

ААРОН СТОТТ: «В МЕНЮ ГРЯДУТ БОЛЬШИЕ ПЕРЕМЕНЫ»



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

Чилийский сибас
на гриле
со сладким
чили-соусом
и черным ризотто



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

Новозеландские
мидии
с чили-чесночным
соусом



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

Шеф-повар ресторана Buddha-Bar Saint-Petersburg Аарон Стотт уверен: нет подарка лучше, чем визит в ресторан, — ведь это прежде всего приятные воспоминания. И вообще, работа шеф-повара, по мнению Аарона, неразрывно связана с дарением.

— Я стал шеф-поваром, потому что мне нравится что-то отдавать, дарить, чем-то делиться. И самый главный подарок в жизни мне сделали родители. Они научили меня понимать, что такое еда, как готовить для кого-то, как делиться радостью.

— Ресторан для вас — это бизнес или творчество? Чем руководствуетесь, выбирая концепцию меню?

— Безусловно, бизнес. Без бизнеса творчества не было бы. Общее видение зависит от концепции бренда, но нам была предоставлена определенная свобода действий в выборе конкретных позиций меню. И это позволяет нам следовать желаниям местного рынка. В целом мы стараемся держать сбалансированное меню: ни одно блюдо не работает само по себе, они работают в связке. И именно это помогает донести до гостей наше видение паназиатской кухни.

— Какие тенденции существуют сегодня в мировой гастрономии, что актуально?

— Один из трендов состоит в том, что все больше и больше шеф-поваров уходит от громких имен и больших ресторанов и открывают маленькие заведения (буквально на двадцать посадочных мест), тем самым пытаясь выразить свое собственное «я» без привязки к какому-то бренду. В России это не так сильно выражено, как в мире, но успешные примеры уже есть. Сегодня тренды задают именно шеф-повара, и все зависит от них.

— Как вы выкручиваетесь в сложившейся на ресторанном рынке ситуации?

— Большая часть работы ведется, так сказать, «за сценой», мы стремимся выбирать наилучшие продукты, чтобы не снижать качество блюд. У нас большой отдел закупок, и они вкладывают все свои силы и средства в поиск продуктов. В первую очередь нас интересует гибкость по цене, чтобы мы могли предлагать нашим гостям блюда по приемлемым ценам. Лосось у нас из Мурманска, хорошего качества. Говядина ангус — из Воронежа. Появились и овощи, которые раньше мы не могли найти в Петербурге.

— Используете ли вы какие-то современные технологии?

— Они не всегда оправданны. Большинство наших технологий вполне традиционны — например, угольный гриль. Мы пробовали работать с электрогрилем, но он не дает того вкуса поджаренной на углях еды, который очень важен для паназиатской кухни. Поэтому мы вернулись к использованию угольного гриля.

— Насколько ваши личные гастрономические предпочтения влияют на формирование меню?

— Я люблю любую еду. Мне нравится и тайская, и индийская кухня, но их вкусы и ароматы очень сильно выражены — для российского восприятия это может быть чересчур. Поэтому я стараюсь ориентироваться на японскую и корейскую кухню, где вкус более мягкий и деликатный.

— Приходится адаптировать кухню к «русскому вкусу»?

— Неважно, где вы работаете — в Лондоне, в Дубае или в Нью-Йорке, — так или иначе адаптировать стоит. Или, по крайней мере, учитывать местную культуру и вкус. Вы должны потакать гастрономическим предпочтениям той нации, с которой имеете дело. Здесь, например, люди не привыкли к пряной кухне, поэтому я выбираю в меню не слишком острые блюда.

— Насколько популярна паназиатская кухня?

— Вне России паназиатская кухня очень популярна. Большинство новых ресторанов, которые сейчас открываются в мире, за основу меню берут как раз ту или иную форму азиатской кухни. Для России паназиатская кухня все еще является чем-то новым. Люди здесь все еще открывают для себя некие азиатские вкусы. И мы им по мере сил помогаем.

— Можно ли научить россиян любить паназиатскую кухню?

— Я не думаю, что любви к чему-либо можно научить. Любовь должна идти изнутри.

— Что ждет посетителей Buddha-Bar SPb в ближайшее время?

— Грядут большие перемены: меню сократится вдвое, и мы будем больше ориентироваться на специальные предложения. Базовое меню и так достаточно велико, и мы не будем добавлять в него новые позиции. Это не может не радовать: таким образом я смогу сконцентрироваться на новом и инновационном. Останутся бестселлеры — севиче из лосося, крабовые спринг-роллы, черная треска, гедза с фуа-гра, говядина вагью, блюда на воке. А для тех, кто хочет попробовать что-то новое, каждые две недели мы будем предлагать специальное меню из шести новых блюд. Например, сейчас в нем — новозеландские мидии с чили-чесночным соусом, острый мисо-суп с крабом и лапшой, японская говядина вагью «Кобэ сукияки», суфле из листьев пандана со сферами из кокоса и чипсами из манго, чилийский сибас на гриле с рисом, подкрашенным чернилами каракатицы, и японской сальсой.

— А чем порадуете в праздник?

— Мы всегда следим за календарем и стараемся подготовить к «красным датам» что-нибудь особенное. В этом году нашим подарком дамам станут гастроли шеф-повара Buddha-Bar Monte-Carlo Эрика Гийемо, которые пройдут с 6 по 9 марта. Эрик представит авторский гастрономический сет из четырех курсов на стыке французской и паназиатской гастрономических традиций. Например, в качестве комплимента от шефа гости смогут попробовать лягушачьи лапки в корейском соусе, а на закуску — дим-самы «Сю-май» с лобстером и красным соусом карри или фуа-гра с ананасовым чатни. Не менее интересны в этом сете и горячие блюда и десерты.

Вероника Зубанова