

«МЕТРОПОЛЬ»: ИСТОРИЯ ОБЯЗЫВАЕТ

ЕЛЕНА ШЕВ-ЧЕНКО, ПРЕЗИДЕНТ АО «МЕТРОПОЛЬ», ПОБЫВАЛА УЖЕ В 86 СТРАНАХ МИРА. В КАЖДОЙ ОНА ПОСЕЩАЕТ ЛУЧШИЙ РЕСТОРАН, ВЫБИРАЕТ В МЕНЮ САМЫЕ ЛЮБОПЫТНЫЕ БЛЮДА. ЕСЛИ ПРИДИРЧИВОЙ ГОСТЬЕ ИЗ РОССИИ ВСЕ НРАВИТСЯ, ОНА ПРОСИТ ПОЗВАТЬ ШЕФ-ПОВАРА, ЧТОБЫ ПЕРЕДАТЬ СВОЕ ВОСХИЩЕНИЕ — И ПРИГЛАСИТЬ НА КУЛИНАРНЫЕ ГАСТРОЛИ В ОДИН ИЗ САМЫХ ЗНАМЕНИТЫХ РЕСТОРАНОВ ПЕТЕРБУРГА, ГДЕ КОГДА-ТО ГУЛЯЛ РАСПУТИН, ВСТРЕЧАЛИСЬ РЕЙГАН С БРЕЖНЕВЫМ, А ПОЛОВИНА ГОРОДА ПРАЗДНОВАЛА СВОИ СВАДЬБЫ. СВЕТЛАНА ХАМАТОВА

GUIDE: Легко ли вам угодить? Вы предпочитаете сложные блюда или простые, но из экзотических ингредиентов?

ЕЛЕНА ШЕВЧЕНКО: Для меня блюдо должно стать кулинарным приключением, при этом я помню, что новые рецепты нужно будет воплощать именно в Петербурге, так что следует заранее подумать о том, будет ли тот или иной продукт в наличии. Это и раньше было непросто, а теперь, с учетом санкций и нашего ответа на них, еще более осложнилось. Зачастую приглашенный шеф-повар уже на месте изобретает что-то новое, что может удивить гостей «Метрополя». Что касается лично меня, то блюдо должно поразить — оригинальной подачей, сочетанием, на первый взгляд, несочетаемого или чем-то еще. Поэтому мне ближе французские мастера — они умеют делать из обычных продуктов совершенно потрясающие вещи. Блюда таковы, что обывателю зачастую трудно догадаться, из чего же они сделаны. Для сравнения, итальянские мастера предпочитают натуральную кухню: безумно вкусную, но простую.

G: Вы ориентируетесь на какие-то рекомендации, что именно попробовать, или выбираете наугад?

Е. Ш.: Я просматриваю все меню, отмечаю блюда с любопытными ингредиентами. В идеале в ресторанах есть дегустационное меню, дающее возможность попробовать в миниатюре максимальное количество блюд. Если же такого нет, то прошу составить его для меня, потому что очень хочется все попробовать.

G: Было время, когда рестораторы брали на себя миссию обучения и просвещения своих клиентов, сейчас в этом уже нет необходимости?

Е. Ш.: Конечно, наши гости уже сами побывали во многих, и я бы добавила — в лучших, местах мира, поэтому с нашим шефом или же приглашенными мастерами мы только пытаемся открыть для них какие-то новые грани кулинарии. Сейчас в тренде, например, пан-азиатская кухня, мы уже разработали отдельное паназиатское меню. При этом мы в обязательном порядке сохраняем традиционные блюда царских и советских времен. Потому что люди приходят к нам, в том числе, в надежде вновь вернуться в те годы, когда они были молодыми и счастливыми, праздновали свою свадьбу. Я их очень хорошо понимаю, потому что сама выходила замуж именно в «Метрополе» и мои родители поженились тоже здесь.

G: Как вы соблюдаете баланс между необходимостью развиваться и сохранением традиций?

Е. Ш.: Поскольку «Метрополь» открылся в 1847 году, естественно, он находится в ведении комитета по государственному контролю, использованию и охране памятников истории и культуры. Когда пришла необходи-



ЕВГЕНИЙ ТАВЛЕНКО

мость реконструировать и реставрировать зал Majestic, выяснилось, что поменять мы можем крайне мало. Нельзя было нарушать оригинальное архитектурно-планировочное решение, переносить, скажем, колонны. В общем-то, это справедливо, я очень трепетно отношусь к историческому наследию, тем более если оно создано настолько талантливо, высокохудожественно, с таким тонким вкусом, который в наше время нечасто встретишь. Однако нам действительно нужно было внести что-то свежее в облик ресторана — больше гламура, света и, как мне кажется, тепла. В «Инстаграме», кстати, размещена фотография зала, где совмещены историческое и современное изображение. Такая вот связь времен.

G: Вы сами занимались этим проектом?

Е. Ш.: По образованию я инженер-строитель, все, что я делала до того, как стала ресторатором, — это строила, строила и строила. Например, среди объектов, — гостиница Majestic, которую мы сдали год назад. Она получилась очень современной, а ресторан «Метрополь» на ее фоне отставал, поэтому, собственно, и возникла необходимость обновления. Я погрузилась в этот проект, он на-

столько запал мне в душу, что я не смогла его оставить после того, как работы были завершены. Я подбирала все элементы интерьера и даже кофейные чашечки. За чем-то ездила в Милан на выставки, что-то находила по каталогам — дома у меня масса журналов и буклетов. А концепция зала выросла... из любви. Она притянула за собой все остальное.

G: Как обновление повлияло на интерес гостей и сказался ли кризис?

Е. Ш.: Для туристов мы по-прежнему must have. По лицам видно, как они поражаются, когда попадают в зал, видят его интерьер, узнают историю. Но это отдельная тема. Разве что отмечу позицию московских гостей: они говорят, что у нас просто коммунизм — чересчур демократичные цены для такого уровня кухни и интерьеров, просто даром все. Конечно, в связи с финансовыми трудностями многие перестали каждый день ходить в рестораны на завтрак, обед и ужин, но «Метрополь» изначально ассоциировался в сознании наших клиентов с праздником, и они, как и раньше, приходят к нам, чтобы отметить юбилей, отпраздновать какую-либо памятную дату. Например, золотую свадьбу, потому что женились они

тоже у нас, в «Метрополе». Таких моментов очень много, мы этим гордимся, потому что история — то конкурентное преимущество, которое есть не у всех.

G: Как вы все-таки компенсируете сокращение той части гостей, которые бывала у вас часто?

Е. Ш.: Ответ простой — диверсификация бизнеса. Лет семь назад, когда мы открыли пивоварню и стали по бельгийским рецептам с помощью бельгийского пивовара варить бельгийское же пиво в Петербурге, у нас начала складываться репутация пивного ресторана. Но сейчас, вернув залу более гламурный облик, мы решили четко разделить концепцию развития двух помещений. Одна история — праздничный ресторан, где подают блюда высокой кухни. Вторая, более демократичная, — паб, питейное заведение. В условиях импортозамещения наше пиво весьма востребовано.

Кроме того, мы изобретаем разнообразные мероприятия. Например, праздник урожая и домашних заготовок. Подняли исторические рецепты, я сама принесла рецепт своей бабушки, отработывали их вместе с шеф-поваром, теперь можем предложить всем желающим. Думаю, возврат к истокам в таком виде интересен и важен: когда люди перепробовали уже все, что можно, им хочется вернуться к детству, к чему-то домашнему, теплоте, родному. То же самое касается полуфабрикатов, которые когда-то можно было купить в кулинарии «Метрополя». Нас так часто об этом спрашивали, что мы выделили место в кондитерской «Метрополь-Север», в этом же здании, на Садовой, и организовали продажу тех же печеночных котлет — по ним, оказывается, многие скучали. К слову о диверсификации: в этом здании представлены заведения на любой вкус и кошелек: ресторан высокой кухни и бар при нем, а также паб, кондитерская и даже чебуречная. Здесь же располагается наша гостиница — ее гости в плохую погоду могут вообще не выходить на улицу и вместе с тем познакомиться с таким разным Петербургом.

G: Вопрос напоследок: как вы относитесь к рейтингам? Заботитесь ли о том, чтобы попадать в какие-то из них регулярно?

Е. Ш.: Рейтинги — как мода, изменчивы. Рестораны, которые на них делают ставку, из другой категории. Они ориентируются на некую модную тусовку, которая привыкла ходить по новым местам. Я же пытаюсь создать постоянные ценности, чтобы гости чувствовали, что ресторан — это дом, который не подвержен модным колебаниям. Мне кажется, люди, выросшие в Петербурге, очень хорошо это чувствуют и понимают. Да, мы создаем информационные поводы, экспериментируем с меню, делаем посещение нашего ресторана интересным, но все-таки люди должны чувствовать, что это — их место. ■