

СОДЕРЖАНИЕ

Вступление	8
Введение	9
Я не структурный человек. Я — повелитель хаоса // Илья Благовещенский // бренд-шеф ресторанов Sapiens, Magma	12
Капуста — классное блюдо, и я буду его подавать // Дмитрий Блинов // основатель и шеф-повар Harvest и других ресторанов Duoband в Петербурге и Дубае	21
В моих ресторанах всегда играет итальянское радио // Валентино Бонтемпи // шеф и основатель Pinzeria by Bontempi	31
Сама профессия вдохновляет // Евгений Викентьев // самый молодой шеф в России, получивший звезду Michelin	38
Любую реку надо переходить по камушкам // Михаил Гончаров // основатель и управляющий сети ресторанов «Теремок»	40
На кухне я не умею быть спокойным // Джузеппе Дави // бренд-шеф BUTLER	51
Я не художник, я — ремесленник // Мирко Дзаго // бренд-шеф Onest, «Аист», BRO&N, La Fabbrica, «Бурный»	54
Я про свою кухню знаю практически все // Максим Ершов // шеф-повар Grace Bistro	57

Вы можете быть собой, и вас за это никто не накажет // Артем Естафьев // основатель / CEO beetbe	63
Я постоянно меняю все, и мне это нравится // Иван Зайченко // сооснователь сети продуктовых магазинов «Жизньмарт»	72
Быть уместным и своевременным // Денис Иванов // основатель ресторанов #СибирьСибирь, [KU:] Рамен Изакая Бар, Krombacher Beer Kitchen и других	80
Ресторан — это мое место силы // Виталий Истомин // шеф-повар AVA	88
Чай — это про доверие // Андрей Колбасинов // основатель первой современной русской чайной «Нитка»	100
Скорости на кухне изменились // Уиллиам Ламберти // ресторатор Sartoria Lamberti, Ugolek, Uilliams, Pinch, LUMICINO	107
В будущем еда должна быть бесплатной // Юрий Левитас // основатель и совладелец Black Star Burger	112
Наша концепция — flow. Есть волна — лови ее // Дмитрий Левицкий // основатель HURMA Group of Companies	115
Чтобы открывать рестораны, надо любить людей // Диляра Макарова // генеральный директор Novikov Group	121
За каждым успехом стоит тысяча падений // Александр Мельников // владелец холдинга Melnikov Group	126
Как только мы сами себя признаем, все изменится // Сергей Мирошников // бренд-шеф ресторанов Kitchen и «Фартук»	131
Наша лодка в этой буре самая правильная // Александр Мутовин // сооснователь бренда «Много лосося»	138
Мы не продаем еду — мы продаем впечатления // Владимир Мухин // бренд-шеф White Rabbit Family	149
Каждый мой успех — это лишь новый челлендж // Федор Овчинников // основатель Dodo Brands	156

То, что ты «видишь» и чувствуешь, — делай! Действуй в гармонии с совестью, и мир будет творить чудеса... //	
Ростислав Ордовский-Танаевский Бланко //	
президент «Росинтер Ресторантс», «Ростикс», «iL Патио», «Карлсон туризм», «Экобазар»	161
Мы создаем культурную среду, вдохновляя людей на изменения к лучшему //	
Евгений Реймер //	
ресторатор, основатель ассоциации ресторанов Milimon Team	168
Быть честным — это не характер, а привычка //	
Илья Сухих //	
собственник и идейный вдохновитель «Супра», Zuma	176
Это сумасшедшая профессия, но она реально затягивает //	
Сергей Сущенко //	
корпоративный бренд-шеф VASILCHUKI, «Чайхона № 1»	192
Цель конечна. Поэтому у нас просто есть путь //	
Олег Флеганов //	
основатель «Реста Менеджмент»	199
Сделай свою страсть профессией //	
Антонио Фреза //	
ресторатор Fresa's Restaurant Group	207
Победить самого себя — это очень здорово //	
Андрей Шмаков //	
шеф-повар SAVVA	212
Счастье — это возможность творить //	
Давид Эммерле //	
бренд-шеф Grand Cru	218
Заключение	221
О создателях	224

Вступление

За каждым успешным проектом стоят люди, которые не побоялись идти вперед. Они рисковали, принимали сложные решения, терпели неудачи, но продолжали верить в свою идею. Именно такие люди становятся героями бизнеса — теми, кто задает новые стандарты, меняет индустрии и вдохновляет миллионы.

Серия «Альпина ПРО бизнес» — это книги о них. О тех, кто создает мощные бренды, выводит компании на новый уровень и превращает идеи в реальность. «Альпина ПРО бизнес» — это истории предпринимателей, которые доказали, что невозможное возможно. «Герои ресторанного бизнеса» открывают секреты успешных ресторанов, превращая гастрономию в искусство.

Какой бы путь ни выбрали, здесь вы найдете опыт, который поможет вам достичь успеха.

Желаем увлекательного чтения.

Издательство «Альпина ПРО»

Введение

Эта книга про рестораторов — не просто сборник историй и советов, это настоящая энциклопедия опыта, страсти и креативности, которая может быть интересна не только владельцам и управляющим ресторанами, но и всем, кто стремится развивать свой бизнес в сфере общественного питания. Мы уверены, что она станет полезным ресурсом для начинающих предпринимателей, которые хотят понять основы ресторанного менеджмента и научиться эффективно управлять командой. Студенты кулинарных учебных заведений и учебных заведений бизнеса также найдут в ней практические знания от опытных профессионалов, которые помогут им в будущем. Кроме того, книга привлечет внимание инвесторов, рассматривающих возможность вложений в ресторанный бизнес, а также всех, кто увлекается гастрономией и хочет глубже понять, что стоит за успешными ресторанами и их концепциями.

В мире гастрономии, где каждый ингредиент, каждая специя и каждая деталь имеют значение, существует особая категория людей, которые не просто готовят еду, а создают целые миры. Рестораторы — это не просто бизнесмены, это художники, которые используют свои знания, страсть и креативность, чтобы превратить обычные продукты в шедевры, способные удивить и вдохновить. Эта книга — это глубокое погружение в ресторанный мир, где мы исследуем не только кулинарию, но и философию, психологию и искусство ведения бизнеса.

Каждый ресторатор — это уникальная личность, обладающая своим видением и подходом к делу. В этой книге вы встретите людей, которые делятся своими историями, опытом и уроками, которые они извлекли на своем пути. Вы узнаете, как радикальная прямота и честность могут изменить не только бизнес, но и жизнь. Как гормоны радости влияют на наше поведение и выбор и почему понимание этих механизмов так важно для успешного управления рестораном.

Мы поговорим о том, как важно ставить цели и стремиться к их достижению. Один из героев этой книги мечтает стать лучшим шеф-поваром в мире, и его путь к этой цели полон вдохновения и трудностей. Вы увидите, что он планирует написать и издать несколько книг, делаясь своими знаниями и опытом с будущими поколениями рестораторов. Это не просто мечта — это реальный план, который требует упорства, труда и страсти.

Профессиональная литература, которая упоминается в этой книге, может стать бесценным ресурсом для рестораторов — как опытных, так и только начинающих свой путь. Она может послужить источником вдохновения, знаний и новых идей, изменить сознание и помочь в развитии бизнеса. Книги о менеджменте, кулинарии и даже яхтинге — все это может быть полезно для рестораторов, которые стремятся к совершенству.

Но не только книги формируют рестораторов. Важным аспектом является умение доверять людям и создавать команду, которая будет работать на общую цель.

Мы поговорим о том, как важно быть открытым новым идеям и как это может привести к улучшению всего, что вас окружает. Вы узнаете, как визуальные образы и дизайн могут вдохновить на создание уникального пространства, которое привлечет клиентов и создаст атмосферу, в которую они захотят возвращаться снова и снова.

Эта книга — не просто руководство, это приглашение в мир, где кулинария и бизнес переплетаются с искусством и философией. Мы надеемся, что, прочитав ее, вы

получите не только новые знания, но и вдохновение для создания своего собственного гастрономического шедевра. Независимо от того, являетесь ли вы опытным ресторатором или только начинаете свой путь, эта книга станет вашим надежным спутником в ресторанном мире.

Мы также зададим важные вопросы, которые помогут вам глубже понять суть ресторанного мира. Каковы основные принципы успешного управления рестораном? Какие ошибки чаще всего совершают новички в этой сфере? Как создать уникальную концепцию, которая привлечет клиентов? Как справляться с кризисами и адаптироваться к изменениям на рынке? Ответы на эти и многие другие вопросы вы найдете в историях и опыте наших героев.

Приготовьтесь к увлекательному путешествию, полному открытий, вдохновения и, конечно же, вкусной еды. Мы уверены, что каждая страница станет для вас источником новых идей и мотивации. Добро пожаловать в мир рестораторов, где каждый может стать мастером своего дела!

Илья Благовещенский

■ бренд-шеф ресторанов Sapiens, Magma

Я не структурный человек.

Я — повелитель хаоса

О том, как я пришел в ресторанный бизнес

Все очень просто — моя бабушка была шеф-поваром. Я в подростковом возрасте был жутким раздолбаем. Так что единственное, куда я мог пойти, это учиться на повара. Впрочем, мне всегда нравилось готовить. И еще я был (и остаюсь) очень целеустремленным. Я поставил себе цель стать шефом, и в двадцать два года стал им. Я работал поваром в очень известных проектах, потом стал бренд-шефом. Потом меня друг к себе шефом позвал — так все и началось.

Тот, кто хочет стать поваром, должен не бояться экспериментировать. Есть люди, которые всю жизнь готовят по одному и тому же рецепту, потому что считают, что он оптимальный. Это неправильно. Даже с одним и тем же рецептом надо всегда пытаться сказать что-то новое, добавлять, пробовать. Это несложно сделать, если ты понимаешь, что это — твое, что ты от этого кайфуешь.

Не надо ничего бояться. Нельзя сдаваться. Любой путь, в том числе путь до шеф-повара, до бренд-шефа, — это сложный путь, это колоссальный технический труд.

Если у тебя что-то не получилось и ты сразу опустил руки, значит, ты ничего не достигнешь.

Страхов всегда много, и главный из них — страх перед неизвестным. Но если ты поставил цель, то надо идти вперед, вперед, вперед и достигать ее, вот и все.

О медийности и личном бренде

Медийность — это когда люди приезжают и ищут тебя. Где то лицо, которое мы видели в роликах? И, соответственно, где еда, которую ты там готовишь? Один из первых вирусных роликов был про шаурму. Мы сняли видео на тему «самая лучшая шаурма в Москве». Он был максимально триггерный, потому что шаурма — это битва классов всегда. У меня к шаурме нестандартный подход. Я ее готовлю в сырой лепешке, вместе с начинкой обжариваю в хоспере. Хоспер — это такой гриль на древесных углях. Люди же привыкли, что шаурма — это лаваш, в который завернута нарубленная курица плюс какой-то салат, майонез, все эти прелести. А тут я ее превратил в такой мощный, хороший гастрономический продукт, который не стыдно съесть и в ресторане. Понятное дело, что мы словили много негатива в комментариях. Но при этом продажи шаурмы возросликратно. В какой-то момент мне звонит менеджер и говорит: «Шеф, у нас аврал, кроме шаурмы заказов больше нет. Мы не успеваем, у нас полностью забит хоспер, дикие задержки, что делать?»

Но вообще, личный бренд — это палка о двух концах. Все зависит от того, как ты его развиваешь, этот личный бренд. Если ты очень мощный, хороший эксперт и, соответственно, строишь его вокруг экспертности, но при этом юморишь правильно, то это очень круто. Но если ты строишь его вокруг какого-то хайпа, это совсем другое дело.

Медийность открыла для меня больше возможностей — в плане пиара, рекламы себя и ресторана. *Sapiens — это я, а я — это Sapiens. Мы неразлучны. Я не играю. И в этом весь прикол.*

Мы начали снимать ролики полтора года назад. Меня буквально затащили в этот формат. Я отпирался как мог, делал реально все из-под палки. Во-первых, потому что я боялся камер. Во-вторых, мне было жутко некомфортно. И, в-третьих, я не теоретик, я практик. У меня все четко и по существу: берем 20 граммов картошки, 10 граммов лука, режем, шарим, парим, варим, сервируем, гарнируем, отдаем — все. О чем тут разговаривать? Мне пишут сценарий: ты говоришь это, говоришь то. Но меня ломает дико просто, я ничего не понимаю. Говорю: «Больше никаких сценариев, теперь снимаем так, как я хочу». И вдруг эти видео начали набирать по сто, двести, триста просмотров. Однажды вечером выкладываем очередное видео, утром встаем — а там миллион просмотров.

Я понял, что есть много людей, которые просто не умеют готовить базовые вещи. Например, не знают, как правильно сварить рис, чтобы он был рассыпчатым, или сделать пюре. И с этого момента съемки мне стали в кайф. Ведь это кайф — показать людям, как что делать. Профессионализм, он для чего дан? Разве ты свой опыт утащишь с собой в могилу?

Помню, парень пишет: «У меня свидание с девушкой, я купил мозговые кости, хочу запечь. Как лучше это сделать?» Или женщина говорит: «Приготовила сырники по рецепту Благовещенского, смотрите, какие получились». И ты смотришь и думаешь: «А ведь реально все не зря».

Медийность меня во многом ограничивает. Но, с другой стороны, нет ничего такого, что мне нужно было бы скрывать. Поэтому пусть будет. У меня цель более глобальная. Если я поставил себе цель учить людей готовить и воспитывать у них вкус, то без медийности никак. Ну никак.

О рекламе и коммуникациях

К рекламе у меня отдельное отношение, я ее фильтрую очень жестко. Либо я знаю бренд и могу сказать, что да, это хорошо. Либо я его не знаю и тогда беру тестировать. Для меня реклама — это статусная, экспертная история. И это гораздо важнее, нежели в моменте заработать денег. Допустим, однажды меня попросили прорекламировать ножи. Я говорю: «Ребят, у меня нож японский, ручной работы, цена за него начинается от тысячи евро. А вы мне предлагаете прорекламировать нож, который стоит пять тысяч рублей. Дайте мне его протестировать. Если через месяц он не затупится, я его возьму». Тот человек исчез и больше не появлялся.

Если мы снимаем обзоры ресторанов, то делаем это по-честному, за свои деньги. Я никогда не буду говорить гадости, потому что это неэтично с моей стороны — я сам шеф. Но если мне понравилось, я об этом скажу.

Все коммуникации так или иначе идут через меня, и это титанический труд. Потому что всем надо ответить. Так что иногда кажется, что твой мозг просто разъехался на кусочки. И вот ты сидишь, пьешь кофе, а сам думаешь: «А кому я еще не ответил?» Кстати, тот парень, который хотел мозговые кости приготовить, потом написал мне в директ: «Шеф, спасибо, все получилось» и скинул фотографию, а я ему: «Ох, красавчик». Вечером приезжаешь домой, хочется тишины и покоя, но ты уже как паровоз, который скорость набрал и остановиться не может. А тебе еще говорят: «Слушай, Благовещенский, а тебе бы еще сторис начать выкладывать каждый день, чтобы показать, что ты такой же, как и все». А я даже когда сажусь в такси, всегда прошу: «Выключите, пожалуйста, музыку. Просто хочется тишины хоть немножечко».

О мечтах

Я не считаю себя ресторатором. Я им стану, когда у меня появится свой ресторан. Но я к этому не так уж и стремлюсь.

У меня, конечно, есть мечта открыть маленький ресторанчик где-нибудь на берегу Средиземного моря, когда мне будет лет шестьдесят. Маленький такой ресторанчик, для своих. Но цели стать ресторатором у меня нет.

О главных факапах

Глобальных провалов у меня не было. Просто я всегда просчитываю все немножко вперед. Все взвешиваю. Прежде чем что-то сделать, я подумаю несколько раз. У меня нет полумер: либо все, либо ничего. Если ты что-то делаешь, то ты это должен осознанно делать, продумывать каждый шаг, минимизировать все риски и, соответственно, не доводить до того, чтобы были какие-то факапы жесткие, которые сильно по тебе ударят.

Все, что я делаю, мне дается легко. Причем я всегда все довожу до конца. Возможно, потому что мне интересно. Дарить эмоции посредством еды — это в моей работе самое приятное.

О страхах и умении рисковать

Я боюсь в этой жизни только двух вещей: самолетов и за своих родных. Зачем бояться? Страх тебя тормозит, атрофирует. Но и риск должен быть оправданным, осознанным, он должен быть правильным. Можно рисковать, но надо делать это с головой. Нужна стратегия, понимание, какой главной точки ты хочешь достигнуть и для чего. Что ты хочешь от этого получить?

Многие говорят: «Я хочу много денег». А зачем тебе деньги? Чрезмерные деньги, как и популярность, просто сносят крышу. Для меня, например, деньги — это

определенная свобода. Свобода моих действий. Но не моих желаний, не моих каких-то внутренних детских хотелок. Если ты сформулируешь, что конкретно и для чего тебе нужно, то тогда — пожалуйста, вперед. А если ты уже в самом начале путаешься в мыслях, то тебе это, скорее всего, и не нужно.

Говорят: «Я хочу быть шефом, хочу быть начальником». То есть человеку просто нужна власть. При этом он не понимает, что руководитель — это в первую очередь психолог, наставник, учитель и все остальное.

Я стараюсь быть для людей другом, старшим братом. Не говорю — отцом, потому что я все же не настолько стар. Ко мне идут, когда сложно, когда тяжело — я всегда поддерживаю, помогу. Если что-то не получается, не буду орать — сначала буду учить.

О неудобных посетителях

Мы все делаем для гостей. Весь ресторанный бизнес построен для гостя. Для того чтобы он пришел и в великолепном настроении ушел. Но есть такое понятие, как «потребительский экстремизм». Самый простой пример — это съесть практически все блюдо и потом сказать, что оно пересолено. Класс! То есть на последней вилке ты понял, что оно пересолено. Думаю, здесь причина в том, что в России и особенно в Москве рестораторы из шкуры лезут вон, чтобы максимально угодить гостю. И если ему что-то не нравится, это просто удаляют из счета, дают комплименты и так далее. Это очень сильно балует людей. В Европе если тебе что-то не понравится, то это твои проблемы. И ты все равно за это заплатишь.

При этом мы о своих гостях знаем практически все. Особенно если это постоянные гости. Мы знаем все их предпочтения, их аллергии, их настроения. Наверное, это вообще один из главных лайфхаков для любого ресторатора. У нас в рабочем чате просто нон-стопом идет вся

информация о гостях: кто пришел, в каком настроении и так далее. Ребята-официанты все запоминают и передают друг другу: если такой-то человек придет, то он любит то-то и то-то.

Человеку приятно, когда о нем все знают. Я не говорю про тайны — я говорю про желания.

О том, как открыть ресторан

Ресторан — это русская рулетка. Ты его строишь, но никогда не знаешь, выстрелит он или нет.

В ресторанном бизнесе очень много парадоксов. Каждый ресторан состоит из мелочей. Понятное дело, что если менеджменту нет дела до гостей, то они возвращаться не будут. Не бывает такого, что кухня отдельно, зал — отдельно. Это единый организм. Атмосфера, музыка, запахи, кухня, официанты. Иногда, приходя в ресторан, я даже смотрю, что у официантов на ногах. И если я вижу, что он вроде опрятно одет, но при этом у него из сандалий пальцы торчат, то лично у меня это сразу вызывает отторжение.

Короткая инструкция по открытию ресторана состоит из трех главных пунктов. Первое — понять концепцию. То есть что это за бизнес? Для кого он? Для чего и зачем? Второе — команда. Она играет очень важную роль, как ни крути. Даже с большими деньгами, но со слабой командой бизнес далеко не уедет. И третье — это правильное финансовое планирование.

Три фактора успеха ресторана: команда, концепция, кухня. Плюс классическая атмосфера и локация.

О том, как удерживать сильную команду

Нужны деньги и правильное, уважительное отношение к каждому, кто работает с тобой.

О доставке и темных кухнях

Я очень не люблю все эти темные кухни. Лично для меня ресторан — это атмосфера, это посидеть, когда тебе приятно, когда тебе хорошо. Доставка есть и всегда будет, но это больше про то, чтобы просто быстро поесть, когда у тебя нет времени приготовить что-то. Я доставку никогда не заказываю, потому что люблю свежую еду. Это не значит, что еда, которая приезжает из ресторанов, несвежая. Но ты хотел сочную рыбку, а она, бедная, пока ехала в контейнере, умерла.

О том, как все успевать

Я не структурный человек. У меня лучше получается повелевать хаосом, чем жить структурно. Могу запланировать себе идеальный рабочий день, но в реальности все равно все пойдет не так, так что единственное, о чем ты мечтаешь, — это хотя бы час тишины и чашка вкусного кофе. В такие минуты понимаешь, насколько ты далек от идеала.

У меня нет привычек, которые помогали бы мне оставаться продуктивным. Скорее, есть черты характера — упертость и целеустремленность. Например, я всю жизнь спортом занимаюсь — полтора часа пять дней в неделю у меня тренировки. С тренировки уже еду на работу. Вечера — стандартные: ужин с семьей, а потом еще чиллю на диване, смотрю какой-нибудь турецкий сериал. Я их пересмотрел уже, наверно, штук сорок. Учю турецкий язык. В отпуск тоже езжу в Турцию — беру машину и катаюсь по городам разным.

Если меня попросят дать совет для повышения личной эффективности, я скажу так: ничего не бояться. И не сдаваться. Если что-то начали делать, то берите и делайте это до конца. Только так.

Есть большая разница между тем, чтобы переступить через себя, и тем, чтобы заставлять себя что-то делать.

Переступить через себя — это когда вам дали оплеуху, а вы промолчали. И таким образом свой характер, принципы жизненные, убеждения просто втоптали в грязь. А не лениться, рискнуть, заставить себя что-то сделать через не хочу — это опыт. С другой стороны, если постоянно приходится себя заставлять, то, может, вы чем-то не тем занимаетесь.

Успех — это чувство удовлетворения. Это момент, когда ты доволен и говоришь себе: «Класс. Все. Едем дальше».

Конец ознакомительного фрагмента.

Приобрести книгу можно

в интернет-магазине

«Электронный универс»

e-Univers.ru