

СЛАДКИЙ БИЗНЕС: ЭТО ПО ЛЮБВИ



АЛЕКСАНДР КОРЖКОВ

Объединенный холдинг «Север — Метрополь», совладелицей и руководителем которого является Елена Шевченко, намерен выбрать сладкий символ Петербурга. По опросам СМИ, пирожные «Север» занимают уверенное третье место среди съедобных брендов города. «Гастрономическая карта России» в этом качестве выдвинула «Анну Павлову» от «Метрополя». Что победит, покажет будущее: в ближайшее время анкетирование проведут среди посетителей кондитерских.

— В прошлом году число точек, работающих под маркой «Север — Метрополь», увеличилось сразу на треть, к 50 работающим добавилось 25 новых. Какова динамика этого года?

— К осени мы открыли по франшизе еще восемь точек. Я как владелица бренда даю добро на запуск кафе, помогаю в адаптации концепции к помещению, слежу за соблюдением франчайзинговых условий. Сейчас наша идея — выходить в спальные районы, при этом мы стараемся подобрать помещения ближе к метро. Параллельно с этим несколько точек закрылось, они оказались не очень рентабельными: неудачная локация, где-то аренда выше, поток людей меньше. Теперь мы более ответственно подходим к выбору места.

— Как думаете, сколько ваших кафе сможет вместить город?

— Думаю, 100. Мы проанализировали карту, поняли, что в центре много конкурентов, и решили пойти на периферию: в этом году была открыта кондитерская в Кудрово, готовится к работе Мурино. Есть места, откуда людям тяжело доехать в центр: у них сложился свой мирок в рамках микрорайона, есть свои невидимые перспективы — мы придем к ним.

— А что насчет Ленобласти?

— Кудрово и Мурино — как раз Ленобласть. Сейчас мы открываем точку в Гатчине, Кронштадт нами освоен давно. В свое время я писала диссертацию и разбирала конкурентные преимущества того или иного производства. Специфика кондитерского — кремов, взбитых сливок, всего, что производится вручную, — невозможность длительной транспортировки. Поэтому наша география достаточно ограничена: с одной стороны, это недостаток, с другой — преимущество, это отсекает приток конкурентов извне, доставить продукт с кремом откуда-то крайне сложно.

В Москву мы выходить не собираемся, хотя по-прежнему возим туда пару машинок изделий в неделю, и предложения открыться по франшизе были. Но мы — бизнесмены, влюбленные в свое дело, и хотим все контролировать, сами отвечать за качество. Существование на два города не сильно представляем, очень ценим Санкт-Петербург, жить здесь нас полностью устраивает.

— Как на заведении холдинга сказались чемпионат мира по футболу?

— Я никогда не увлекалась футболом, но тот праздник, та феерия, что происходила, — все это привело меня в полный восторг. Отели — и Majestic «М-Отель» в том числе — отработали на 200%, были полностью заполнены. Конечно, туристы не ожидали такого уровня гостиниц. Я сама много езжу по миру и понимаю, насколько разными могут быть отели даже одной звездности. Ресторан был забит, мы сделали трансляции матчей везде: в пабе, малом, большом зале, был даже формат — футбол при свечах.

Казалось бы, этот роскошный зал с канделябрами не рассчитан на болельщиков, но поскольку количество желающих было огромно, а в помещении есть плазменный экран пять на шесть метров, мы устроили и это.

Мы специально выпустили серию тортов на футбольную тематику: кондитер-скульптор только успевала делать торты в виде мячей, мы их вносили в кафе и тут же продавали. На пирожных «Север» писали номера маек отличившихся российских игроков, набор пиджуров стал собираться из сладких мячиков, съедобных ворот.

— Десерты становятся легче?

— Это общая тенденция — здоровый образ жизни, отказ от сливочного, жирного. Мы двигаемся в этом направлении и сейчас запускаем серию бескремовых тортов, которые считаются более легкими. Хит продаж в «Севере» (и мой фаворит сейчас) — торт «Северный мед», в «Метрополе» — эклеры со взбитыми сливками и обсыпкой миндалем.

— Вы по-прежнему не нашли в России качественного сливочного масла?

— Увы. Это все так же Новая Зеландия, а теперь еще и Аргентина. Нынешний курс валют нам портит жизнь, но от высококачественных продуктов мы не откажемся. Это, естественно, скажется на цене. Может быть, не сразу, но тем не менее. Наценка у нас небольшая, стоимость изделий обуславливается себестоимостью сырья, и к сожалению, она растет.

— Пару лет назад вы возродили кулинарное производство. Что берут чаще всего?

— Примерно треть кондитерских, помимо сладкого, сейчас торгуют и кулинарной продукцией ресторана. В ближайшее время мы выделим под это отдельный цех. Котлеты «Метропольки», по-киевски и салат оливье — вечная тема российской действительности.

— Насколько, по вашему мнению, это связано с ностальгией по советскому прошлому?

— Каждый раз, когда открывается новая кондитерская, я наблюдаю за процессом. И сердце радуется, когда говорят: «Спасибо, что открылись здесь, мы вас так давно любим!» Да, вы можете сходить в ресторан за границей. Там будет пять десертов на высоком уровне — но это пять десертов. А у нас двести наименований.

— Вы уже сейчас продаете места на новогоднюю ночь в «Метрополе»?

— Традиционно мы в июле задумываемся о программе, с середины августа формируем ее и начинаем продажи. Для меня новогодняя ночь под скромный оркестр — не новогодняя ночь. Я считаю, что это праздник, мы справляем его с размахом и весельем, следим, чтобы были яркие артисты, интересная программа, все соответствовало месту. В этом году новогодняя ночь будет в духе «12 стульев» — есть ли второе произведение, равно любимое всеми?

— Правда ли, что экскурсии на кондитерское производство для школьников расписаны на два года вперед?

— Правда. Иногда мне звонят друзья, говорят: «Мы хотели записаться через сайт, но нам предложили только конец следующего года». И это тот случай, когда я изредка пользуюсь своим положением.

Наталья Лавринович