«МЫ ПОТРАТИЛИ 1080 ЧАСОВ, СОВЕРШЕНСТВУЯ НАШЕ МЕНЮ»

РЕСТОРАН MUST РАБОТАЕТ НА ПЕТЕРБУРГСКОМ РЫНКЕ ШЕСТОЙ ГОД. НА ПРОТЯЖЕНИИ ЭТОГО ВРЕМЕНИ КОНЦЕПЦИЯ ЗАВЕДЕНИЯ МЕНЯЛАСЬ И РАЗВИВАЛАСЬ И СЕЙЧАС ОТРАЖЕНА В НАЗВАНИИ GRILL & WINE BAR. ЗДЕСЬ ПОДАЮТ МЯСО, ГОТОВЯТ КЛАССИЧЕСКИЕ БЛЮДА И ДОПОЛНЯЮТ ИХ ПОДХОДЯЩИМ ВИНОМ. О КОНЦЕПЦИИ MUST, СОЗДАНИИ НОВОГО МЕНЮ И КУЛИНАРНЫХ ЭКСПЕРИМЕНТАХ РАССКАЗАЛ В ИНТЕРВЬЮ КОРРЕСПОНДЕНТУ GUIDE ШЕФ-ПОВАР РЕСТОРАНА АЛЕКСЕЙ ПЕСТРЯЕВ. ВЕРОНИКА ПЕТРОВА

GUIDE: Must существует уже шесть лет. В чем его особенность?

АЛЕКСЕЙ ПЕСТРЯЕВ: Must до сих пор находится на пути становления и развития. Концепция ресторана на протяжении шести лет оттачивалась и совершенствовалась, проходя путь изменений и экспериментов. К нам никто не пришел и не сказал: «Вот ваша концепция, вы работаете теперь так». Мы выстраиваем стратегию сами. У нас абсолютно разные гости с разными запросами, что тоже влияет на формирование той самой концепции.

G: Какая сейчас концепция у Must?

А. П.: Она отражена в названии ресторана Grill & Wine bar. В меню доминируют мясные блюда, которые мы готовим на испанском гриле Josper. В обновленном меню появится копченое мясо, изготовленное в собственной коптильне.

Винную карту разрабатываем совместно с сомелье, активно принимающим участие в дегустации блюд. Такой подход гарантирует, что гость получит лучшее впечатление от еды и вина.

G: Должен ли ресторан меняться, ориентируясь на новые тенденции и тренды? Или заведению лучше сохранять свою концепцию?

А. П.: Новые тренды рождают новые концепции. Только открывающиеся рестораны формируют свою идею, отталкиваясь от актуальных тенденций. И это, конечно, интересно гостям. Но при этом посетители хотят стабильности — в первую очередь во вкусе. Мы видим эту тенденцию в Must. Гости хорошо относятся к обновлениям и нововведениям, но при этом большим спросом пользуется что-то понятное.

G: Как часто вы обновляете меню?

А. П.: Мы стараемся обновлять глобально два раза в год: к весенне-летнему сезону и к осенне-зимнему. Как раз сейчас я готовлю новое меню. И частично что-то меняем еще два раза в межсезонье.

G: Как выстроен процесс изменения меню? Кто первым дегустирует новинки?

А. П.: В первую очередь выявляется потребность наших гостей. Мы определяем, какие блюда пользуются большим спросом. Далее я формирую макет меню, а после его согласования с руководством начинаю этап проработки.

Моя команда пробует блюдо первой. На этом этапе мы отсеиваем то, что не соответствует каким-то параметрам: вкусу, технологичности или подаче. На втором этапе дегустируют другие сотрудники. И в финале все блюда, успешно прошедшие два отбора, пробуют владельцы ресторана. На этом этапе также происходит отбор. Только после него мы формируем основное меню.

G: На сколько сокращается список после трех этапов?

А. П.: Немного, потому что мы, разрабатывая меню, понимаем, какой у ресторана путь, какие блюда хотим предложить, какой у нашего гостя вкус. Думаю, максимум 30% отсеивается.

G: Вы полностью обновляете меню или какие-то позиции остаются неизменными?

А. П.: Конечно, то, что пользуется спросом, остается в меню. Наши несменяемые хиты — это огненный тартар и тартар из говядины с муссом из пармезана, щечки, стейки. Ассортимент стейков мы не меняли уже около года. Нам удалось подобрать оптимальное соотношение премиальных и альтернативных отрубов, удается соблюдать качество этих позиций, и в изменениях просто нет необходимости.



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

G: Какие блюда войдут в новое меню осенне-зимнего сезона?

А. П.: Будет утиная грудка холодного копчения с фруктовой сальсой, маринованные перцы рамиро со страчателлой и анчоусом. Это новый пейринг к вину — у гостей есть запрос на большее количество закусок. Из интересного и не совсем обычного — будут бычьи хрустящие хвосты с луковым кетчупом.

G: Сколько времени уходит на создание одного блюда?

А. П.: В этом сезоне мы потратили 1080 часов, совершенствуя наше меню. Иногда от идеи до результата можно пройти один день, а иногда — недели. Вот сейчас у меня есть идея добавить салат в основное меню, но мне никак не удается подобрать соотношение компонентов, придумать подачу и форму. Поэтому пока это только идея в голове, которая будет реализована чуть позже.

G: В меню вашего ресторана присутствуют традиционная и авторская кухни. Как они соседствуют между собой?

А. П.: Соседствуют, как мне кажется, довольно успешно. У гостей есть запрос как на что-то новое и необычное, так и на стандартное. У нас, например, есть гость, который каждый день приходит и в основном заказывает одно и то же. При этом, по моим наблюдениям, он нет-нет да и закажет что-то другое. Стабильное и понятное тоже приедается.

G: Как вы выстраиваете работу с коллективом? Что нужно сделать шеф-повару, чтобы его команда работала как слаженный механизм?

А. П.: В первую очередь четко разграничить зоны ответственности и задачи. Есть я, у меня есть су-шефы, дальше идут повара: у всех должно быть четкое понимание, кто чем занимается. Во время работы необходимо поддерживать правильную атмосферу в коллективе, нужно понимать мотивацию поваров: для чего они каждый день приходят на работу. Команду нужно вовлекать в рабочий процесс: например, я привлекаю к процессу обновления меню всех желающих. Это тоже дополнительная мотивация для большинства сотрудников — у них появляется возможность привнести в ресторан что-то свое.

G: Чем отличается петербургская ресторанная культура от ресторанной культуры других городов? В чем ее особенности?

А. П.: В современной кухне Петербурга находит отражение историческая ленинградская кухня. Наш город обладает богатой историей в плане кулинарии, и он эту историю не растерял. Многие рестораны сейчас готовят по рецептам давних русских времен: русская кухня в Петербурге очень популярна. При этом у нас много заведений интернациональной кухни: ближневосточная, азиатская, французская, индийская. Мне кажется, гости в Петербурге более взыскательные, они больше обращают внимание на атмосферу, подачу, детали. Я также замечаю, что в нашем городе гораздо больше рестораторов — выходцев из шефов. И их заведения становятся успешными.

G: Оправданны ли эксперименты с рецептами? Как часто повару можно экспериментировать со вкусом?

А. П.: Экспериментировать можно и даже нужно. Это неотъемлемая часть нашей работы, это подогревает интерес к созданию блюд у всех сотрудников ресторана, не только команды на кухне. Но сейчас прослеживается тенденция на упрощение: гость хочет не то что простоты, он не хочет пробовать нелепые сочетания. Если раньше, например, лосось с банановым соусом было вау, то сейчас это скорее не поразит своим вкусом, а вызовет недоумение. А если гость попробует такой эксперимент, то велика вероятность услышать отзыв: «Это интересно…» А это самый страшный комментарий, потому что за ним следует: «…но пробовать я это больше не буду».

G: Какое самое экспериментальное блюдо есть сейчас в меню?

А. П.: Мы постоянно пробуем новые и необычные сочетания, но при этом понятные. Например, на один из ужинов мы готовили луковый брауни с грибным кремом, присыпанный стружкой жареного лука. Звучит экспериментально, но это был фурор. Сначала был небольшой скептицизм: «Шоколад, лук, грибы — как это может сочетаться?!» А это сочетается очень хорошо!

G: Его сейчас можно попробовать в ресторане?

А. П.: Нет, его нет в меню. Не рискуем его вводить. Это такой эксперимент, который мы оставили для различных мероприятий. В меню есть медовик с карамелизированными лисичками и грибным мороженым. Тоже неочевидное сочетание, но 98% гостей остаются в восторге.

G: В чем заключается формула успеха любого хорошего ресторана?

А. П.: Формула есть, и она одновременно простая и невероятно сложная: качественная еда, качественный сервис, продукт, меню. Очень важна работа с гостем. Важнейшее значение в современном мире играет маркетинговая стратегия ресторана. И, конечно, благополучие сотрудников.

G: Какой еще компонент есть в формуле Must?

А. П.: Это люди — сотрудники и гости. Мы ценим наших сотрудников, стараемся участвовать в их профессиональном росте, поощряем самостоятельное развитие. И очень ценим наших гостей и прислушиваемся к их мнению. ■