

10.2.5. Новые тенденции в общественном питании

Возвращение к местным продуктам

По мнению маркетолога и экс-владельца ресторана Сергея Славинского, в мире начинает выстраиваться новая модель успешного ресторана. Ее суть состоит в переходе с поставщиков экзотических вкусов на поставщиков свежих продуктов, то есть таких, которые находятся от ресторана на расстоянии одного логистического дня. Работа с ними ведется по принципу «сегодня произвел – сегодня приготовил».

местные продукты

«Посмотрите на новые заведения, открывающиеся по всему миру и вызывающие общественный резонанс последние пару лет, – призывает он в интервью газете «Деловой Петербург». – Хороший пример – Нома в Копенгагене, №1 в Топ-50 лучших ресторанов мира. Если внимательно почитать меню этого заведения, то там почти возле каждого блюда указан регион происхождения. Нет, не регион, а конкретный город или хозяйство...»

Теперь современные рестораны высокого уровня отказываются от услуг поставщиков и переходят на прямую работу с конкретными хозяйствами, снабжающими заведения именно тем продуктом, который необходим кухне, будь то деревенские куры или утренние яйца. Если раньше повар был творцом вкуса, то сейчас в выигрыше будет тот, кто лучше знает поставщиков.

По мнению эксперта, за максимально натуральные продукты органического происхождения, корзина которых используется веками с учетом места проживания и климата, клиент готов заплатить значительную сумму. «И сезонность не помеха: есть масса рецептов на все времена года, причем в открытом доступе», – считает он.

Пример

Развиваться на рынке здорового питания и органических продуктов начал даже McDonald's – эта мировая сеть фастфуда в конце 2010 г. открыла в некоторых странах экспериментальные рестораны, меню которых состоит исключительно из салатов. В честь этого традиционный красный фон логотипа позеленел.

По мнению бренд-шефа нескольких ресторанов холдинга Ginja Александра Бельковича, у петербургской публики, следящей за собой, в почете органические продукты. В ресторане помидоры, выращенные в экологически чистом районе без удобрений, обойдутся не меньше чем в 400 рублей, однако, по словам повара, там, где используются такие продукты, можно говорить о моде на еду.

Обинтересе к здоровому питанию говорит появление служб доставки фермерских продуктов на дом. Например, такой бизнес в Петербурге организовала предпринимательница Мария Гиришберг,

зарегистрировав фирму «Зеленая ферма». А холдинг Ginzа даже открыл в Москве целый фермерский рынок.

«Петербургский общепит мог бы активнее использовать местные овощи, мясо и молоко, но с фермерами договориться сложно, – полагает президент Национальной академии гостеприимства Николай Щербаков. – Им невыгодно возить по несколько килограмм мяса ежедневно. Хотят продавать ресторану тушу, а где ее разделять? Также нельзя рассчитывать, что будет привезена рыба оговоренного размера, например, форель из местных хозяйств. И нет гарантий, что ее доставят в срок».

Его поддерживают участники ресторанных форумов. «Во-первых, существует дефицит информации о такой продукции, во-вторых, попытки наладить поставки участникам ассоциации (после организованных нами или областной властью встреч рестораторов с местными производителями) заканчивались очень быстро – нежеланием дополнительных проблем с соблюдением качества и периодичности поставок. А один из производителей лососевых и осетровых, представленный в справочнике «Все для отелей и ресторанов: поставщики Санкт-Петербурга» и на специализированной выставке и показывающий огромный интерес к присутствию в HoReCa, уже через неделю сообщал, что продукция закончилась – обращайтесь осенью. Завод «Н» заявлял о готовности поставок в рестораны, а на завершающей стадии переговоров все равно настаивал на полутушах. Этим все и заканчивалось», – сообщает один из форумчан.

собственное хозяйство

Собственное хозяйство

Если инфраструктура конкретной территории и методы работы ее хозяйств далеко не самые передовые, выходом может стать создание собственного хозяйства в тесной связке с рестораном. Правда, специалисты не высокого мнения об инвестиционной привлекательности такого подхода. Они полагают, что этот бизнес скорее для долгосрочного инвестирования, а не быстрого возврата вложенных средств. Но он может дать весомое конкурентное преимущество, которое сложно будет чем-то перекрыть.

Пример 1

Учредители компании «Обедов» решили утолить потребности растущего на 20% в год кейтерингового бизнеса за счет собственных грядок, сообщает «Деловой Петербург». Эксперты оценивают идею как рискованную.

Оборот кейтеринговой компании «Обедов», созданной двумя бывшими одноклассниками в 2002 году, ежегодно растет приблизительно на 20%. «Ежедневно готовим 2700 комплектов питания: завтраков, обедов и ужинов. По итогам 2011 года планируем увеличить выручку до 100 млн рублей», – рассказал один из соучредителей ООО «Обедов» Роман Елистратов. После 9 лет работы в этом бизнесе

предприниматели Роман Елистратов и Дмитрий Калинин решили организовать сельскохозяйственное подразделение.

Выращивать планируется только дорогостоящие свежие овощи: томаты, огурцы и зелень. На них приходится около 10% в общем объеме закупаемых овощей, подсчитал Дмитрий Калинин. Продукция будет использоваться для всех направлений бизнеса: для обеспечения собственных корпоративных и студенческих столовых, приготовления развозных обедов и блюд для фуршетов.

К идее собственного хозяйства предприниматели пришли после того, как заключили контракт на обслуживание базы отдыха «Связист» в Ленобласти. На ее территории оказалось три теплицы площадью 500 кв. м каждая. Компания вложит в ремонт и рекультивацию земли в каждой из них от 200 до 500 тыс. рублей.

«В обмен нам оплатят все коммунальные платежи на аналогичную нашим инвестициям сумму», – рассказал Роман Елистратов, отметив, что если эксперимент, запущенный осенью, окажется успешным, то к огурцам и томатам прибавят другие овощи. По его словам, две теплицы будут работать как сезонные, а одна круглогодично.

Но, по мнению экспертов, сэкономить за счет открытия собственной мини-фермы компания вряд ли сможет. «Для этого им в этой теплице придется поселиться», – утверждает предприниматель Игорь Коренков, владелец агропромышленного холдинга «Русь».

Рискованным и дорогим этот бизнес делают множество факторов, считает эксперт. Например, из-за перебоев с электричеством зимой за вечер может погибнуть весь урожай зелени. Кроме того, придется оплачивать логистику, а также где-то хранить собранные овощи. «Но главная проблема – это воровство. Мне пришлось отказаться от овощей вовсе, поначалу выращивал капусту и другие культуры. Если регулярно и жестко не контролировать, то сами работники могут украсть абсолютно все, что вырастишь, даже кормовой рапс», – заключил он.

Молекулярная кухня становится доступней

Молекулярной кухней называют блюда с необычными свойствами и сочетаниями компонентов. «Понимание естественных процессов, происходящих с продуктами в разных состояниях и в разной среде, позволило за последние 30 лет накопить опыт и создать технологическую базу для того, чтобы гость ресторана мог удивиться спагетти из шафрана, пенке из мяса, икре из дыни или воздуху из водки. Необычные устойчивые текстуры продуктов вызывают новые вкусовые ощущения, подача блюд поражает», – утверждает Сергей Славинский.

«Шоу, за которым можно пойти в ресторан, – ответный удар бизнесу полуфабрикатов», – считает он.

**молекулярная
кухня**

Правда, теперь все те «наработки», которые использовал создатель молекулярной кухни – знаменитый шеф El Bulli Ферран Адриа, есть в свободной продаже. По информации экспертов, еще пару лет назад для того, чтобы создать лабораторию молекулярной кухни, требовалось 5-7 тыс. евро на базовый комплект и максимум 12-13 – на сверхпродвинутый. Теперь порошки для молекулярной кухни можно найти среди специй в продвинутых магазинах или купить в интернете за 5-10 евро. А докупив специальный сифон (cream whipper) за 30 евро, можно стать домашним повелителем разнообразных пенек и воздуха. И создание спагетти из пармезана с пенкой из сельдерея окажется делом 15 минут.

Вакууматор можно найти за \$100, а водяную баню, в которой и томится этот пакет с едой, – за \$300. И это будет не жуткий на вид огромный промышленный станок, а кухонный гаджет с приятным дизайном. «Я думаю, что скоро за них примутся и монстры рынка бытовой электроники – Bosch, Braun и пр. — и всю эту красоту sous vide (приготовление в вакууме) мы можем поставить себе на кухню. Ведь теперь это так просто: положил в пакет куриную ножку, веточку тимьяна, влил немного вина, запечатал и бросил в аппарат перед уходом на работу. И полезный ужин готов», – мечтает Славинский.

Кухня в стиле фьюжн

кухня фьюжн

Одним из создателей стиля фьюжн считается обладатель трех мишленовских звезд Пьер Гарньер. Он ввел во французскую кухню много новых ингредиентов и вкусовых сочетаний. В Гонконге, например, у него ресторан Pierre, который находится на верхнем этаже пятизвездочного отеля Mandarin Oriental.

Еще один гонконгский ресторан современной французской кухни Amber находится в отеле-бутике Landmark, где любят селиться модные дизайнеры, вероятно, из-за соседства с магазинами ведущих модных брендов. Когда среди гостей – Джорджо Армани, Роберто Кавалли, Кристина Агиллера, Анни Леннокс, Ванесса Мей и другие звезды, шефу приходится быть изобретательным.

«Большой упор мы делаем на красивой и креативной презентации еды, в которой обыгрываем разные цвета и текстуры», – рассказал «Деловому Петербургу» кулинарный директор отеля Ричард Эккебус. Как и многие шефы в Гонконге, он очень любит преподносить хорошо известные блюда по-новому.

О полете фантазии Эккебуса можно судить даже по названиям блюд: «Суфле из маракуйи с кремом из липкого риса», «Голубиная грудка с дикими грибами», «Морской еж в желе из омаров с цветной капустой, икрой и хрустящей вафлей из морских водорослей».

Однако, по мнению Николая Щербакова, в Петербурге европейская ресторанный мода приживается со скрипом. «Ставшая популярной несколько лет назад кухня в стиле фьюжн уже успела себя дискредитировать, – считает он. – Фьюжн – это когда специалист с большим опытом

может позволить себе пофантазировать. Но у большинства наших поваров опыта для этого не хватает. О чем можно говорить, если фьюжином у нас занимаются новоиспеченные выпускники ПТУ? Все дело в недостатке кадров, конечно».

Президент Национальной академии считает, что меню петербургских ресторанов революции обходят стороной, а личностей, которые могли бы диктовать моду в этой сфере, в городе пока так и не появилось. «Где-нибудь в Европе можно говорить о новинках весенне-летнего сезона в меню, наподобие появления новых коллекций в фэшн-индустрии. Но наш общепит пока этого уровня не достиг. Главным образом перемены у нас такие: летом все блюда становятся более легкими и менее калорийными. Зимой пицца более плотная.

Европейские рестораны широко отмечают наступление сезона устриц, спаржи или трюфелей. У нас тоже можно было бы сделать что-то подобное. Например, у нас есть корюшка, это наш региональный специалитет! Можно было бы сделать ставку на эту рыбу, сделать сезонной особенностью нашего общепита. Но всерьез рассчитывать рестораторы на нее не могут – качество рыбы разнится, а поставки нерегулярны. А откуда возникают такие запредельные цены? Для меня большой вопрос».

По мнению совладельца холдинга Ginza Project Вадима Лапина, в России явно не хватает выраженного семейного формата, как в Италии, когда мама делает домашнюю пасту, папа – повар, а сыновья и дочери – официанты и одновременно бухгалтеры. Люди приходят в такие рестораны (они обычно небольшие – до 10 столиков) именно на атмосферу: такие форматы – яркое воплощение индивидуальности.

Кроме того, по мнению Вадима Лапина, не хватает качественных уличных форматов. «У нас они делаются, как говорится, на коленке, – говорит он. – На Западе посмотришь – все красивые, даже мороженое продается красиво, и сосиски жарят так аппетитно, что хочется моментально съесть эту сосиску.

Он также считает, что скоро появятся рестораны здоровой еды: сейчас пока им еще рано, а через год-два, может, самое время будет. У таких ресторанов все-таки должен сформироваться потенциал посещаемости.

Президент федерации рестораторов и отельеров Игорь Бухаров считает, что потребители стали больше ориентированными на экономию, а значит – будущее за недорогими заведениями массового сегмента.

«Российский рынок насытился дорогими ресторанами. У наших людей в основной массе нет потребности потратить большие деньги в каком-нибудь роскошном месте ради изысканной еды. В ресторан приходят, чтобы провести время, посидеть, поговорить – и потом уже поесть. Те, кто хочет совершить гастрономическое открытие, скорее отправятся в Европу и пойдут в хороший ресторан

там. С учетом перелета выйдет дешевле, чем поужинать в России», – утверждает он.

«Кроме того, открывая ресторан с претензией на высокую кухню, нужно отвечать перед гостями именем. Вы можете пригласить Алана Дюкасса, он поставит меню, но не будет стоять каждый день у плиты. А кто тогда будет? Кто этот человек, которому смогут доверять люди?» – добавляет Игорь Бухаров.

– По вашим наблюдениям, сокращение издержек в период кризиса сказалось на качестве блюд в ресторанах? – спросил его корреспондент «Делового Петербурга».

– Не думаю, что сильно сказалось. Те, кто пережил кризис 1998 года, хорошо запомнили, что снижать качество ингредиентов ни в коем случае нельзя. Лучше ужиматься в другом: заставляя персонал работать более интенсивно, внедрять автоматизацию производства. В Германии, например, считается нормальным, когда на одного официанта приходится от 25 до 40 гостей, что у нас просто немыслимо.

И там скорость обслуживания очень высока благодаря тому, что у каждого официанта на поясе беспроводное устройство, которое и заказы на кухню отправляет, и карты прокатывает, и чеки печатает.

– Почему же российские рестораторы не торопятся с автоматизацией производства?

– По экономическим соображениям. Стоимость рабочей силы пока невысока, владельцы полагают, что можно обойтись без всех этих дорогостоящих гаджетов. Хотя они забывают о том, что меньшим коллективом и управлять проще.

– Когда, по-вашему, закончится бум открытия японских и итальянских ресторанов?

– Он уже заканчивается. Сегодня нет практически ни одного стопроцентно японского или итальянского ресторана. Все чаще появляются рестораны, в которых встречаются и суши, и паста. Рынок стремится к унификации, которая была в свое время в системе общепита Советского Союза. Тогда был базовый набор блюд, которые непременно присутствовали в меню каждого ресторана.

Кроме того, современный образ жизни сказывается на гастрономических предпочтениях. Когда ты весь день находишься в тепле (в машине, офисе, дома), нет потребности в тяжелой жирной пище.

Поэтому главный ресторанный тренд сегодня – это легкая еда, свежие продукты, минимум соусов и не больше четырех ингредиентов в тарелке.

Ресторанная улица

ресторанная улица

Также, следуя традиции европейских стран, в Петербурге появилась своя ресторанная улица – маленькую улочку Рубинштейна делят между собой более 30 заведений общепита. Кроме того, в ресторанах и кафе приживается идея продажи еды на вынос и оборудование открытых кухонь.

Все больше и больше ресторанов открывают так называемые гастрономические бутики и кулинарии. В

Петербурге одним из первых был Владимир Баканов, который открыл ресторан «Рецептория» и гастрономическую «лавку» при нем, дав возможность посетителям приобрести французские багеты, испанский хамон, французские сыры и прочие деликатесы. Впрочем, далеко не каждый ресторан может перенять этот опыт – это дело затратное.

«Бутик, продуктовая лавка или кулинария – это всегда достаточно затратно для ресторана, потому что это не супермаркет и поток гостей не так велик. Кроме того, продукты имеют срок годности, а ресторан, в отличие от супермаркета, не может позволить себе торговать испорченной продукцией или делать скидку на продукты с истекающим сроком годности», – говорит Анастасия Орехова, руководитель специальных проектов ГК «Свой в Городе».

Продукты в гастрономических отделах при городских ресторанах в среднем на 20% дороже по сравнению с ценами в розничных магазинах. Но рестораторы утверждают: в обычных супермаркетах продукты высокого качества найти сложно. «Люди привыкли к вкусной и качественной пище, они стараются разнообразить собственное питание, балуя себя гастрономическими новинками и выбирая только лучшие и свежие продукты, – рассказывает Александр Попов, управляющий сетью кафе, ресторанов и винных баров «Жан-Жак Руссо». – Многие гости ресторанов с удовольствием готовят дома, порой осваивают рецепты высокой кулинарии. В этом освоении помочь могут далеко не все магазины. Некоторые редкие специи, соусы, сорта пасты просто невозможно купить в супермаркете. В этом случае на помощь приходят рестораны».

«Главное преимущество гастрономических отделов – качество и гарантия. Мы не только продаем настоящие продукты, поставляемые напрямую из Италии, но и даем гарантию качества. Ведь прежде чем приобрести их, гости ресторана могут попробовать и оценить будущую покупку на месте», – объясняет управляющая сетью итальянских ресторанов Мама Рома Инна Салита.

По мнению Ольги Гицук, генерального директора ресторанов «Шаляпин», гастрономические отделы в ресторанах – это веяние, которое только зарождается. «Из собственного опыта мы видим, что в основном кулинарными (гастрономическими) отделами пользуются постоянные гости ресторана, и наша задача сделать эту услугу более доступной, – комментирует Ольга Гицук. – Отдел кулинарии мы открыли в прошлом году в загородном ресторане «Шаляпин» и сразу почувствовали довольно большой спрос со стороны жителей Приморского направления Петербурга и гостей ресторана. Также большой популярностью пользуется услуга доставки, в том числе кулинарии, на дом. На наш взгляд, это перспективное направление для ресторанов».

Ольга Гицук считает, что пока рано оценивать влияние отдела кулинарии на общую прибыль ресторана, так как изначально это имиджевый проект. Но впоследствии он перерастет в самостоятельное коммерческое направление.

Пока же еду из ресторанов гости чаще всего выносят не в виде отдельных продуктов и полуфабрикатов, а в виде готовых блюд.

В Петербурге гастрономические отделы открыты также при ресторанах Capuletti, «Барбареско», La Maree, «Анима», «Марчелли's», Ferma и др.

Алан Дюкасс приходит со своим рестораном в Петербург

Алан Дюкасс в Петербурге

Один из самых знаменитых мировых поваров открыл первый ресторан в России. Ресторан «французской кухни с русскими влияниями» разместился в петербургском отеле W Hotel. Заведение получило название miX.

По словам ресторанных критиков, дюкассовские miX-ы – это современные изысканные рестораны, предлагающие кухню на стыке французских техник и местных продуктов и влияний, с недешевой картой и крупными инвестициями в дизайн. Каждый из них обладает либо захватывающим дух видом с 64-го этажа, как в miX in Las Vegas (1 звезда Мишлен) или, например, морской панорамой, как в miX on the beach (Пуэрто-Рико).

Секреты Дюкасса раскрыл «Деловому Петербургу» шеф-повар ресторана miX in St.Petersburg Александр Никола.

«Я начал работать с Дюкассом в Лондоне в 2003 году. Там им был открыт ресторан D'Orchestre. Затем я получил должность шефа в Spoon в Париже, работал в ресторане Le Relais du Parc, у которого три звезды Мишлена. Не так давно Дюкасс спросил, хочу ли я открыть ресторан в России. Конечно, Дюкасс не тиран, как Наполеон. Но, чтобы работать у него, нужно иметь страсть: любить свою работу, любить свою должность, любить готовить. И обязательно любить свою семью.

Главная стратегия Дюкасса состоит в том, что он никогда не повторяется. Каждый ресторан Дюкасса имеет особое меню. Хотя, конечно, в каждом меню можно найти несколько классических рецептов от Алана Дюкасса. Наше меню составлено таким образом, что вы можете получить полноценный кулинарный опыт: от блюд, какие подают в бистро, до таких, которые можно увидеть в ресторанах с тремя мишленовскими звездами. Причина простоты меню? На самом деле оно не такое уж и простое. Возьмем то же яйцо всмятку с крутоном и шампиньонами. Мы сознательно не хотели усложнять блюдо, перегружать его ингредиентами, специями, декоративными элементами. Иногда самая простая, не отягощенная деталями кухня – самая лучшая.

Кроме того, не хочется подавать что-то слишком непривычное для местных посетителей. А также не хочется сразу задавать очень высокую планку для команды. Нужно потихоньку усложнять, увеличивать темп. Меню будет меняться четыре раза в год.

Такие обычные продукты, как курица и яйца, к нам привозят из Ленобласти, морской гребешок, крабы – тоже из России. Если возить из Франции, все это будет стоить очень дорого. Мсье Дюкасс позиционировал этот ресторан

так, чтобы продукты действительно были из России, иначе придется слишком много денег вкладывать в логистику. На самом деле с продуктами, конечно, тяжело. Но все равно можно что-то найти, нужно только тщательнее смотреть. Мой офис находится рядом со входом, куда привозят продукты. И если мне что-то не нравится по качеству, я никогда это не беру. Проще сказать, что в меню чего-то нет, чем подать что-то некачественное.

Конечно, мы хотим, чтобы цыпленок был выращен на ферме, на вольном выпасе, никаких фабрик, никаких химикатов. У нас есть фермеры, мы работаем с местными производителями, всегда находим какой-то компромисс, договариваемся. Главное требование мсье Дюкасса к продуктам – чтобы они были выращены в натуральных условиях. Например, морковь. Мне неважно, какая она на вид: прямая или кривая. Это моя работа – ее приготовить.

Заведения в Петербурге – это нечто совсем другое, нежели во Франции. Здесь в одном и том же ресторане можно увидеть японскую, китайскую, французскую, итальянскую и русскую кухню. Во Франции ты приходишь в бистро – ешь еду, соответствующую бистро, ты приходишь в итальянский ресторан – ешь итальянскую еду и т. д. Это не плохо, это по-другому. Кстати, русские очень чувствительны к соли, и некоторые блюда, которые мы подаем, им кажутся немного пересоленными. Я пробую блюдо – мне кажется, что соль в норме, а некоторым русским кажется, что многовато. И еще многие любят начинать прием пищи с сыра.

В любом ресторане мсье Дюкасса нельзя курить. И у нас тоже. Гости относятся к правилу с пониманием, и им это даже нравится. Это новый модный тренд в Америке и Европе. Хотя сначала и в Англии, и во Франции к таким запретам относились с опаской. А в Италии было еще хуже, все говорили, что это просто невозможно. А сейчас привыкли».

miX in St.Petersburg – ресторанный критика

Отдельный вход с малюсенькой латунной табличкой – если не знаешь, точно проскочишь мимо. За стойкой *reception* пусто, будто здесь никого не ждут. Но в зале начинается бурная встреча.

При появлении первого посетителя (*miX* работает в европейском режиме: с 12 до 15, затем следует перерыв «на обед» до 18:30) персонал зажигает свечи сразу на всех столах и разворачивает на 90° вертикальные жалюзи, отделяющие посетителей от кухни. В самом ресторане свет приглушен до предела, лучом света в темном царстве как раз и является четырехугольник, внутри которого перемещаются люди в сияющих белых колпаках. Перемещаются неторопливо, но кухня работает очень-очень быстро. Чего, честно говоря, никак не ожидаешь.

Цифры в меню вовсе не сражают наповал. Цены на закуски и салаты, за единственным исключением, уместаются в диапазоне от 500 до 1100 рублей, а на горячие блюда – от 950 до 1500 рублей. Самое дорогое блюдо – пюре из брокколи с морскими гребешками и икрой –

ресторанный критика

стоит 2100 рублей, в то же время в Петербурге можно встретить кушанья и по 15 тыс. рублей.

Официантка рассказывает, что miX – французская кухня с русскими продуктами. Русское влияние чувствуется. Во всяком случае, в меню есть традиционные, наверное, для 99% местных ресторанов «Цезарь» (правда, с камчатским крабом – 800 рублей) и карпаччо из говядины с рукколой, пармезаном и кремом из горгонзолы (700 рублей). Присутствует и совершенно аскетичная позиция: яйцо всмятку с шампиньонами и крутонами (600 рублей). Весельчак за соседним столиком, естественно, вспомнил crouton и дефлопе «лучшее в Москве».

Филе дорады, маринованное с лаймом и трюфелями, – приятная, но очень маленькая штучка. Петрушки и укропа в отдельной полосатой а-ля Пол Смит плошке куда больше, чем самой рыбы. В опасении, что горячее блюдо может оказаться столь же миниатюрным, я поднял руку и заказал еще и тыквенный суп (он, кстати, единственный в меню) с ньюки из рикотты.

Молодого кролика повара miX готовят в Cookpot (в меню написано «кокотт») – придуманной Дюкассом керамической кастрюльке, по форме напоминающей лимон, только разрезанный не поперек, а вдоль. Отличное мясо (правда, мне встретились и две крохотные косточки) подают вместе с растомленной, почти тающей тыквой. Но главные положительные эмоции достались ром-бабе – *somme a Monte-Carlo*. Приписка вызывала скепсис, но десерт действительно прекрасен. А его подача превращена в шоу, когда перед тобой открывается серебряный купол, сомелье приносит бутылки с ромом на выбор, официант заносит нож, а затем накладывает сверху взбитые сливки.

За это можно простить и мелочные мелочи, без которых ресторан такого уровня мог и обойтись. Что официантка путается, объясняя значение словосочетания «жю из кролика» (франц. *jus* – «сок»), что она через слово говорит «блюда» с ударением на «а» и даже как-то умудряется произнести «овощ» – да-да, с ударением на последнем слоге. Не сомневаюсь, что манера обслуживания со временем станет не столь нарочито внимательной, а более элегантной. Но вот одну штуку требуется исправить срочно. Защелка в туалетной комнате, пардон, не закрывалась.

Средний счет – 3500 рублей.

*Источник: Дмитрий Грозный,
«Деловой Петербург»*