

review АЭРОФЛОТУ 90 ЛЕТ

Форма и содержание

В этом году авиакомпания «Аэрофлот» покорила очередную высоту: форму ее бортпроводников путешественники признали самой стильной среди форм персонала европейских авиакомпаний.

Смена коллекций

В опросе приняли участие 1,2 тыс. человек, постоянно летающих европейскими авиакомпаниями. Участники оценивали униформу разных компаний по пятибалльной шкале. В итоге первое место досталось «Аэрофлоту», второе — British Airways, третье — Lufthansa, на четвертое поставили Air France, а замкнула пятерку лидеров финская Finnair.

Форму, которая так понравилась пассажирам, экипаж «Аэрофлота» носит третий год. Это уже третья смена гардероба с 2000 года. Обычно коллекция одежды для экипажа обновляется гораздо реже. Так, Lufthansa делает это примерно раз в десять лет. В разное время экипаж «Аэрофлота» одевали такие именитые дизайнеры, как Валентин Юдашкин и Виктория Андреянова, а в конкурсе на создание новой формы участвовали не менее известные Нелли Калашникова, Татьяна Парфенова, Алена Акмадулина, Денис Симачев, Nina Donis.

У каждого модельера, работающего над «воздушной» коллекцией, был свой взгляд на стиль экипажа «Аэрофлота». В начале 1960-х бортпроводницы носили классические английские костюмы: летом — серые, зимой — синие. В комплект входили узкая юбка, приталенный пиджак с нашивками на рукавах птичками, шапочка-пилотка и белые перчатки. Стюардессы эту форму очень любили, поскольку ее шили качественно и из хороших тканей. Единственное, что вызывало их недовольство, — туфли на шпильке, ходить в которых постоянно было практически невозможно. Позже форма стала малиновой, а шпильки заменили на более удобные туфли на низком каблуке.

В конце 1990-х «Аэрофлот» пригласил поработать над гардеробом летного состава модельера Валентина Юдашкина. В его коллекции сочетались красный, белый и черный цвета. А галстуки и женские бан-



Форма сотрудников «Аэрофлота» вне зависимости от дизайнера должна быть удобной и приспособленной для работы в самолете

ты на шею стали полосатыми, повторяющими цвета российского флага.

Виктория Андреянова, которая создавала форму в начале нулевых, сделала акцент на темно-синий, оранжевый и серебристый цвета. Темно-синий должен был говорить о преемственности поколений «Аэрофлота», оранжевый — напоминать закат и восход солнца, а серебристый — ассоциироваться с небом. Комплект бортпроводника состоял из 19 предметов: туда входили юбки, блузки, жакет, трикотажный жилет, фартук, пиджак, шелковые шарфы, плащ с капюшоном, палантин, зимняя шапка, шейный платок, кожаные перчатки. Большую часть гардероба шили из полустерстной костюмной ткани, которая не мялась и хорошо поглаждала выглау. Кроме формы Андреянова разработала и целую линейку аксессуаров: багажные сумки в оранжево-синей гамме, зажимы для галстуков, кармашки для бейджей.



ФОТО: АЛЕКСАНДР ШИШОВ/ТАСС



и функциональности. Большинство вещей из женской и мужской коллекций — жакеты, юбки, брюки, пиджаки — шиты из немецких тканей фабрики «Райсманн», которые отлично подходят именно для работы на борту самолета. В их состав входят полиэстер, шерсть, эластан, они не мнутся, в них прохладно летом и тепло — зимой. Эту же ткань использует для своей формы Lufthansa. Для женских блузок, мужских сорочек и фартуков дизайнеры выбрали швейцарские ткани с высоким содержанием хлопка, а для зимних пальто — стопроцентную шерсть от итальянского производителя, который также является поставщиком знаменитого бренда MaxMara.

Ткань для женских пуховиков и мужских курток-алюсок тоже поставили итальянцы, сотрудничающие с Armani и Gucci. Форменные платья бортпроводниц шиты из ткани нового поколения — антистатичной, имеющей водо- и грязеотталкивающие свойства. Они спокойно переносят частые стирки и защищены от возможных затяжек. Прежде чем эти «суперплатья» оказались в новом аэрофлотовском гардеробе, они прошли тщательное тестирование. Например, одна из бортпроводниц делала в нем в Дели и отметила, что очень комфортно чувствовала себя и жарким днем, и прохладным вечером. Весомым аргументом при выборе этой ткани для дизайнеров стал и тот факт, что ее производителем немецкий концерн «Де Балль» внимательно относится к пожеланиям заказчика и с ним можно индивидуально обсуждать цвета, и фактуры.

В аэрофлотовской коллекции большой выбор размеров для разных типов фигур: платья для бортпроводниц шьются до 48-го размера включительно, вся остальная женская одежда — до 52-го размера, а для мужчин — до 56-го.

Поскольку экипаж самолета много времени проводит на ногах, Юлия Бунакова и Евгений Хохлов особое внимание уделили обуви. Туфли и сапоги стюардесс изготовлены из высококачественной итальянской кожи, а высота каблука не превышает 4,5 см. В таких туфлях бортпроводницы не устают даже на самых длинных рейсах.

Мария Трубинова

Последнюю коллекцию создавали известные петербургские дизайнеры Юлия Бунакова и Евгений Хохлов, которых называют самыми европейскими среди российских модельеров. «Нам приятно быть в одном ряду со знаменитым голландским дизайнером Франсом Моленаром, который одевает не только королеву Беатрикс, но и национальную авиакомпанию KLM, и французским кутурье Кристианом Лакруа, одевшим Air France», — говорят они.

Работая над коллекцией, Юлия Бунакова и Евгений Хохлов вдохновлялись 1950-ми — эпохой, которая возлегла в абсолют элегантность и женственность. До 2010-го в аэрофлотовской униформе присутствовали фольклорные элементы, например узор в виде заплетенной косы, но петербургские дизайнеры решили от них отказаться и сделать ставку только на классику. Кроме того, они отлично обыграли известный, в том числе и за рубежом, символ компании — золотую аэрофлотовскую птичку.

В новом стильном гардеробе экипажа есть костюмы,

платье, рубашки, белые блузки, платья с рукавами три четверти и воротником-крыльями, жакеты, юбки, теплые пальто-пуховики, палантины и мужские куртки-алюски, а также пилотки, фуражки, шейные платки, галстуки с золотым тиснением, туфли и сапоги. Каждый комплект стоит примерно \$1,5 тыс. В наборе для сотрудников-мужчин — 23 предмета, в женском наборе — 29 предметов. Женская коллекция представлена в двух цветах: зимний вариант — темно-синий, летний — оранжево-красный, или, как его еще называют, красный мандарин, известный как любимый цвет легендарного Валентино. Мужской гардероб — и летний, и зимний — выполнен в трендовом цвете наву. Все аксессуары на женской и мужской одежде золотого цвета, а рукава украшают нашивки в виде знаменитой птички.

Консервативно и благородно

Создавая новую коллекцию для «Аэрофлота», дизайнеры думали не только о красоте и трендах, но и об удобстве

Пицца бортов

Второе место на рейсах продолжительностью более шести часов, пятое — на рейсах меньшей продолжительности. Это про «Аэрофлот», который стал одной из лучших авиакомпаний по качеству бортового питания. Так решили более чем полтысячи европейских путешественников, опрошенных компанией SkyScanner. Опрос, впрочем, проводился по результатам 2012 года — европейцы, следовательно, еще не учитывали серьезные нововведения, придуманные «Аэрофлотом» к своему 90-летию.

Мясо, курица и рыба

В меню «Аэрофлота» времен СССР входили три стандартных блюда: мясо, курица и рыба. В качестве гарнира подавали картошку, рис и консервированные овощи. Бортовое питание, и тогда, утверждали в компании, соответствовало самым высоким стандартам. За 23 года ситуация изменилась в лучшую сторону. Отчасти из-за развития кейтерингового бизнеса в России, отчасти благодаря участию в подготовке меню иностранных специалистов. К юбилею «Аэрофлот» подготовил специальное меню, для чего привлек к сотрудничеству трех поваров из ресторанов с мировыми именами: Франсуа Пьер Ганьер, именитый шеф-повар которого ест и в Сеуле, и в Лас-Вегасе, и еще в ряде городов, его соотечественник Аллен Льюрка, чье заведение в этом году переехало в Монте-Карло, швед Бьорн Францен, один из главных в ключевых для шведской кухни Frantzén/Lindeberg, обновили и карту закусок, и подбор горячих блюд, и список супов.

Уже в феврале на высоте можно было попробовать самую настоящую высокую кухню от мишленовских лауреатов — буше из норвежского лосося с оладьями домашнего приготовления, бифштекс из говядины с грибами шитаке, со шпинатом и тушеной тыквай с морковью, свекольный кекс. А в мартовском бортовом меню «Аэрофлота» появились боярские щи с белыми грибами и укропом, тушеный ягенок с капустой и клюквой, мурманский палтус, запеченный с припущенными овощами и соусом из красного перца и многое другое.



ФОТО: ДМИТРИЙ ЛЕБЕДЕВА

С одной стороны, не забыта традиционная русская кухня, с другой — все это куда интереснее и вкуснее привычного набора «курица или рыба». За десерты ответственными назначили шеф-повара классических ресторанов Аркадия Новикова («Большой» и «Ваниль» Камелия Бенамара — впрочем, он уже отвечал за них в «Аэрофлоте» еще в 2011 году, а также «Кондитерский дом Александра Селезнева»: он приготовил, в частности, маково-черничный торт (370 ккал) и торт «Закер» (265 ккал).

Специальное юбилейное меню действует до 31 мая на внутренних и внешних рейсах для всех классов — предложение такого уровня в общем-то страшная редкость для мировых авиакомпаний. Количество провизии, разумеется, напрямую зависит от длительности полета. К примеру, на рейсах в Майами, Гавану и другие места, добраться до которых больше 12 часов, дополнительно предоставляются сырная тарелка — ассорти из трех видов — и фрукты. Дежурная юбилейная меню, которое обновится четыре раза, проходила еще в декабре при участии частых пассажиров и друзей компании — зачастую довольно строгих критиков: среди них были и главный редактор «Афиши-Ель» Алексей Зимин, и генеральный директор «Аэрофлота» Виталий Савельев. Подобные дежурности для «Аэрофлота» не в новинку, раньше компания уже использовала фокус-группы и анализировала особенности лучших зарубежных компаний, а в итоге еще в прошлом году обогнала Air France на дальнемагистральных рейсах и оказалась чуть хуже British Airways — на ближнемагистральных.

Конкурентное преимущество

«Аэрофлот» неизменно подчеркивает, что бортовое питание для компании не просто необходимая часть обслуживания, а конкурентное преимущество. Поэтому новое меню бизнес-класса разрабатывается каждые три-четыре месяца, а экономичес-

кого класса — каждые полгода. За появлением очередной новой «коллекции» стоит очень серьезная работа. Ведущие специалисты в области питания анализируют особенности предоставления питания в лучших мировых авиакомпаниях, социологи проводят фокус-группы среди часто летающих пассажиров. И, конечно же, все это дегустируется: все без исключения новые блюда и десерты всегда пробуют генеральный директор компании Виталий Савельев, часто летающие пассажиры, ключевые партнеры, топ-менеджеры авиакомпании и журналисты. «Мы дорожим своими клиентами и, стремясь соответствовать разнообразным вкусам и меняющимся предпочтениям пассажиров, будем расширять ассортимент блюд и дальше, повышая качество услуг на борту воздушного судна», — подытожил господин Савельев.

Разнообразие ассортимента — одно из главных достоинств еды на самолетах «Аэрофлота». Отдельное замечательное предложение обозначено словом «спешитание». За 36 часов до полета (не позже) можно заказать еду с учетом индивидуальных предпочтений. Всего предлагается 4 вида спецпитания, разделенных на 15 меню. Есть несколько вариантов диетического, например диабетическое или с низким содержанием жира и холестерина. Есть четыре набора, разработанных с учетом религиозных убеждений — в частности, индустское невегетарианское не содержит говядины, телятины и свинины. Есть три типа вегетарианского, а также отдельно детское и для грудных младенцев. Чаще всего, говорят в «Аэрофлоте», заказывают строгое вегетарианское питание, исключаящее животную пищу, молоко и яйца, а также кошерную еду (как пишут на туристических форумах бывалые путешественники, порции больше и еда вкуснее). Последняя разрабатывается в сигнале, и к ней прилагается сертификат кошерности. Ближе к весне становится популярным и постное меню, исключаящее мясные, рыбные и молочные продукты. Заказ спецпитания — дело, как ни удивительно, совершенно бесплатное. Для этого требуется только позвонить по круглосуточному телефону и сообщить необходимую информацию о себе и своем рейсе.

Ресторан бизнес-класса

Питание в бизнес-классе так и останется сравнимым, по оценкам «Аэрофлота», с ресторанным уровнем: сделать его таким было главной задачей кейтеринговой компании «Аэромар». Для этого она совместно с «Аэрофлотом» разработала программу «Перформа», до которой о каких-либо званиях аэрофлотовского питания вряд ли можно помышлять, что было губительно для репутации самой компании. Суть «Перформы» заключается именно в том, чтобы сделать питание в бизнес-классе сравнимым с ресторанным — это был первый подобный проект в России. Внедрили «Перформу», кстати, в 2003 году, так что у программы в этом году тоже свой юбилей. Особенный предмет гордости компании — то, что блюда в бизнес-классе подаются на фарфоровой посуде с льняными салфетками и столовыми приборами. В экономическом же подается многозачасная пластиковая или одноразовая посуда в зависимости от самолета.

С 2009 же года продвигается и другая концепция — здоровья питания. Большое внимание уделяется правильной сочетаемости продуктов, нет жирной и тяжелой пищи, зато используются все возможные овощи. Способ приготовления пищи также ориентирован на сохранение всех полезных компонентов. Постоянно включаются новые продукты: в этом году на завтрак, например, будут давать кашу.

На десерт традиционно предлагается ванильное мороженое — к 90-летию к нему добавились небольшие юбилейная ишемическая медаль. А вот с другим традиционным самолетным сладким — карамелью после взлета и перед посадкой — все не так просто. «В наше время карамельки не являются обязательным элементом сервиса», — говорят в «Аэрофлоте». Оказывается, современные воздушные суда гораздо эффективнее поддерживают давление, чем раньше, и, как следствие, пассажирам влетные конфеты, для того чтобы справиться с перепадами давления, просто не нужны. Поэтому, вполне возможно, к 100-летию компании про карамельки многие и вовсе забудут, как за 20 с небольшим лет начали, несмотря ни на что, забывать про курицу.

Никита Величко