ЛЮБОВЬ СО ВКУСОМ

Бутик Vittoria Gourmet на протяжении более чем пяти лет остается эксклюзивным проектом для Самары. В нем сочетаются искусство продажи лимитированных продуктов, образовательные программы и особая атмосфера, связанная со здоровым интересом к хорошему вину и вкусной еде. А в прошлом году он расширил свою географию открытием еще одного магазина на пересечении улиц 9 Просеки и Солнечной. Как оставаться уникальными и находить возможности роста в наше непростое время, рассказала директор бутика Анна Малафеева.

Фотограф: Артем Голяков, MUaH: Babor Beauty Spa

— Vittoria Gourmet — смелый для Самары гастрономический проект, который вышел за рамки работы только с ассортиментом продуктов. Как удалось создать бутик, у которого есть своя философия?

— Проекты, которые затеваются, чтобы получить результат «здесь и сейчас», — это не наш случай. Мы долго планировали, просчитывали и вынашивали идею создания Vittoria Gourmet. Именно поэтому вся наша команда живет одним общим и интересным делом. В свою очередь, такой подход к работе находит отклик в сердцах гостей и клиентов. Нам удалось создать в бутике особую атмосферу, где правят эмоции и ощущения: это сочетание вкусов, запахов и даже света. Нельзя сказать, что здесь стандартный магазин: это что-то большее. Мы сразу поставили себе высокую планку, достижение которой осилит далеко не каждый.

— Проект Vittoria Gourmet возвел процесс покупки и приготовления продуктов в ранг некоего приключения и путешествия в загадочный мир гастрономии. В этом мире в поиске идеальных сочетаний сплетаются воедино наука, знания и творчество. А чем этот проект является для вас в большей мере — бизнесом или все же творчеством?

— Я — человек с аналитическим складом ума и большим творческим потенциалом. В случае с Vittoria Gourmet творчество было абсолютно осознанным. В этот бизнес меня привела любовь к вину, а потом пригодился управленческий опыт, я до этого около 10 лет была главным бухгалтером. Мы изначально выбрали сегмент, где продажу решает не только цена, а множество других факторов. Достойный продукт надо уметь подать достойным образом, умелыми словами, подкрепленными вкусом и эмоциями.

— Одной из задач проект Vittoria Gourmet ставит воспитание культуры потребления. Каким образом ее можно сформировать, и насколько это интересно вашим клиентам?

— В процессе развития проекта появилось понимание того, что мы готовы «вырастить» свою аудиторию. Так появилась серия мастер-классов «Еда и вино», а затем и «Самарская школа вина». Люди идут к нам, чтобы получить профессиональные знания о продуктах и напитках. Я отношу это к конкурентным преимуществам. Мы четко понимаем вектор развития бизнеса и много работаем над тем, чтобы оставаться лидерами в своей отрасли.

— На чьи плечи возложена одна из самых ответственных миссий — формирование ассортимента бутика? Имеют ли возможность сами клиенты «рекомендовать» определенные продукты, и как часто это происходит?

— Формирование ассортимента — это постоянная селекция и кропотливая работа. Над этим работает целая команда. У нас очень гибкая политика, и мы относимся с большим уважением к просьбам наших клиентов, то есть можем привезти коллекционные напитки под заказ. Если говорить об эксклюзиве, то его в нашем бутике очень много: это особые версии напитков: хорошая подборка вин, миллезимные коньяки и виски, премиальный шоколад и кофе. Например, сейчас ждет своего владельца вино «Петрюс Гран Крю Помроль» 1986 года. Если говорить о продуктах, то к нам обращаются с просьбой привести черные трюфели, редкие сорта кофе, особые версии чая, и мы стараемся эти заявки выполнять. Мы гордимся фактом, что именно в Самаре нашел своего коллекционера коньяк стоимостью почти 600 тыс. руб. А также даем консультации по формированию и пополнению винных коллекций и оказываем услугу управления винным погребом.

— Кто ваши клиенты?

— Наши клиенты — это люди, для которых в вопросах жизненных приоритетов хорошее вино и вкусная еда занимают особое место. Это люди, которые много путешествуют, образованы и развиты. Люди, у которых есть потребность удивлять своих друзей и радовать себя. Они ценят грамотный подход к делу и красоту. Именно так появилась идея создавать гастрономические подарки. На мой взгляд, это хорошая европейская традиция — дарить именно практичные вещи. Мы подбираем продукты и алкоголь под конкретное событие. Мы делаем особые подарки — подарки со вкусом и удовольствием!

— Как к деловой женщине относятся представители сильного пола, которые, в том числе, посещают бутик в качестве гостей?

— Был прецедент: я проводила виски-вечер. На лекции было порядка тридцати гостей, и все они — мужчины. В первые минуты они не восприняли меня всерьез и удивились, что про такой брутальный напиток будет рассказывать именно девушка. В процессе вечера ситуация поменялась. Действительно, еще пять лет назад в этом сегменте рынка я выделялась, но сейчас вином занимаются как женщины, так и мужчины.

— Какие планы развития проекта Vittoria Gourmet, и чем еще вы удивите самарскую публику?

— Пока хочу сохранить интригу, но, возможно, скоро можно будет говорить об открытии третьего бутика. Не могу сказать точно: будет это в Самаре или в другом городе. Я сознательно планирую отходить от стандартного штампа флагманского бутика. Нам было бы интересно поработать с аудиторией от 25 лет до 40. Возможно, это будет молодежный концепт. В любом случае на достигнутом мы останавливаться не намерены.

Беседовала ***Мария Драпеза***