



simple
www.swn.ru

№10 (39)

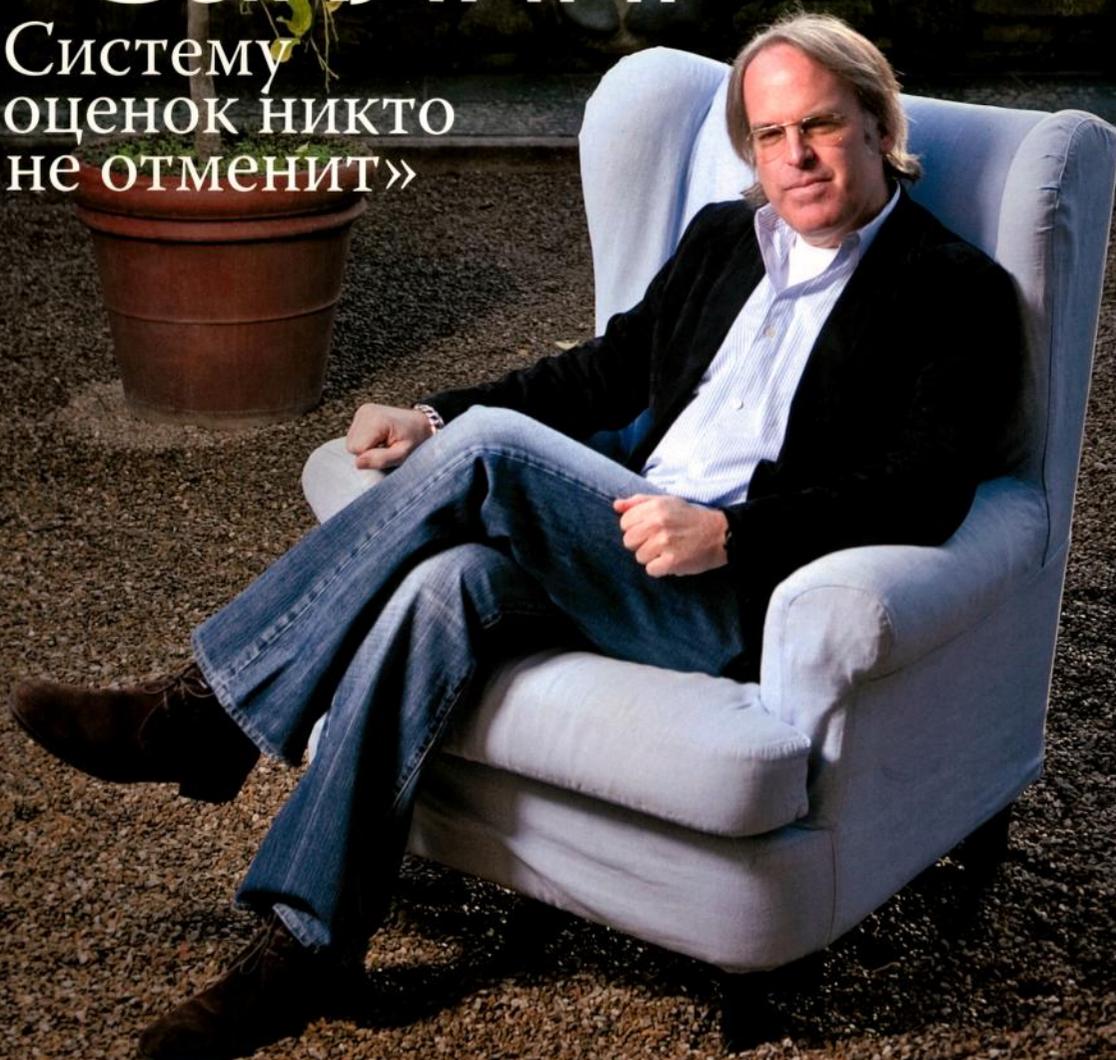
■ ПРОСТО О ЛУЧШИХ ВИНАХ

wine news

декабрь 2009—январь 2010

Джеймс Саклинг

«Систему
оценок никто
не отменит»



Cristal: кюве для императора

ИТОГИ-2009
БУДУЩЕЕ ВИНА
РЕСТОРАНЫ ГОДА

как винный мир переживает кризис?
прогнозы ведущих экспертов
новая премия SWN



Бег без остановки

34

декабрь 2009 — январь 2010

swn.ru

Интервью: Анастасия Прохорова

Компании Simple в 2009 году исполнилось 15 лет. Год, как и у всех, был непростым, но внутренние резервы компании, накопленные за полтора десятка лет непрерывного роста, позволили использовать ситуацию на рынке с пользой для дела. О пройденном за 15 лет и о планах на будущее рассказывает президент компании Максим Каширин.

— Разговора о кризисе нам, к сожалению, избежать не удастся, но давайте начнём с хороших новостей. Что вы считаете самыми важными достижениями года?

— Год назад, когда российский рынок стоял на пороге коллапса, я объявил компании, что в 2009-м мы не будем отсиживаться в окопах. Я не рассматриваю кризис как период, когда нужно только бороться за выживание. Мы должны были использовать это время для решения важных стратегических задач, чтобы подготовиться для качественного нового рывка к тому моменту, когда рынок воспрянет духом. В предыдущие годы мы переживали постоянный взрывной рост и до многого не доходили руки. Теперь мы смогли сосредоточиться на расширении ассортиментного портфеля, чтобы занять новые ценовые ниши, а также совершенствовании внутренней структуры компании. Поскольку из-за кризиса много хороших специалистов оказалось без работы, этим можно было воспользоваться, чтобы создать целые новые подразделения. Что мы и сделали. Например, был сформирован маркетинговый департамент, в который теперь у нас входят более 40 человек. Мы выстраиваем его по совершенно новой для алкогольного рынка схеме. Но главным достижением я все-таки считаю то, что в этот кризисный год компания продемонстрировала себя надёжным партнёром для всех наших контрагентов. В частности, неизбежный рост цен мы за счет собственных ресурсов сделали максимально плавным.

— У вас не было опасений за компанию, когда в прошлом январе потребительский спрос резко упал, а девальвация шла полным ходом? Довольно скромно отметив Новый год, люди будто решили: а теперь будем экономить. Рестораны стояли пустыми...

— Я понимал, что компании вроде нашей, с такой же историей, давно налаженными

отношениями с банками, партнёрскими связями, выстоят, каким бы ни был кризис. Конечно, для всех это был момент истины, но для профессионально управляемых компаний не критичный. Все зависело от финансового запаса прочности. Для крупной компании, даже если обороты снизились на 20-30%, это не настолько страшно: можно и год так просидеть. С другой стороны, у большой компании большие расходы, и сократить их сложно. Например, у нас с начала года упала средняя цена проданной бутылки, хотя по количеству осталось всё то же самое, — люди просто стали покупать вино подешевле, но не меньше. Для компании это означало, что логистика и отделы продаж были загружены по-прежнему, а выручка уменьшилась.

— Как изменилась диспозиция игроков на винном рынке в целом?

— Российский винный рынок достаточно крупный для того числа операторов, которое на нём работает. Эффективно в Москве серьёзных игроков с десятков. О том, как в течение года между ними перераспределились доли рынка, можно будет более или менее определённо говорить в апреле, когда появятся отчёты по импорту. Но уже сейчас понятно, что две наиболее заметные жертвы кризиса на нашем рынке — это компания «Виником», которая традиционно входила в первую тройку среди игроков первого эшелона после Simple и «МБГ», а также петербургская компания «Сварог», которая так и не смогла укрепиться в Москве, но имела прочные

Мы никогда не шли из точки «А» в ближайшую точку «Б». Наша точка «Б» находится еще очень далеко отсюда

История группы компаний Simple



Максим Каширин и Анатолий Корнеев создают виноторговую компанию Simple

1994

В содружестве с Российской ассоциацией сомелье создается профессиональная школа сомелье и любителей вина «Энотрия»

2001

Открывается первая винотека Grand Cru

2003

Вышел первый номер журнала о вине Simple Wine News

2005

позиции в национальном масштабе. То есть ни «Виником», ни «Сварог» пока никуда не делись, они работают, они сохранили за собой ряд марок. Но из-за проблем, возникших у них вследствие кризиса, они потеряли своих ключевых поставщиков и перестали входить в число лидеров нашего сегмента (а это в основном оп-trade, премиальный off-trade, рынок частных и корпоративных продаж). Снова подняться на этом рынке, как показывает практика, непросто.

— **То есть конкурентом Simple сегодня вы видите только компанию «МБГ»?**

— Да, по совокупности оборота, степени влияния на рынке, присутствию во всех каналах продаж. Но, опять же, наш рынок — это большая поляна, где пока хватает места для всех профессиональных игроков, которые работают в этом секторе давно. Но есть более крупные компании, как мы, и есть компании второго эшелона, у которых нет такого влияния на рынок в силу объемов: да, их вина известны, они важны, но в винных картах они являются обычно эффективным дополнением, а не фундаментом. В этом сегменте безусловным лидером является компания «ДП-Трейд». Созданная нами вторая винная компания Vinopolis концептуально как раз относится к числу этих «нишевых» операторов и уже сейчас вошла по обороту в десятку лидеров.

— **Но конкуренция должна стимулировать прогресс. Как не расслабиться в такой не слишком плотной среде?**

— Всё то, что мы делаем, мы никогда не делаем ради того, чтобы кого-то затмить. Просто нам так интересно работать и жить. Для меня конкуренция — это не война за выживание. Это соревнование, бег без остановки.

В одном круге ты вышел победителем, в следующем он. Не важно. Состав участников меняется сам собой, кто-то устал, кому-то просто надоело бегать. А лидеры, они всегда очевидны.

— **И так все 15 лет?**

— Да, действительно, основные компании нашего рынка примерно ровесники. Плюс-минус год уже не считается. У всех были эти годы. Но Simple, как никому больше, за это время удалось создать целую группу компаний, работающих с вином в разных аспектах. Мы создали очень заметную сеть винных магазинов Grand Cru и в Москве, и в Санкт-Петербурге. К декабрю там, на Фонтанке, уже начнёт работать второй для Питера магазин и первый винный бар Grand Cru: он, кстати, вдвое больше московского бара Grand Cru на Малой Бронной — 40 посадочных мест. И я хотел бы пригласить и в московский, и в питерский бары читателей, ведь у нас новый шеф-повар — всеми любимым Адриан Кетглас. Наша просветительская деятельность — школа, журнал, компания по винному туризму — всё это востребовано. У нас масса новых проектов. В этом году мы запустили проект SimpleWaters, в следующем будет еще много всего. Мы проводим огромное количество мероприятий, наше присутствие на рынке всегда было заметным. Я уверен, что если пройти по винным магазинам и устроить опрос покупателей, то по параметру brand-awareness, узнаваемости, мы выйдем безусловным лидером.

— **Обычный вопрос ко дню рождения: 15 лет — это много или мало?**

— Это достаточно серьезный рубеж. Для нашего рынка это уже много. Ты понимаешь, что упустил, и чет-

ко видишь всё, что ещё можно сделать. В своём секторе мы стали лидером и по финансовым показателям, и по идеологии, и по профессионализму, и по стандартам — внутренним корпоративным и внешним. Мы пытаемся работать на рынке настолько широко, как не работа-

Основные компании нашего рынка примерно ровесники. Плюс минус год уже не считается


 ВИННЫЙ БАР
GRAND CRU

VINOPOLIS
Wine Territory

 simpletravel

simplewaters

 Открывается первый
винный бар Grand Cru

 Создается
компания Vinopolis

 Создается компания
по винному туризму
Simple Travel

 Создается
компания Simple Waters

2006

2007

2008

2009

ет никто вообще. Мы делаем кучу вещей, которые кому-то могут показаться ненужными для компании нашего профиля, но мы четко знаем, что через несколько лет всё это будет ещё как нужно. Компания Simple отличается тем, что она никогда не шла из точки «А» в ближайшую точку «Б». Наша точка «Б» находится ещё очень далеко отсюда, и мы в неё идём с тех самых пор, как была основана компания.

Маршрут немного меняется по ходу движения, но цель остается. Так и топаем — то по лесу, то через речку, то в гору взбираемся.

В то же время я очень рад, что компания Simple — очень молодая компания. Мне 42 года, моему партнёру Анатолию Корнееву 40 лет, думаю, у нас ещё много лет ударного труда впереди. Ключевым менеджерам компании — плюс-минус 35. Они уже достаточно взрослые, чтобы совершать взвешенные поступки, они прошли серьёзную школу последних лет, но энергии, задора у них — до краёв.

— Самое время перейти к шампанскому. Оно традиционно считается одной из ключевых позиций в портфеле компании-импортёра. Почему вы решили поменять в роли основного поставщика Дом Laurent-Perrier, с которым за три года Simple добился заметных успехов, на Дом Louis Roederer?

— Четыре года назад, когда мы наметили для себя Дом Laurent-Perrier, на российском рынке не было никакого другого достойного Дома шампанского, с которым потенциально можно было бы вести переговоры. Марки Moët-Hennessy в России представлены практически напрямую, Roederer прекрасно работал с компанией «Виником», Ruinart — с «МБГ». Из престижных, узнаваемых, крупных Домов с хорошим ассортиментом оставался только Laurent-Perrier. Мы понимали, что это не Roederer, но в целом марка нам нравилась. У LP был ряд недостатков маркетингового плана, которые нам обещали исправить в течение двух лет. Мы бы-

Конкуренция — это не война на выживание. Это соревнование, бег без остановки. В одном круге ты вышел победителем, в следующем он

ли, безусловно, очень рады, когда подписали контракт с Laurent-Perrier, но работать с ними оказалось очень сложно. Проблемы с упаковкой и позиционированием с их стороны так и не были решены. Их подход к ценообразованию оставлял желать лучшего. Полтора года назад они провели реформу цен таким образом, что потеряли ключевые рынки. На некоторые позиции цены были подняты на 40-50%, в итоге — колоссальный спад продаж. Их топовое Grand Siecle — великолепное шампанское, но оно не стоит тех денег, потому что пока не обладает такой аурой, какая должна быть у Cuvee de Prestige. У него к тому же есть такая особенность, что оно невинтажное, этого часто не понимают даже в профессиональной среде, а тем более клиенты. Обычно все подобные маркетинговые моменты с поставщиком можно обсудить, чтобы найти правильное решение для нашего рынка, но с LP это очень сложно. Дом, с одной стороны, семейный, но часть акций торгуются на бирже. Владелец дома Бернар де Нонанкур очень пожилой человек, а его наследницы в Доме не принимают никаких решений. Всё решают наёмные менеджеры, на которых ещё и насаждают акционеры. У меня также есть сильное предчувствие, что в ближайшие годы Дом будет продан. Для нас это было риском. Если, допустим, его купит какая-то из международных групп, например Diageo или Bacardi-Martini, мы его автоматически теряем, и вся работа идет прахом. Успехи LP на российском рынке — целиком заслуга Simple, а не самого Дома. Поэтому, когда стало известно, что Дом Louis Roederer ищет импортёра в России, я не мог упустить этот шанс. Фактически по статусу это второй Дом после группы



Семейное владение — это другая корпоративная культура, более ясное стратегическое развитие

Moët. В категории Cuvée de Prestige есть только два самых известных и востребованных юве в мире — Dom Pérignon и Cristal. Еще одно колоссальное преимущество — то, что этот дом семейный на 100%. Семья Рузо владеет им полностью. С наследниками там всё в порядке. Семейное владение — это другая корпоративная культура, более ясное стратегическое развитие. Все вопросы решаются быстро на уровне владельца компании, который к своему бренду относится, как к ребенку, в отличие от наёмного директора. И, наконец, у Дома Roederer стабильное финансовое положение. Во многом это связано с тем, что Рузо — крупнейшие землевладельцы в Шампани. Они на 70% обеспечивают себя виноградом с собственных земель. Это богатая компания, которая купила ряд прекрасных хозяйств в других регионах и странах: им принадлежит 2-е гран крю в Пюяке — Château Pichon-Longueville, Château de Pez в аппелласьоне Медок, отличный домен в Провансе — Domaine

Ott *, и это далеко не всё. И, конечно, они грамотно вкладываются в продвижение.

Дом Laurent-Perrier, к сожалению, экономически очень уязвим именно в силу того, что на 100% зависит от закупок винограда. Он связан большим количеством контрактов с виноградарями. Сейчас спрос упал, а виноград приходится выкупать. Вино производится, но не продаётся.

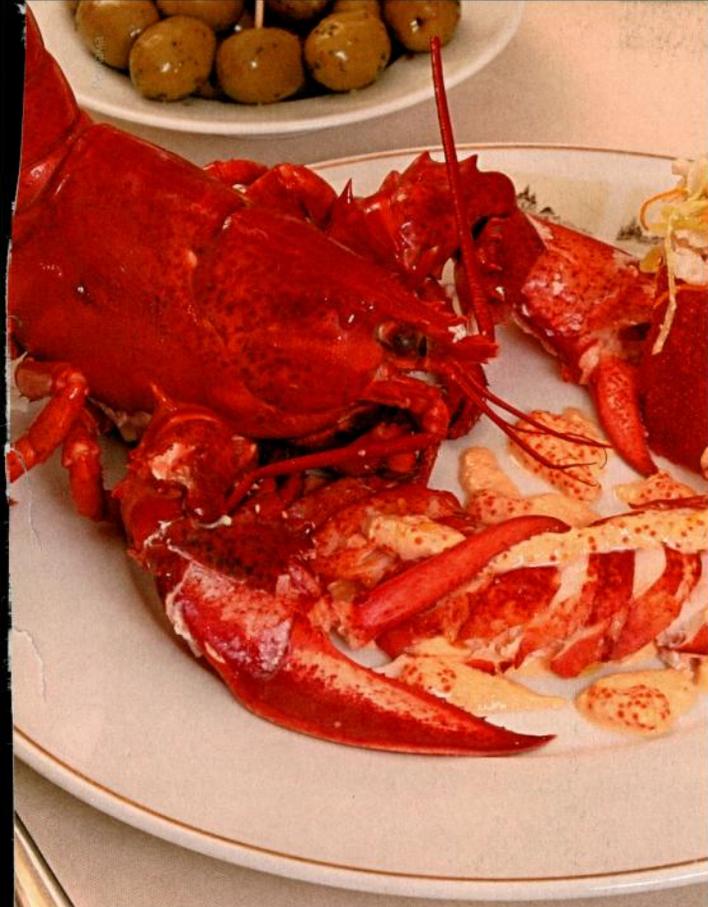
— В Simple пришли новые бренды крепкого алкоголя. Планируется ли дальнейшее «укрепление» этой части портфеля?

— В первую очередь наша новая звезда — коньячный Дом Hine. При этом Дом Grapin, с которым мы работаем уже два с половиной года, также остаётся. В отличие от ситуации с Шампанью, здесь удалось найти компромисс. Владельцы Grapin поняли, каким образом мы сможем сочетать их и Hine в портфеле, в чём смысл и синергия и почему это будет отлично работать на нашем рынке. Оба Дома превосходные, по качеству они близки, но, конечно, с точки зрения имиджа и бренда Hine стоит далеко впереди. По граппе мы много лет работаем с Домом Nonino, и это полностью удовлетворяет потребностям Simple по этой категории. А вот у Vinopolis появилась новая граппа — Marolo, из Пьемонта. Вместе с Hine мы получили ещё ряд отличных марок компании CL-World Brands: ром Angostura и несколько виски. Среди них Black Bottle — единственный в своём роде бленд, в который входят виски всех семи знаменитых вискикурен острова Айла. А Tobermory и Bunnahabhain — виски не слишком известные, но perfectные по качеству (Bunnahabhain по стилю близок к Macallan, и наши друзья из Дома Macallan, кстати, о нём высоко отзываются). Не стоит

забывать, что бренды крепкого алкоголя на рынке представлены в основном международными группами, так что у нас не так много возможностей для расширения в этом сегменте. Наша идея состоит в том, чтобы собрать некие уникальные напитки в разных категориях крепкого спиртного, которые можно было бы предлагать в качестве дополнения к вину.

— Ещё одна стратегическая новинка — Mouton-Cadet символизирует расширение компании в off-trade?

— Не только. У этого образцового бордоского бренда прекрасное будущее в разных секторах рынка. Но розничное подразделение мы действительно развиваем. Мы провели реструктуризацию отдела off-trade в компании. Simple уже сегодня один из крупнейших импортеров вина даже по объёмам. Это говорит о том, что у нас идеально отлажена технология импорта. Мы



Новый Год – праздник совершенно особенный. Он не похож ни на день рождения, ни на 8 марта, ни на другие праздники. И отмечается он в ночь, и ждешь в эту ночь чего-то такого сказочного, и настроение какое-то волшебное.

Отмечают Новый Год все по-разному. Кто-то гуляет всем городом на центральной площади до утра, а кто-то собирается в узком кругу родственников и друзей. В Италии, например, в новогоднюю ночь любят ходить в рестораны. Непременно в небольшие, семейные. В таких и чувствуешь себя как дома, и шеф обязательно что-нибудь праздничное придумает.

В Москве на такой случай есть Bosco Café и L'Altro Bosco Cafe. Здесь можно и большой компанией собраться, и в более узком кругу. Уютные диванчики, незаметные официанты, вкусная еда, и, конечно, шампанское – что может быть лучше для самого волшебного праздника в году!

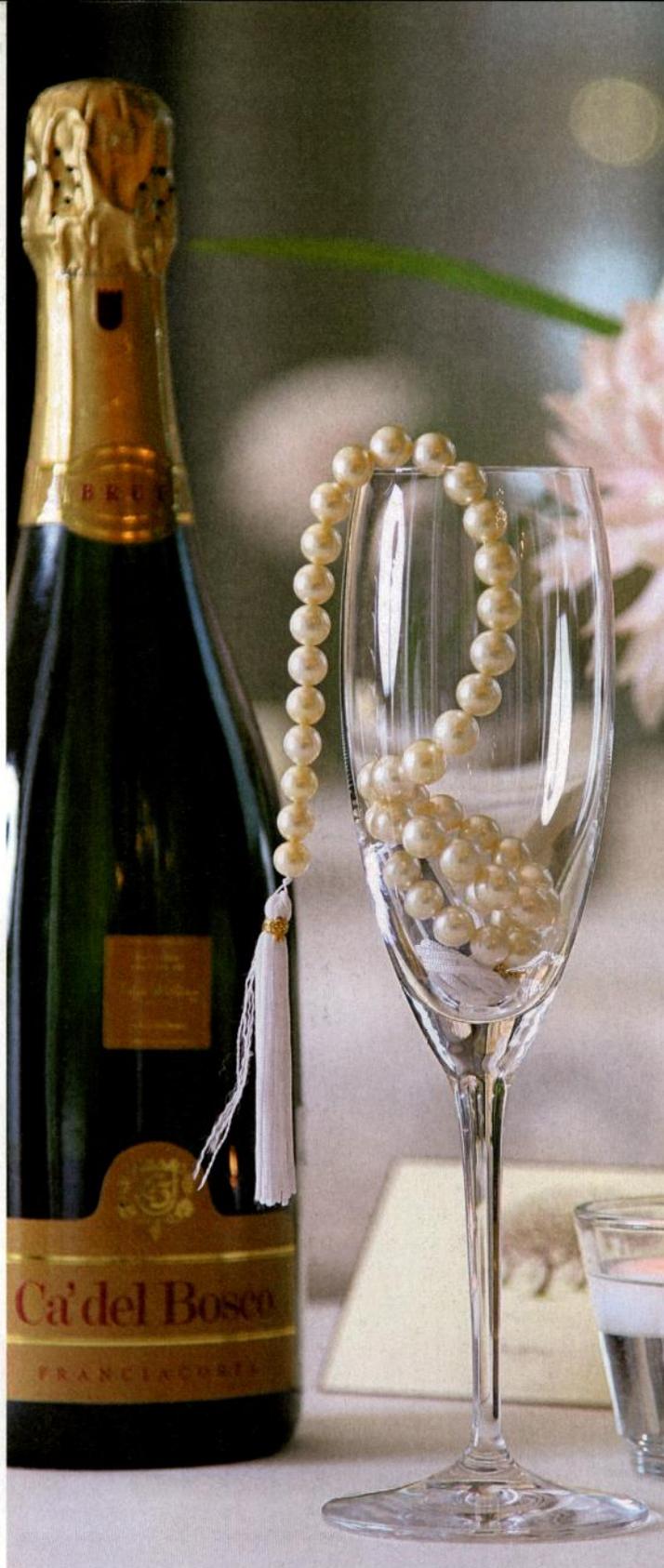


Фото: Дмитрий Шишкин

Bosco Cafe

адрес: Красная площадь, 3
часы работы: с 10:00 до 23:00
тел.: (495) 620-31-82

L'ALTRO BOSCO

адрес: Петровский Пассаж, ул. Петрозка, д. 10
часы работы: с 10:00 до 22:00
тел.: (495) 621-31-17

ЛУЧШИЙ БАР «Луч»

На фоне падения массового интереса к ресторанам барная индустрия явила невероятный прогресс и прирост. «Луч» весь год сохранял жёлтую майку лидера, но не без труда. Завораживающие десятиметровые потолки, антураж бывшего завода, хорошие коктейли и неплохое меню сохранили «Лучу» первенство.

Другие номинанты категории

В гонке с «Лучом» участвовали «Кич Кок», «Барбарелла», Beach Club, которые время от времени становились любимыми заведениями бар-хoppers. Жизнь бурлила и в баре City Space в пентхаусе «Swissotel Красные Холмы», где Бек Нарзи совмещал изыскания в области молекулярной миксологии с организацией гастролей звёзд мирового коктейльного искусства. Не менее важно для индустрии в целом и открытие нового Dream Bar гуру пьющей молодёжи Дмитрия Соколова.



ЛУЧШЕЕ ОФОРМЛЕНИЕ ВИННОЙ КАРТЫ «Фреско»

Карта, не похожая ни на какую другую. Солидный том в кожаном переплёте содержит подробное описание всех позиций с фотографиями бутылок, характеристиками регионов, сортов винограда, винтажей и, конечно, самих хозяйств-производителей. Команда Андрея Тимофеевко поразила усердием и креативностью. Создать в карте вин чёткую связь с образом вина удаётся редко. Карта примечательна не только своей дидактической миссией, но и собственно выбором позиций.

ЛУЧШАЯ КАРТА САКЕ «Азия Холл»

«Азия Холл» – ресторан с модной кухней, сочетающей в себе черты разных азиатских стран, от Таиланда до Японии. Такой кухне очень к лицу лучшая в городе карта саке. К сожалению, уровень знаний об этом напитке с 2000-летней историей в Москве оставляет желать лучшего. Тем более похвальные попытки приучить москвичей к высокому!

САМЫЕ ИНТЕРЕСНЫЕ АКЦИИ И ПРОГРАММЫ

Воскресные бранчи «Турандот»

Основной угрозой могло стать только одно – провести здесь целый день, забыв обо всём от разнообразия яств в окружении ненавязчивого персонала, которому до сих пор удаётся удивлять своей профессиональной школой обслуживания.

Другие номинанты категории

Год был богат разными акциями, в основном антикризисного характера. Почему-то большинство так или иначе были связаны с темой морепродуктов – праздники тунца в «Наби» и «Недальнем Востоке», фестиваль устриц в «Рыбном базаре», фестиваль краба в La Marée.

ТЕНДЕНЦИИ ГОДА

1 Все более популярной становится концепция демократичных винных баров. У «Винной истории» с его дегустациями и прочими забавами для продвинутых любителей вина открылись филиалы в Марьино и Бутово. Бар на Чистый пруд «Винотека.ru» Андрея Григорьева стал примером места, где можно не только вкусно перекусить с бокалом вина правильной стоимости, но и встретить интересных собеседников в лице Игоря Сердюка.

2 Пару лет назад все повара вдруг вспомнили, что люди не только обедают и ужинают, но ещё и завтракают, в этом году в ресторанах сообразили, что многие жители столицы привыкли на завтрак есть кашу. Поэтому мы получили массу разнообразных вариантов почти всех каш: сладкая и солёная, рисовая и манная, гречневая и овсяная, с грибами или

мясом, с сыром или с ягодами, с йогуртом, мёдом и ещё множество дополнений.

3 То ли кризис, то ли просто развитие бизнеса побуждает рестораны всё время расширять спектр предлагаемых услуг. Ресторан Spettacolo, что в холле кинотеатра в ТЦ «Времена года», начал подавать еду в зале кинотеатра – для вызова официанта достаточно нажать кнопку, вмонтированную в кресло. «Ласточка», ресторан с отсылкой к одноимённому пароходу из «Бесприданницы» Островского, от владельцев «Анжелло», встал на прикол в парковой зоне на Лужнецкой набережной. Его винная карта со временем вполне может развиваться в одну из лучших в Москве. Продолжение угасшей было любви русских к еде на воде и кутежам в больших компаниях нашло горячий приём у публики.

» Даже в «Старом телеграфе» рядом с латино-японском рестораном я все равно сделал кофейню с сэндвичами и пиццерию с печкой на дровах и с большим грилем, где можно целиком приготовить поросёнка или ягнёнка.

» Есть одна типично московская серьёзная проблема – зарубежные туристы по дорогим ресторанам в Москве не ходят. Здесь одни и те же клиенты ходят в одни и те же рестораны. Иностранцам интереснее ходить пешком по Тверской. Это тоже было одним из толчков к созданию «Старого телеграфа» – я сделал его именно для пешеходов.

» Я всегда хотел сделать русско-татарский ресторан и, наверное, когда-нибудь я его сделаю. Еще один проект в перспективе – остерия в среднем сегменте с мясом и рыбой. Вот закончу «Старый телеграф» и возьмусь за него.

» Я считаю, что в ресторане нужно быть каждый день. Даже в выходные я езжу в ресторан, просто потому, что мне самому это нравится. Когда-то я закончил институт физкультуры и был тренером, и мне это тоже очень нравилось, но за это не платили денег, это в советское время еще было. А сейчас я и зарабатываю деньги, и получаю удовольствие от работы.

» На самом деле я не сильно перерабатываю. Успеваю и на рыбалку, и на охоту. Сейчас начнутся беговые лыжи – я живу в посёлке, где есть лыжня. А рыбачу сейчас на Сардинии. За это лето поймал 19 или 20 крупных тунцов. В Туве рыбачил нахлыстом, на Кольском полуострове. А марлина я ловил на Мальдивах и на Карибах. Много есть еще рыбы, которую хочется поймать.

К салату из лосося с заправкой из лимонного сока Андрей Зайцев рекомендует:



Ca' del Bosco
Franciacorta Dosage
Zero
Simple



Colterenzio
Cornell Formigar
Chardonnay
Simple



Ca' del Bosco Terre
di Franciacorta
Chardonnay
Simple

Salon des Vins de Loire

АНЖЕР - ФРАНЦИЯ
PARC DES EXPOSITIONS
1, 2 И 3 ФЕВРАЛЯ 2010 Г.



Для вас в одном месте
будут соединены:

все виноградники
Луары – от
ПЕИ-НАНТЕ до
ЦЕНТРАЛЬНОЙ
ЛУАРЫ

все
разновидности:
СУХИЕ и
ПОЛУСЛАДКИЕ,
ТИХИЕ и
ИГРИСТЫЕ вина

все оттенки
БЕЛЫХ,
КРАСНЫХ,
РОЗОВЫХ вин

69
аппелля-
сьонов

600
УЧАСТНИКОВ
– виноделы,
предприятия
торговли,
кооперативные
погребя

Ежегодный форум
профессионалов,
открывающих для себя
ХАРАКТЕР НОВОГО УРОЖАЯ
и бодрящие ноты вин долины Луары

Найти необходимую информацию
и заказать билеты на салон можно на

www.salondesvinsdeloire.com

ВХОД ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО ДЛЯ СПЕЦИАЛИСТОВ



В ноябре на Тверской, в здании Центрального телеграфа, открылось новое заведение Андрея Зайцева «Старый телеграф». Первый опыт успешного ресторатора в демократичном сегменте SWN счел отличным поводом для разговора, который получился по большей части об обожаемой им итальянской кухне.

Действующие проекты Андрея Зайцева – Noa (открылся в 2003 году) и Albero (открылся в 2008-м) – рестораны в премиум-сегменте с креативной итальянской кухней. Более доступный «Старый телеграф» при ближайшем рассмотрении состоит из трёх заведений под одной крышей – пиццерии, кофейни и суши-хауса с латиноамериканским уклоном.

» У меня была бабушка, которая не ела разогретых блюд и меня приучила не есть, хотя вся семья ела. А потом я 12 лет жил в Италии – занимался обувью и высокой модой.

» Каждый год в трюфельный сезон за три дня я объезжаю все рестораны вокруг Альбы с трюфельным меню. Я фанат: если нужно куда-то ехать за 80 км пообедать в каком-то новом ресторане – я поеду.

» В Италии невозможно предпочесть какую-то определённую региональную кухню. В Пьемонте я езжу и по деревенским ресторанам, и по более пафосным местам с мишленовскими звёздами. Начиная с 1996 года я не пропустил ни один трюфельный сезон.

» Когда видишь большой трюфель граммов на шестьсот, понимаешь, в чём причина сумасшедших цен на аукционах. Запах совсем другой.

» В Пьемонте есть зона, где культивируют особый лук-порей. И ещё особая порода горных лягушек осенью, когда у них начинается миграция и они очень жирные. Их отлавливают и готовят во фритюре.

» В Риме есть сумасшедший ресторан Da Baffetto. У него витрина метров на 15, и там стейковые части неразрубленные. Вы выбираете отруб, хозяин спрашивает, сколько отрезать, и потом жарит каким-то фантастическим образом. В меню там только мясо и закуски – салат и знаменитая белая фасоль, он ее варит с мясом и с уксусом. И вот туда в выходной нельзя попасть вообще.

» В Неаполе меня как-то послали в один ресторан, в поисках которого я забрёл в деревню посреди города, где перед тобой могут вылить ведро с помоями на улицу. Я подумал, что мне дали неправильный адрес.

Но когда я его нашёл и оказался внутри, увидел на стенах президентов США, знаменитых оперных певцов, Фрэнка Синатру – все под руку с хозяином. Там всего шесть столов и всегда только свежая рыба. Если из-за штурма нет свежей рыбы, ресторан не работает.

» Недалеко от Портофино есть абсолютно сумасшедший ресторан: в меню 50 блюд из грибов. Неподалеку от Вероны есть ресторан, где делают 30 видов ризотто.

» Я всегда ищу новые места, иногда сам, иногда итальянцы подсказывают, все мои итальянские друзья знают, что я фанат еды. Кто то узнал что-то новое и сразу звонит мне: «Тебе нужно поехать там-то и там-то». Для меня еда в самом деле итальянское счастье.

» Говоря об Италии, в итоге я могу вспомнить четырёх хороших ресторанов. И то я поздно начал записывать новые места в блокноты, где-то с 1999 года. Но номер один для меня на сегодня – это Мауро Ульясси на Адриатике, рядом с Анконой. Там два знаменитых ресторана: Madonnina del Pescatore с одной звездой и Uliassi, которому в прошлом году дали вторую мишленовскую звезду. Ульясси делает что-то фантастическое из свежей рыбы и морепродуктов. Представьте себе тальятели, сделанные из кальмаров, которые тонко режутся и варятся минуту и из них самих получается «паста»!

» Когда мне кто-нибудь говорит, что самый лучший итальянский ресторан находится в Лондоне или в Париже, мне кажется это странным. Сразу видишь, этот человек живет в Лондоне, он побывал в Италии, сходил в ресторан неудачно и скорее всего один раз, не знал, что именно заказать, а ведь это тоже важно. И после этого он считает две звезды гида «Мишлен» лучшей оценкой.

5 ВОПРОСОВ РЕСТОРАТОРУ

Где вы завтракаете?

В ближайшее время мне обеспечены завтраки в «Старом телеграфе», а так еще в «Весне», если когда кто-то встречу назначит. В Жуковке мне нравится «Веранда у дачи».

Ваш любимый чужой ресторан в Москве?

Сегодня это «Семифреддо» и Bistrot.

Ваш любимый чужой ресторан в мире?

Uliassi рядом с Анконой, Италия.

Возьмёте ли вы на работу гениального шефа с отвратительным характером?

Да. У поваров у всех отвратительные характеры, нужно воспринимать их такими, какие они есть. Это тяжёлая категория людей, те из них, кто востребован, одержимы своей темой. А на всё остальное можно закрыть глаза.

Ваши винные предпочтения?

Итальянское – скорее молодое. Белое – Фриули и отчасти Тоскана. Красное – Тоскана и Пьемонт. Если говорить о старом вине, – Франция и Калифорния. Одно из самых любимых шампанских – Cristal.



» Для итальянского ресторана можно привезти все продукты, всё оборудование из Италии, но нельзя привезти атмосферу, итальянский воздух. Точно так же, как и пельмени сибирские можно поесть только в Сибири. «Альберо» никогда не будет настолько же итальянским рестораном, как в Италии. Я это осознаю. Я думаю, что сейчас мы примерно в одной весовой категории с «Семифреддо».

» Конечно, к нам в ресторан поступают свежие продукты из Италии. Но всё-таки мы не в Италии, а в Москве. Рыба, которая летела на самолете, – не та же самая рыба, которую ты купил только что выловленную на рынке в паре кварталов от ресторана.

» В «Альберо» я получаю удовольствие от самого процесса управления рестораном. У нас здесь хороший повар – я впервые в жизни встретил настолько работоспособного человека. Николо Канутти проработал девять лет у Алэна Дюкасса, а в таких местах, как извест-

но, дураков не держат. Скоро будет готово специальное меню дегустационных сетов от Николо.

» Типично римские блюда – хвосты и потроха. Пойдите сегодня в любой итальянский ресторан в Москве – там нет требухи. Хотя это и русское блюдо тоже. Моя бабушка готовила требуху очень вкусно, хотя после этого я её ел только в Италии.

» Итальянская кухня сегодня на первом месте по количеству ресторанов в мире. Она востребована, и я не вижу особенных рисков, занимаясь итальянским рестораном.

» Если к ресторанной теме подходить всерьёз, то делать только люксовые заведения не совсем правильно. Лично для меня больше двух дорогих ресторанов – это перебор. Поэтому и появилась демократичная тема. У меня давно было желание, но для заведения такого формата нужно было найти место, которое действительно было бы проходным.