**? Это **люди старше 25**, у которых уже сформированы вкусы и есть гастрономический опыт. Они много путешествуют. Они уже разбираются, что хорошо, а что плохо. Конечно, можно постоянно создавать какие-то новомодные блюда,

пестрые, с яркими вкусами — я их называю «винегрет», — но, боюсь, тогда мы не сможем попасть в нашу аудиторию.

З.А.: — Те блюда, которые я уже перечислил, созданы именно для «наших» гостей. У нашего меню при этом нет какой-то конкретной национальности: в нем можно найти средиземноморские



«ДеДа» на Финляндском пр., 1



нотки, есть переосмысленные русские блюда, есть азиатские вкусы.

И.П.: — Нам и самим было важно понять, по каким критериям мы нашу публику определяем. Возраст — это одно, но люди-то разные! Есть представители бизнеса — серьезные, взрослые, повидавшие виды, у которых есть свои приоритеты и пожелания. Но нам хотелось дать им тот вкус, который мы задумывали здесь концептуально с самого начала. И мне кажется, нам это удалось. Конечно, всегда

будут люди, которые придут и скажут: а вот здесь был другой соус, а здесь был другой вкус, а вот здесь лучше сделать вот так. Но мне кажется, что блюда, вошедшие в эту книгу, настолько гармоничны, что смогут угодить всем и надолго останутся актуальными.

З.А.: — Да, они уникальны, абсолютно индивидуальны и всегда интересны. Но при этом они еще и технологичны, что при таких размерах ресторана и меню особенно важно.

Глава 3

НА ВКУС И ЦВЕТ ТОВАРИЩИ ЕСТЬ

Считается, что в гастрономическом ресторане меню должно быть небольшим. Завсегда и камерных заведений с тремя-четырьмя закусками и таким же выбором основных блюд идут не столько «на ресторан», сколько «на повара». И для сохранения публики шеф вынужден либо часто меню обновлять, либо заведомо делать его пространным. Ведь помимо дискуссии «вкусно-невкусно» (а что вкусно одному, может не понравиться другому), есть еще диеты, аллергии и просто личные пристрастия...

И.П.: — У нас очень обширное меню, хотя принято считать, что в хорошем ресторане меню не должно быть большим. Но мы живем в России, и если бы мы на это пошли, то потеряли бы часть тех, кто к нам ходит. **Русские люди любят разнообразие, и если мы не хотим, чтобы они изменяли нам с другими ресторанами, то вариант с большим выбором нас сильно выручает.** Это значит, что человек может приходиться к нам не раз в неделю, а два, три и больше. Потому что он всегда сможет найти что-то новое, чего короткое меню не позволяет.

З.А.: — И важно, чтобы люди не просто выбрали, а чтобы у них осталось правильное послевкусие. Чтобы они запомнили вкус того блюда, что они ели. Поэтому мы должны сделать его индивидуальным, особенным. Важно, что осталось в памяти, какой вкус. Вот, например, закуска из утки, которая у нас в топе почти десять лет. В чем ее уникальность? Сама утка находится между двумя тостами из орехового хлеба, она с медом, с дижонской горчицей — и подается с салатным миксом со свежими цитрусовыми и с ягодами. И у этого микса такая заправка, что, когда после утки ты ешь этот микс с ягодами, вкус всего блюда неожиданно меняется. Он становится глубже, он фруктовый, и утка с дижонской горчицей отлично на него ложится.

И.П.: — Создание блюд похоже на работу кутюрье. Все уже давным-давно придумано — все лекала, все выкройки давно существуют. Могут появляться лишь новые материалы, новые технологии в тканях, в конструкциях — и все. Что мы и пытались сделать. Зиннят молодец: он очень цепко все подмечал тогда, когда учиться было негде. Он хорошо все запоминал визуально, а технологии искал методом тыка. Мы тыкались 18 месяцев, и не могу сказать, что все и сразу было



Фото А на Синопской наб., 22



успешно. Иногда доходило до обид: это зарубили, то зарубили, был даже напряг в какой-то момент, когда ему казалось, что его вконец задолбали.

З.А.: — Но в результате получилась беспроигрышная история. Потому что от нас всегда уходят в хорошем настроении. Меня спрашивают, почему мы не идем на эксперименты. Экспериментов каждый день не хочется — хочется прийти туда, где тебе рады и где понятная еда. Что такое для меня «вкусно» — и почему мы делаем такую еду? Что бы мы ни делали — десерт или салат, даже мне самому после съеденного хочется еще. Понимаете? Хотя у нас большие порции. Вот, допустим, я ем сырник, съел несколько, но смотрю на них, и мне хочется еще. Приходится себя сдерживать. Но я знаю, что еще вернусь. А знаете почему? Потому что наш сырник — непростая история: там творог, там нет муки, там лишь капелька манки. И фишка в чем? Съел — и хочется еще. И еще. Это как общение с любимым человеком: его всегда мало.

И.П.: — Именно благодаря такому подходу и изначально правильной концепции меню **нам удалось сделать то, к чему стремится любой ресторан** — не важно, здесь или в Париже, — **создать категорию постоянных клиентов**, которые знают, что качество наших блюд останется неизменным и через год, и через десять. Эти блюда во многом определили успех наших ресторанов. Если они по-прежнему пользуются спросом, это значит, что на них идут и мы по-прежнему на плаву.

Глава 4

ПОЭЗИЯ БЛЮДА И ПРОЗА ФУДКОСТА

В 2011 году Ален Дюкасс, открывая свой ресторан в Петербурге, озадачил гостей заявлением о политике локальности — тогда рестораторы в России предпочитали импорт. Дюкасс объяснял: близость к поставщикам сокращает и выбросы в атмосферу, и цены. Но российская действительность оказалась сложнее, и эра локальности наступила в России уже после закрытия miX SPb... Но цены не стали ниже. Зато появились новые тенденции: ЗОЖ, сезонность, натуральность.

И.П.: — Локальные продукты — это сейчас так модно. Но это, простите, ерунда. Потому что далеко не все наши продукты соответствуют высоким стандартам.

З.А.: — Знаете, с какими локальными продуктами мы работаем? Нам выращивают дышлят, уточек — и мы этих фермеров знаем. Мы знаем, что их птица на свободном выпасе, знаем, чем ее кормят. Но давайте рассуждать здраво. Наши сыры пока что... Как бы это сказать помягче?.. Кроме бурраты, которая даже лучше западных аналогов.

И. П.: — Кого мы пытаемся обмануть? Мы бы брали местное, даже если бы оно было дороже, но хорошего качества. Возможно, брали бы. Кое-что берем. Мясо берем и псковское, и белорусское. Но за стабильность приходится бороться все время.

З.А.: — Молоко и сливки покупаем башкирские, удмуртские. Дело в том, что мы их активно используем в кондитерке, а там стабильность как раз очень важна.

И.П.: — У нас по молочной продукции большие объемы, и так получилось, что у здешних производителей качество все время разное, а башкирский производитель рынком дорожит, и его сливки всегда одинаково хорошо взбиваются. С сезонностью все просто: мы меняем меню пять раз в год — по сезонам плюс пост. И есть еще лисички — летом и осенью, весной корюшка, свежие овощи и фрукты по мере поступления. Обычно мы выделяем это в специальное предложение. Причем перемены касаются всего 5–10% блюд — у нас ведь меню очень большое. К тому же переверстывать фотоменю долго и сложно. Поэтому мы его обновляем раз в три месяца.

Евгения на Финляндском пр., 1





З.А.: — Что касается моды на ЗОЖ и натуральность, то один из наших лозунгов как раз — natural food. У нас все продукты натуральные, мы не используем химических добавок, красителей. ЗОЖ, конечно, пригож, но наше меню очень сбалансированно, в нем нет ничего особо жирного, и после посещения Ferra наших гостей не мучит ощущение тяжести.

И.П.: — В этом, кстати, еще одно преимущество большого меню — возможность выбрать что-то легкое, какой-то салат или что-то нежирное.

З.А.: — Мы всерьез следим за качеством. Если завозим, например, оленину или телятину, то отдаем на пробу в лабораторию, потому что нередко бывают

подлоги. Сливочное масло проверяем: в последнее время появились «умельцы», которые пытаются делать его непонятно из чего. Поэтому мы масло тоже сдаем на пробу. Ведь хорошее заварное тесто, такое, чтобы ты съел пять-шесть булок, а тебе хотелось бы еще, можно делать только из хорошего сливочного масла. У нас масло либо башкирское, либо новгородское.

И.П.: — Есть и другие качественные марки, но здесь еще и вопрос цены. А то с импортозамещением многие наши производители просят больше, чем стоили западные аналоги. А кост для нас тоже важен, поэтому стараемся найти оптимальное соотношение цена-качество, хотя качество все равно важнее.



Фото на Синопской наб., 22

Глава 5

ОТВЕТСТВЕННАЯ КУХНЯ: КТО И ЗА ЧТО В ОТВЕТЕ?

Еще одна актуальная тенденция — это ответственное потребление.

На ресторанной кухне это и безотходное производство, когда в дело идут практически все части продуктов, и экологически безвредная утилизация мусора. А еще — воспитание вкуса у детей и умение сочетать пользу и умами. Вкус не должен приноситься в жертву полезности.

З.А.: — Безотходность сейчас — общая тенденция. Мы стараемся максимально использовать возможности продукта, и могу с гордостью сказать, что мы многого добились. Проблема утилизации мусора, конечно, стоит, как и перед всеми другими ресторанами.

И.П.: — Что касается оставшихся продуктов, то здесь мы ничего нового не изобрели. Оставшийся хлеб мы отдаем благотворительным компаниям, которые помогают людям в трудной жизненной ситуации.

В кондитерской у нас еще есть система «подвешенных» булочек, пирожных и кофе, когда за них платят другие клиенты, а мы потом отдаем их пенсионерам.

З.А.: — О пользе и вреде еды хочется сказать отдельно. Еда вообще не должна быть вредной, но в то же время она должна быть вкусной. Все, что натуральное, — полезно, и поэтому чаще всего вкусно. А вообще умеренное потребление разнообразных натуральных продуктов не может нанести вреда — даже если речь идет о таких дискредитированных диетологами продуктах, как свинина и сало.

И.П.: — Почти все наши блюда-долгожители отвечают этим требованиям. Ведь наша целевая аудитория — это не только бизнес- и семейная публика, о которых мы уже говорили, но и молодежь. Хотя, боюсь, всем мы угодить не сможем — особенно тем, кого принято называть «хипстерами». Потому что у нас нет черных бургеров и других модных хитов. Мы не сможем их привлечь, пока они не повзрелеют.

З.А.: — Иногда они приходят с родителями и постепенно привыкают к нашей кухне. Но вообще-то бургеры у нас тоже есть — правда, не в главной Ferma, а в кафе на Васильевском. Все-таки бургер нужно есть руками, а у нас тут скатерти и приборы.

И.П.: — Говоря о хипстерах, я имею в виду тех, кто ищет в еде пестроты, острых соусов, где тонких вкусов практически нет. Есть химия и много-много технологий, которые не всегда совместимы, но их совместили, залили сверху соусами: ешьте, пожалуйста! Впрочем, есть и те, кто пытается разобраться, в том числе модные девушки. Для них тоже есть блюда — та же закуска из утки, салат с теплым крабом. Почему я так подробно об этом говорю? Это снова возвращает нас к необходимости большого меню. Но расширять его еще и ради хипстеров я не буду — потому что не люблю безвкусицу.



«ДеДа» на Литейном пр., 64