КОКТЕЙЛЬНАЯ ДЕМОКРАТИЯ

ЗА ПОСЛЕДНИЙ ГОД В МОСКВЕ ОТКРЫЛИСЬ СРАЗУ НЕСКОЛЬКО КОКТЕЙЛЬНЫХ БАРОВ И КЛУБОВ. ПО СУТИ, ЭТО СВИДЕТЕЛЬСТВУЕТ О НАМЕТИВШЕЙСЯ ТЕНДЕНЦИИ: КОКТЕЙЛИ ВХОДЯТ В МОДУ. НЕСМОТРЯ НА ТО ЧТО НАИБОЛЕЕ ПОПУЛЯРНЫМИ КОКТЕЙЛЯМИ У ОСНОВНОЙ ЧАСТИ МОСКОВСКОЙ ПУБЛИКИ ПО-ПРЕЖНЕМУ ОСТАЮТСЯ «МОХИТО», «ЛОНГ-АЙЛЕНД» И «КОСМОПОЛИТЕН», РАСТЕТ И АУДИТОРИЯ, РАСПРОБОВАВШАЯ МЕНЕЕ РАСКРУЧЕННЫЕ КОКТЕЙЛИ. ТЕМ БОЛЕЕ ЧТО В НЕКОТОРЫХ БАРАХ ЗА УМЕРЕННУЮ СУММУ МОЖНО ПОЛУЧИТЬ ВЕСЬМА ДОСТОЙНЫЙ НАПИТОК. ОЛЬГА ХВОСТУНОВА

ЛУЧЕВАЯ ТЕРАПИЯ Сегодня признанным лидером по соотношению «цена-качество» и одним из самых «горячих» коктейльных заведений в Москве является лаунж-бар «Луч». Он открылся около года назад в здании дореволюционной постройки на Большой Пироговской, где когда-то располагался электроламповый завод. Благодаря удачно сохраненному «фабричному» внутреннему виду бар сразу обрел полюбившийся московской публике гранжевый лофтовый дух, напоминающий сразу о лондонских и нью-йоркских заведениях.

Центральное место любого бара, алтарь, за которым происходит таинство приготовления напитка,— это барная стойка. И хотя, как известно, размер не имеет значения, барная стойка в «Луче» поражает воображение, простираясь на 30 метров вдоль огромного лофта, как борт трехмачтового фрегата. Впечатление усиливают высоченные шкафы, расположенные за барной стойкой и заставленные до самого потолка бутылками с самым разнообразным алкоголем.

Коктейльную карту для «Луча» разработал Павел Кузовков, который также является бар-менеджером проекта «Солянка». Публика в «Луче» консервативна (для тех, кому за 40), и этим объясняется многообразие в карте классических коктейлей, пользующихся стабильной популярностью в Москве: «Мохито» и «Лонг-айленд». Впрочем, есть и чисто московские, «попсовые» позиции — «Клубничный мохито» и «Клубничная маргарита». По словам Павла Кузовкова, их появление в баре не что иное, как реверанс в сторону уважаемых гостей, хотя, будь на то его воля, этих коктейлей в карте «Луча» не было бы.

Однако публика постепенно воспитывается, хотя из коктейльной карты не исчезает и старая добрая классика — Old-Fashioned, Side Car, Daikiri. Здесь есть даже Salty Dog (джин, соль, грейпфрутовый сок) — коктейль хоть и давно известный, но на любителя. Но бывает, что раз в месяц такой ценитель оказывается в «Луче» и приятно удивляется, увидев его в карте. Впрочем, если классические коктейли есть в каждом уважающем себя баре, как минимум три коктейля могут быть названы ноу-хау бар-тендера «Луча» и «Солянки». Все три названы в честь фильмов, просмотр которых вдохновил Павла Кузовкова на их создание.

Первый коктейль — Final Cut («Окончательный монтаж»). Он готовится на основе рома с добавлением тростникового сахара, тайского манго, клубники, малины и мяты. Подается в четыре шота (shot), или четыре рюмки по 50 мл. Второй навеян южнокорейским триллером Oldboy («Олдбой»). Этот лонг дринк (коктейль большого объема) состоит из водки, клубничного ликера, грейпфрутового сока, клубники, острого тайского перца и корицы. И наконец, третий коктейль — Forrest Gump («Форрест Гамп») — также готовится на основе водки, но в качестве неожиданного ингредиента добавляется щавель, а также мед и тростниковый сахар. «Может быть, сами коктейли и не самые лучшие, но в определенный момент они вдруг „выстрелили" вместе с заведениями, где их делают,— Suzy Wong, „Солянка", „Луч". Публика, которая ходит туда, их распробовала и распространила это знание»,— скромно добавляет Павел Кузовков

КОКТЕЙЛЬНАЯ ПРОПАГАНДА Та часть молодой (до 35 лет) московской аудитории, которая причисляет себя к интеллектуальной и модной публике, облюбовала несколько заведений, где можно чувствовать себя как дома. Одним из таких проектов стал существующий с 1997 года клуб «Пропаганда» и недавно открытый теми же владельцами так называемый «Филиал „Пропаганды"», или просто «Филиал». Сегодня с обоими заведениями сотрудничает московский бар-тендер Павел Журавлев, который привнес в коктейльные карты авторские произведения.

«Практически вся коктейльная история, которая сегодня развивается в Москве, пошла из ресторана „Шатуш" на Гоголевском бульваре,— вспоминает Павел.— Он был открыт по франшизе лондонского заведения (Hakassan.— **BG**), и там мы впервые увидели, что в коктейлях можно использовать свежие фрукты, ягоды, травы, специи, редкие сорта алкоголя. Сначала открывались дорогие бары с фейс-контролем, дресс-кодом, а потом и более доступные. Если еще не так давно достать свежие фрукты и ягоды в Москве было практически невозможно, теперь все реально, что дает возможность открывать бары в демократичном сегменте».

В коктейльных картах «Пропаганды» и «Филиала» сегодня отражены многие современные тенденции. Из порядка 40 наименований почти половина — так называемые неококтейли. Последний писк — это коктейли на основе саке, автором которых является как раз Павел Журавлев.

В карте «Филиала» можно найти два коктейля на саке. Один из них — Apple Seed («Яблочное семя») — был придуман прошлой зимой и сразу вписался в меню заведения. Помимо саке в него входит ванильная водка с добавлением мякоти розового яблока, яблочного сиропа, сока лайма и кокосового крема. Получается густой и мягкий лонг дринк. В другом коктейле на саке — Totji Mistake («Ошибка саке-мастера») — нет водки, зато есть тайское манго, кумкват, сироп маракуйи и мини-лайм. В ближайшее время в меню может появиться еще пара неококтейлей — на этот раз с такими экзотическими ингредиентами, как личи и вино из юдзу.

Успех всех этих коктейлей Павел объясняет спецификой аудитории, которая посещает заведения типа «Пропаганды» и «Филиала»: «Здесь люди более живо реагируют на новшества. Если начинаешь предлагать что-то интересное, реакция однозначная — попробуем».

БАР В ТЕМУ Несколько иное концептуальное воплощение демократичных баров предлагает сеть заведений Дмитрия Соколова. Сегодня на его счету шесть баров: Help, Free, Tiki, Tema и открывшиеся соответственно в августе и ноябре Dream и All-Time bar. Их особенность в том, что каждый бар акцентирует какую-либо одну тему или идею. Так, Help, первый бар сети, сосредоточен на круглосуточном приготовлении коктейлей по самым доступным ценам (средняя цена коктейля — 190 рублей). Free bar — типичный американский бар, специализирующийся на бурбоне. Tema — шоу-бар, где чуть ли не к каждому второму коктейлю прилагается небольшое представление. Для Tiki характерной является атмосфера гавайского бара, а в карте первые места занимают экзотические и тропические коктейли.

Собственно, коктейльная карта каждого соколовского бара содержит порядка 200 наименований самых различных напитков, включая классику Старого и Нового Света (от «Дайкири» и «Маргариты» до «Манхэттена» и «Виски сауэра»), всевозможные популярные сегодня тини-коктейли и fusion, а также эксклюзивные и авторские коктейли. К последним можно отнести, например, коктейль In her eyes (золотой ром, грушевый и мандариновый сиропы, ананасовый и клюквенный соки), придуманный самим Дмитрием Соколовым.

Первые четыре бара (Help, Free, Tiki, Tema) апеллируют к массовой аудитории и довольно непритязательным вкусам, хотя сочетание цены и качества в них вполне приличное. В коктейльной карте, например, напитки организованы тематически, а сами категории промаркированы фразами типа «Согрейся и напейся!» (Mint Mix — шотландский виски, мята, лайм, специи, зеленый чай, мандариновый сироп), «Мегагалактические убийцы» (Hiroshima — самбука, абсент, айриш крим ликер, гренадин), «У кого с утра болит голова» (Bullshot — водка, говяжий бульон, лимонный сок, специи), «Кому до 50?» (Prairie Oyster — водка, яичный желток, соус табаско, специи) и пр.

Несколько отличаются по атмосфере и коктейльным предложениям два последних бара — Dream и All-Time bar. Они нацелены на более состоятельную аудиторию, что сразу видно по более изысканным интерьерам. Кроме того, в Dream, например, подают модные в продвинутых лондонских барах молекулярные коктейли. Например, здесь можно попробовать Cosmopolitan Jelly — классический коктейль на основе водки, апельсинового ликера, клюквенного сока и сока лайма, только в виде желе. Или Dream Daiquiri Meringue — молекулярная вариация на тему «Дайкири», приготовленного на основе золотого рома, лимончелло, личи, лайма, обрамленного клюквенным безе и присыпанного карамелизованным сахаром.

All-Time bar, как и многие соколовские бары, также опирается на американские традиции. Это заведение позиционировано в формате pre-party и намерено привлечь более или менее состоятельную публику своей кухней и демократичными, как всегда, ценами на коктейли. Отличием коктейльной карты All-Time bar является более сдержанный тон в представлении напитков, а также маркировка цветом тех коктейлей, которые рекомендованы барменом в той или иной категории. Например, в разделе «Коктейли на виски» красным цветом выделен Red Sour (шотландский виски, красное сухое вино, сауэр-микс, мед). Собственно, этот жест призван сформировать у московской публики некую культуру потребления коктейлей, которой на сегодня она, к сожалению, похвастаться не может.

Все последние тенденции, наблюдаемые в московских барах, да и само количество новых заведений, открывшихся за последний год (помимо перечисленных еще Wall Street Bar, Vision, Bonnie & Clyde, «Барбарелла», Ugly Coyote), свидетельствуют о том, что формат бара набирает популярность в Москве. И вполне возможно, вскоре и культура потребления коктейлей у нас окончательно сформируется. ■

ЮРИЙ МАРТЬЯНОВ

СЕГОДНЯ ОДНИМ ИЗ САМЫХ «ГОРЯЧИХ» КОКТЕЙЛЬНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ В МОСКВЕ ЯВЛЯЕТСЯ ЛАУНЖ-БАР «ЛУЧ»

ПОСЛЕДНИЙ ПИСК — КОКТЕЙЛИ НА ОСНОВЕ САКЕ. В КАРТЕ «ФИЛИАЛА», НАПРИМЕР, МОЖНО НАЙТИ ДВА ТАКИХ КОКТЕЙЛЯ. В СОСТАВ ОДНОГО ИЗ НИХ — APPLE SEED — ПОМИМО САКЕ ВХОДИТ ВАНИЛЬНАЯ ВОДКА С ДОБАВЛЕНИЕМ МЯКОТИ РОЗОВОГО ЯБЛОКА, ЯБЛОЧНОГО СИРОПА, СОКА ЛАЙМА И КОКОСОВОГО КРЕМА

ЮРИЙ МАРТЬЯНОВ

«ОЛД БОЙ»

ЮРИЙ МАРТЬЯНОВ

«ФОРРЕСТ ГАМП»

ЮРИЙ МАРТЬЯНОВ

IN HER EYES