УЖИН СО ЗВЕЗДОЙ И БЕЗ

ВЫБИРАЮТ РОССИЯНЕ, НЕ ЖЕЛАЯ ВСТРЕЧАТЬ НОВЫЙ ГОД ДОМА

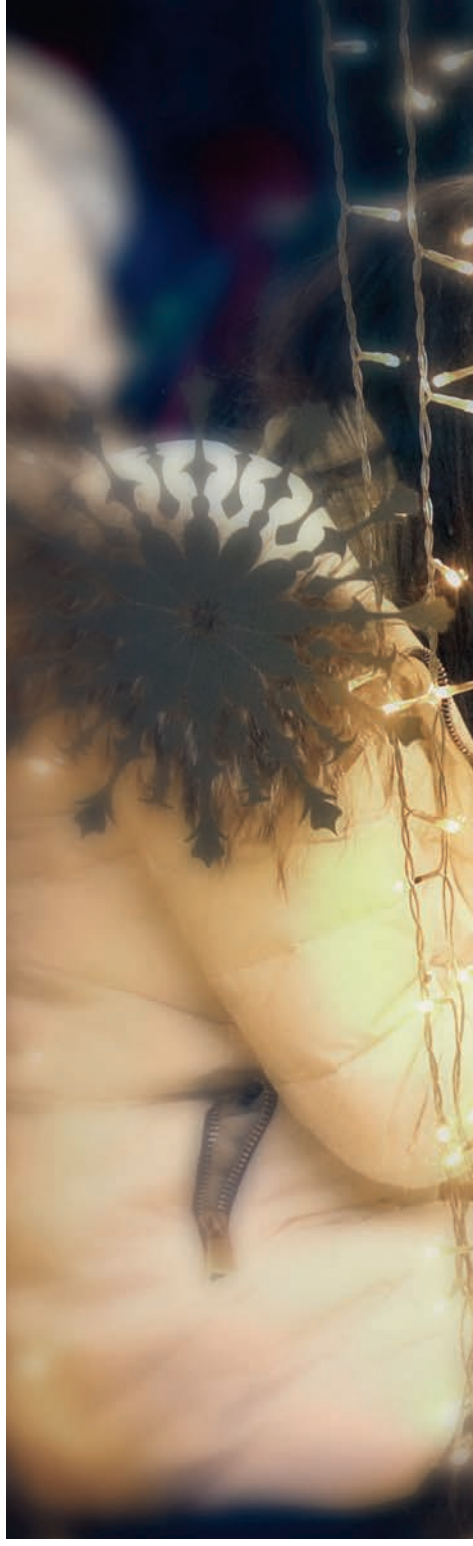
Новогодняя ночь в ресторане перестала быть необычным способом встретить праздник, считают столичные рестораторы. Платежеспособные гости дорогих ресторанов уезжают из города, а порадовать оставшихся, не напугав их стоимостью входного билета, почти невозможно.

Спрос на новогодние вечеринки в ресторане, характерный для начала 2000-х, стал заметно ниже. Дело не только в кризисе, который переживает страна в течение последних трех лет, считают специалисты по общепиту. Неравномерный, не всегда заметный, почти двадцатилетний рост экономики изменил потребительские предпочтения граждан — у большинства сформировались опыт и даже привычка есть вне дома. По данным столичного управления Росстата, за 17 лет оборот общественного питания в Москве вырос почти в десять раз. В 2000 году он составлял 16,9 млрд руб., по итогам девяти месяцев этого года — 120,7 млрд руб. Но максимальное значение было зафиксировано в 2015 году — 175,2 млрд руб. «Кафе и рестораны уже не развлечение, а место для еды»,— констатирует один из рестораторов, отмечая, что в сочетании с желанием устроить на Новый год настоящий праздник, которое испытывает большинство, ситуация не предполагает очевидного выбора в пользу ресторана.

Это не значит, что новогодних ужинов в ресторанах больше нет, наоборот, предложений достаточно. Заведения готовят «разнообразное новогоднее меню» и «уникальные шоу-программы», провести время можно и в банкетном зале или ресторане отеля, оставшись на ночь в одном из номеров (эту опцию включают в стоимость билета). Но, по словам рестораторов, стало трудно сформировать меню и программу, привлекающие гостей, таким образом, чтобы итоговая цена билета их не отпугивала. «Если приглашаешь звезду, то, чтобы покрыть расходы, билет нужно сделать таким дорогим, что их не раскупят, дешевле обходятся те, кто менее раскручен, но на них никто не придет»,— говорит бывший сотрудник одного из столичных ресторанов. «С полуночи 1 января начнется развлекательная программа: Дед Мороз и Снегурочка, Митя Фомин, Глюк'oZa и певица Слава»,— обещают в известном заведении. В меню ужина — крабы, креветки, фуа-гра, лосось, на десерт конфеты ручной работы. Стоимость билетов начинается от 35 тыс. руб. с гостя. В заведениях, где билеты на новогоднюю ночь стоят от 9 тыс. руб., развлечения описаны скромнее: «Дед Мороз и Снегурочка, поздравление президента, лотерея с суперпризом, шоу-программа с ведущим, квестами и конкурсами, бармен-шоу „Санта-Клаус“, живой вокал и маэстро саксофонист всю ночь, танцы до утра с DJ Vladlen». В меню «блюда русской и европейской кухни от шеф-повара».

Управляющий рестораном «Недальний Восток» (входит в группу Аркадия Новикова, средний чек превышает 2,5 тыс. руб.) Михаил Локаев говорит, что на мероприятие в новогоднюю ночь собираются гости, которые обычно ходят в этот ресторан. «Наши гости — это состоявшиеся бизнесмены, которые не отмечают Новый год в Москве. 31 декабря многие уже загорают или катаются на лыжах. А для тех, кто хотел бы провести здесь время, я не могу ничего предложить, не показавшись слишком дорогим»,— объясняет он. По словам господина Локаева, праздник в формате «Голубого огонька» в Москве уже не актуален. «Никто из моих знакомых — владельцев ресторанов на Патриарших Прудах не планирует делать новогоднюю программу. Общество расслоено не только по размеру доходов, у людей разный менталитет, сферы деятельности»,— перечисляет Михаил Локаев, отмечая, что за городом такие вечера могут быть востребованы. Он считает, что объединять гостей имеет смысл только на корпоративных вечерах.

Основатель сети «Простые вещи» и ресторана Cheese Connection Ирина Ходзинская согласна. «Мы не делаем мероприятия на Новый год или другие праздники, проводим только корпоративы. Корпоративное мероприятие означает, что у людей есть какой-то общий интерес или гостей объединяет лидер мнения. Они ориентируются на него и его решения. В других случаях, пытаясь угодить всем, невозможно сделать так, чтобы мероприятие было действительно захватывающим и интересным, а не скатывалось в караоке под шансон»,— объясняет она. Это не означает, что развлекательные программы не востребованы. По словам госпожи Ходзинской, вместо опции «еда за столом плюс песни в микрофон» гостям намного больше интересен формат фуршета и активностей со смыслом. В программы в рамках корпоративного заказа ее рестораны включают винные дегустации или сырный ужин, в ходе которого гости подбирают четыре разных сорта вина к одному сыру. «Зрелищность по-прежнему в цене, особенно в Новый год. В одном из наших ресторанов есть большой собственный двор, где можно устроить фейерверк, уличный спектакль и огненное шоу, встроенные в сценарий корпоративов»,— говорит Ирина Ходзинская.


ВАЛЕРИЙ МАТЫЦИН / ТАСС

Помимо уходящей моды на «Голубые огоньки» среди состоятельных гостей, есть чисто экономические причины не проводить их в ресторане в новогоднюю ночь — стоимость подготовки помещения, реклама и расценки на артистов и дополнительный персонал в новогоднюю ночь делают мероприятие почти нерентабельным. Финансовый директор сети ресторанов «Темпл Бар» (заведения работают в сдвоенной концепции: часть помещения занимает «Темпл Бар», другую — чайхона «В гости» и ресторан паназиатской кухни «Тайсан») Светлана Циферблат говорит, что последнюю новогоднюю вечеринку «Темпл Бар» проводил в прошлую новогоднюю ночь и больше пока не планирует, несмотря на интерес гостей. «Кроме хорошего меню людям нужны зрелища. С едой у нас проблем нет, а с развлечениями очень сложно»,— рассказывает она. Трудность в том, что все новогодние специалисты

ТЕКСТ **Екатерина Геращенко**
ФОТО **Валерий Матыцин/ ТАСС**