

# Самарский рецепт

## Секрет приготовления успешного ресторана из местных ингредиентов

Екатерина Кособокова |

**В САМАРЕ** в последнее время появляется большое количество разнообразных по формату заведений, на некоторых ресторанах с завидной регулярностью меняются вывески, что-то закрывается, что-то открывается. Очевидно одно: рынок живет. На первый взгляд, самарские заведения мало отличаются от тех, что есть в других нестолических городах. Однако, если копнуть глубже, оказывается, что это не совсем так: у самарской публики свои, в чем-то уникальные, запросы.

Основатель и совладелец ресторанов Mr. Hadson и Mrs. Hadson Сергей Волковицкий считает самарских посетителей ресторанов странными. В хорошем смысле этого слова. В качестве примера он приводит молекулярную

кухню, которая в Самаре не прижилась. «Наши мужчины любят поесть», — объясняет Сергей Волковицкий, хотя соглашается с тем, что в последние годы Самара несколько адаптировалась под веяния Москвы. «Раньше все было очень четко: Самара — это одно, Москва — другое. В нулевые, когда ресторанный рынок у нас только начинал развиваться, было сложно угадать, но если кому-то это удавалось, получалась „бомба“, — рассуждает ресторатор и добавляет, — наверное, в других регионах по-другому».

По-другому, если верить директору сети ресторанов группы LFR Family Борису Тагунову. «Наверное, все дело в том, что Нижний Новгород находится чуть ближе к Москве, чем Самара. Поэтому до нас веяния столицы, которая все-таки является законодателем моды в России, доходят быстрее», — объясняет Борис Тагунов.

Есть, конечно, тренды, которые не обходят и самарские рестораны. Например, несколько лет назад самарская публика сходила с ума по японской и итальянской кухне.

Сегодня в моде Грузия, причем, как уверяют рестораторы, не только в Самаре, но и по всей России. «После введения европейскими державами в отношении нашей страны так называемых санкций, мы обратили взор в сторону наших старых друзей. Это страны СНГ. Поэтому, наверное, сегодня на первом месте у нас грузинская кухня», — говорит самарский ресторатор Игорь Григорьян. По его словам, также остается популярной итальянская кухня: «Италия никогда не выйдет из моды, потому что это уже классика».

Что же самое главное в самарском ресторане — еда, интерьер, обслуживание или атмосфера? «Стиль Food&Pleasure» постарался записать рецепт приготовления успешного ресторана с добавлением местных ингредиентов под диктовку самарских рестораторов. Чтобы блюдо получилось оригинальным, в его создании участвовали как корифеи ресторанного бизнеса, которые уже много лет успешно работают на рынке, так и те, кто появился не так давно, но уже подают главные блюда к самарскому столу.

## «Наша миссия — повышение общечеловеческой культуры»

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ГРУППЫ КОМПАНИЙ MILIMON FAMILY ЕВГЕНИЙ РЕЙМЕР («БУТЛЕГЕР МУЗКАФЕ», «ПРЯНЫЙ БАРАШЕК», «СОФИ И АННАБЕЛЬ», «ЧИПОЛУЧО», «КЕМБРИДЖ», «ОМНИ ЧАЙХАНА», «ЧАЙХАНА ЗИРА», «БЕНДЖАМИН», «СЪЕЛБЫСАМ», «СУШИПОРТ») — ОБ УДОВОЛЬСТВИИ ОТ БИЗНЕСА И МЧТЕ ПОЛУЧИТЬ ЗВЕЗДУ МИШЛЕН

— Многие рестораторы, в том числе имеющие бизнес в других отраслях, признаются в том, что ресторанный бизнес — самая захватывающая часть их деловой жизни. Чем так завораживает ресторанный бизнес?

— У нас семейный бизнес. Для нас ресторанное дело — это стиль жизни. Как говорил Конфуций: «Займись тем, что тебе нравится, и ты не будешь работать ни дня в своей жизни». Это про нас. Мы срослись с этим бизнесом.

Посещение ресторанов для людей — это удовольствие, связанное с едой, с напитками, общением, прекрасной атмосферой, семейными и личными праздниками. Наша миссия — повышение культуры питания и отдыха и, как следствие, повышение общечеловеческой культуры. Именно это и захватывает меня.

— Самарские рестораторы делятся опытом друг с другом?

— Нет, мы все-таки конкуренты. Но, выезжая на разные мероприятия, я активно делюсь опытом. Меня пригласили в каче-

стве спикера на GASTREET International Restaurant Show 2017. Это самое большое событие в ресторанном бизнесе России. Последний раз на нем присутствовали более трех тысяч рестораторов. Предложения выступить на отраслевых мероприятиях, поделиться опытом поступают постоянно, и на данном этапе я активно езжу по разным городам и выступаю.

— На сайте вашей группы компаний указано, что для вашего персонала «нет ограничений для самореализации». Сложно ли найти людей, которые соответствуют вашим требованиям, и многие ли из них пользуются возможностями, которые вы предоставляете?

— Квалифицированный персонал найти крайне сложно. Хотя я не знаю, где можно построить карьеру быстрее, чем в ресторанном бизнесе. Здесь человек, работающий с полной самоотдачей, достаточно быстро начинает расти. Но таких очень мало. В Европе к работе официанта относятся как к профессии. У нас, к сожалению, пока как к подработке, но со временем всё изменится, и мы прилагаем к этому свои усилия.

— У вас есть мечта?

— Да. Открыть ресторан за рубежом и получить звезду Мишлен. В России, по ря-

ду причин, нет гида Мишлен\* — самого влиятельного ресторанный рейтинг мира. Этот гид изначально задумывался компанией Мишлен, являющейся производителем шин, как путеводитель по ресторанам для тех, кто совершает автомобильные путешествия по разным гастрономическим местам.

Но если гора не идет к Магомету, то Магомет идет к горе. Хочу открыть ресторан за рубежом и получить звезду, и чтобы при этом все знали: это заведение с российскими корнями. Амбициозная цель, но на то она и мечта! Очень важно на всех уровнях продвигать Россию. У нас живут очень креативные люди. Уверен, совсем скоро иностранцы начнут ездить к нам и заимствовать наш опыт по ведению ресторанного бизнеса.

— И последний вопрос: что означает слово «милимон»?

— «Милимон» — новое слово, которое я придумал. Оно состоит из двух слов — «лимон» и «миллион». Лимон — это фрукт, который используется во всех кухнях мира и барной индустрии, это очень ценный для человека фрукт, богатый витамином С. Желтый цвет — цвет лидера. «Лимон» на сленге — это миллион, то есть деньги. Слово «милимон» сочетает в себе все вышеперечисленное.

Беседавала Мария Пашина



ИЗ ЛичНОГО АРХИВА ЕВГЕНИЯ РЕЙМЕРА