

#6 (6) осень-зима 2023

# Maximum

МАКСИМУМ  
УДОВОЛЬСТВИЯ

СПЕЦПРОЕКТ:  
**ПУТЕШЕСТВИЕ  
В ЮЖНУЮ КОРЕЮ**  
МЕСТА, КУХНЯ, МЕДИЦИНА

**ИСТОРИЯ  
STARBUCKS**  
КАК КОФЕ ПОКОРИЛ МИР

## ПАПА СНІСКО

КАК ИЗ КУРИНОЙ ЗАБЕГАЛОВКИ  
СЕРГЕЙ ЛЕБЕДЕВ ПОСТРОИЛ САМУЮ  
БЫСТРОРАСТУЩУЮ СЕТЬ КОРЕЙСКОГО  
СТРИТФУДА В РОССИИ

16+



  
**КИПРЕЯ**  
квартиры

# КВАРТИРЫ В ОКРУЖЕНИИ ЛЕСА



смотреть  
планировки

+7 (3452) 21-25-25  
ул. Герцена, 96  
ДД «Дежнёв»

Реклама



**ФИНАНСИРОВАНИЕ  
СТРОИТЕЛЬСТВА**

АО «Банк ДОМ.РФ»

ЗАСТРОЙЩИК: ООО «СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ ЗАСТРОЙЩИК  
«НОВАЯ ЗЕМЛЯ», ЖК «КИПРЕЯ КВАРТИРЫ», ПРОЕКТНАЯ  
ДЕКЛАРАЦИЯ НА САЙТЕ НАШ.ДОМ.РФ РЕАЛИЗАЦИЯ ПО 214-ФЗ  
(ДОГОВОР ДОЛЕВОГО УЧАСТИЯ) ПРЕДЛОЖЕНИЕ НЕ ЯВЛЯЕТСЯ  
ПУБЛИЧНОЙ ОФЕРТОЙ.

# Maximum

#6 (6) ОСЕНЬ-ЗИМА 2023



на обложке Сергей Лебедев

Литературный редактор  
**Анна Высоцкая**

Главный редактор  
**Вероника Володяевна  
Мелконян**

Арт-директор  
**Диана Жданова**

Дизайн и верстка  
**Ксения Голота  
Константин Поляков  
Юлия Кукушкина  
Анна Башмакова  
Юлия Гнаткивская**

Корректор  
**Анастасия Мазейна**

Авторы  
**Наталья Горюнова  
Ольга Тимкина  
Михаил Чуев  
Надежда Боров  
Курсант Нурадинов**

Авторы  
**Михаил Смирнов  
Ксения Павлова  
Мargarита Мановкина  
Ксения Шипичкина  
Артем Мкртчян  
Вера Ахтямова**

Фотографы  
**Ольга Гениевская  
Анна Башмакова  
Илья Медведев  
Артем Мотелика  
Олег Низамов  
Игорь Колесников**

По вопросам рекламы в журнале:  
**Вероника Мелконян +79224783275**

Рекламно-информационный журнал «Максимум удовольствия» зарегистрирован Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Тюменской области, Ханты-Мансийскому автономному округу — Югре и Ямало-Ненецкому автономному округу. Регистрационный номер средства массовой информации ПИ № ТУ72-01669 от 28.07.2022 г. Учредитель и издатель: Невидаило Лариса Кирилловна. Адрес: 625501, Тюменская обл., Тюменский р-н, д. Дударева, ул. Мирная, д. 16. Адрес редакции: 625501, Тюменская обл., Тюменский р-н, д. Дударева, ул. Мирная, д. 16. Тираж 4000 экземпляров. Дата выхода 07.12.2023 г. Отпечатано: ООО «Типография Вик», 625002, г. Тюмень, ул. Комсомольская, 58. Номер Заказа №1444. Распространяется бесплатно.



Редакция журнала не несет ответственности за содержание рекламных материалов. Редакция не вступает в переписку и не рецензирует присланные материалы. Перепечатка любых материалов возможна только с письменного разрешения издателя. Информационная продукция с возрастным ограничением 16+



# allegro home®

## МЕБЕЛЬ И ДЕКОР ДЛЯ ДОМА

ТЦ «Новый Магнат», 30 лет Победы, 7/5

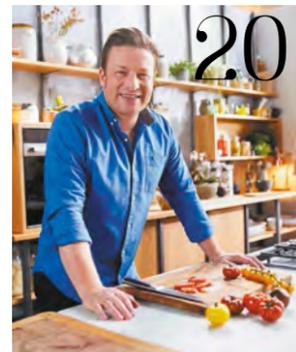
[allegrohome.ru](http://allegrohome.ru)

**ФУД-КЛЕНДАРЬ** 10  
Обзор гастрономических фестивалей в России и мире

**ПРАВИЛА УПРАВЛЕНИЯ** 12  
основателя компании «Этажи» Ильдара Хусаинова

**ПОЧЕМУ ТАК ДОРОГО?** 14  
Колонка Михаила Чуева, основателя консерж-службы «Эквилибриум»

**10 ЗОЛОТЫХ ПРАВИЛ ЭТИКЕТА В ОТЕЛЕ** 16



**ПРАВИЛА ЖИЗНИ САМОГО ЯРКОГО ПОВАРА МИРА**  
Джейми Оливера

**СИЛА В СПОРТЕ** 34  
Правила жизни Сергея Лебедева

**ВСЕ ЗВЕЗДЫ В ОДНОМ БОКАЛЕ** 36  
Колонка сомелье Артема Мкртчяна

**ИСТОРИИ ВЕЛИКИХ БРЕНДОВ** 38  
Как Ротшильды создавали идеал. Вино с историей

**ФИНАНСОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ И НАСЛЕДИЕ КАПИТАЛА** 44  
Интервью с Сергеем Пастуховым, основателем инвестиционной компании Pastukhov Capitalis

## Папа Chisko

КАК ИЗ КУРИНОЙ ЗАБЕГАЛОВКИ СЕРГЕЙ ЛЕБЕДЕВ ПОСТРОИЛ КРУПНЕЙШУЮ СЕТЬ КОРЕЙСКОГО СТРИТФУДА В РОССИИ

# 24

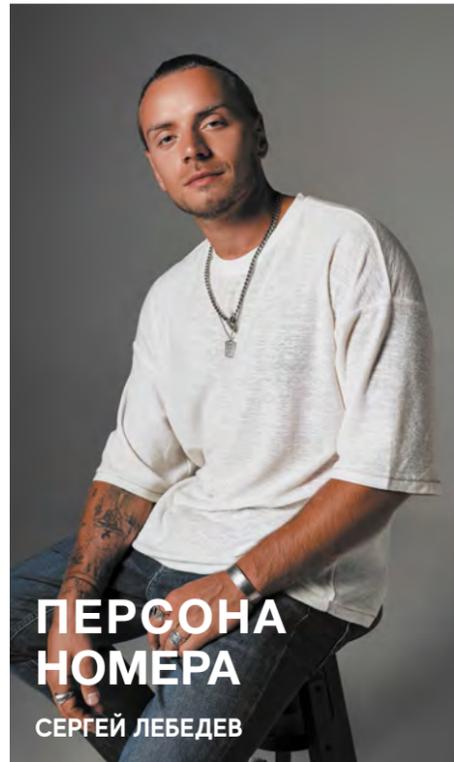
**КОРПОРАТИВНАЯ ФИЛАНТРОПИЯ ТЮМГУ** 46  
Интервью с Иваном Романчуком, ректором ТюмГУ



**Большой спецпроект: ПУТЕШЕСТВИЕ В ЮЖНУЮ КОРЕЮ**  
Интересные места, открытия и медицинский туризм



**КАКАЯ КОРЕЯ НА ВКУС?**  
Обзор корейского стритфуда с бренд-шефом сети Chisko Курсантом Нурадиновым



**ПЕРСОНА НОМЕРА**  
СЕРГЕЙ ЛЕБЕДЕВ



**ПРАВИЛА ЖИЗНИ АНДРЕЯ ХОХЛОВА,** шеф-повара московского ресторана FOLK



Истории великих брендов **STARBUCKS. КАК КОФЕ ПОКОРИЛ МИР**

**ЖАРИМ КОФЕ САМИ** 84  
Обжарочный цех Максима - COFFEE BANK

**ПРОФЕССИЯ: БРЕНД-КОНДИТЕР** 86  
Творческий тандем: бренд-кондитер Евгений Сафронов и бренд-шеф-кондитер Татьяна Федотова

**ОБЪЕДИНЕНИЕ СЕТИ КОФЕЕН «МАКСИМ»** 92

**ГОТОВИМ ДОМА КАК В РЕСТОРАНЕ** 96  
с шефом Михаилом Смирновым

**КАК ЖЕНЩИНЕ СОХРАНИТЬ МОЛОДОСТЬ И КРАСОТУ** 98  
Рекомендации врачей «Мать и дитя»

**ОТКРЫТИЕ СЕЗОНА** 100  
горячих термальных источников в Тюмени с VISIT TYUMEN



ESTD 2002

# ПОСЕЙДОН

ПЕРВЫЙ РЫБНЫЙ РЕСТОРАН

# ЛЕГЕНДАРНЫЙ ПОСЕЙДОН ПЕРЕЕЗЖАЕТ

и открывается во главе с бренд-шефом Андреем Шмаковым (SAVVA ✿ Москва)

До встречи в январе на Ленина, 2а

Следите за новостями @poseydon\_tm



МОЯ ЖИЗНЬ ВСЕГДА  
БЫЛА С КОФЕЙНЫМ  
АРОМАТОМ, КОТОРЫМ  
Я С УДОВОЛЬСТВИЕМ  
ДЕЛИЛАСЬ С ГОСТЯМИ  
ПЕРВОГО «МАКСИМА»

## НЕ ИЗМЕНЯЯ СЕБЕ

У меня с ним особые отношения. Мы знакомы очень давно, и без него точно не проходит ни одно утро моего дня. Я о кофе.

Чтобы понять всю суть наших взаимоотношений, нужно перенестись в Ленинград, в мое детство, когда я гостила у своей аристократической бабушки и каждый день удостаивалась чести наблюдать за особенным ритуалом: по утрам она вручную молола кофейные зерна, варила ароматный кофе в маленькой турке, наливала напиток в императорский фарфор и как следует наслаждалась каждым глотком. Все это каждый раз меня просто завораживало.

Бабушки не стало, а я в наследство взяла этот ритуал себе. Поэтому моя жизнь всегда была с кофейным ароматом, которым я с удовольствием делилась с гостями первого «Максима»: все посетители знали, что здесь можно выпить самый правильный и настоящий кофе в городе. А 21 год назад появилась первая кофейня не только в Тюмени, но и во всем Уральском федеральном округе.

В этом году у нашей кофейной истории появился новый виток – старт большого преображения сети кофеен «Максим». Во-первых, под единый бренд войдут кондитерии «Максим». Уверена, наши гости уже смогли почувствовать перемены. А еще в декабре начнется визуальное преображение сети. Первую кофейню в новом облике можно будет посетить уже в декабре в ТЦ «Галерея Вояж».

Вот так меняемся, не изменяя себе.

**Лариса Невидайло,**  
основатель и владелица ресторанной  
компании «Максим»



# windsor.

ОДЕЖДА ОТ WINDSOR. ЭТО КЛАССИКА,  
КОТОРАЯ НЕ ЗАВИСИТ ОТ ВРЕМЕНИ.



ТЮМЕНЬ | 25 ОКТЯБРЯ, 40  
8 999 343 28 30



НЕВАЖНО, ГДЕ Я БУДУ  
НАХОДИТЬСЯ! МОИХ  
ИДЕЙ И ПРОЕКТОВ  
ВСЕГДА ХВАТИТ ЕЩЕ  
И ДЛЯ ЛЮБИМОГО  
ГОРОДА

## УЕХАЛА, НО НЕ ОСТАВИЛА

Люди, идеи и проекты! Вот что меня волнует и вдохновляет.

Именно поэтому ровно год назад я приняла важное решение и согласилась переехать в Ереван.

Это был шаг в абсолютную новизну, но тем было интереснее. Новый город, новые люди, новые задачи и вызовы...

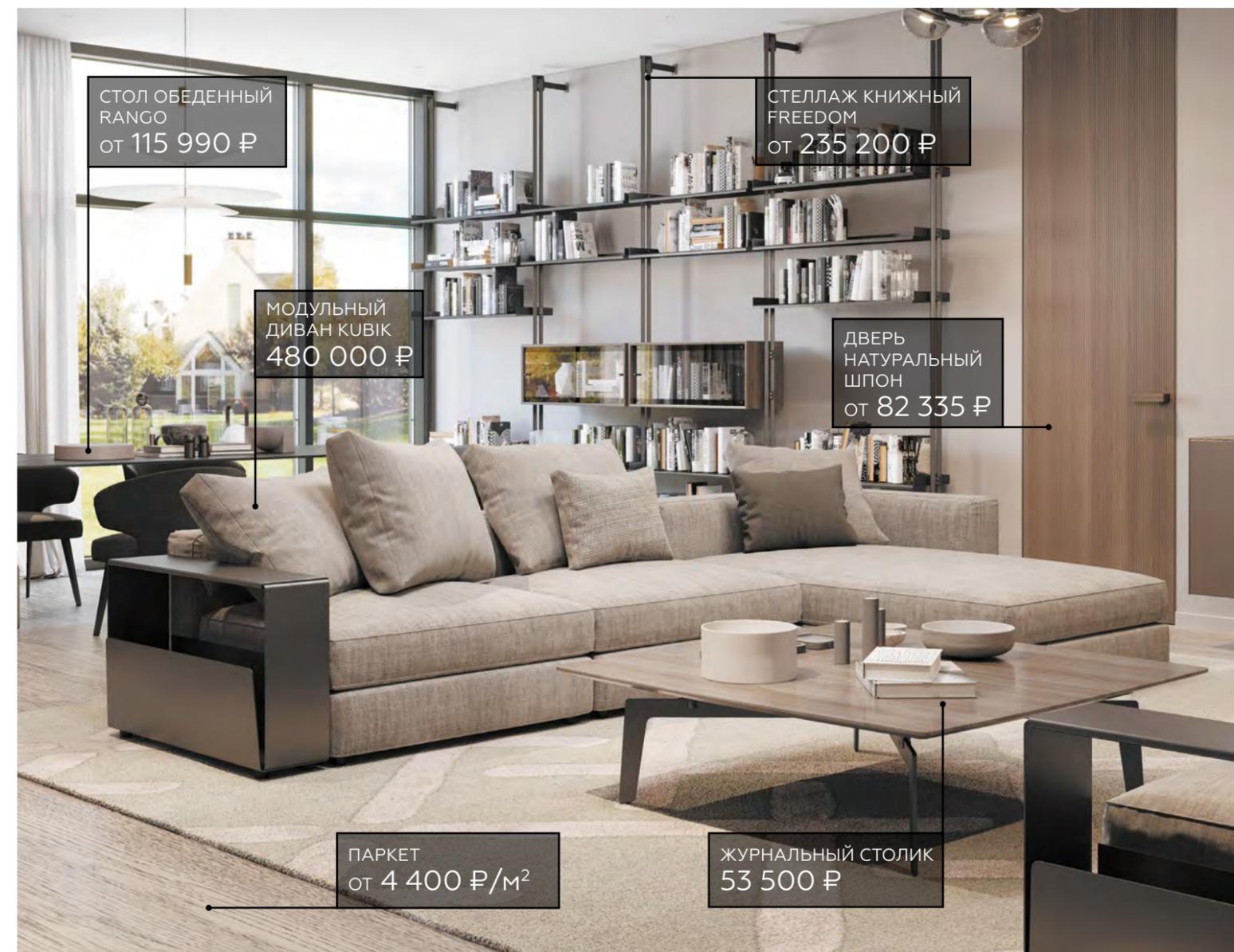
За последние 10 лет я создала много проектов в своем родном городе. Я помогала бизнесу выстраивать отношения с властью, компаниям – создавать деловую репутацию. Продвигала предпринимателей, их бренды и продукты. Были и премии на 300 человек, и масштабные награждения, и сотни довольных людей, создающих ценность для города. Многие бизнесмены, с которыми я сотрудничала долгие годы, сказали мне: «Не уезжай! Тюмени ты очень нужна!»

Но только начав жить на два города, я поняла: неважно, где ты физически находишься, важно, куда ты направляешь свою энергию. И если этой энергии будет достаточно, то проекты будут успешными и популярными, а люди, для которых они создаются, – счастливыми.

Я пишу это письмо в самолете, летя из Еревана в Тюмень, чтобы провести очередной, уже полюбившийся бизнесу ежегодный городской проект «Танцуй в компании».

Видимо, даже на расстоянии мои идеи и проекты всегда будут еще и для любимого города!

**Вероника Мелконян,**  
главный редактор журнала Maximum



# ДВЕРИ, ПЕРЕГОРОДКИ, ГАРДЕРОБНЫЕ И МЕБЕЛЬ В ЕДИНОМ СТИЛЕ!

СОВЕРШАЙ ОТКРЫТИЯ ВМЕСТЕ С RESPECT HOME

г. Тюмень, ул. 50 лет Октября, 57в | +7 (3452) 50 08 68 | respecthome.ru



# ГДЕ БУДЕТ ВКУС НО

УРАЛЬСКИЕ ПЕЛЬМЕНИ, КОРЮШКА ИЗ ВЛАДИВОСТОКА, БОДРЯЩИЙ КОФЕ ИЗ КИТАЯ И БАРБЕКЮ СО СТИВОМ ХАРВИ В ОАЭ — ПРЕДСТАВЛЯЕМ 8 САМЫХ ИНТЕРЕСНЫХ ГАСТРОНОМИЧЕСКИХ ФЕСТИВАЛЕЙ ЭТОЙ ЗИМЫ.

## Мир пряника 16+

Это единственный в мире фестиваль пряничного искусства. Культурное и гастрономическое событие о прянике и региональных пряничных традициях. В этом году оно состоится уже в восьмой раз. Мастера пряничного дела со всей России продемонстрируют свои великолепные изделия, умения и уникальные рецепты. Гостей мероприятия ждет обширная деловая, соревновательная и дегустационная программа: Международный конкурс пряничного искусства, Чемпионат России по печатному прянику, Пряничный форум, мастер-классы и многое другое.

**Билеты:** по билетам в музей «Россия – моя история».

📍 Россия, г. Санкт-Петербург 02-10.12



## Уральские пельмени на Николу Зимнего 16+

Традиционный пельменный фестиваль соберет челябинцев и гостей города в парке Гагарина. Здесь можно будет продегустировать пельмени от производителей, запастись продукцией к домашнему и новогоднему столу и поучаствовать в народных гуляньях. На ярмарке представят мясо, копчености, сыры, мед, изделия ручной работы, уральские сувениры, сладости. Предусмотрена развлекательная программа – выступления народных коллективов Южного Урала. На празднике проведут конкурсы, в том числе выберут самые вкусные пельмени.

**Билеты:** вход свободный.

📍 Россия, г. Челябинск 16.12



## Food Africa Cairo 16+

Это крупнейшая торговая выставка продуктов питания и сельского хозяйства на Африканском континенте. Кроме выставочной и деловой программы она включает живое кулинарное шоу. Местные и всемирно известные повара будут готовить уникальные блюда на протяжении всего мероприятия. Шоу будет транслироваться в прямом эфире на больших экранах, чтобы все посетители Food Africa Cairo могли насладиться им.

**Билеты:** вход по предварительной регистрации.

📍 Египет, г. Каир 12-14.12



## St. Petersburg Craft Event 16+

St. Petersburg Craft Event представляет новогодний утренник для взрослых «Синий иней». В ДК им. Кирова распахнет свои двери настоящая ярмарка: здесь можно будет отведать признанную классику и специальные зимние сорта. Также в ассортименте безалкогольные напитки, пряные глинтвейны и скандинавские глеги. В буфетах будут представлены новогодние деликатесы, огромный выбор закусок из мяса и рыбы, хлебулочные изделия и десерты. Гвоздь программы – музыкальные выступления на сцене фестиваля.

**Билеты:** 1000 рублей.

📍 Россия, г. Санкт-Петербург 16.12



## CAFEEX 16+

CAFEEX – это профессиональное мероприятие, посвященное фирменному кофе и напиткам. Специализированные кофейни и обжарщики соберутся вместе, чтобы поделиться своими замечательными кофейными продуктами и рецептами. В мероприятии также примут участие множество поставщиков кофейного оборудования, торговцев зелеными зёрнами, производителей упаковки и других представителей индустрии. Дополнительно на площадке CAFEEX состоится кофе-форум, мастер-класс по шоколаду и конкурс бариста.

**Билеты:** стоимость посещения начинается от 100 юаней, стоимость выставочного стенда – от 4680 долларов США.

📍 Китай, г. Шанхай 29-31.12



## КОРЮШКА И КО 16+

В феврале на Дальнем Востоке рестораны предлагают авторские вариации блюд с зимней рыбой: корюшкой, минтаем, навагой и камбалой. Фантазия шеф-поваров ничем не ограничена: уха, рыба под маринадом, с различными соусами, главное условие – в меню обязательно должна быть традиционная «жареха». Во время фестиваля рыбку подают по промоцене. 100 грамм жареной корюшки по 150 рублей во Владивостоке и Петропавловске-Камчатском и 100 грамм за 100 рублей в Хабаровске.

**Билеты:** расчет по прайсу ресторанов – участников фестиваля, участие в мастер-классах – от 3400 рублей.

📍 Россия, г. Владивосток, г. Хабаровск, г. Петропавловск-Камчатский 1-15.02



## Фестиваль завтраков BreakFest 16+

В январе пройдет шестой фестиваль завтраков BreakFest. На этот раз в фестивале может принять участие любой город России, в котором будет от 10 ресторанов-участников. Из тюменских заведений примут участие загородный ресторан «Дача» и сеть кофеен «Максим». Заведения подготовят специальное фестивальное меню, куда войдут блюда из четырех категорий: из яиц, молочных продуктов, каши и злаки, выпечка и десерты. Также рестораны предложат гостям напитки к завтраку специально для фестиваля.

**Билеты:** по прайсу ресторанов.

📍 рестораны Сочи и любой город России 01-31.01



ОБЗОР  
БУДУЩИХ  
ГАСТРОНОМИЧЕСКИХ  
ФЕСТИВАЛЕЙ  
ИЩИТЕ  
В СЛЕДУЮЩЕМ  
НОМЕРЕ

## Фестиваль барбекю со Стивом Харви 16+

В столице ОАЭ состоится фестиваль еды, приготовленной на открытом огне, с участием американского стендапера Стива Харви. Кулинарные конкурсы, выступления кантри-музыкантов, познавательные лекции и многое другое – организаторы обещают беспрецедентное путешествие, посвященное разнообразию кулинарных традиций различных культур.

**Билеты:** от 1400 рублей.

📍 ОАЭ, Абу-Даби 1-29.02



# ПРАВИЛА УПРАВЛЕНИЯ ИЛЬДАРА ХУСАИНОВА



За 20 лет Ильдар Хусаинов построил крупнейшую риелторскую сеть в стране, в которой на сегодняшний день работают больше 20 000 сотрудников. Компания «Этажи» за 2022 год провела сделки с клиентами на 647 млрд рублей, а ее выручка составила 14 млрд рублей. За год с июня 2022 по июнь 2023 года компания провела 242 500 сделок. «Этажи» присутствуют в 243 городах. Сеть состоит из 320 франшиз, работающих в 15 странах, в том числе в Казахстане, Беларуси, Кыргызстане и ОАЭ.

О том, каких принципов придерживается Ильдар в управлении, читайте в нашей рубрике.

## 10 ТИПОВЫХ ОШИБОК, КОТОРЫЕ ЧАСТО СОВЕРШАЮТ УПРАВЛЕНЦЫ

- 1 Краткосрочное мышление – когда управленцы видят только сегодняшнюю перспективу.
- 2 Страх принимать риски. Уровень риска обычно пропорционален уровню понимания системы и понимания своего места в ней.
- 3 Личные амбиции. В управлении наиболее эффективны те, кто не выделяет себя среди других и понимает, что всегда найдется кто-то хуже и кто-то лучше. Это изменчивый процесс, который зависит от скорости развития личности.
- 4 Фокус только на результате и недостаточное внимание к процессу. Не верю в результатников и процессников. Если процессы делать правильно – тогда и результаты всегда будут.
- 5 Неспособность брать ответственность. Я уволил уже несколько топ-менеджеров за фразу: «Это не моя ответственность». Как минимум, если ты видишь проблему в смежном подразделении, ты можешь инициировать улучшение, помочь ее решить. А если смотреть шире, то ответственность – это способность управлять каким-то процессом.
- 6 Плохо считают. Да-да, в это трудно поверить, но у большей части управленцев есть проблемы с финансовым менеджментом. Мы не берем руководителей с просрочками по кредиту. Если ты не можешь организовывать свои финансы, нечего браться за управление.
- 7 Плохо разбираются в людях. Главное в управлении – хорошо чувствовать других людей, брать только сильных (как по интеллекту, так и по человеческим качествам). Слабые пусть работают у конкурентов. Оценивая руководителя, в первую очередь посмотрите на его команду.
- 8 Строят влияние на основе полномочий, а не здравого смысла. Настоящий результат приходит только через партнерство с коллегами. Тот, кто не умеет убеждать, синергировать и интегрировать – в рыночных системах не конкурентен.
- 9 Не уделяют внимания саморазвитию. Человек, который за последний месяц не прочитал ни одной новой книги, не ездит на конференции, форумы, – скорее всего, на закате карьеры. Или ему просто никогда и не было интересно.
- 10 Управленец должен любить жизнь. Пессимистам сложнее вдохновлять других, а управление без вдохновения – это как отношения без любви.

# HIS STORY

МУЖСКОЙ МАГАЗИН



## СТАНЬ ЧАСТЬЮ НАШЕЙ ИСТОРИИ

OFFLINE:  
г. Тюмень,  
ул. Комсомольская, 58  
+7 (3452) 38-15-95

ONLINE:  
hisstory.ru  
hisstory\_tmnn  
hisstory.tmn

# ПОЧЕМУ ТАК ДОРОГО?

СПЕЦИАЛЬНО ДЛЯ ЖУРНАЛА МАХИМУМ НАШ ПОСТОЯННЫЙ КОЛУМНИСТ – ОСНОВАТЕЛЬ КОНСЪЕРЖ-СЛУЖБЫ «ЭКВИЛИБРИУМ» МИХАИЛ ЧУЕВ – ПРОВЕЛ АУДИТ 5-ЗВЕЗДОЧНЫХ ОТЕЛЕЙ И ОТВЕТИЛ НА ВОПРОС: «ПОЧЕМУ ТАК ДОРОГО?»



Планируя любое путешествие, после выбора направления, дат пребывания и способа передвижения вы испытываете приятные муки выбора места ночлега. Для примера, если вы решили совершить краткий break out в столицу нашей Родины на ближайшие выходные, то перед вами возникает палитра из 2 379 «средств размещения» стоимостью от 490 до 1 970 000 рублей за ночь.

Какой вид на Москву откроется тем, кто потратит на себя чуть больше 5\$, мы примерно представляем, а вот за что именно платят гости двухкомнатного люкса площадью 328 м<sup>2</sup> и в целом жители 5-звездочных отелей, порассуждать интересно...

## 1. «А ИЗ НАШЕГО ОКНА ПЛОЩАДЬ КРАСНАЯ ВИДНА...»

Часто гости гостиниц 5\* имеют привилегию не посещать обзорные экскурсии, так как самые знаковые достопримечательности и открыточные виды становятся доступны с персональной террасы их номера. Смена караула, дым Сикстинской капеллы или световое шоу на башне Эйфеля – порой для полного эффекта присутствия достаточно лишь открыть окно.

Location, Location и еще раз Location: формула работает не только для ресторанов, но и для отелей, позволяя экономить время и добираться до знаковых мест в считанные минуты и, что ценно, не снимая каблучков.

## 2. ИСТОРИЯ. СОБЫТИЯ. НАСЛЕДИЕ

Звучит как название очередной серии проекта «Намедни», но по факту любой из гранд-отелей уже вписал себя в историю города/страны или сам стал ее частью.

Какие надежды возлагал фюрер на ленинградскую «Асторию», почему для съемок «Смерти в Венеции» Висконти выбрал именно отель Des Bains, а Грейс Келли для праздничного ужина по случаю бракосочетания – Hotel de Paris, мы вряд ли доподлинно узнаем, но надо признать, что отели «высшей наценочной категории» чаще других попадают в глянцево-журналы и являются полноценными участниками светской жизни. В конце концов, если бы не отельные люксы, возможно, мир никогда не увидел такие шедевры, как: «Убийство в восточном экспрессе» Агаты Кристи (Pera Palace в Стамбуле), Stranger in Moscow Майкла Джексона (спасибо, «Метрополь», Москва) и даже знаменитые виды Темзы Клода Моне (привет, The Savoy, Лондон).

## 3. CAFÉ DE SOCIETY

Отели 5\* гордятся своими постояльцами.

«Глобтроттеры» со стажем, владельцы «фабрик и яхт», селебрити разной величины и просто люди, которые познали правила жизни немного лучше других, – назовите это добрососедством, понятным окружением, но оказаться в одном лифте со звездой оперной сцены, подстраховать в спортзале видного рэп-исполнителя или в гостиной на клубном этаже столкнуться с «жителем» списка Forbes – вполне возможный сценарий в рамках одного дня.

Кроме встреч реальных, есть еще ментальные, когда вы за приемлемые деньги можете примерить стиль жизни кого-то из великих. Люкс Стравинского в «Гранд Отель Европа», что в Петербурге, апартаменты Шанель в Lausanne Palace или 50-метровый suite в Hilton Amsterdam, где Йоко Оно и Джон Леннон боролись за мир, – доступны для бронирования и проживания.

Отдельного внимания заслуживают поклонники Бондианы, чьи путешествия тесно переплетены со сценариями фильмов и отелями 5\*, в барах которых агент 007 просил «взболтать, но не смешивать», среди них — чешский Grand Hotel Pupp, гонконгская Peninsula и еще минимум 13 отелей класса «люкс».

\*с англ. «состояние души»

\*\*с англ. «дом вдали от дома»

## 4. F&B

Всего 2 буквы, а сколько смыслов: food & beverage или целая вселенная общественного питания. Порой на этот департамент приходится больше половины всех сотрудников предприятия. Завтраки в будни, бранчи по выходным, 24-часовое обслуживание в номерах и банкетная служба позволяют постояльцу попробовать максимально разнообразные блюда из различных кухонь мира, не покидая здание. Икорная комната и водка-бар, wellness-меню и вегетарианская страничка, five o'clock tea или станция с азиатскими блюдами – предложения отелей уже давно шагнули за пределы привычной шведской линии.

Если вас тянет ближе к звездам, то, по негласной статистике, именно рестораны при отелях имеют больше всего отметок гида Michelin, поэтому в следующий раз, бронируя Nobu, имеет смысл рассмотреть seascape room на курорте-отеле Atlantis.

Бары при гостиницах 5\* тоже грех игнорировать: любимый коктейль творческой богемы «Беллини» был рожден в венецианском Cipriani, а Xander, что при Санкт-Петербургском Four Seasons, в 2021-м стал баром года, по версии WTE.

## 5. WOW-СЕРВИС

Наличием меню подушек и одеял, вечерним сервисом и батлером, который поможет распаковать чемоданы, вряд ли кого-то можно удивить, а вот трансфером на Rolls-Royce Silver Shadow 1974 года (Ciragan Palace Kempinski, Стамбул), каминным дровцеком (Barvikha Hotel & Spa, Москва) или завтраком с жирафом (Giraffe Manor, Кения) – вполне.

Гостеприимство сегмента luxury живет по своим законам и не сильно блещет разнообразием: если наволочка, то Frette, косметика – Hermes, фарфор из Севра, а продукты в США с ароматом Франции. Все для того, чтобы вам было привычно, понятно и по-домашнему.

А вообще, для того чтобы узнать, какого уровня перед вами отель, достаточно провести простой тест: если рядом со службой размещения вы видите стойку консервжа – жить можно!

## 6. STATE OF MIND\*

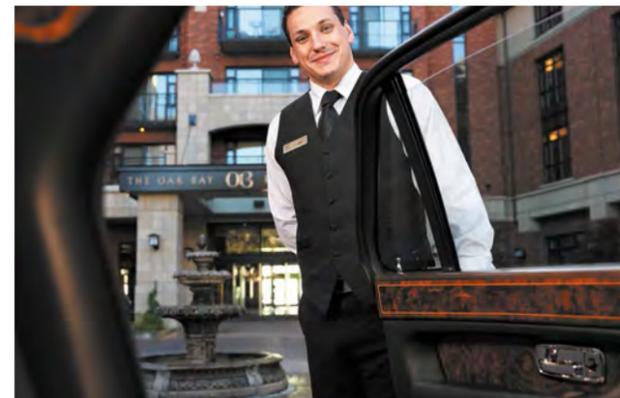
Сказать честно, все предыдущие пункты не имеют значения без одного ключевого элемента, за который мы на самом деле платим и переплачиваем, он называется... СОСТОЯНИЕ. Состояние, в котором хочется расправить спину, надеть вечернее платье, победоносно отправиться на главную встречу или принять судьбоносное решение. Возможно, именно борьба за состояние клиента создает эволюцию в сфере потребления и lifestyle. Иначе для чего нужны дальнемагистральные джеты и лимузины с увеличенной колесной базой?!

**P. S.:** Допускаю, что когда-то отель и правда выполнял лишь роль B&B (bed and breakfast), но в наше время он стал местом для встреч, проведения мероприятий, поиска вдохновения и даже романтического randevu, поэтому желаю каждому жить в разных отелях: дорогих и очень дорогих, исторических и бутиках – и найти единственный, где вы точно поймете, что такое home away from home\*\*.

# 10 ПРАВИЛ ОТЕЛЬНОГО ЭТИКЕТА



Отдых у всех бывает разным. Одни мечтают хорошо выспаться и провести время на пляже, другие приехали с детьми и хотят больше семейных приключений, третьи любят вечерние дискотеки, у бара и музыку погромче. Чтобы отдых был приятным для всех, всегда стоит помнить о золотых правилах гостиничного этикета. Рассказываем, сколько стоит оставлять чаевых, нужно ли заправлять за собой кровать и что, не нарушая правил, можно забирать с собой из номера.



## 1. Снижайте уровень шума

От путешествия у каждого гостя должны остаться только приятные воспоминания. Поэтому, даже если вы приехали на отдых большой компанией или собрали всех родственников, постарайтесь не мешать другим. Не включайте громко музыку или телевизор, не устраивайте вечеринки в номере до утра. В коридорах отелей не зря лежат ковры, это сделано, чтобы вам не мешали шаги других постояльцев.

## 2. Отключите звук гаджетов

Цифровой детокс — то, к чему часто стремятся на отдыхе. Если у вас вдруг запланированы рабочие совещания или звонки, лучше это сделать в специально отведенных местах, где вы не будете мешать другим постояльцам. У бассейна, на пляже, в холле лучше поставить телефон на беззвучный режим, чтобы звук уведомлений никого не беспокоил.

## 3. Будьте экологичным гостем

Сегодня многие отели стараются заботиться об окружающей среде. Например, строят корпуса только из экологич-



ных материалов, используют энергосберегающие лампочки, готовят из овощей от местных фермеров или организуют отдельный сбор мусора в номерах. Отель может открыто не заявлять о своем формате, но все-таки стоит быть более экологичным гостем: уходя, отключить электроприборы, не оставлять включенным свет и кондиционер, отключать воду, разделять мусор, если в номере есть специальные корзины.

## 4. Помните о чаевых

Старайтесь быть дружелюбным гостем и обращать внимание на работу персонала. Чаевые полагаются персоналу, который обслуживает вас напрямую. При этом речь идет о дополнительных услугах. Скажем, носильщик помог донести багаж до номера, а швейцар раздобыл зонт, когда внезапно начался дождь. В этой ситуации \$2-3 будет достаточно. Размер чаевых для горничной определяется степенью «звездности» отеля. Три звезды не предполагают больше \$2-3, тогда как в гостинице с четырьмя-пятью звездами не подходит оставлять меньше \$4-5. Официантам принято оставлять 5-15 % от стоимости заказа.

Учтите, в некоторых странах, например, в Японии, Китае или Австралии, вообще не принято оставлять чаевые. Такой «добрый» жест там сочтут за оскорбление.



## 5. Соблюдайте умеренность у «шведского стола»

Сегодня сложно удивить кого-то питанием с пометкой «все включено». Но иногда гость не может сдержать себя и кладет в тарелку все, что видит, заполняет едой весь стол и потом не может съесть и половины. Или еще хуже — пытается унести еду в номер. Так делать не стоит. Лучше взять немного, а позже вернуться за добавкой. Выносить из ресторана целые тарелки с едой также запрещено. Это нарушает гигиену в отеле.

## 6. Будьте аккуратны

Некоторые гости оставляют после отдыха в отеле такой беспорядок, что в номер зайти становится страшно. Конечно, поддерживать в номере чистоту и порядок входит в обязанности горничной. Однако вы можете существенно облегчить ее труд тем, что не станете разбрасывать одежду, оставлять крошки после себя, а мелкий мусор выбросите в корзину. Нужно ли заправлять постель, решать исключительно вам. В большинстве отелей горничные всегда перестелиают ее заново, чтобы на простыне не было ни единой складки, подушки были взбиты «по уставу», а на постели красовались искусно уложенные полотенца.



## 7. Соблюдайте требования к внешнему виду

Одно из главных правил гостиничного этикета — адекватный внешний вид во всех локациях отеля. Это означает, что в купальнике стоит находиться только у бассейна. Не следует ходить полураздетым по всему отелю или встречать персонал в номере в нижнем белье.

## 8. Предупреждайте персонал о своих намерениях

Сообщите о любых изменениях на ресепшен заблаговременно. Например, если не хотите, чтобы к вам сегодня приходила уборщица, если вы собираетесь позавтракать в номере или планируете выехать или заехать пораньше.



## 9. Уведомляйте персонал о гостях

Тайное появление гостей в вашем номере может не совпадать с правилами отеля. Лучше заранее уточнить, можно ли приглашать гостей извне в номер, а особенно, оставлять их на ночь.

## 10. Брать или не брать

Помните, далеко не все в номере находится в вашем безвозмездном пользовании. Однако некоторые вещи можно смело положить в свой чемодан на законных основаниях. Например, одноразовые тапочки. Владельцы большинства гостиниц ничего не имеют против, поскольку этот аксессуар после однократного использования постояльцами все равно приходится выкидывать. Почти во всех отелях действует негласное правило. Предметы, англоязычные названия которых начинаются с буквы S, разрешается взять с собой. В их число попадают миниатюры shampoo (шампунь), shower gel (гель для душа), shower cap (шапочка для купания), soap (мыло), stationery (канцелярский мини-набор). Что точно не следует забирать с собой, так это полотенца и банный халат.



Гости студии  
Thai Lotus  
Тина Болдарева  
с дочерью Марией  
и сыном Робертом



Продюсер съемки: НАТАЛЬЯ ГАНИХИНА  
Макияж и причёски: ЛИЛИЯ АНСАТАРОВА  
Фото: АННА УТЕШЕВА  
Локация: THAI LOTUS на Севастопольской, 2/3

# Сертификат в Thai Lotus – заботливый подарок для любимых людей

СТУДИЯ ТАЙСКОГО SPA THAI LOTUS

Тюмень

- ул. Комсомольская, 8
- ул. Малыгина, 86/1
- ул. Севастопольская, 2/3

тел. (3452) 55 55 33

www.thailotus.ru



Thai Lotus  
студия тайского spa

ООО «ТАУ». ОГРН 1217200011137. Лицензия ЛО-72-01-003612 от 15 февраля 2022 г.

Реклама.



САМЫЙ ЯРКИЙ  
ПОВАР МИРА

# ПРАВИЛА ЖИЗНИ ДЖЕЙМИ ОЛИВЕРА

Джейми Оливер — один из самых известных и влиятельных поваров на телевидении. Его считают популяризатором домашней кулинарии и здорового питания. Даже те, кто далек от мира кулинарии, хотя бы раз слышали его имя. Знаменитый шеф пережил трудное детство с дислексией, славу и разорение — у него закрылось 70 ресторанов. Тысяча сотрудников лишилась работы. Но это не сломало дух Оливера — он выпустил детскую книгу и анонсировал новый ресторан, потому что просто не может без этого жить.

**Я вырос настоящим деревенским мальчиком в Клаверинге, в графстве Эссекс, примерно в 18 милях от Кембриджа. К пяти годам я уже помогал родителям в пабе The Cricketers, мыл стаканы и нарезал овощи за 1 фунт в час. Я уже тогда очень хорошо владел ножом и, честно говоря, даже в детстве готовил неплохо.**

**Мои родители научили меня трудовой этике. Тому, как относиться к другим с уважением и дружелюбием, а также тому, как оставаться вежливым, даже когда вы в стрессе. Засучивайте рукава и идите вперед, если хотите чего-то добиться.**

**Мои мама и папа относились к рабочему классу. Я понятия не имею, почему все эти люди, которых я встретил в кулинарном шоу The Naked Chef на телевидении, думали, что я какой-то привилегированный богатый ребенок, который ходил в частную школу.**

**Я ОСОЗНАЛ, ЧТО ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ УСПЕХА ВАЖНО ДУМАТЬ И ВДОХНОВЛЯТЬСЯ ЖЕНСКИМИ ЧЕРТАМИ, ТАКИМИ КАК ЗАБОТА И ЭМПАТИЯ**

**Я был пухлым и толстым ребенком и настолько плохо учился в школе, что мне требовались дополнительные уроки для самых простых предметов. После 12 лет карьеры и успеха я осознал, что моя жизнь сильно изменилась. Я смотрел в зеркало и задавал себе вопрос: «Черт возьми, что стало с этим ребенком?» (у Джейми Оливера диагностировали дислексию. — Прим. ред.).**

**Кулинария была моим спасением, когда в школе дела шли плохо. Я уходил от плохих оценок, плохих отношений, плохих родительских собраний — просто уходил в паб к родителям и там смог добиться успеха. Мне очень повезло, потому что я рано нашел дело своей жизни. Но не всем детям так везет.**

**Интернет позволяет мне глубже изучать рецепты, без ограничений по времени, в отличие от телевидения. Здесь нет потерь ин-**

формации на монтаже, и это дает свободу для творчества.

Я осознал, что для достижения успеха важно думать и вдохновляться женскими чертами, такими как забота и эмпатия.

Всегда верил, что то, что происходит со мной, похоже на флюгер того, что произойдет со всеми остальными. Важно задаваться вопросами: «Могу ли я принести ценности в мейнстрим?» и «Могу ли я принести ценности на "главную улицу"?»

Когда я выпускаю новый проект, чувствую себя очень уязвимым. Например, когда создавал Billy and the Giant Adventure (книгу, которую он написал для детей в локдаун. — Прим. ред.), я читал ее детям по ночам. Делать это в свое личное время было для меня чрезвычайно сложно, и даже стыдно делиться этим с миром. Однако я понял, что важно не бояться быть уязвимым и делиться своим творчеством и идеями с общественностью, даже если это вызывает страх и сомнения.

На самом деле, я не люблю драться. Я вообще-то очень застенчивый, не люблю попадать в неприятности.

Моя жена Джудс редко попадает на камеру, потому что она не очень любит давать интервью. Но в нынешнем мире все довольно публично, не так ли?

Я верю, что каждый человек заслуживает доступ к качественной пище, особенно на рабочих местах. Часто в офисах, где не подают обед или ужин, сотрудники не имеют другого источника питания, кроме как купить KitKat в автомате. Если у вас есть 5000 человек, которые принимают звонки в течение трех смен, было бы правильно дать им выбор.

У меня была, пожалуй, лучшая группа ресторанов на планете в течение семи лет. И потерял я ее в течение четырех лет. Думаю, главный вывод из всего этого — доверять своему инстинкту и своей интуиции.

Каждый маленький седой волосок, каждая морщинка делают тебя сильнее. Но трудности нужно встречать достойно, ничего не дается просто так.

Честно говоря, я не знаю, как случилось, что мы дожили до банкротства. Мы все еще пытаемся разобраться с этим, но, я думаю, что высшее руководство, которое у нас было, пыталось справиться с тем, что они назвали



**ДАЖЕ ЕСЛИ ТЫ ПРЕУСПЕВАЕШЬ, ТЕБЯ ВРЕМЯ ОТ ВРЕМЕНИ БУДУТ «ИЗБИВАТЬ». МЕНЯ «БЬЮТ» ПО КРАЙНЕЙ МЕРЕ РАЗ В ТРИ ГОДА, И ЭТО НИКОГДА НЕ БЫВАЕТ ПРИЯТНО**



бы идеальным штормом — арендная плата, ставки, снижение цен на центральных улицах, цены на еду, Брексит, рост минимальной заработной платы. Много чего произошло.

Не доверяйте слепому одному человеку, который утверждает, что что-то — «чушь». Важно подвергать информацию критической оценке.

Дислексия помогла мне стать более терпеливым. Когда я писал первые три книги «Голый повар», то ни разу не взял за ручку, все записывал на диктофон. А цифры записывал на чеках и подставках для пива.

Я убрал субпродукты из питания, обязался сохранить в блюдах минимум 65% мяса. Это мой способ внести революцию в питание и улучшить качество продуктов для детей и семей.

Даже если ты преуспеваешь, тебя время от времени будут «избивать». Меня «бьют» по крайней мере раз в три года, и это никогда не бывает приятно.

Моя книга — это одно, но что насчет открытия нового ресторана? Я думаю, что рано или поздно мне придется вернуться к этому. Без ресторана я не могу быть полностью счастливым и полноценным.



## Приглашаем в первую мультиформатную сеть кофеен «Максим»



**МАКСИМ**

сеть кофеен

Газовиков, 73  
Герцена, 94  
Сперанского, 17  
Московский тракт, 35а  
Олимпийская, 9  
Орджоникидзе, 52  
Республики, 24  
Ильюшина, 10  
Советская, 126  
Семовских, 10  
Ямская, 92





# ПАПА СНІСКО

КАК ИЗ КУРИНОЙ ЗАБЕГАЛОВКИ СЕРГЕЙ ЛЕБЕДЕВ ПОСТРОИЛ КРУПНЕЙШУЮ СЕТЬ КОРЕЙСКОГО СТРИТФУДА В РОССИИ

СЕРГЕЙ ЛЕБЕДЕВ – ОСНОВАТЕЛЬ ФЕДЕРАЛЬНОЙ СЕТИ КОРЕЙСКОГО СТРИТФУДА СНІСКО. ЗА ПОЧТИ ЧЕТЫРЕ ГОДА ИЗ НЕБОЛЬШОЙ ЗАБЕГАЛОВКИ С ДВУМЯ ВИДАМИ КУРИЦЫ ЕГО БИЗНЕС ПРЕВРАТИЛСЯ В САМУЮ ЯРКУЮ И БЫСТРОРАСТУЩУЮ ФРАНШИЗУ. СЕГОДНЯ ЕГО СЕТЬ НАСЧИТЫВАЕТ 26 ТОЧЕК ПО РОССИИ С СУММАРНОЙ ВЫРУЧКОЙ ОКОЛО 800 МЛН РУБЛЕЙ. РЕСТОРАНЫ СНІСКО БЬЮТ РЕКОРДЫ ПО ВЫРУЧКЕ, И ЭТО НЕИЗБЕЖНО ПРИВЛЕКАЕТ ИНВЕСТОРОВ. ТОЛЬКО В ИЮЛЕ 2023 ГОДА СЕРГЕЙ ПРОДАЛ БОЛЬШЕ 20 ФРАНШИЗ. В ПЛАНАХ КОМПАНИИ – ОТКРЫТЬ БОЛЬШЕ 25 РЕСТОРАНОВ ПО РОССИИ И В СНГ В БЛИЖАЙШЕМ БУДУЩЕМ. О ТОМ, КАК ДОБИТЬСЯ ОЧЕРЕДЕЙ В СВОИ РЕСТОРАНЫ, ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ РАССКАЗАЛ В БОЛЬШОМ ИНТЕРВЬЮ ЖУРНАЛУ МАХИМУМ.

## Курица как способ вдохновиться

*Сергей Лебедев вырос в Медведково, окончил Московский горный институт и после устроился работать в шахтах Норильска. После двух месяцев непростой работы он понял, что профессия не сочетается со здоровым образом жизни. Лебедев вернулся в Москву и через некоторое время открыл первое кафе Chisko Rico за пару месяцев до пандемии – в январе 2020 года.*

*Опыта в предпринимательстве у Сергея не было. До этого Лебедев работал тренером по тайскому боксу и продвигал бизнес в социальных сетях. Но полное отсутствие опыта в общепите не помешало уже через год после открытия вывести заведение на прибыль.*

### Максимум: Сергей, расскажи, с чего начинался Chisko, как ты пришел к идее открытия своего бизнеса?

**Сергей Лебедев:** Если коротко, в 18 лет начал работать тренером по тайскому боксу, которым занимался с детства. И до 23 лет был тренером. Попутно где-то лет в 19 мне пришла идея создать во «ВКонтакте» новостной паблик для района Медведково в Москве. Что-то вроде «Подслушано» (сеть известных пабликов «ВКонтакте»). – Прим. ред., он назывался «Медведково онлайн». Сообщество вел сам: ходил по району, снимал новости, рекламировал свой клуб тайского бокса. Получалось классно, аккаунт стал расти, ко мне начали обращаться за рекламой.

Но мне тогда даже на 100 рублей было страшно продать рекламу. Потом встретились люди, которые сказали: «Вообще-то на этом можно хорошо зарабатывать». Подсказали, что делать. Деньги с рекламы я вкладывал в развитие блога и открытие новых пабликов: Отрадное, Алтуфьево, Свиблово и так далее. У меня появилась сеть районных сообществ, которую я потом продал.



С партнером Артёмом Роширом на открытии Chisko в Петербурге (июль 2023)

Так я научился снимать рекламу и писать посты, в том числе для рестораторов. Начал разбираться, как правильно подать сильные стороны заведения, как снять видео. Это дало мне базовое понимание маркетинга. Однажды ко мне за рекламой обратился корейский ресторан в Москве. Они хотели рекламировать доставку корейской курицы. Я на тот момент ни разу не был в Корее и не знал ни корейскую кухню, ни культуру. Меня пригласили в гости, дали попробовать курицу. И я настолько в нее влюбился – ничего подобного не пробовал – что целый год ходил к ним только за этим блюдом. Предлагал владельцам вместо огромного ресторана на тысячу квадратных метров открыть маленькие точки – как с шаурмой, только с курицей. Потому что такого в Москве никто не готовил. Они идею не поддерживали. А потом уволился повар, и курица перестала быть такой вкусной.

Я тогда сильно расстроился – был готов душу продать за этот чикен. И именно в тот момент мне в голову пришла навязчивая идея – открыть свое кафе с корейской курочкой. Рецепт соуса я узнавал из интернета: перепробовав различные варианты и приблизившись к тому самому вкусу, я решился. Так и началась история Chisko.

### Насколько знаю, на открытие ушло 500 тысяч рублей – личные сбережения. Ты открыл кафе в январе 2020 года и уже через год вышел на прибыль, но первые полгода вышли не самыми удачными, верно?

Я планировал, что будет 500 тыс., в итоге оно обошлось мне в 1,5 млн рублей. И да, первое время оказалось убы-

ОДНАЖДЫ КО МНЕ ЗА РЕКЛАМОЙ ОБРАТИЛСЯ КОРЕЙСКИЙ РЕСТОРАН В МОСКВЕ. Я ПОПРОБОВАЛ ИХ КУРИЦУ И ВЛЮБИЛСЯ. ПРЕДЛАГАЛ ВЛАДЕЛЬЦАМ ВМЕСТО ОГРОМНОГО РЕСТОРАНА НА ТЫСЯЧУ КВАДРАТНЫХ МЕТРОВ ОТКРЫТЬ МАЛЕНЬКИЕ ТОЧКИ – КАК С ШАУРМОЙ, ТОЛЬКО С КУРИЦЕЙ, НО ОНИ ИДЕЮ НЕ ПОДДЕРЖАЛИ



точным. В январе и феврале 2020-го дневная выручка Chisko Rico (так называлось первое кафе. – Прим. ред.) не превышала 7 000–10 000 рублей. У меня не было ни концепции, ни дизайна, ни позиционирования. Никто не понимал, что за корейская курица. И я – без опыта в бизнесе, не считая продажи рекламы в пабликах. Но это не имеет ничего общего с операционкой. А тут нужно разбираться в операционных процессах, быть и управленцем, и официантом, и кассиром, и уборщицей. Поэтому в кафе был жесткий убыток – минус 200 000 рублей в месяц. Зарабатывал я только на рекламе в пабликах. Это были все мои деньги, которые приходилось тратить, чтобы поддержать на плаву «Чико Рико». А потом случился локдаун. Но именно он стал стимулом для роста. В локдаун мне пришли идеи, которые помогли выжить в кризис и которые до сих пор двигают нас впе-

### Интересный факт:

Сегодня сеть Chisko насчитывает 26 точек в Москве, Новосибирске, Санкт-Петербурге, Тюмени, Грозном и других городах России с суммарной выручкой около 800 млн рублей. Управляющая компания также нарастила годовую выручку – с 2,8 млн руб. до 116 млн рублей в 2022-м году

В САМЫЕ УБЫТОЧНЫЕ ДНИ, ЧТОБЫ ХОТЬ КАК-ТО ПРИВЛЕЧЬ ВНИМАНИЕ ПРОХОЖИХ, ПРИШЛОСЬ РАЗДЕТЬСЯ И ХОДИТЬ ЗИМОЙ ПО УЛИЦЕ ПОЛУГОЛЫМ, РАЗДАВАЯ РЕКЛАМНЫЕ ЛИСТОВКИ, – «ОБНАЖЕННЫЙ МАРКЕТИНГ» СРАБОТАЛ

ред. Это стало поворотным моментом. Я начал понимать, что работаю не для тех людей.

### Как ты справлялся в минуты, когда на счету минус, а ты работаешь и за повара, и за официанта? В СМИ писали, что ты ходил полуголым на улице в мороз и раздавал листовки, чтобы привлечь внимание.

**Что помогло тебе держаться и не закрыть дело?** Был уверен, что если люди попробуют мою курицу, то обязательно в нее влюбятся. Думал: раз мало гостей, значит, просто не все еще попробовали. Поэтому очень настойчиво предлагал курицу: тем, кто стоял за кофе или просто проходил мимо. Меня посылали, грубили – я всем надоед, но мне было нечего терять. Под конец месяца я совершил отчаянный шаг: вышел на мороз в одних шортах и начал раздавать прохожим рекламные листовки. «Обнаженный маркетинг» сработал – в заведение стали приходить люди, а дневная выручка в марте достигла 20 000 рублей. Я воспринимал это как успех и почувствовал себя королем. (Смеется.)

### Кстати, ту самую курочку вы сейчас подаете в Chisko?

Она продается, но сейчас не на первом месте по продажам. Chisko уже не про курицу. Концепция сети выкристаллизовалась благодаря обратной связи от клиентов и моей насмотренности. Главное – в один момент я выбрал правильную целевую аудиторию. Первое время не знал, кто мой гость, думал, что это такие же мужики, как я. Долгое время ориентировался на них и терпел убытки. А потом понял, что моя аудитория – любители корейской еды и культуры. Они слушают k-pop (корейский поп – направление в музыке) и смотрят дорамы (корейские сериалы). И вот после того, как понял, что мои основные гости – это девушки 15–25 лет, Chisko начал расти. И с ростом очень помогла моя будущая супруга. Я познакомился с Валерией спустя полгода после создания

ПОСЛЕ ТОГО, КАК  
Я ПОНЯЛ, ЧТО  
МОЯ ОСНОВНАЯ  
АУДИТОРИЯ – ЭТО  
ДЕВУШКИ 15–25 ЛЕТ,  
CHICKO НАЧАЛ РАСТИ



Chicko и сразу пошел в рост по прибыли. Она начала мне во многом помогать. И сейчас Валерия – директор по развитию Chicko.

**Получается, есть не только папа Chicko, но и мама Chicko?**

Есть. (Улыбается.)

**Интересно, что вы называете свои рестораны не ресторанами, а домиками. И создаете не просто заведения, а объединяете людей вокруг себя – делаете комьюнити, которое разделяет ваши ценности. Ты сам пришел к тому, что нужно не просто подавать вкусную еду в красивом месте, а предлагать что-то большее гостям, объединять их?**

То, что люди приходят в ресторан не для того, чтобы набить живот, а за эмоциями, я понял, еще когда вел паблики, и рекламировал другие рестораны. Мы всегда в рекламе делали упор на интересную подачу, атмосферу. Но я забыл про это, когда открывал первый «Чико», потому что с делами был полный бардак.

А потом наступило новое время. Я выбрал свою целевую аудиторию, и понял, что в «Чико» приходят не только ради того, чтобы поесть. Точнее увидел подтверждение своим словам.

Мы открыли место, где люди могут разделить свой интерес к корейской культуре. У нас можно потанцевать или прийти в костюм – никто за это не осудит.

Мы умеем объединять фанатов корейской культуры и создавать комьюнити. Когда другие корейские рестораны открываются, у них нет такого ажиотажа, а у нас – очереди. Потому что они предлагают просто еду.

Чтобы создать комьюнити, нужно много времени, это не сделать за месяц. Нужен минимум год, чтобы взрастить сообщество вокруг бренда. И у нас это получилось.

## Путь к франшизе

*Впервые на прибыль Chicko вышел спустя год после основания. Это позволило открыть новые точки. Все заведения открывались под новым названием – Chicko. Слово Rico убрали, потому что оно больше ассоциировалось с мексиканским направлением. За это время случилось важное – на Сергея вышел новый партнер в Москве, который поверил в бизнес Лебедева и стал одним из инвесторов. Это помогло выйти в плюс и вырасти в несколько раз.*

**Расскажи о партнере, который помог тебе выйти на новый уровень. Как получилось, что вы начали сотрудничество?**

Мы познакомились в августе 2021 года. На тот момент у меня было три ресторана, 70 тысяч подписчиков в Instagram\* (запрещен на территории РФ). Он посчитал, что я один из тех фаундеров, который горит своей идеей.

ПЕРВУЮ ФРАНШИЗУ  
МЫ ЗАПУСТИЛИ  
В СЕНТЯБРЕ 2022 ГОДА  
В НОВОСИБИРСКЕ ВМЕСТЕ  
С РЕСТОРАТОРОМ ОЛЕГОМ  
ИОНКО И РАЗОРВАЛИ  
ВЕСЬ ГОРОД. ПОСЛЕ НА  
МЕНЯ СРАЗУ ПОСЫПАЛИСЬ  
ЗАЯВКИ НА ФРАНШИЗУ,  
И НАСТОЛЬКО МНОГО, ЧТО  
Я СТАЛ ВЫБИРАТЬ САМЫХ  
КРУТЫХ

Поэтому он захотел зайти со мной в партнерство и открыть рестораны в центре Москвы.

Конечно, мне после плачевного опыта с франшизой было страшновато. Боялся, что меня опять обманут.

А тут еще и сразу в центре открываться – до этого у меня аренда была 150 000 руб. в месяц, а на Покровке, где мы нашли помещение, платеж сразу 1 млн руб.

Но я переборол страх, принял решение, мы выстроили модель нашего сотрудничества и открыли первый ресторан. Сразу договорились, что у партнера будет эксклюзив по городу.

**Расскажи о первом неудачном опыте франшизы, что тогда произошло?**

Я продал франшизу после четырех месяцев работы, был в убытках и оказался не готов к продаже. Франшизы не было как таковой. Просто идея и рецепты. Но человек почему-то решил открыть заведение с таким же меню и такой же идеей. Конечно, мы о таком не договаривались. Он просто меня скопировал, поэтому остался на том же уровне. У нас же идея изменилась, мы скакнули на миллиард шагов вперед. Так что да, первый опыт был не очень удачным, но, положив руку на сердце, – не было тогда никакой франшизы.

**Как ты тогда пришел к идее франшизы? С чего начал?**

Это произошло чуть больше года назад. Первую франшизу мы запустили в сентябре 2022 года в Новосибирске вместе с ресторатором Олегом Ионко. Партнерство оказалось успешным. У нас была полноценная франшиза: мы прописали стандарты, к нам приезжали учиться, мы сами выезжали в город с командой, помогали по всем законам хорошей франшизы.



С партнером Дмитрием Ким на открытии второго домика в Алматы (июль 2023)

ПАРТНЕР ФРАНЧАЙЗИ ПЛАТИТ ВЗНОС 6 МЛН РУБ. – СТОЛЬКО СТОИТ ФРАНШИЗА – И ВКЛАДЫВАЕТ ИНВЕСТИЦИИ. ЕГО ЗАДАЧА – ЭФФЕКТИВНО ПОСТРОИТЬСЯ В СРОК. НЕ НУЖНО ДУМАТЬ, КАК ПРИВЛЕКАТЬ ГОСТЕЙ

А когда с первого открытия разорвали весь Новосибирск, на меня сразу посыпались заявки на франшизу. И настолько много, что я стал выбирать самых крутых. У нас сейчас среди партнеров топовые рестораторы из своих городов, в том числе Лариса Невидайло в Тюмени. С ней и Олегом Ионко мы планируем открывать франшизы еще в нескольких городах страны.

**Насколько вообще сложно было запускать первую франшизу? Вы готовились?**

Мы к этому не готовились, потому что не было опыта во франчайзинге. Взяли за основу опыт московской коман-

ды, с которой открыли девять точек, и решили, что будем открывать ресторан в городе партнера как для себя. Так с Олегом и получилось, мы сопроводили запуск на всех этапах. Можно сказать, вместе спроектировали, построили ресторан, обучили персонал. Сделали так, чтобы большая часть процессов была завязана на нас. Сейчас у нас есть сайт «Университет Chisko», где лежат все учебалки, методики. Компания взяла на себя практически все вопросы. Партнер платит взнос 6 млн руб. – столько стоит франшиза – и вкладывает инвестиции. В среднем на 170 квадратных метров выходит 21 млн рублей без паушального взноса. Его задача – эффективно построиться в срок. А мы занимаемся тем, что обучаем сотрудников, помогаем открываться и делаем так, чтобы открытие ресторана стало для города событием.

**При этом эффективность вашей схемы очень высокая. В соцсетях вы делитесь успехами – города один за другим бьют рекорды по выручке с квадратного метра, и цифры превышают принятые стандарты в отрасли.**

По рынку общепита мы делаем феноменальные результаты. В октябре 2023-го открылись в Уфе, Иркутске и Грозном. В Уфе, где 48 посадочных мест. Они сделали в первый день работы 853 000 рублей. Это очень круто!

**Вы всегда стараетесь открываться в центре города, в топовой локации. Придерживаетесь правила «локация, локация и еще раз локация»?**

У нас сразу планка была высокой. Когда открывали первый ресторан по франшизе в Новосибирске, Олег Ионко взял помещение на самой проходной улице. Ресторан стал очень успешным, не хотелось занижать планку. Поэтому при продаже франшизы я как правообладатель говорю: «Ребята, найдите для Chisko самое лучшее помещение, мы как “Макдоналдс”». Я заинтересован в том, чтобы мой бренд открывался в самых крутых проходных локациях. Это уже имидж – когда ты не в подворотнях открываешься.



Осенью этого года все партнеры Chisko посетили Корею, чтобы изучить кухню и культуру страны

Но у нас и партнеры все очень мощные. Для них центральные локации в порядке вещей. Никто не спорит, все понимают, что такому популярному заведению, о котором пишут СМИ и к которому выстраиваются очереди, нужно топовое помещение. На самом деле, для Chisko уже не обязательно быть на проходной улице. Потому что мы действуем через все соцсети. Людям уже неважно, где ты находишься. Называешь в соцсетях адрес – и к тебе придут хоть на окраину города.

Главный рецепт Chisko

*На открытии ресторанов Chisko неизбежно собираются очереди. Причину успеха Chisko Сергей Лебедев не скрывает и верит, что его концепция будет успешна и в больших, и малых городах России и стран СНГ.*

**Топовые партнеры, топовые локации – это составляющие рецепта успеха Chisko. Но точно есть секретный ингредиент. Ты в интервью упоминаешь, что вы запускаете рекламу задолго до открытия ресторана. Дело в грамотном таргетологе?**

На самом деле я до сих пор руковожу таргетом. Недавно я взял к себе помощника, передаю опыт и обучаю, объясняю, что запуск города должен выглядеть «вот так» и такие нужны креативы, настройки. Он берет и по ленте запускает новый город. А новые креативы, текст, видео делаю я. Потому что знаю, что нужно показать нашей аудитории, чтобы она увидела объявление и сразу захотела кликнуть по ссылке. Есть триггеры, которые помогают достичь цели проще и быстрее.

**Пробовал делегировать таргетированную рекламу полностью?**

Я работал с тремя наемными таргетологами, все они только мешали. Потому что каждый пытается делать так, как его где-то научили. А у меня цена за переход – от 3 до 6 рублей стоит. В среднем по России подписчик обходится 10-14 рублей.

Это очень дешево. Каждый подписчик – моя целевая аудитория, потенциальный клиент. Он потом приходит в ресторан и делает средний чек на тысячу двести рублей. Потом приходит снова. Окупаемость десяти рублей нереальная.

**То есть успех в ресторанном бизнесе зависит от правильно настроенной рекламы?**

Не совсем. Нужно выбрать свою целевую аудиторию и удовлетворить ее желания и потребности. Делать упор не только на еду. Еда, естественно, должна быть само-



Открытие Chisko в Тюмени (июль 2023). С партнерами Ларисой Невидайло и Олегом Ионко

Интересный факт:

Только в июле 2023 года Chisko продали больше 20 франшиз. Франчайзи в Москве платят предпринимателю по 400 000 в месяц и 6% от выручки. В регионах – 4% роялти и 3% маркетинговый взнос. У основателя нет доли в ресторанах, но он может участвовать в принятии решений. Лебедев как бы сдал бизнес в аренду – получает дивиденды и при этом управляет развитием сети

го высокого качества. Но очень важна эмоциональная составляющая, чтобы гости получали то, что им нужно. Мы выбрали свою аудиторию и увидели понятный тренд на Азию. Поэтому рост логичен.

**Расскажи о планах. Ты говорил, что вы планируете открыться в городах с населением больше 100 000 человек. Хватит ли емкости рынка и силы тренда, чтобы реализовать планы? Тем более со средним чеком в 1200 рублей – для жителя маленького города это может оказаться существенной суммой.**

Смотря какой регион. Да, есть небогатые города, поэтому мы думаем ввести градацию ценовой политики. У нас будет как минимум 2-3 разных уровня цен в зависимости от логистики, уровня доходов населения.

КАЖДЫЙ ПОДПИСЧИК – МОЯ ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ, ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ КЛИЕНТ. А ОН ПОТОМ ПРИХОДИТ В РЕСТОРАН И ДЕЛАЕТ СРЕДНИЙ ЧЕК НА ТЫСЯЧУ ДВЕСТИ РУБЛЕЙ. ОКУПАЕМОСТЬ ДЕСЯТИ РУБЛЕЙ НЕРЕАЛЬНАЯ

Что касается емкости рынка, считаю, что чем город меньше и чем он депрессивнее, тем наша концепция будет успешнее. Потому что мы про эмоции. Уверен, там будет всегда высокая посещаемость. Подождем модель для таких городов, сделаем коробочное решение, чтобы инвестиций в ресторан было меньше, чем для города-миллионника. Сейчас под каждое помещение у нас разная вентиляция, разная мебель. Если будет идти речь о городах в 100-150 000 человек, сделаем решение с одинаковым дизайн-проектом, оборудованием, мебелью. Такой проект потребует меньше инвестиций. Естественно, мы не будем открывать в стотысячнике ресторан на 30 миллионов. Также у нас в планах выйти на зарубежный рынок, страны СНГ, Турция, ОАЭ, Корея. Моя задача – сделать так, чтобы о нас знали даже в Корее, чтобы мы были на слуху. Недавно мы с нашими франчайзи-партнерами сделали большой выезд в Корею – нас было 18 человек из разных городов страны. Была цель – познакомиться с Кореей и с едой, которую мы готовим. И, конечно, объединить партнеров, чтобы лучше чувствовать бизнес. Каждый день мы посещали разные рестораны, пробовали стритфуд. Следующей осенью снова полетим, на этот раз доедем до Пусана и острова Чеджу. Считаю, такие выезды очень важны для партнеров, чтобы у нас была не просто франшиза, а семья.

**В одном из интервью ты отмечал, что если тренд на Корею пройдет, вы найдете другой тренд, но основная ЦА всегда будет такой – это девушки 15-25 лет. Тут можно поспорить: а что будет, когда ваша целевая аудитория вырастет?**

Безусловно, наша аудитория растет, и у них будут свои дети, которых они приведут к нам. Поэтому, чтобы быть всегда на гребне волны, чтобы зарабатывать большие прибыли, нужно следить за трендами. Я выбрал моноаудиторию и понял, что хочу работать только с ней. Поэтому мы, скорее, не только про корейский стритфуд, а про комьюнити и про азиатские тренды в целом. Наша аудитория любит японский стритфуд. Есть кое-что из китайского – «фрукты в стекле», например.

Исходя из этой логики, нам нужно следить за пожеланиями целевой аудитории и воплощать их в жизнь. Мы планируем в Москве в следующем году открывать «Chicko – второй мир». Это будет японский стритфуд, аниме, японская культура. Потому что внимание нашей аудитории смещается в сторону Японии, а мы учитываем все пожелания гостей и следуем трендам.

**Видела, что вы запускаете линейку одежды на Wildberries. Если не ошибаюсь, это как раз про то, что ты говоришь, – вы создаете целую экосистему, которая закрывает разные потребности вашей ЦА.** Да, мы только недавно запустили одежду на Wildberries, просто дали анонс только в наших каналах. В итоге за сутки продали одежды на 2 млн рублей. Поэтому будем продолжать делать одежду разных видов, с разными дизайнами. Сначала хотели открывать «Чикошопы», но после успеха на WB поняли, что пока можно сосредоточиться на маркетплейсах. Этим направлением у меня занимается партнер, который полностью разбирается в WB.



Лариса Невидайло с партнером Олегом Ионко в Корее

**По итогам этих трех лет с момента основания бизнеса, когда первое кафе было убыточным, до сегодняшнего дня, когда у тебя одна из самых успешных франшиз в России, стал ли ты счастливее?**

Вопрос сложный. С одной стороны, я безумно счастлив, с другой – сейчас на мне такое количество ответственности и задач, которые не дают спокойно жить. Иногда захожусь в тревоге из-за этого. Но прямо сейчас я счастлив. Мы запустились на WB, это был очередной успех. А потом опять какая-нибудь идея в голову придет, и я снова начну беспокоиться. *(Улыбается.)*

У НАС СЕЙЧАС СРЕДИ ПАРТНЕРОВ ТОПОВЫЕ РЕСТОРАТОРЫ ИЗ СВОИХ ГОРОДОВ, В ТОМ ЧИСЛЕ ЛАРИСА НЕВИДАЙЛО В ТЮМЕНИ. С НЕЙ И ОЛЕГОМ ИОНКО МЫ ПЛАНИРУЕМ ОТКРЫВАТЬ ФРАНШИЗЫ ЕЩЕ В НЕСКОЛЬКИХ ГОРОДАХ СТРАНЫ

# СИЛА — В СПОРТЕ

ПРАВИЛА ЖИЗНИ СЕРГЕЯ ЛЕБЕДЕВА

**Закаливание, тренировки, гвоздестояние помогают поддерживать высокий уровень энергии и быть продуктивным.** Если делаешь это в начале дня, то весь день будешь очень энергичным, сможешь выполнить больше задач, не будет сонливости. И утром, конечно, важно принять холодный душ, потренироваться – разогнать кровь.

**Любовь к спорту у меня с детства.** Я всегда увлекался боевыми искусствами, долгое время работал тренером по тайскому боксу.

**Тяга к закаливанию пришла ко мне случайно.** Шесть лет назад постоянно болел ангиной. В один момент подумал – хватит болеть, надо укреплять организм. И почему-то мне пришла идея закаливания. А я тогда очень любил бегать. Решил зимой в минус 10 пробежать без футболки, просто в шортах. Выбежал. Сначала заболел. Но после выздоровления продолжил, и с тех пор не болею вообще ничем серьезным, кроме насморка. Ангина ушла в прошлое. А потом нашел в закаливании много новых преимуществ: бодрость, радость жизни, молодость кожи.

**Я приверженец правильного питания и за здоровый образ жизни. Но при этом стритфуд – не про ПП.** Всегда самое вкусное – это жареное, жирное, сладкое, острое. Просто я настолько влюбился в эту кухню, что мне сложно изменить свои привычки. Стараюсь находить компромисс между своим здоровым образом жизни и вкусной едой.

**Одно из главных решений и компромиссов для меня – выстроенный график питания.** Я ем три раза в день и между этими приемами пищи не перекусываю, пью много воды. Завтрак в 10 ч., обед в 13 ч., ужин в 18 ч. Между ними ни кусочка нельзя класть в рот. Зато во время приема пищи могу позволить себе все что угодно. Так не набираю вес и нет дурацкой сонливости.

**Если мужчина неуверенный и нерешительный, ему рекомендуют отправляться в спортзал, потому что это повышает уровень тестостерона.** Когда у мужчины низкий тестостерон, он не хочет власти, денег, славы. И если тестостерона не хватает, спорт помогает лучше всего. Поэтому нужно идти тренироваться в зал, осваивать боевые искусства, получать адреналин. Тогда ты захочешь чего-то достигать. Спорт придает решимости и смелости.

КОГДА У МУЖЧИНЫ НИЗКИЙ ТЕСТОСТЕРОН, ОН НЕ ХОЧЕТ ВЛАСТИ, ДЕНЕГ И СЛАВЫ. ПОЭТОМУ, ЕСЛИ ТЕСТОСТЕРОНА НЕ ХВАТАЕТ, НАДО ИДТИ В ЗАЛ. СПОРТ ПРИДАСТ РЕШИМОСТИ И СМЕЛОСТИ

**Предприниматель должен уметь принимать смелые решения.** Я постоянно ловлю себя на мысли, когда делаю новые проекты и открываю рестораны: «Блин, как же стремно». Каждый раз. Но все равно делаю. А потом вспоминаю и думаю – вот что было стремного? Все же получилось.

**Все ключевые решения по развитию компании принимаю совместно с женой.** Все, что я делаю для компании, делаю вместе с ней. Она вдохновляет и очень помогает. Рост Chisko начался после того, как я встретил ее.

**Операционка – не то, что меня вдохновляет.** Я больше про стратегию, мне нравится следить за трендами, искать новые идеи в таргете, маркетинге. А операционкой у меня благополучно занимаются коллеги.

**В корейскую культуру я погружен достаточно сильно:** слушаю k-поп, смотрю дорамы, знаю почти все корейские блюда. Считаю, что выполняю роль главного маркетолога компании. А главный маркетолог не может не знать всего. Но в команде у меня есть люди, которые увлечены сильнее меня. В будущем у нас будет отдел, который будет отслеживать тренды.

**Так получилось, что гости сами назвали меня Папа Чико.** В комментариях написали: «мы у Папы Чико». Я подумал, это идеально подходит под мою концепцию. У нас гости вообще много чего придумали, например, наш девиз: «Любовь – главный ингредиент».

# ВСЕ ЗВЕЗДЫ В ОДНОМ БОКАЛЕ

ОПЕРА И ШАМПАНЬ – ДВА ВЕЛИЧАЙШИХ, СОВЕРШЕННО УНИКАЛЬНЫХ, СЛОЖНЫХ  
И МНОГОГРАННЫХ ТВОРЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСТВА.

Истинно понять, дотронуться до обеих — достаточно долгий и тернистый путь: кто-то влюбляется сразу же и беспamięтно, кому-то нужны десятилетия для того, чтобы вникнуть и принять все благородство и величие произведений. Между ними я сам часто ставлю знак равенства, так как обе разговаривают с нами, пытаются объясниться в любви, одна — на итальянском языке и нотами, а вторая путем французских звездных пузырьков в бокале.

Не зря выдающиеся люди мира имели своего фаворита в форме изящного перляжа, который сопровождал их во время всех взлетов и падений. Великий Наполеон Бонапарт говорил, что в победе мы заслуживаем шампанское, а в поражении мы в нем нуждаемся.

Исторически так сложилось, что на самых важных эпохальных событиях шампанское того или иного дома всегда присутствовало как знамя победы, мира и созидания.

Блистательный шампанский дом Pol Roger был любим Сэром Уинстоном Черчиллем, он оставался верным ему на протяжении всей своей жизни. Именно из-за этого мир увидел уникальное именное Cuvée Sir Winston Churchill урожая 1975 года – одно из редчайших ювеев в мире. Компания даже предоставляла Черчиллю свое вино в эксклюзивной таре, оно подавалось ему по утрам. В 1965 году, после кончины великого политика, дом ввел в оформление бутылки черную траурную ленту.

Чтобы действительно понять Шампань, нужно хотя бы раз дотронуться до величественного региона. Шампань — это образ жизни, искусство и наука в своем единстве. У нее, безусловно, миллион ипостасей, при этом время постоянно вносит свои ремарки. Например, XXI век стал для Шампани самым противоречивым, самым изменчивым периодом всей истории региона.

Будучи крайне ретроградным апелласоном, имея богатейшую винодельческую и культурную историю, сегодня Шампань - это чистое



○  
**АРТЕМ МКРТЧЯН,  
СОМЕЛЬЕ, ОСНОВАТЕЛЬ  
БУТИКА DECANT  
В ЕРЕВАНЕ,  
СПЕЦИАЛЬНО ДЛЯ  
ЖУРНАЛА МАХИМУМ**

поле для экспериментов и смелых новаторств. Вместо столетиями принятого триумвирата сортов винограда (пино нуар, минье и шардоне) сейчас на арене целых 7 сортов, совсем скоро появится и восьмой. К трем прибавились еще четыре стареньких, полузабытых товарища (петит мелье, арбан, пино блан и пино гри). Безусловно, главной причиной этого стало глобальное потепление, однако сам факт поражает заядлых ценителей.

Целый эшелон новых, молодых и амбициозных энологов творит чудеса сегодня в Шампани. Они активно играют с различными по форме и материалу емкостями (от терракота до стальной бочки, от бетонных яиц до древних глиняных амфор из Грузии). Многие начали активно производить в регионе тихие вина под апелласоном Coteaux Champenois Rouge и Blanc, ну и, конечно же, очень актуальным стал изящный сладкий диджестив Ratafia (виноградное сусло крепится дистиллятом, затем выдерживается в дубовой бочке). Даже один из самых знаковых и именитых домов Domain Drapper стал производить Ratafia для своих поклонников.

Считаю недопустимым не упомянуть о смелости и виртуозности современных сомелье, которые, не щадя себя, придумывают невообразимые эногастрономические коллаборации шампани и высокой кухни. Новым веянием стали также сочетания самым «негуманным образом» — шампань и KFC, шампань и попкорн, ну а еще круче — шампань и картофель фри).

В целом восхищаться шампанским и Шампанью я могу вечно, точно так же, как слушать Триумфальный марш из величественной оперы Джузеппе Верди «Аида» и пить маленькими глоточками Domain Tarlant в долине Марны, мечтая и пытаясь запомнить каждый пузырек.

Кстати, эту статью я написал во время полета из Парижа в Ереван в ноябре этого года после очередной поездки в этот волшебный регион Франции, а в наушниках играл гений Моцарт (финальная сцена у Don Giovanni).



## МЕДИЦИНСКИЙ ЦЕНТР «МИРОМЕД»

УЖЕ 12 ЛЕТ ПРОВОДИТ ОПЕРАЦИИ ПО ВОССТАНОВЛЕНИЮ  
ЖЕНСКОГО И МУЖСКОГО ЗДОРОВЬЯ.

**Мы предлагаем широкий спектр  
пластических операций:**

- Абдоминопластика
- Липосакция
- Грудь под ключ
- Ринопластика
- Блефаропластика и другие!

- Каждый месяц **акции** на операции
- Беспроцентная **рассрочка**
- Самая **большая команда** пластических хирургов в Тюмени
- **Имеется лицензия** на проведение пластической хирургии
- Программа выполняется **квалифицированными врачами**, имеющими необходимые сертификаты



ул. Орловская, 54  
+7 (3452) 560-900  
[vk.com/miromed\\_72](https://vk.com/miromed_72)  
[www.miromed72.ru](http://www.miromed72.ru)



ФОТОГАЛЕРЕЯ  
РАБОТ ЗДЕСЬ

# КАК РОТШИЛЬДЫ СОЗДАВАЛИ ИДЕАЛ. ВИНО С ИСТОРИЕЙ



СЕМЬЯ РОТШИЛЬДОВ (ROTHSCHILD FAMILY) — ОДНА ИЗ САМЫХ БОГАТЫХ И ИЗВЕСТНЫХ ДИНАСТИЙ БАНКИРОВ. ВПРОЧЕМ, БАНКОВСКИМ ДЕЛОМ ИХ ИНТЕРЕСЫ НЕ ОГРАНИЧИЛИСЬ. ЗНАМЕНИТАЯ СЕМЬЯ ПРОИЗВЕЛА РЕВОЛЮЦИЮ В ВИНОДЕЛЬЧЕСКОМ ИСКУССТВЕ, И ДО СИХ ПОР ВИНО РОТШИЛЬДОВ ЦЕНЯТ ВО ВСЕМ МИРЕ. А ВСЕ БЛАГОДАРЯ СМЕЛОСТИ, ДЕНЬГАМ И ЛЕГКОМУ СОПЕРНИЧЕСТВУ МЕЖДУ ДВУМЯ ВЕТВЯМИ СЕМЬИ.

## ИСТОРИЯ РОТШИЛЬДОВ: НАЧАЛО

История династии Ротшильдов началась в XVIII веке. Родоначальником ее стал Амшель Мозес Бауэр. Над его ювелирной лавкой в еврейском квартале Франкфурта висела вывеска красного щита с золотым римским орлом. Этот знак и стал базой для народного прозвища («Rot Schild» по-немецки — красный щит), которое позже превратилось в фамилию. Первым, кто зарегистрировал слово в качестве родового имени, стал сын Бауэра — Майер Амшель. Он стал первым Ротшильдом.

Майер Амшель Ротшильд занимался скупкой старинных монет, медалей и антиквариата. Коллекционирование тогда могли позволить себе исключительно аристократы с высоким доходом, а значит, и клиентов надо было искать среди элиты.

Бывший купец Ротшильд не боялся идти на сделки с представителями высшего света, он смог сохранить и приумножить капитал клиентов. Ему стали доверять. Прибыль и популярность росли, укреплялось положение в обществе и постепенно лавка с обменом монет превратилась в банк. К началу XIX века состояние Майера превышало уже 1 миллион талеров, а после смерти совокупный капитал бизнеса был вдвое больше активов Французского банка.

Бизнес Майера разделили пять сыновей. После этого они разъехались по странам Старого Света. Первый сын — Амшель — был правой рукой Майера и получил должность главы Франкфуртского банка. Соломон вел семейное дело в Австрии, Натан — в Британии, Джеймс — во Франции, а Калман — в Италии. Сыновья Майера смогли продолжить дело отца и создали сеть банков по всей Европе. А один из внуков Майера стал основателем винного бизнеса.



Натаниэль Ротшильд



Майер Амшель (Аншель) Ротшильд



Семейный герб Ротшильдов

## КАК ПОЯВИЛОСЬ ВИНО РОТШИЛЬДОВ

Винную традицию в семье Ротшильдов начал барон Натаниэль — один из сыновей барона Натана английской ветви династии. Натаниэль заинтересовался виноделием и в 1853 году прибыл во Францию, чтобы работать со своим дядей Яковом. Молодому виноделу рассказывали о благородном вине, которое производит бордоское винодельческое хозяйство Бран-Мутон. Он попробовал вино и настолько изумился качеству напитка, что купил поместье Шато Бран Мутон в Пойяке в 50 км от Бордо.

Тем временем, не только Натаниэль заглядывался на винный бизнес. Дядя Натаниэля — Яков Майер Ротшильд (хотя в Европе он более известен как Джейкоб или Джеймс) — давно мечтал приобрести роскошный виноградник по-соседству. Он «охотился» за известным поместьем 38 лет! В поместье производили великолепное вино «Шато Лафит». На тот момент вино Lafite уже имело большое признание и ему не нужно было доказывать статус.

## НАЧАЛО СОПЕРНИЧЕСТВА БРАТЬЕВ РОТШИЛЬДОВ

Первую попытку купить поместье Яков сделал в 1830 году, но получил категорический отказ. Спустя 38 лет и несколько попыток владелец сдался и продал виноградники Якову. По иронии судьбы, тот умер спустя три месяца. За дело взялись сыновья.

Покупка еще одного винодельческого хозяйства привела к соперничеству между двумя

ВИННУЮ ТРАДИЦИЮ В СЕМЬЕ РОТШИЛЬДОВ НАЧАЛ БАРОН НАТАНИЭЛЬ — ОДИН ИЗ СЫНОВЕЙ БАРОНА НАТАНА АНГЛИЙСКОЙ ВЕТВИ ДИНАСТИИ. В 1853 ГОДУ ОН ПРИБЫЛ ВО ФРАНЦИЮ, ПОПРОБОВАЛ БОРДОСКОЕ ВИНО И НАСТОЛЬКО ИЗУМИЛСЯ КАЧЕСТВУ НАПИТКА, ЧТО КУПИЛ ПОМЕСТЬЕ ШАТО БРАН МУТОН В ПОЙЯКЕ В 50 КМ ОТ БОРДО



Шато Лафит Ротшильд

ветвями семьи Ротшильдов. Но это была больше дружеская конкуренция без враждебности. Chateau Lafite уже тогда было самым знаменитым из бордоских шато, его с восхищением называют «князем виноградных лоз». Вина хозяйства подавались во время праздников, гуляний и даже к столу Людовика XV и других французских королей.

Однако Шато Мутон и Шато Лафит имели существенные различия. В 1855 году французские вина были квалифицированы. Chateau Lafite было удостоено самой престижной оценки — первый класс, а вот Chateau Mouton Rothschild получило лишь вторую категорию. Барон Натаниэль был возмущен. Ему даже приписывают фразу: «Первым быть я не могу, до второго не снизойду, я есть Мутон».

Натаниэль покинул виноградники и уехал в Лондон. После его смерти винодельческое поместье по наследству перешло сыну — барону Джеймсу, а затем внуку — барону Анри. Однако оба не проявляли интерес к винному искусству.

Все изменилось, когда в 1922 году 20-летний Филипп де Ротшильд — младший сын барона Анри и правнук барона Натаниэля — стал собственником поместья. Молодой человек, как и все в династии, занимался банковским делом, но кроме этого увлекся виноделием. Личность Филиппа сыграла решающую роль в истории вина Ротшильдов.

Когда барон Филипп де Ротшильд начал управлять винодельческим поместьем, оно находилось в упадке. Строения требовали ремонта, не было электричества и телефонной связи. Из уцелевших зданий была только конюшня. Филипп оказался увлеченным человеком и четко знал, что нужно делать для развития бизнеса. Он восстановил виноградники, закупил оборудование, построил дом и винодельню. Наконец, поместье Шато Мутон стало достойным конкурентом поместью Шато Лафит. После того, как база для идеала была готова, Филипп приступил к нововведе-

ПОКУПКА РОДСТВЕННИКОМ ЕЩЕ ОДНОГО ВИНОДЕЛЬЧЕСКОГО ХОЗЯЙСТВА ПОСОСЕДСТВУ ПРИВЕЛА К СОПЕРНИЧЕСТВУ МЕЖДУ ДВУМЯ ВЕТВЯМИ СЕМЬИ РОТШИЛЬДОВ. НО ЭТО БЫЛА БОЛЬШЕ ДРУЖЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ БЕЗ ВРАЖДЕБНОСТИ. CHATEAU LAFITE УЖЕ ТОГДА БЫЛО САМЫМ ЗНАМЕНЫТОМ ИЗ БОРДОСКИХ ШАТО, ЕГО С ВОСХИЩЕНИЕМ НАЗЫВАЮТ «КНЯЗЕМ ВИНОГРАДНЫХ ЛОЗ»



ниям, которые многие называют революцией в виноделии.

Первое нововведение пришлось на 1924 год. Ротшильд потребовал, чтобы вина стали бутылковать прямо в поместье, а не отгружать негодантам в бочках (негоданты — посредники, которые покупали вина у производителей и перепродавали на рынке). Так Филипп был уверен, что вино не теряет свой первозданный вкус. Он сказал: «Я хочу полностью контролировать свое вино от виноградника до бутылки». Вскоре все крупные винопромышленники последовали его примеру.



Филипп де Ротшильд был эксцентричным шоуменом. Он стал первым в виноделии, кто ввел традицию украшать каждый новый витраж бренда этикеткой, которую он заказывал, к слову, именитым художникам, таким как Василий Кандинский, Сальвадор Дали, Генри Мур, Марк Шагал, Энди Уорхол

Спустя два года винодел решил на еще одно важное изменение. Ротшильд поручил архитектору Чарльзу Сиклису построить под замком большой 100-метровый погреб, который сохранился до сих пор.

Филипп де Ротшильд был эксцентричным шоуменом и искал возможность привлечь внимание. Он стал первым в виноделии, кто ввел традицию украшать каждый новый витраж бренда этикеткой, которую он заказывал, к слову, именитым художникам.

В 1945 году барон поручил известному художнику Филиппу Жюллиану создать этикетку, посвященную победе над Германией, где будет обыграна буква «V» — Victory. Позже вино этого года выпуска станет одним из самых дорогих в истории винодельни Ротшильдов.

Затем над созданием и оформлением этикеток для Ротшильда работали Василий Кандинский, Сальвадор Дали, Генри Мур, Марк Шагал, Энди Уорхол. При этом рассчитывались Ротшильды не деньгами, а вином. Исполнителям передавали ящики, в которых непременно были бутылки того вина, этикетку для которого создавал художник.

## ВИНО «МУТОН КАДЕ» — КОМПРОМИСС И ШАНС ДЛЯ РОСТА

История создания Mouton Cadet начинается в конце 1920-х годов во времена неурожая, охватившего Францию. Вина, произведенные в этот период, казались недостойными называться Chateau Mouton Rothschild. Поэтому уже в 1930 году, чтобы не портить репутацию своего шато, предусмотрительный Филипп де Ротшильд создает вино под названием Mouton Cadet, что в переводе с французского означает «младший брат». Таким образом, он создал новое вино недорогой марки, которое стало доступно обычным людям.

Mouton Cadet имело большой успех. Чтобы удовлетворить спрос и повторить триумф вина, Филипп де Ротшильд был вынужден обратиться за виноградом на соседнее хозяйство. Изначально вина производились с апелласоном Пойяк, но с ростом спроса стал использоваться виноград с апелласоном Сент-Эстеф и Медок.

В 1973 году произошло событие, которое до сих пор вызывает споры. Одни считают, что



Поместье Шато Лафит



Филипп де Ротшильд гуляет по своему имению

это заслуга трудов владельца виноградников и сотрудников хозяйства. Другие думают, что за этим решением стоит неограниченная власть денег династии Ротшильдов. Тем не менее, впервые с 1855 года в статус виноградников Франции было внесено изменение — тогдашний министр сельского хозяйства страны Жак Ширак своим указом присвоил Chateau Mouton Rothschild вместо второго класса первый. Больше в истории французского виноделия подобного не происходило.

Условное соревнование между ветвями Ротшильдов достигло апогея. Одним из честолюбивых замыслов Филиппа, когда он начал заниматься виноделием в 1922 году, было желание добиться пересмотра классификации Chateau Mouton. Он это сделал и доказал, что его вино ничем не хуже Chateau Lafite.



Виноградники Шато Мутон Ротшильд

Дружеское противостояние двух винодельческих хозяйств продолжилось даже после смерти барона Филиппа де Ротшильда. В 1988 году главой Chateau Mouton станет дочь барона Филиппина.

Практически сразу Филиппина смогла в два раза увеличить объемы продаж хозяйства. В 1991 году она запустила белую линейку Aile d'Argent, а в 1993 году — второе вино Le Petit Mouton. В 1991 году построили новую винодельню в калифорнийских землях Ротшильдов, и вскоре после этого любимое детище барона Филиппа, вино Opus One, получило мировую известность. В 1997 году Филиппина создала еще один бренд премиального вина за пределами Бордо — знаменитое чилийское вино Almaviva.

А Шато Лафит тоже переживал изменения благодаря сильным руководителям. В 1974 году винодельческим хозяйством стал управлять барон Эрик де Ротшильд. Тот дал производству новый толчок и постепенно обновил команду. Были посажены молодые виноградные лозы,



Винные погреба Шато Лафит Ротшильд

ЛИЧНОСТЬ БАРОНА ФИЛИППА СЫГРАЛА РЕШАЮЩУЮ РОЛЬ В ИСТОРИИ ВИНА РОТШИЛЬДОВ. В 1988 ГОДУ ГЛAVOЙ CHATEAU MOUTON СТАЛА ДОЧЬ БАРОНА - ФИЛИППИНА. ПРАКТИЧЕСКИ СРАЗУ ОНА СМОГЛА УВЕЛИЧИТЬ ОБЪЕМЫ ПРОДАЖ ХОЗЯЙСТВА В ДВА РАЗА

применены улучшенные удобрения и использованы уникальные способы защиты растений. В 1994 году в шато даже был приглашен технолог Шарль Шевалье, строго следящий за качеством создаваемых вин. Шато Лафит приобретет еще несколько винодельческих хозяйств во Франции и за рубежом, семейное предприятие Domaines Barons de Rothschild (Lafite) значительно увеличит площади своих виноградников и объемы производства.

Несмотря на многолетнюю конкуренцию между двумя хозяйствами, им удалось сохранить дружеские и семейные отношения. Целью каждого было желание превзойти своего соседа. И это оказало хороший эффект, потому что «Мутон» и «Лафит» — культовые вина. И каждый, кто увлекается искусством и историей виноделия, знает названия знаменитых сортов и стремится попробовать бокал напитка с удивительной историей.



Филипп де Ротшильд и его дочь Филиппина



Шато Мутон Ротшильд

## САМЫЕ ДОРОГИЕ ЭКЗЕМПЛЯРЫ ВИН РОТШИЛЬДОВ



CHATEAU LAFITE  
1787 года

СТОИМОСТЬ: \$160 000

Цена этой бутылки была вполне объяснима. Вино обнаружили в одном из замурованных подвалов Парижа. Когда зрел виноград для этих вин, назревала и Великая французская революция. Ценности добавил тот факт, что на бутылках обнаружили гравировку «Th.J.». Эксперты расшифровали ее как Thomas Jefferson и объявили, что собственником этого вина являлся третий американский президент. Будучи послом во Франции, Джефферсон много времени проводил в Бордо и в Бургундии, где покупал вино для себя и друзей. Бутылку вина пробрел на аукционе Christie's в Лондоне в 1985 году Кристофер Форбс — сын известного миллиардера.



CHATEAU LAFITE  
ROTHSCHILD  
1869 года

СТОИМОСТЬ: \$233 973

Три бутылки были проданы на аукционе Sotheby's в Гонконге в ноябре 2010 года. Имя коллекционера тогда не раскрыли. Интересно, что начальная цена была в несколько раз ниже аукционной — вино рассчитывали продать по \$8 000 за бутылку, а продали по \$233 973 за бутылку. Если посчитать, то это \$29 000 за бокал вина. Эта покупка установила мировой рекорд и попала в заголовки мировых СМИ. Почему именно урожай 1869 года так привлек коллекционеров? Редкое вино — это самый первый урожай, который произвела семья Ротшильдов в замке Лафит. Винтаж 1869 года был не единственным лафитом, который ушел с молотка на аукционе Sotheby's в Гонконге. В тот день продали 2000 бутылок из подвалов знаменитой винодельни на общую сумму более \$8,5 млн.



CHATEAU MOUTON  
ROTHSCHILD  
1945 года

СТОИМОСТЬ: \$310 700

Вино продали на аукционе в 1947 году. На этикетке была изображена буква «V» как символ Победы. Во время войны барон Филипп де Ротшильд вынужден был уехать из оккупированной Франции в Великобританию. Тем не менее производство вина продолжалось и без него. Большая часть вина отправлялась в Германию. По окончании войны, чтобы отпраздновать победу и отметить возвращение на свою землю, барон Филипп попросил художника Филиппа Жюллиана проиллюстрировать этикетку. На бутылках была изображена буква «V» (Victory).

# ФИНАНСОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ И НАСЛЕДИЕ КАПИТАЛА



**СЕРГЕЙ ПАСТУХОВ – СЕРТИФИЦИРОВАННЫЙ ФИНАНСОВЫЙ СОВЕТНИК И ОСНОВАТЕЛЬ ИНВЕСТИЦИОННОЙ КОМПАНИИ PASTUKHOV CAPITALIS. СЕГОДНЯ В ПОРТФЕЛЕ ЕГО ГРУППЫ КОМПАНИЙ НАХОДИТСЯ БОЛЕЕ 15 000 КВ. М КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ И ОКОЛО 700 МЛН РУБЛЕЙ ПРИВЛЕЧЕННОГО КАПИТАЛА. НАЧИНАЛ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ С РАБОТЫ ПО НАЙМУ, К 24 ГОДАМ У НЕГО БЫЛО ШЕСТЬ КВАРТИР, А К 30 – БИЗНЕС С МНОГОМИЛЛИОННЫМ ОБОРОТОМ. О ТОМ, КАК ПРИНЦИПЫ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПОМОГАЮТ ДОСТИГАТЬ ЦЕЛИ, СЕРГЕЙ ПАСТУХОВ РАССКАЗАЛ В ИНТЕРВЬЮ ЖУРНАЛУ MAXIMUM.**

**Maximum:** Сергей, в одном из интервью вы рассказывали, что родились в обычной семье в селе с населением в полторы тысячи человек. Как пришли к тому, что у вас свой бизнес и пул инвесторов, которые с вами работают годами?

**Сергей Пастухов:** Примерно на третьем курсе в институте у меня сформировался вопрос: как работают деньги? А если задать правильный вопрос, считай, проблема наполовину решена. Я начал искать ответы: смотрел видео, изучал литературу, в том числе книги Роберта Кийосаки. В итоге пришел к цели стать предпринимателем. Это одна из ключевых стратегий по достижению высоких результатов.

Первое, с чего начал, – это создание стартового капитала. Поэтому еще в студенческие годы я устроился официантом. Пока сверстники «веселились», я работал. За два месяца достигнув пика лестничной карьеры, стал зарабатывать неплохие деньги для студента. 90% заработанных денег откладывал. На них купил первую квартиру в городе Тобольске под сдачу в аренду, хотя сам жил в студенческом общежитии.

**И постепенно из одной квартиры стало шесть?**

Да, я сдал первую квартиру и начал получать с аренды около 10 тысяч рублей в месяц. Как раз в то время мама вышла на пен-

сию – 6 тысяч рублей. То есть всего за год работы я уже обеспечил себя пенсией. Это очень мотивировало.

Параллельно учебе в институте и работе создал и запустил свой первый бизнес. После выпуска из института у меня уже было шесть квартир, которые сдавались и приносили хорошую прибыль. Я переехал в Тюмень и здесь постепенно увеличил количество квартир в управлении до 20. Однако со временем понял, что действующий арендный бизнес перестал коррелировать с моими долгосрочными целями. Поэтому погрузился в тему ценных бумаг, хотя финансовое положение уже позволяло жить за счет сформированного капитала.

**Тогда тема частных инвестиций была не очень развита, верно?**

Это был 2014 год, количество брокерских счетов в стране не превышало 1 млн. Для страны с численностью в 140 млн это меньше 1% населения, в то время как в Европе и США данный показатель колебался от 20 до 60%.

Я погрузился в тему фондового рынка и ценных бумаг, и здесь тоже стало получаться. Знакомые начали задавать вопросы, просили научить. Тогда я понял, что у людей есть сложности с формированием и управлением капиталом. Стал активно консультировать.

Сейчас до сих пор продолжаю инвестировать в ценные бумаги, но квадратные метры так и не отпускают. Где-то с 2018 по 2022 год я дополнительно занимался флиппингом (покупка и ремонт квартир с последующей перепродажей), мы с партнерами реализовали порядка 200 квартир. Сформировалась целая команда, сейчас в компании работает 35 человек.

**Как вы привлекали инвесторов под флиппинг?**

Инвесторы, которые работали со мной по фондовому рынку, активно интересовались инвестициями в недвижимость. Так родилась идея бизнеса. Мы вместе покупали объекты, формировали добавочную стоимость и зарабатывали на этом. Постепенно оборот превысил сотни миллионов рублей.

**А почему решили заняться коммерческой недвижимостью? Был запрос от инвесторов?**

Если у вас есть 10-20 тысяч рублей, вы можете разместить их на вкладе или купить

пару акций. Есть пара миллионов? Можно купить квартиру и сдавать в аренду. А когда вы работаете с десятками миллионов рублей, флиппинг превращается в работу ради работы – чистая операционка. Поэтому мы стали искать более масштабные варианты инвестирования. В коммерческой недвижимости один объект может стоить 50-100 млн рублей, соответственно, и приносить не меньше, чем квартиры. Поэтому коммерческая недвижимость стала следующим шагом.

**Как сейчас вы выстраиваете работу с инвесторами?**

У нас есть акционерное общество, есть капитал инвесторов. Мы покупаем имущество, управляем активами, получаем прибыль, которую распределяем между инвесторами в виде дивидендов.

Прелесть в том, что инвестору не нужно погружаться в работу. Когда ты покупаешь квартиру, ты вынужден уделять ей время. С акционерным обществом достаточно принять решение – и затем получать дивиденды.

Второй плюс – в высокой диверсификации рисков. Даже если ты самостоятельно инвестируешь в недвижимость, у тебя пять квартир и одно помещение под магазин – это низкая диверсификация. Сейчас у нас в работе уже более 15 тыс. квадратных метров: склады, магазины, рестораны, паркинги. Активы находятся в нашем управлении, и потерять вы их просто не можете.

**Получается, сейчас вы не просто инвестируете, а помогаете людям с высоким уровнем дохода распоряжаться капиталом, управлять им с целью сохранения?**

Да, и к этому мы прошли через боль и проблемы наших партнеров-инвесторов. Допустим, к нам приходили инвесторы, вкладывали деньги, а после получения прибыли выводили весь капитал и покупали себе новую машину или закрывали дыры в бизнесе. При таком сценарии почти нет смысла в инвестировании – один год ты на коне, в другой у тебя ничего нет.

Смысл нашего акционерного общества в том, чтобы у тебя всегда была финансовая подушка. В наше изменчивое время люди упускают главное правило: вложил в инвестиции – не трогай. Потратить можешь только дивиденды. А на вложенный капитал не считывай – это твое наследие. И точка.

**ЭТО ВАШ  
ФУНДАМЕНТ  
ФИНАНСОВОЙ  
БЕЗОПАСНОСТИ  
И НАСЛЕДИЕ,  
КОТОРОЕ МОЖНО  
ОСТАВИТЬ ДЕТЯМ  
И ВНУКАМ.  
ОБ ЭТОМ МАЛО  
КТО ДУМАЕТ, А ДЛЯ  
НАС НАСЛЕДИЕ  
И БЕЗОПАСНОСТЬ –  
ПРИОРИТЕТ**



## КОРПОРАТИВНАЯ ФИЛАНТРОПИЯ В ТЮМГУ

### КАК ВЫПУСКНИКИ И ДРУЗЬЯ ПОМОГАЮТ УНИВЕРСИТЕТУ РАЗВИВАТЬСЯ

**ФОНДЫ ЦЕЛЕВОГО КАПИТАЛА (ОНИ ЖЕ – ЭНДАУМЕНТ-ФОНДЫ) – ВАЖНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПОДДЕРЖКИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ. ОНИ ИМЕЮТ ДЛИТЕЛЬНУЮ ИСТОРИЮ И АКТИВНО РАЗВИВАЮТСЯ. СЕГОДНЯ В ВЕДУЩИХ РОССИЙСКИХ ВУЗАХ ДЕЙСТВУЕТ 125 УНИВЕРСИТЕТСКИХ ЭНДАУМЕНТОВ.**

**О**собенность их работы в том, что эндаументы аккумулируют благотворительные пожертвования, но не расходуют их. Вместо этого деньги передаются в доверительное управление брокеру, инвестируются и реинвестируются, а вот доход от такого размещения средств направляется на поддержку талантливых студентов и развитие университетов.

В ТюмГУ эндаумент появился в 2009 году по инициативе Геннадия Филипповича Куцева – доктора философских наук, академика и бывшего ректора университета. Недавно в университете учредили стипендию имени Г. Ф. Куцева – ее будут получать 10 талантливых студентов.

О стипендии, развитии эндаумента и культуре корпоративной филантропии мы поговорили с ректором Тюменского государственного университета, председателем Правления Фонда целевого капитала ТюмГУ Иваном Романчуком.

**Maximum:** Иван Сергеевич, зачем университету эндаумент? Какие у него цели и миссия?

**Иван Романчук:** Дальше будет про деньги, но самое главное в работе фонда – это сопричастность, накопленный репутационный капитал. Судите сами, если в начале работы фонда на энтузиазме несколько десятков преподавателей вуза сделали первые вклады, то сегодня регулярные взносы стали хорошим тоном и потребностью как для научных сотрудников, так и для администрации вуза, более того, теперь и студенты знают о фонде и с удовольствием участвуют в его пополнении. Это говорит об уважении внутренней аудитории к университету.

Мы поступательно развиваем фонд в логике корпоративной филантропии: к пожертвованиям привлекаем также наших выпускников и партнеров, брендируем мероприятия университета. Иными словами, для нас важно, чтобы эндаумент стал делом всего сообщества.

ТюмГУ – достаточно молодой университет, нам всего 93 года. И это уже больше, чем средняя продолжительность жизни. Мы понимаем, что университет – это про время. А чтобы развивать все новые и новые поколения студентов и выпускников, университету нужен вечный источник дохода, каким является эндаумент. Фонд представляется нам своеобразным вкладом, который, увеличиваясь благодаря друзьям и партнерам, помогает университету получать дополнительные средства на поддержку талантов.

**Кстати, о сообществе. Что движет людьми и какой средний размер пожертвования?**

Большинство людей, которые жертвуют в фонд, просят об анонимности. Это внутренняя высокая потребность людей сказать спасибо вузу, дать немного больше, чем просто слова благодарности.

Долгое время крупными жертвователями были именно компании – в первую очередь, ПАО «Банк ВТБ» и ПАО «Сбербанк».

Но, когда 2023 год мы объявили годом частного дарителя, их доля в объеме привлекаемых средств выросла до 63%. Физические лица в этом году внесли в эндаумент 2,6 млн рублей. Это настоящие патриоты вуза – сотрудники, выпускники, которым действительно есть за что поблагодарить альма-матер. Как правило, они жертвуют по 500-1000 рублей, хотя, конечно, бывают и более крупные суммы.

**А как насчет экономической ситуации? Получается ли развивать фонд в современных условиях?**

Несмотря на экономическую ситуацию, наши отношения с корпоративными дарителями только укрепляются. Думаю, самое большое значение здесь имеет механизм инвестиций, адресованный будущим поколениям студентов и выпускников.

С 2021 года, несмотря на пандемию, санкции и иные события, нам удалось увеличить объем эндаумента на 10 млн рублей. Это многое говорит об осознанности наших дарителей в отношении филантропии.

**Действительно ли фонд помогает университету развиваться? На что расходуются средства?**

Мы понимаем, что университет – это огромное предприятие по производству и воспроизводству знаний, и иногда у нас спрашивают: «Вы ведь государственный вуз, зачем вам какая-то внешняя поддержка и Фонд целевого капитала?» Но в действительности финансы государственного учреждения четко распланированы, и дополнительные ресурсы для поддержки инициатив необходимы всегда.

**ЧТОБЫ РАЗВИВАТЬ  
НОВЫЕ ПОКОЛЕНИЯ  
СТУДЕНТОВ  
И ВЫПУСКНИКОВ,  
УНИВЕРСИТЕТУ  
НУЖЕН ВЕЧНЫЙ  
ИСТОЧНИК ДОХОДА,  
КАКИМ ЯВЛЯЕТСЯ  
ЭНДАУМЕНТ-ФОНД**

Понятно, что эндаумент – это инвестиционный инструмент, мы можем рассчитывать лишь на процент от управления капиталом. Для успешного развития нам важнократно увеличить так называемое «тело» капитала – то есть объем средств, которые находятся в доверительном управлении и генерируют доход.

Все время существования фонда средства расходовались на поддержку талантливых гимназистов и аспирантов – олимпиадников, молодых ученых, которым по тем или иным причинам не хватило бюджетных мест для бесплатного обучения в университете. В этом году мы начали постепенно развивать портфель проектов, одним из них стала именная стипендия Геннадия Филипповича Куцева.

**Расскажите о ней: как появилась идея и кто может стать стипендиатом?**

Геннадий Филиппович – важная фигура для ТюмГУ. Во многом мы обязаны ему сегодняшним образом университета. Он был одним из учредителей фонда, инициатором его создания. Поэтому новая стипендия – часть программы по увековечиванию его памяти.

Стать стипендиатами смогут 10 студентов, начиная со 2-го курса бакалавриата и старше (включая магистрантов и аспирантов). За стипендию им придется побороться: сперва написать эссе, а затем защитить проектную идею.

Поскольку Геннадий Филиппович был выдающимся стратегом и руководителем, стипендия его имени предназначена для студентов, готовых взять ответственность за развитие университета. Именно поэтому и эссе, и проектная идея завязаны на программе развития «Приоритет-2030». Итоги отбора мы объявим в конце декабря – новогодний сюрприз.

**В 2024 году фонд отметит 15-летие. Уже запланированы какие-то праздничные мероприятия?**

Мы уже разрабатываем дорожную карту юбилейного года. Разумеется, к мероприятиям привлечем и широкий круг друзей университета, крупных дарителей фонда.

Совсем скоро появится цифровой сервис, который даст возможность «подписаться» на регулярные пожертвования в фонд, чтобы можно было постоянно жертвовать комфортную сумму.

Другое событие, которое мы уже анонсировали, – это открытие мультимедийного экрана в новом корпусе на ул. Республики, 9. На нем будут демонстрироваться имена крупнейших дарителей фонда, тех, кто делает вклад в разmere нескольких сотен тысяч рублей.

*Сделать пожертвование и подробнее узнать о фонде можно на его официальном сайте [fund.utmn.ru](http://fund.utmn.ru)*

# РАЗВИТИЕ КОМАНДЫ: ТОП-5 ИНСТРУМЕНТОВ ЭФФЕКТИВНОГО РУКОВОДИТЕЛЯ

ИНТЕРЕСНАЯ ЦИФРА: ПО ДАННЫМ HEADHUNTER, КОЛИЧЕСТВО ПРЕДЛАГАЕМЫХ ВАКАНСИЙ СЕГОДНЯ ПРЕВЫШАЕТ КОЛИЧЕСТВО РЕЗЮМЕ НА 80%. РЫНОК ТРУДА ПРИНАДЛЕЖИТ СОТРУДНИКУ. КАК БЫТЬ РУКОВОДИТЕЛЮ БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ОСТРОЙ НЕХВАТКИ КАЧЕСТВЕННЫХ КАДРОВ, КАК ПРОДОЛЖАТЬ РАЗВИВАТЬ ПРОЕКТЫ?



**Вера Ахтямова,**  
HR-специалист, спикер форумов,  
эксперт СМИ и автор обучающих программ

## 1 Работать над удержанием

Это дешевле, чем долгие поиски кандидатов. Важный момент — удерживать нужно именно «своих» сотрудников — тех, кто понимает миссию компании, разделяет ценности. Цепляться за всех сотрудников из позиции «чтобы были» — не самая верная стратегия.

## 2 Развивать свою команду

Если вы еще не составили отдельный план по развитию команды на 2024 год, то сейчас самое время. Многие компании используют опросники, оценки компетенций, сверяясь со стратегией компании, но далеко не все видят слепые зоны изнутри. Гораздо эффективнее будет привлечение HR-стратега со стороны.

## 3 Усиливать и раскрывать ценности на каждой точке контакта сотрудника с компанией

Руководители часто проходят путь гостя для улучшения сервиса и так редко уделяют внимание пути сотрудника. Только так вы точно найдете моменты, в которых можно стать еще лучше для кандидата.

## 4 Развивать и транслировать HR-бренд компании

HR-бренд не менее значим в публичном поле, чем личный бренд или продвижение услуг компании. Чтобы привлечь в команду «своих», покажите, как у вас «внутри». Делитесь атмосферой, событиями, традициями: желание работать в приятной обстановке приведет к вам ваших кандидатов.

## 5 Не прерывать процесс работы с командой

Универсального решения нет. Не останавливайтесь, тестируйте гипотезы, и это принесет свои плоды. А чтобы работа с командой не отнимала дополнительное время, чтобы процесс был понятен и эффективен с первых шагов, обязательно привлекайте специалистов. Начать рекомендуем с Гайда по эффективным планеркам Веры Ахтямовой. Специально для читателей журнала Вера подготовила список правил, которые позволяют наращивать HR-бренд компании каждой встречей.



СКАЧАТЬ ГАЙД ПО ПЛАНЕРКАМ  
МОЖНО ПО QR-КОДУ

\*НАПИШИТЕ В ДИРЕКТ КОДОВОЕ СЛОВО «МАКСИМ»

ПУСТЬ КОМАНДА ВАС УСИЛИВАЕТ,  
А НЕ ЗАБИРАЕТ СИЛЫ!



КОНДИТЕРСКАЯ  
МАСТЕРСКАЯ  
МАКСИМ



**ТОРТ,** вдохновленный миром  
магии и чародейства

Консультация  
и прием заказов:  
33-65-65



# ЮЖНАЯ КОРЕЯ

## ИНТЕРЕСНЫЕ МЕСТА, ОТКРЫТИЯ И МЕДИЦИНСКИЙ ТУРИЗМ

ЮЖНАЯ КОРЕЯ – СТРАНА, ЧЬИ ЖИТЕЛИ СПЯТ В СРЕДНЕМ ПО ЧЕТЫРЕ ЧАСА В СУТКИ И МНОГО РАБОТАЮТ. ЗДЕСЬ НЕТ ПОНЯТИЯ «ОТПУСК». А ЕСЛИ ХОЧЕТСЯ ПРОВЕСТИ НЕСКОЛЬКО ДНЕЙ С СЕМЬЕЙ, МОЖНО ВЗЯТЬ ОТГУЛ. НО ЭТОЙ ВОЗМОЖНОСТЬЮ МАЛО КТО ПОЛЬЗУЕТСЯ. НАВЕРНО, ИМЕННО ЛЮБОВЬ К ТРУДУ ДЕЛАЕТ ЮЖНУЮ КОРЕЮ ТАКОЙ НЕВЕРОЯТНОЙ. КУЛЬТУРА, ИСТОРИЯ, РАЗВЛЕЧЕНИЯ, ЕДА – ТО, РАДИ ЧЕГО В СТРАНУ С НОВА И С НОВА ПРИЕЗЖАЮТ ТУРИСТЫ С РАЗНЫХ УГОЛКОВ ПЛАНЕТЫ. РАССКАЗЫВАЕМ, ЧТО СТОИТ ПОСЕТИТЬ.

# СЕУЛ

СЕУЛ – СТОЛИЦА ЮЖНОЙ КОРЕИ. ЭТОТ ГОРОД ВХОДИТ В ТОП-10 САМЫХ ДОРОГИХ И ГУСТОНАСЕЛЕННЫХ ГОРОДОВ МИРА. ПЛОТНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ В СЕУЛЕ СОСТАВЛЯЕТ ПОРЯДКА 15 000 ЧЕЛОВЕК НА КВАДРАТНЫЙ КИЛОМЕТР.

НО ВПЕЧАТЛЯЮЩИЕ ЦИФРЫ – ТОЛЬКО КРОШЕЧНАЯ ЧАСТЬ ТОГО, ЧЕМ МОЖЕТ ПОКОРИТЬ СЕУЛ. ЭТОТ МЕГАГОРОД ВРЯД ЛИ ОСТАВИТ ВАС РАВНОДУШНЫМ К КОРЕЙСКОЙ ИСТОРИИ, ПРИРОДЕ И КУЛЬТУРЕ. НЕОБЫЧНЫЕ КАФЕ С СУРИКАТАМИ, ЦЕЛЫЕ УЛИЦЫ СО СТРИТ-АРТОМ, 500-ЛЕТНИЕ ДЕРЕВЬЯ, ДРЕВНИЕ ХРАМЫ И ФУТУРИСТИЧНЫЕ ЗДАНИЯ – СЕУЛУ ТОЧНО ЕСТЬ ЧЕМ ВАС ВПЕЧАТЛИТЬ.



## ДВОРЦОВЫЙ КОМПЛЕКС КЕНБОККУН

Кенбоккун — как Кремль, но в корейском стиле. Дворец находится в самом сердце Сеула, его создали еще в четырнадцатом веке — с тех пор он не раз менял свой облик. Интересно, что построен он из дерева. На территории есть красивый пруд и беседка, где когда-то отдыхал император.

По дороге ко входу в Кенбоккун расположены интересные памятники, например, Ли Сун Сину — корейскому флотоводцу, который придумал броненосцы, когда японский адмирал Хидэеси напал на Южную Корею. И еще есть памятник правителю Сэчножа, который в 1443 году создал корейскую письменность. А прямо за этой статуей — ворота, которые ведут ко дворцу. Есть три входа, но парадный всегда закрыт, потому что предназначен для настоящего правителя.



Опытные путешественники рекомендуют посмотреть на церемонию смены императорского караула – красивое зрелище шестива корейских воинов в старинных национальных костюмах под бой барабанов



Экскурсии проводят в определенное время, одиноких туристов внутрь не пускают. Поэтому поездку нужно заранее спланировать с гидом

## ХРАМ ЧОНМЕ

Чонме — часть всемирного культурного наследия, самый древний конфуцианский храм. Его построил король Тхэджо в 1394 году, когда Сеул стал столицей.

Храм посвящен умершим королям династии Чосон, которая правила Кореей с 1392 по 1910 год. На территории хранятся поминальные таблички королей и их жен, ритуальные подношения. Здесь проводят торжественные церемонии и праздники. Идеальное место для тех, кто хочет лучше узнать историю и культуру Кореи. А еще в парке спокойно разгуливают еноты, которые не обращают внимания на людей.

Сейчас Чонме — это два больших зала и несколько приусадебных построек. Один зал — Чонжон — место для погребальных церемоний, а второй — Ённёнчжон — комната спокойствия и мира.

## SEOUL SKY

Seoul Sky — это одна из самых высоких башен в мире, а также высочайшая точка в Сеуле — отсюда открывается захватывающий вид на город. В этой башне есть уникальная особенность — стеклянный пол (кстати, самый высокий в мире), который расположен на высоте 478 метров. Дети на нем спокойно сидят и играют, а взрослые — волнуются из-за большой высоты и не устают делать впечатляющие фото.

Пол прозрачный не всегда. Эффект прозрачности включается неожиданно — все благодаря кристаллам в стекле, которые



Если в городе смог или туман, поездку лучше перенести на другой день

реагируют на микроток. Когда на стекло действует микроток, оно теряет прозрачность. Обычно пол становится прозрачным в самый неожиданный момент, и это добавляет адреналина.

Туристы рекомендуют посещать смотровую площадку вечером, чтобы застать закат — виды на город открываются потрясающие.

Еще обзорная площадка есть на телебашне. Но те, кто посещал оба места, говорят, что Seoul Sky выигрывает — обзор здесь лучше.

### ПАРК РАЗВЛЕЧЕНИЙ LOTTE WORLD

Идеальное место для семейного отдыха. Раньше парк был крупнейшим крытым парком развлечений в мире, теперь он занимает второе место в рейтинге. А еще он попал в Книгу рекордов Гиннеса.

В крытой части Adventure — большое количество аттракционов, которые работают круглый год. Также есть ледовый каток, этнографический музей, магазины, рестораны и кафе — развлечения для всех возрастов и вкусов.

Открытая часть называется Magic Island, она расположена на острове Сокчхон — аттракционов там еще больше. Наиболее известные — Gyro Spin, Atlantis и Gyro Drop. А еще там есть замок, на его фоне можно сделать красивые фотографии.

Каждый день в Lotte World проходят костюмированные, лазерные и световые шоу, театральные представления. Время в парке проходит быстро, поэтому лучше приходить с утра.



Крупнейший в мире крытый парк развлечений. Занесен в Книгу рекордов Гиннеса. На его строительство потратили больше 1 млрд долларов



### РЫНОК КВАНЧЖАН (GWANGJANG MARKET)

Здесь можно попробовать настоящую корейскую уличную еду. Рынок открылся в 1905 году и с тех пор остается самым старым работающим рынком в Южной Корее.

На первом этаже большое количество прилавков и киосков, где предлагают разные блюда: кровяную колбасу сундэ, топпокки. Рядом со многими прилавками установлены столики, где можно сразу перекусить.

Именно здесь можно прочувствовать местный колорит, увидеть, как обычно живут местные жители. «Женщины кричат и готовят еду, шум, пар и жар от печи, национальные костюмы», — так описывают это место те, кто здесь был. Отмечают, что еда вкусная и стоит недорого. Обслуживание хорошее, люди вежливые. На втором этаже продают текстиль и одежду.



Маяк-кимбап (мауак gimbar) – знаковое блюдо рынка, его стоит попробовать каждому. Это рулетки из морских водорослей, начиненные рисом, морковью, шпинатом и маринованным редисом

### РАЙОН ХОНДЭ

Если вы прибыли в Сеул, район Хондэ обязательно к посещению. Это главная молодежная локация города. Назвали район в честь местного университета Хоник — Hong ik Dae hakguo. Здесь всегда что-то происходит: ярмарки, фестивали, культурные ивенты.

Детям будет интересно поиграть на самой популярной детской площадке города, а взрослым стоит заглянуть в кафе с сурикатами. Обязательно нужно пройтись по улице с граффити и взять что-нибудь на память в магазине милых вещиц на улице университета Хоник.

Если надоест гулять, можно посетить местное шоу Нанта — это яркий бурлеск-театр, где необязательно знать корейский, чтобы понять происходящее. А после отправиться в музей льда или музей оптических иллюзий. В общем, вопроса, чем же заняться в Хондэ, точно не будет.



В библиотеку лучше идти рано утром или поздно вечером, потому что большое количество людей может смутить и помешать сделать хорошие фото

### БИБЛИОТЕКА STARFIELD LIBRARY

Самая фотогеничная библиотека мира расположена в большом торговом центре в центре Сеула COEX. Здесь больше 50 000 наименований книг — всегда есть из чего выбрать. Правда, книги без читательского абонемента вам не дадут, но можно купить книги в соседнем магазине.

Туристы приходят сюда, чтобы насладиться тишиной и непередаваемой библиотечной атмосферой, отдохнуть от городской суеты и сделать снимки на память.

### ОЛИМПИЙСКИЙ ПАРК

Парк построили в Сеуле к Азиатским играм 1986 года и Олимпийским играм 1988 года. Отличное место для прогулок — здесь большой парк скульптур, музыкальный фонтан, крепость Мончхонтхосон — древнее сооружение из 3-4 века нашей эры.

Особенно впечатляют ворота 24 м высотой — это «Врата мира на Земле», которые построили к Олимпийским играм. За Вратами мира расположена Площадь мира, от которой отходит курсирующий по парку поезд.

Это очень природная локация, здесь тщательно берегут экосистему. Поэтому в парке живут белые цапли, черные кряквы, дятлы, еноты, бурундуки, фазаны. Интересно, что на территории растут два дерева, которые находятся под охраной — одному 500 лет, другому 400 лет.



**ТОРГОВЫЙ КВАРТАЛ СЕУЛА – УЛИЦА МЕНДОН**

Центральная торговая улица Сеула, где представлены, кажется, все бренды мира. Выглядит она точь-в-точь как в любых фильмах, где есть азиатские локации, — нагромождение ярких вывесок, толпа и тысячи вариантов, как потратить деньги. Очень колоритно и интересно. Молодые люди регулярно устраивают здесь танцы и представления, поэтому у туристов всегда есть вероятность оказаться в центре городских приключений.



Мендон – самая дорогая улица Сеула с точки зрения арендной платы. Очень популярна среди молодежи и иностранцев благодаря магазинам средней и высокой ценовой категории



**ТОНДЭМУН ДИЗАЙН ПЛАЗА (DONGDAEMUN DESIGN PLAZA)**

Одно из самых впечатляющих мест в Сеуле — корейский культурный центр Тондэмун Дизайн Плаза. Здесь регулярно проходят выставки, показы мод, форумы, конференции. Комплекс построило бюро Захи Хадид, которая стала одной из самых известных женщин-архитекторов мира. По ее проектам построили десятки знаковых строений по всему миру.

Тондэмун Дизайн Плаза — здание в неофутуристическом стиле в семь этажей. Лучше увидеть центр дважды — днем и вечером. Днем можно подняться на крышу и посмотреть экспозицию внутри, впечатлиться многомерной лестницей и спуститься по плавному коридору по спирали на нулевой уровень.

Вечером можно посидеть в ресторанчике на нижнем уровне, послушать игру на фортепиано и впечатлиться вечерней подсветкой. Здесь легко ощутить себя в альтернативной реальности, потому что архитектура Захи Хадид поражает воображение.



Внешнее покрытие комплекса состоит из 45 тысяч металлических панелей различной кривизны

# СУВОН

БОЛЬШОЙ ГОРОД, ГДЕ ЧУВСТВУЕТСЯ СПОКОЙНАЯ И НЕПРИНУЖДЕННАЯ ОБСТАНОВКА. СУВОН – ОДИН ИЗ ПРОМЫШЛЕННЫХ ЦЕНТРОВ ЮЖНОЙ КОРЕИ, ЗДЕСЬ СОСРЕДОТОЧЕНЫ ПРЕДПРИЯТИЯ ХИМИЧЕСКОЙ, ТЕКСТИЛЬНОЙ, МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОЙ И БУМАЖНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ.

**КРЕПОСТЬ ХВАСОН**

На это место не жалко выделить и целый день — здесь столько всего, что пары часов не хватит, чтобы познакомиться со всеми интересностями. Кстати, еще этот комплекс называют «бриллиантовой крепостью», потому что на территории замка находятся дворцовые здания и 40 сторожевых башен. Ворота комплекса протянулись на пять километров, и при желании можно исследовать их даже пешком.

Еще одно название крепости — цветущий замок. И на это есть причина: отсюда открываются невероятные виды, каменные стены замка возвышаются прямо над зелеными садами.

Если хотите погулять и посмотреть на красоту, лучше остаться до вечера — с наступлением темноты включают подсветку, архитектура открывается с новой стороны. И людей меньше — никто не будет отвлекать.



# ПУСАН

ВТОРОЙ ПО РАЗМЕРУ ГОРОД И ФИНАНСОВЫЙ ЦЕНТР ЮЖНОЙ КОРЕИ. ЗДЕСЬ НАХОДИТСЯ КОРЕЙСКАЯ БИРЖА И ПУСАНСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФИНАНСОВЫЙ ЦЕНТР. В ЭТОМ ГОРОДЕ ПРОВОДИЛИ КРУПНЕЙШИЙ В АЗИИ КИНОФЕСТИВАЛЬ, ПОЭТОМУ ГОРОД ИЗВЕСТЕН ПО ВСЕМУ МИРУ. ПУСАН ВПЕЧАТЛЯЕТ СВОИМИ НЕБОСКРЕБАМИ, ГОРАМИ, ПЛЯЖАМИ И БУДДИЙСКИМИ ХРАМАМИ.

## ХРАМ HAEDONG YONGGUNGSA (ХЕДОН ЕНГУНСА)

Этот храм считают одним из самых красивых храмов в Корее. Сначала проходишь сквозь узкий переход, спускаешься по старинным ступеням, окруженным тростником, — вокруг ничего не видно из-за множества туристов. А потом выходишь на площадку, откуда открывается великолепная панорама, и в этот момент весь мир вокруг словно замирает — непередаваемые ощущения.

Монастырь построил монах Наон в 626 году и сначала назвал его «Помунса». Здание простояло 1300 лет, а в XX веке его разрушили японцы. Монастырь восстановили буддистские монахи во главе с унганом (священником), а потом поменяли его название.



Обычно статую Будды устанавливают на горах или возвышенностях. А здесь отошли от традиций и установили прямо у моря



## РЫНОК ЧАГАЛЬЧХИ

Чагальчхи — крупнейший рынок морепродуктов в Азии. Идеально, если хочется купить свежей рыбы или перекусить в уютных закусокных. На первом этаже можно выбрать морепродукты, а на втором их приготовят за дополнительную плату — там же можно и поесть.

Туристы, которые уже посетили рынок, рекомендуют надевать закрытую обувь — на полу бывает вода

### СМОТРОВАЯ ПЛАТФОРМА SKYWALK

В Пусане есть несколько смотровых площадок. Площадка Skywalk в форме подковы и со стеклянным полом нависает над водой с вершины 35-метровой скалы. Отсюда открывается впечатляющий вид на море и на остров Орюкдо. Можно прийти на закате и полюбоваться заходящим солнцем.



### БАШНЯ ПУСАНА DIAMOND TOWER

Еще одна локация, благодаря которой можно изучить Корею с высоты. Эта 120-метровая башня — самая узнаваемая достопримечательность города. Расположена на холме посреди парка Йондусан. На вершине есть смотровая площадка, которую создали по образцу пагоды Таботхап (находится в храме Пульгукса в городе Кеджу, о нем расскажем дальше). Оттуда открывается панорамный вид на Пусан и местную гавань. А с наступлением сумерек здесь проходит зрелищное шоу медиаискусства Fireworks Mapping Show. Посетители могут сделать снимки на память в специальной фотозоне и попробовать кофе, который готовит робот.

### BAY 101

Роскошный общественный яхт-клуб и морской центр. Здесь всегда много туристов и фотографов, которые ценят невероятные виды — здесь небоскребы, вода и яхты. Чем-то напоминает Дубай. Отсюда можно отправиться в круиз по Пусану. На территории есть несколько отличных ресторанов, где можно перекусить прямо под открытым небом.



# КЕНДЖУ

КЕНДЖУ – ПРИБРЕЖНЫЙ ГОРОД, КЛАДЕЗЬ КУЛЬТУРНЫХ И ИСТОРИЧЕСКИХ ПАМЯТНИКОВ. А ЕЩЕ ЭТО ДРЕВНЯЯ СТОЛИЦА КОРОЛЕВСТВА СИЛЛА – ТАК БЫЛО С 57 ГОДА Н. Э. ДО 935 ГОДА.

### ХРАМ ПУЛЬГУКСА

Один из самых известных храмов в Корее. Многие из тех, кто посещал разные храмы, отметили, что этот — самый запоминающийся.

Храм Пульгукса включили в список Всемирного фонда культурного наследия ЮНЕСКО. Его основали в 528 году, и за это время храм пережил много реконструкций, несколько раз его переименовывали.

Во время Имчжинской войны в XVI веке храм сильно пострадал, но в 1604 году его восстановили. Уже после этого его реставрировали еще около 40 раз в течение двух столетий.

К храму ведут 33 ступени, как символ очищения и восхождения к истине в буддизме. Здесь — умиротворение и чистейший воздух, бесконечные тропинки и статуи Будды — можно загадать желание, и оно обязательно сбудется.



# ПРИРОДНЫЕ ЛОКАЦИИ

## НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПАРК СОРАКСАН

Настоящая жемчужина — парк Сораксан в северной части страны. Сюда стоит приехать (и минимум на два дня) ради невероятных видов, гор, водопадов, природных локаций и буддийских храмов. Лучшее время для посещения — конец октября, когда горные склоны покрыты желтыми и красными красками осенних деревьев.

Сораксан окружает горный массив из 30 пиков, самый высокий из которых достигает 1708 метров в высоту. Для туристов есть удобные видовые площадки, куда можно

прийти, насладиться удивительной природой и сделать впечатляющие фото. Есть фуникулер, поэтому можно приехать с детьми. Это очень ухоженный, удобный парк с продуманными маршрутами — его очень любят туристы.

На территории парка расположены историко-культурные памятники — буддийские храмы Бэкдамса и Синхынса, 18-метровая черная статуя Будды. О парке нет ни одного отрицательного отзыва, любой человек здесь найдет что-то интересное для себя.



## НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПАРК ТАДОХЭХЭСАН

Настоящая гордость корейцев. Крупнейший парк страны, который занимает площадь в 2321,2 км<sup>2</sup>, — это практически площадь Москвы. Только 334,8 км<sup>2</sup> территории Тадохэхэсан — суша. Это архипелаг островов, которые покрыты вечнозелеными лесами. Здесь сосредоточено невероятное разнообразие птиц, животных, морских обитателей. За год в парк приезжает больше 500 тысяч туристов. А все потому, что в местную природу невозможно не влюбиться: лазурная вода, густые леса, животные и птицы на 100% погружают в атмосферу Кореи.



## НАЦИОНАЛЬНЫЙ ГОРНЫЙ ПАРК ОДЭСАН

Природный парк Одэсан — один из самых старых в Кореи. Расположен недалеко от Пхенчхана, где проходили Зимние Олимпийские игры 2018 года. Посетить парк точно стоит ради потрясающих хвойных лесов, которые покрывают горы. Здесь есть несколько горных пиков. Самый высокий — Пироборн, 1563 метра. Здесь неподалеку есть водопад Курен из 9 каскадов, особенно красив он летом, когда тонкие струи водопада превращаются в мощные потоки.

В Одэсане есть несколько специальных маршрутов для прогулок, поэтому парк популярен у местных жителей — сюда приятно приехать в выходной день и насладиться природой. Тем, кто любит историю и культуру, понравятся буддийские храмы и монастыри — в парке сохранились древние сооружения, например, древний монастырь Вольчжон-са (Woljeong-sa), который основали в 7 веке.

## ПОЛЕ ЗЕЛЕННОГО ЧАЯ BOSEONG

Место для тех, кто любит чай, невероятные пейзажи и красивые фотографии. Посон — уезд в провинции Чолла-Намдо, где находятся знаменитые чайные плантации. Здесь выращивают зеленый чай с 1600-летней историей. Поля окружены красивым горным ландшафтом с кедровыми лесами — от этих видов замирает дыхание.

В мае в Boseong проходит фестиваль зеленого чая, во время которого посетители могут собрать чайные листья и заварить чай, а также попробовать разные блюда, в состав которых входят чайные ингредиенты.

На территории расположен трехэтажный музейный комплекс со смотровой площадкой, а также обустроена парковая и лесная зоны, построена мануфактура по производству чая, беседки, каменные башни, скульптурные композиции. Можно погулять, погрузиться в историю чая и насладиться природой.



# МЕДИЦИНСКИЙ ТУРИЗМ

БОЛЬШЕ  
**90** ТЫС  
ПЛАСТИЧЕСКИХ  
ОПЕРАЦИЙ ПРОВЕЛИ  
В ДОПАНДЕМИЙНЫЙ  
2019 ГОД

БОЛЬШЕ  
**8**  
ГОСПИТАЛЕЙ ИЗ КОРЕИ  
ВХОДЯТ В ТОП-150  
ЛУЧШИХ МИРОВЫХ  
КЛИНИК 2022 ГОДА

БОЛЬШЕ  
**340** ТЫС  
РОССИЯН ПОСЕТИЛИ  
СТРАНУ В 2019 ГОДУ - ЭТО  
РЕКОРДНОЕ КОЛИЧЕСТВО  
ЗА ВСЕ ГОДЫ

За последние пять лет туристический поток из России в Южную Корею увеличился на **12,6 %** каждый год. В **2019 году был установлен рекорд** — страну посетили **больше 340 тысяч россиян**, хотя в последующие годы количество туристов не превышало 60 тысяч человек.

Не все туристы приезжают в Корею только для того, чтобы попробовать местную еду и познакомиться с культурой. Многих интересует медицина, которая в Южной Корее находится на высочайшем уровне благодаря технологиям и талантливым врачам.

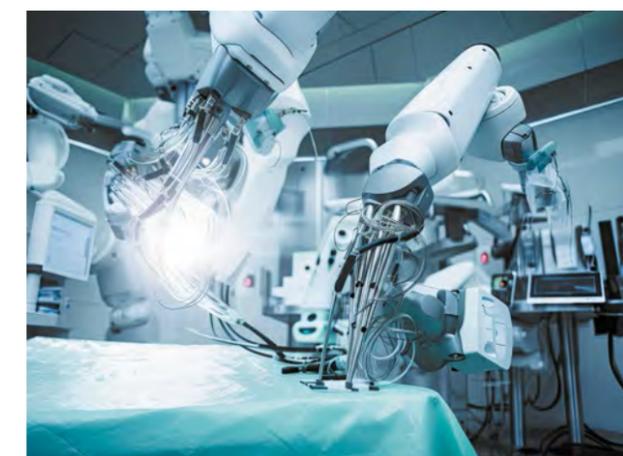
В **2019 году**, когда был пик по числу **туристов из России, 30 000 из 340 000 россиян приехали в Южную Ко-**



При этом государство активно инвестирует в сферу здравоохранения и обеспечивает адекватное соотношение цены и качества: **цены в медучреждениях Кореи в два, а то и в три раза ниже, чем в Европе.**

Страна производит качественное медицинское оборудование сама и поставляет его по всему миру — например, **томографы Samsung есть практически в каждой успешной клинике.**

Не последнюю роль играет и грамотный маркетинг. По данным на 2018 год, **Южная Корея тратила минимум \$1 млрд в год** на привлечение медицинских туристов. Власти планируют усилить это направление и создать «кластеры оздоровительного медицинского туризма» по всей стране. В этих кластерах иностранцы смогут не только пройти лечение, но и отдохнуть, совершить покупки и осмотреть достопримечательности.



В 2019 ГОДУ ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО ПАЦИЕНТОВ, ПОСЕТИВШИХ КОРЕЮ, СОСТАВИЛО ПОЧТИ ТРИ МИЛЛИОНА. БОЛЬШИНСТВО ПАЦИЕНТОВ ВЫБРАЛИ ЮЖНУЮ КОРЕЮ ИЗ-ЗА ПЕРЕДОВЫХ МЕДИЦИНСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ. ПРАВДА, В 2022 ГОДУ КОЛИЧЕСТВО ТУРИСТОВ СНИЗИЛОСЬ — ЭТО СВЯЗЫВАЮТ С ПАНДЕМИЕЙ

**рею в качестве пациентов.** Здесь развита пластическая хирургия, а также сюда прилетают для лечения онкологических, сердечно-сосудистых заболеваний, бесплодия, трансплантации органов.

Мир давно признал право Южной Кореи на сильную медицину. В **топ-150 лучших мировых клиник 2022 года** входит **восемь госпиталей из Кореи** и страна занимает **восемнадцатое место в мире** по выживаемости после лечения рака. В допандемийный 2019 год в стране провели **больше 90 тысяч пластических операций.** В **2022 году** в отделениях пластической и косметической хирургии Южной Кореи находилось **около 46,3 тысячи иностранных пациентов**, большая часть из них прибыла из США и Китая.



ЗА ПОСЛЕДНИЕ 40 ЛЕТ СРЕДНЯЯ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ЖИЗНИ В ЮЖНОЙ КОРЕЕ ВЫРОСЛА С 64,8 ДО 83,5 ЛЕТ, ЧТО ГОВОРИТ О ВЫСОКОМ УРОВНЕ МЕДИЦИНЫ. СЕКРЕТ В ТОМ, ЧТО В СИСТЕМЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ СОЧЕТАЮТ ДВА РАЗНЫХ НАПРАВЛЕНИЯ — ВОСТОЧНОЕ И ЗАПАДНОЕ

# КАКАЯ КОРЕЯ НА ВКУС?

БРЕНД-ШЕФ СЕТИ СНІСКО КУРСАНТ НУРАДИНОВ С ДЕТСТВА ЗНАКОМ С АЗИАТСКОЙ КУХНЕЙ – У ЕГО МАМЫ АЗИАТСКИЕ КОРНИ. В РАЗНОЕ ВРЕМЯ ЭКСПЕРТ СТАЖИРОВАЛСЯ В ЯПОНИИ, ИНДОНЕЗИИ И КИТАЕ. КУРСАНТ РАБОТАЛ С «ТАНУКИ», «ЧАЙХАНА НОМЕР ОДИН», LUCKY FISH, «МНОГО ЛОСОСЯ» И AVOCADO QUEEN BY NOVIKOV И РАЗРАБОТАЛ МЕНЮ ДЛЯ НЕСКОЛЬКИХ СОТЕН РЕСТОРАНОВ ПО РОССИИ И СНГ. МЫ ПОПРОСИЛИ КУРСАНТА РАССКАЗАТЬ ПРО КУЛЬТУРУ ЕДЫ В КОРЕЕ, ЧЕМ ОНА ОТЛИЧАЕТСЯ ОТ ДРУГИХ СТРАН И ПОЧЕМУ СТРИТФУД ТАК ПОПУЛЯРЕН.



Корейская кухня — не случайный выбор в моей жизни. Для меня это привычные и любимые блюда из детства, которые готовили моя мама и тетя. Можно сказать, что я с малых лет шел в конкретном направлении.

Если описать корейскую кухню двумя словами, то это сладко и остро. Но при этом, как и вся азиатская кухня, она насыщена разными вкусами. Она очень похожа на китайскую кухню, но отличается от тайландской, тайваньской, тайской и индонезийской кухонь.

Для любого корейца еда — это не просто продукты на тарелке, а часть национальной культуры. Можно с уверенностью сказать, что в Корее царит культ еды. Ее продают почти на каждом шагу. И именно поэтому там очень высоко развит стритфуд.

## СТРИТФУД В КОРЕЕ ЛЮБЯТ НЕЗАВИСИМО ОТ ВОЗРАСТА, НАЦИОНАЛЬНОСТИ И СТАТУСА. ТУТ ЛЮДИ ГОТОВЫ ОТСТОЯТЬ ОЧЕРЕДЬ ИЗ 40 ЧЕЛОВЕК, ЧТОБЫ СЪЕСТЬ РЫБНЫЕ БЛИНЧИКИ



Корейский стритфуд очень богатый и разнообразный, но при этом доступный и простой. Там в порядке вещей готовить еду в небольшом киоске или в передвижной палатке. В фуд-траке (фургон с мини-кухней и холодильником) или в фуд-байке (трехколесный велосипед с большой корзиной). Торговец просто берет газ, маленькую плиту и начинает готовить.

Согласитесь, в России такое просто невозможно. Здесь обязательно спросят санитарную книжку, проверят нормы СанПиН и маркировку продуктов.



Стритфуд в Корее любят независимо от возраста, национальности и статуса. Это может быть перекус на бегу или спокойная трапеза в кругу близких людей. Но, в любом случае, это некий праздник. В России люди более требовательные: «Ой, официант долго подошел, очень невкусно, чай слишком холодный/теплый/горячий». В Корее наоборот. Там люди готовы отстоять очередь из 40 человек, чтобы съесть рыбные блинчики.

Со мной была похожая история. Два года назад я был в Корее. Жил в отеле, в котором на первом этаже продавали сэндвичи с овощами и яйцом. Каждый день там выстраивалась огромная очередь, и я тоже решил их попробовать. Свой заказ я ждал минут 30 и подумал: «Е-мое, я что, ради яйца с овощами простоял 30 минут?» В итоге ушел сытый, но возмущенный.

Хотя с другой стороны, я понимаю корейцев. Пройти мимо стритфуда и ничего не попробовать — просто преступление. У каждого прилавка вас ждет целое кулинарное шоу и блюда на любой вкус: от живых осьминогов под острым соусом до сладкой югвы — хрустящего десерта из жаренной с медом рисовой муки в виде палочек.

Отсюда и незабываемые ароматы, которые окутывают вас со всех сторон. В этом переулке сладкий запах вафель, а через два прилавка — в тарелку наливают горячий, наваристый бульон с эластичной лапшой, которая не разваливается на мелкие кусочки. К тому же уличная еда стоит недорого. Например, порция ттокпокки (рисовые клецки в виде брусочков с овощами и мясом под острым соусом) обойдется примерно в 200 рублей. Это достаточно демократичная цена для Кореи, учитывая местные зарплаты, которые в 3 или даже 4 раза больше, чем в России.

Большинство корейцев работают и в пожилом возрасте. Многие торговцы уличной еды — пенсионеры. Поэтому они так вкусно готовят, все-таки опыт, а бонусом имеют хорошую надбавку к пенсии.

Во время своей поездки в Корею я заметил еще один фактор, который влияет на развитие стритфуда. В этой стране много работают. Официально не больше 8 часов в день (на негосударственной должности), а по факту —

9-10 часов и больше. Поэтому готовить дома еду часто просто некогда.

В России по дороге домой ты обязательно встретишь магазины «Пятерочка» или «Магнит», где много разных продуктов. В Корее тоже есть супермаркеты, например, сеть 7-Eleven. Там можно купить практически все. Но в мой приезд я не нашел в таком маркете картошку и лапшу.

Стоит отметить, что корейская кухня нравится далеко не всем. Она достаточно специфичная. Оценить местную еду смогут примерно 2-3 человека из 10. Я как раз из тех, кто любит все.

С удовольствием съем онигири — пирожок из риса, слепленного в виде треугольника или шара с начинкой, обернутой в сушеные водоросли нори. Не откажусь от кинпабов — роллов, завернутых в листы морской капусты. Причем начинка этого блюда может быть разной — рыба, мясо, овощи в маринованном, запеченном или вареном виде.

Отдельное место в моем сердце занимает сладко-острая курица по-корейски. Korean fried Chicken или Яннем чикен. Это блюдо из обжаренных в кларе кусочков курицы



Курсант Нурадинов, бренд-шеф сети Chicko

ГУЛЯЯ ПО УЛИЦАМ СЕУЛА, ВЫ ЧУВСТВУЕТЕ, КАК НЕЗАБЫВАЕМЫЕ АРОМАТЫ ОКУТЫВАЮТ ВАС СО ВСЕХ СТОРОН. В ЭТОМ ПЕРЕУЛКЕ СЛАДКИЙ ЗАПАХ ВАФЕЛЬ, А ЧЕРЕЗ ДВА ПРИЛАВКА — В ТАРЕЛКУ НАЛИВАЮТ ГОРЯЧИЙ, НАВАРИСТЫЙ БУЛЬОН С ЭЛАСТИЧНОЙ ЛАПШОЙ



в липком красном остро-сладком соусе. Обычно ее подают с маринованными овощами — дайкон, капустой или огурцами.

Уличную еду в Корее невозможно представить без сладких десертов. Их столько же, сколько и острых блюд. Это напитки, пирожки, блинчики, вафли, десерты из шоколада и фруктов. Их готовят в панировке, покрывают слоем джема или сливок. Например, гунгогума — азиатский сладкий картофель. Жарится целиком, вместе с кожей в традиционной жаровне когума. Сытно и сладко одновременно.

В Корее я был 3 раза и всегда пробовал разную еду: уличную, ресторанный и домашнюю. Заметил, что в стритфуде больше преобладает сладость, а в традиционной еде — много остроты.

Если подвести итог, то корейский стритфуд — это доступно, удобно, просто, быстро и дешево. Но при этом уличная еда полностью отражает культурную особенность местного населения. Ароматы, вкусы, соусы и специи хочется попробовать, запомнить и повторить.

# 5 БЛЮД ТРАДИЦИОННОЙ КОРЕЙСКОЙ КУХНИ ОТ КУРСАНТА НУРАДИНОВА



## ПОККЫМПАБ

Наряду с лапшой корейский стол невозможно представить без риса. Для местных рис — неотъемлемая часть любого обеда, примерно как хлеб для многих европейских народов.

В 70-х годах каждый южный кореец съедал за год 136,4 кг риса. Сейчас этот показатель намного ниже. Но это не означает, что местные стали любить рис меньше, просто изменился их рацион и продуктовые привычки. Мое любимое блюдо с приготовлением этой крупы — Поккымпаб. Его название образовано путем объединения корейских слов «покку» (обжаренный рис) и «паб» (смешанный), и традиционно готовится из обжаренного риса с добавлением разнообразных овощей и приправ. Блюдо сверху украшают жареным яйцом, зеленым луком и кунжутом.



## НЭНМЕН

В любой кухне мира есть особые блюда, которые чаще всего готовят в жаркий летний день. В России, к примеру, популярна окрошка, а в Корее — суп Нэнмен. Его название переводится с корейского языка как «холодная лапша». Это гречневая лапша в холодном говяжьем бульоне с добавлением овощей и яйца. Едят его следующим образом: начинают обычно с лапши, ее нельзя резать на части, так как в Корее лапша — признак долголетия, так что ее втягивают в себя, стараясь не повредить. Затем наступает очередь бульона, мяса и овощей. Конкретной последовательности здесь не придерживаются. К нэнмену также подают горчица и уксус, которые можно добавить по вкусу.

Кстати, корейская кухня в целом острая, при приготовлении блюд часто используются пряности, особенно красный перец: из-за него многие корейские блюда имеют характерный красно-оранжевый цвет. Широкое использование перца (в том числе красного) объясняется тем, что Корея, особенно Южная, — страна с теплым, влажным климатом, а перец помогает дольше сохранить продукты.

## КУКСИ

Еще одно традиционное корейское блюдо — суп Кукси. Его название идет от слова «куксу», которое переводится как «лапша». Подают лапшу в пикантном бульоне с разными ингредиентами. Интересно, что раньше пшеничная лапша в Корее была дорогой и вошла в повседневный рацион только в районе 1945 года, ее до сих пор едят на праздники, дни рождения и свадьбы: длина лапши считается приносящей долголетие или пророчащей долгую совместную жизнь.

Главный ингредиент этого блюда — правильно приготовленная лапша. При этом в современном варианте неважно, какая она, — рисовая, пшеничная или гречневая. Главное, чтобы она была тонкой и длинной, и непременно свежеприготовленной и пластичной по структуре. Для этого варить ее нужно не больше 2 минут.



## ПУЛЬГОГИ ИЗ ГОВЯДИНЫ

Еще одно блюдо, которое полюбили во многих странах, — Пульгоги из говядины (также встречаются написания пульгоги, бульгоги) — с корейского языка переводится как «огненное мясо» и, как правило, готовится на открытом огне. Раньше это блюдо подавали исключительно в богатых домах, а сегодня его можно увидеть практически в каждом корейском ресторане и даже у торговцев уличной еды. Приготовление выглядит следующим образом: говяжью вырезку или стейк «Рибай» режут на тонкие пластины, а затем маринуют вместе с азиатской грушей, чесноком, соевым соусом, кусочками имбиря, зеленым луком, красным перцем и кунжутным маслом. Подают Пульгоги обычно вместе с рисом.



## ОМЛЕТ ГЕРАНДЧИМ

Современный ритм жизни корейцев не оставляет много времени на готовку. Чаще всего местные обедают и ужинают вне дома, а вот для завтрака делают исключение. На приготовление омлета Герандчим нужно потратить не больше 10 минут.

Обычно его делают в глиняном горшке тукпэги, но его можно заменить любой жаропрочной посудой. Особенность этого блюда в том, что яйца пропускают через сито, чтобы придать блюду большую воздушность. По итогу яичная смесь поднимается теплой шапочкой на поверхность посуды, напоминая воздушный десерт. Сверху композицию украшают зеленым луком.

# ЕДА С НАБЕРЕЖНЫХ ВСЕГО МИРА

МИДИИ, УСТРИЦЫ И МОРСКИЕ  
ЕЖИ ПО САМЫМ ВЫГОДНЫМ  
ЦЕНАМ В ГОРОДЕ



**ВОДОКАЧКА**

ул. 25 октября, 23 б  
39-37-00

# ПРАВИЛА ЖИЗНИ АНДРЕЯ ХОХЛОВА

ШЕФ-ПОВАРА МОСКОВСКОГО РЕСТОРАНА FOLK



## ИЗ IT – В ШЕФЫ

АНДРЕЙ ХОХЛОВ МОГ СТАТЬ ХОРОШИМ ПРОГРАММИСТОМ ИЛИ ЭКОНОМИСТОМ, НО ВЫБРАЛ КУХНЮ И НИ О ЧЕМ НЕ ЖАЛЕЕТ. ЗА ВРЕМЯ РАБОТЫ В РЕСТОРАННОЙ СФЕРЕ ОН ПОРАБОТАЛ В НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ, СОЧИ, МОСКВЕ. А В ЭТОМ ГОДУ СТАЛ ШЕФ-ПОВАРОМ В ОДНОМ ИЗ ТОПОВЫХ ЗАВЕДЕНИЙ МОСКВЫ – РЕСТОРАНЕ СОВРЕМЕННОЙ ЭТНИЧЕСКОЙ КУХНИ FOLK. АНДРЕЙ РЕГУЛЯРНО УЧАСТВУЕТ В ГАСТРОНОМИЧЕСКИХ ФЕСТИВАЛЯХ И СМЕЛО МИКСУЕТ ВКУСЫ.

**Г**отовить я любил с детства. Хотелось научиться готовить правильную «Карбонару» и другие базовые вещи, чтобы можно было красиво удивлять и очаровывать девушек. Решил пойти сразу на кухню — был уверен, что меня там всему обучат. Начал работать в одном из кафе в Нижнем Новгороде и быстро увлекся. Стало интересно наблюдать, что происходит вокруг. Подписывался на шефов, читал книги по гастрономии — расширял кругозор. Через год решил повысить уровень и ушел в самый классный рыбный ресторан Нижнего Новгорода. Шеф — итальянец — уже передавал дела, но его школа и база все равно остались, там я многому научился.

Я должен был стать программистом, но в процессе учебы немного загулял, потому что работа интересовала меня больше. В итоге перевелся с математического факультета на экономический, потому что там было чуть проще, и окончил его.

Родители хотели, чтобы я получил высшее образование. Они поняли и приняли мое решение не работать по профессии, хотя сначала волновались. Зато сейчас, когда отправляю маме фотографии с бранчей, где все счастливые, получаю в ответ «пальцы вверх». Она говорит мне: «Горжусь тобой, сынок».

Мне было 25, когда я все бросил и уехал из Нижнего Новгорода в Красную Поляну. Пока работал в ресторанах своего города, больше узнал про заведения Москвы, про 50 лучших ресторанов мира и фестиваль «Икра» в Сочи в Красной Поляне. На первую «Икру» полетел в качестве гостя за свой счет. Посмотреть, увидеть легенды — Массимо Боттура,



Гагган Ананд, Вирхилио Мартинеса. После этого поставил себе цель — в следующем году, когда будет второй фестиваль «Икра», буду работать в одном из заведений, которые были представлены там. Так и получилось. Я оставил друзей, собрал вещи и уехал из Нижнего. Мне было 25.

В Красной Поляне за два года вырос с позиции повара горячего цеха до су-шефа и провел две «Икры». А потом поступило первое предложение попробовать себя в качестве шеф-повара, но для этого надо было переехать в Москву. Я снова собрал вещи и уехал. Это был ресторан «Волки & Елки» и бар «Мумий Троль» с морепродуктами.

Вырасти до шефа мне помогла постановка целей, на каждый год ставлю себе цель. Строю планы, а потом много работаю. Это не быстрый, но последовательный рост. Когда приходит скука и чувствую, что надо повышать планку, ставлю новую цель и иду дальше.

В пандемию мне предложили печь пирожки. Это было бы шагом назад. Локдаун мы с женой пережидали у моих родителей в Нижнем Новгороде, у них большой дом. Я не согласился, потому что в работе необходимости не было — у меня всегда есть подушка безопасности. Из-за постоянных переездов, когда после приезда на место ты получишь первые деньги только через месяц, без подушки не обойтись.

Была однажды мысль уйти в IT. Но потом подумал, что если все бросить, снова придется проходить путь с нуля и перечеркнуть предыдущие несколько лет. Понял, что не смогу бросить кухню.

В СОЧИ  
Я ПОРАБОТАЛ  
В САМЫХ  
ИЗВЕСТНЫХ  
РЕСТОРАНАХ –  
В МАМАИ-САЛЕ  
И «ЯБЛОКИ  
ПЕЧЕМ»

После пандемии мы вернулись в Сочи — у жены тоска была по морю и горам. Я пришел в Mamai-Sale на роль су-шефа, шефом были Андрей Кошкодан и Максим Микшис — на тот момент он оканчивал старейшую школу во Франции Le Cordon Bleu. Работать с шефом с такой базой было интересно. После этого меня позвали в «Яблоки печем» — это был ресторан с русской кухней и печью. Дровяная печь давала много возможностей для экспериментов.

С Folk я познакомился впервые в конце ноября 2022 года, когда приехал на бранч. Был ошарашен, насколько это классное место. Мой контракт в «Яблоки печем» закончился, пост в соцсетях с благодарностью увидели и буквально через неделю мне поступило предложение на дегустацию в Folk. И вот, снова переезд в Москву.

Я достаточно много экспериментирую. Беру классические рецепты — мамалыгу, хинкали — и создаю блюда с кавказским вайбом. Поддача должна быть современной, к которой московская публика привыкла и которую она любит. Все прекрасно понимают, что люди едят сначала глазами. На тарелке все должно выглядеть очень гармонично. Но, естественно, не забываем про базу и вкус.

Мне доверили в 30 лет один из лучших ресторанов Москвы. Ответственная задача, и я планирую не снижать планку, вывести Folk на новый уровень, расти дальше и выше.

Я работал с разными кухнями и заметил, что техники везде похожи. Можно жарить, варить, тушить, растушивать. Весь свой опыт применяю в Folk. Например, долгое томление при низких температурах, которое практиковал в «Яблоки печем» по французским технологиям, мы тоже делаем, только без русской печи.

Любимое грузинское блюдо — хачапури. Если бываю в заведениях кавказской кухни, стараюсь заказывать именно хачапури. В Folk мы их не готовим — но это пока.

Больше всего удовольствия приносит работа над вкусами и с гостями. Приветствую идею того, чтобы шеф сам выносил блюда в зал. Это делать нужно обязательно. Надо знать нумерацию столов, всех официантов в лицо. Тогда, если видишь, что официант пока принимает других гостей, идешь сам и презентуешь блюдо.



**ХОТЕЛОСЬ НАУЧИТЬСЯ ГОТОВИТЬ ПРАВИЛЬНУЮ «КАРБОНАРУ» И ДРУГИЕ БАЗОВЫЕ ВЕЩИ, ЧТОБЫ МОЖНО БЫЛО КРАСИВО УДИВЛЯТЬ И ОЧАРОВЫВАТЬ ДЕВУШЕК**

Тренд на открытые кухни понятен — гостям нравится открытость. В Folk ты являешься чуть ли не частью кухни, если твой столик рядом с ней. Видеть можно все.

Шеф не может быть без сильной команды. Один человек не сделает всю работу, которая длится ежедневно по 12-16 часов в ресторане. Команда важна, нужно обучать, мотивировать ее и вкладываться в людей.

Мне важно разбираться в экономике блюд. Работа с цифрами дается достаточно просто. Я этому учился, хорошо понимаю и, условно, могу рассчитывать проценты в голове.

Гости хотят видеть понятную еду. Она, безусловно, сложная по своим составляющим и вкусам каждого ингредиента. Но все равно это концептуально собранное полностью блюдо. Нет такого, что на одной части тарелки мазок одного соуса, на второй — другого, в середине гарнир и основной продукт, и ты крути, как хочешь. Нет, шефы сейчас готовят полноценное блюдо, как они его видят, как хотят, чтобы это видели и пробовали гости. Лаконично, законченно — съел, получил удовольствие, остался доволен и сыт.

Нравится приходить в ресторан рано утром и ощущать запах свежего хлеба. Печь, огонь, шелест тлеющего угля. Гостей еще не так много, вытяжки не выкручены на максимум, и чувствуется неповторимый аромат свежих лепешек.

При создании блюда изначально все строится вокруг продукта. Если удастся найти уникальный, крутой продукт, то первый шаг, а может быть, даже и два, уже сделаны. Например, мы не так давно открыли для себя дагестанские каперсы и стали использовать их во многих соусах, салатах, закусках. Следующий шаг — начинаешь копать чуть глубже, смотреть рецептуру из классических книг. Двигаешься вокруг продукта, рецептур, берешь за концепцию блюда какую-то исконную составляющую. Так, у нас в новом меню будет хинкал с бычьими хвостами — блюдо, которое часто готовят в Дагестане. Мы будем близки к оригинальному вкусу.

В пандемию были мысли вернуться в IT. Но я задавал себе вопрос — а зачем? Ты уже 5-6 лет отдаешься своему делу, и у тебя все отлично получается. Уйти обратно — значит начать все с нуля. Я себя нашел. К той мысли больше не возвращался.

**МАКСИМ**

историческая  
кофейня

## Коллекция СИБИРСКИХ ЗАВТРАКОВ



Историческая кофейня «Максим»  
Республики, 24 / 46-60-83



# STARBUCKS: КАК КОФЕ ПОКОРИЛ МИР

Starbucks – сеть кофеен, которая вдохновила тысячи предпринимателей по всему миру открыть свои собственные кофейни. Компания задает тренды десятки лет и стала ориентиром для отрасли. Рассказываем, с чего начиналась история бренда и как компания стала сетью с миллиардным оборотом.

## ЗАРОЖДЕНИЕ КОМПАНИИ STARBUCKS

В 1971 году три друга из Сиэтла — Джерри Болдуин, Зев Зигл и Гордон Боукер — скинулись по \$1350 и взяли еще \$5000 в кредит, чтобы открыть оптовый магазин кофе. Идея создания собственного бизнеса пришла им в голову во время обеда. После трапезы официант принес эспрессо, который оказался отвратительным на вкус.

В 70-е годы чаще всего американцам предлагали низший сорт «Робуста». Иногда попадался и настоящий цельнозерновой кофе, но и его разбавляли дешевыми зёрнами в погоне за выгодой. Для трех друзей-энтузиастов такой подход оказался шансом выделиться. Они решили показать американцам лучшие сорта кофе и всю полноту истинного вкуса.

Друзья начали поиск хорошего и качественного кофе. Нашли они его в Ванкувере, где параллельно познакомились с основателем компании Peet's Coffee & Tea Альфредом Питом. В то время он занимался продажей крафтового кофе в Сан-Франциско. Альфред Пит стал для друзей наставником. Он научил их своему фирменному стилю обжарки кофейных зёрен.

## ЛОГОТИП STARBUCKS

Название будущего магазина было навеяно романом «Моби Дик» Германа Мелвилла. Произведение пробуждает мечты о романтике дальних плаваний и морских традициях первых торговцев кофе. Старбак — так звали одного из героев романа, а логотип олицетворял сирену, которая завлекает посетителей в магазин.

Изначально логотип был коричневого цвета. В центре красовалась двухвостая сирена с обнаженной грудью, а вокруг располагался текст. За свою историю компания еще 3 раза проводи-



Логотип Starbucks 1971–1987 годы



Логотип Starbucks 2011 г. – по наст. время

ла ребрендинг логотипа. Последние изменения произошли в 2011 году. Дизайнеры убрали круг, текст, отрисовали сирену белым цветом на зеленом фоне.

## КОНЦЕПЦИЯ КОМПАНИИ

Официальное открытие первого магазина Starbucks состоялось 30 марта 1971 года. Помещение арендовали на Вестерн Авеню, вблизи рынка Пайк Плейс в Сиэтле. В магазине можно было оптом купить обжаренные кофейные зёрна, чай, специи, бобы и посуду, а кофе варили только для дегустации.



Преподаватель истории Зев Зигл, писатель Гордон Боукер и учитель английского языка Джерри Болдуин познакомились за 10 лет до начала Starbucks в университете. После выпуска они продолжали время от времени встречаться. На фото партнеры работают в одном из первых магазинов сети

С первых дней Starbucks отличался от остальных магазинов. Трое друзей-создателей лично работали за прилавком. Они не только продавали товар, но и ввели традицию общения с покупателями. Ребята рассказывали, как правильно выбрать кофе и приготовить его дома. Такое доброжелательное отношение запустило сарафанное радио, и продажи стремительно росли.

Со Starbucks начали сотрудничать городские кафе и рестораны. За первые девять месяцев работы оборот магазина превысил \$46 000. Эти деньги ушли на оплату аренды, счетов и закупку товара.

В первые годы Starbucks закупал обжаренные зёрна только в компании Peet's Coffee & Tea у Альфреда Пита. Однако позже молодые предприниматели задумались о покупке собственной машины для обжарки.

С этим им помог давний друг и наставник Альфред Пит. Starbucks арендовал небольшой склад в районе рыбацкого порта на окраине Сиэтла и превратил его в обжарочное производство.

## РОСТ STARBUCKS

Следующие 10 лет Starbucks продолжал развиваться. На пути компании был не только активный рост бизнеса, но и трудности: резкое подорожание сырья, повышение цен на кофе, снижение продаж, снос первого магазина, а также убыточные идеи с дочерними компаниями.



Альфред Пит, друг и наставник основателей Starbucks, первые несколько лет поставлял кофейные зерна компании. Пита часто называли «праотцом кофе специали». Он щедро делился знаниями со Starbucks: как разливать, жарить кофе и создавать новые бленды (смесь, купаж кофе)

Собственники решили: чтобы поправить финансовую стабильность, нужно избавиться от балласта дочерних предприятий и сконцентрироваться на ведении только одного бизнеса. Сразу после этого компания начала набирать обороты: в 1981 году выручка выросла до \$4,5 млн. В мае 1982 года Starbucks открыл пятый фирменный магазин в Сиэтле — первый кофейный бар, в котором уже заваренный кофе продавался в розницу.

## ЗНАКОВАЯ ВСТРЕЧА

В 1981 году в истории создания компании Starbucks появляется знаковая фигура. Говард Шульц — менеджер по продажам бытовой техники Hamamaplast. По одной из версий, Starbucks закупила у компании Шульца пластиковые конусные фильтры для кофемашин, а по другой —

ручные кофемолки. В отчетах по продажам было видно, что заказов у небольшого Starbucks куда больше, чем у известных кофейных магазинов. Шульц посчитал, что такой клиент может приносить удвоенную прибыль при правильном подходе, поэтому лично поехал знакомиться с предпринимателями.



КОГДА ОН ПРОТЯНУЛ МНЕ ФАРФОРОВУЮ КРУЖКУ, НАПОЛНЕННУЮ СВЕЖЕЗАВАРЕННЫМ КОФЕ, ЕГО ПАР И АРОМАТ, КАЗАЛОСЬ, ОБВОЛОКЛИ МОЕ ЛИЦО. ДОБАВЛЯТЬ САХАР ИЛИ МОЛОКО БЫЛО КОЩУНСТВОМ.

Говард Шульц,  
из книги «Как чашка за чашкой строилась Starbucks»

После этой встречи Говард Шульц больше не захотел расставаться со Starbucks. Он проникся концепцией магазина и энтузиазмом основателей. Ему понадобился год, чтобы уговорить руководство Starbucks взять его к себе на работу. Он переехал в Сиэтл и согласился работать за зарплату, которая была в два раза ниже, чем в Hamamaplast.

## ПОЕЗДКА В МИЛАН

Инициативный Говард Шульц занял должность руководителя по маркетингу. Он сразу решил сделать упор на расширение бизнеса. Шульц считал, что «Старбакс» нужно открыть еще больше магазинов.



Говард Шульц был третьим ребенком в семье бывшего военнослужащего. Шульцы жили скромно, отец работал на низкооплачиваемой работе в ужасных условиях. Позже Говард расскажет, что именно этот факт вдохновил на создание в Starbucks атмосферы уважения и заботы о сотрудниках

Однако владельцы боялись потерять качество и дух компании в погоне за быстрым ростом, поэтому всячески отвергали предложения Шульца. Все изменила поездка в Милан в 1983 году.

В рабочей поездке по Италии его поразили местные кофейни, которые значительно отличались от американских. Посетители проводили время за столиками, обращались или работали за чашкой эспрессо. В это время приветливый официант встречал всех по имени, перемалывал зерна и наливал кофе.

В одном из таких заведений Шульц впервые попробовал латте и эспрессо, вкус которых его поразил. Он понял, что Starbucks может стать не просто магазином по продаже кофе, а целой сетью городских кофеен.

И действительно, рецепты, которые Говард Шульц привез из Италии, увеличили продажи в Starbucks в три раза. Посетителей становилось все больше, а на улице создавалась очередь. Несмотря на это, руководство все-таки отвергло идеи Шульца по изменению концепции бренда.



## 5 ФАКТОВ О STARBUCKS

1 Существует 87 000 различных комбинаций напитков Starbucks. Даже если заказывать каждый день по 5 позиций, понадобится в среднем 47 лет, чтобы все перепробовать.

2 Помещения для кофеен Starbucks всегда соответствуют требованиям: входная дверь обращена на восток или юг, и никогда — на север. Решение обусловлено желанием сделать пребывание в кофейне более комфортным. Посетители должны наслаждаться дневным светом, но он не должен им мешать.

3 С 1987 по 2007 год количество открывающихся новых точек Starbucks росло так быстро, что за эти два десятилетия компания открывала в среднем по два магазина в день.

4 Согласно статистике, настоящие любители Starbucks посещают кофейню в среднем по 16 раз в месяц.

5 Во время презентации первого iPhone в 2007 году гендиректор Apple Стив Джобс позвонил в Starbucks, чтобы показать возможности нового смартфона. Используя сервис Google Maps, он нашел близлежащую кофейню и набрал ее номер. Дозвонившись, Джобс заказал 4000 латте навынос, но затем извинился и объяснил оператору, что пошутил.

## ВЫХОД ИЗ STARBUCKS

После отказа о смене концепции Starbucks Шульц погрузился в депрессию на несколько месяцев. В 1985 году он уволился из компании и решил построить собственный бизнес: создать эспрессо-бар в итальянском стиле.

Он вновь отправился в рабочую поездку. Шульц посетил более 500 кофеен в Милане и в других итальянских городах. Он разработал бизнес-проект, на реализацию которого нужно было собрать \$400 000. Такой суммы у Шульца не было, поэтому он начал искать инвесторов.

За год он презентовал свой бизнес-проект по открытию эспрессо-баров 242 людям. Из них 217 отвергли его предложение. Многие считали Шульца безумцем и не верили, что американцы смогут также наслаждаться эспрессо, как итальянцы.

Первым инвестором, который согласился внести в проект Шульца \$150 000, стал один из основателей Starbucks Джерри Болдуин. Он объяснил, что не хочет заниматься идеей Говарда, но верит в него. Вместе с другими партнерами Говард Шульц собрал нужную сумму и в 1986 году в Сиэтле открыл собственную сеть кофеен Il Giornale (Иль Джорнале), что означало «ежедневный».

## СЕТЬ КОФЕЕН II GIORNALE И ВЫКУП STARBUCKS

Новая сеть кофеен Il Giornale быстро стала популярной. Объемы продаж росли, и открывались новые точки. Бизнес-модель, которую так долго многие отвергали, приносила невероятную прибыль.

В это время в Starbucks произошли серьезные изменения: основатели выставили бизнес на продажу. С помощью инвесторов в августе 1987 года компания Il Giornale приобрела активы Starbucks за \$3,8 млн. Так начинается история Starbucks Corporation — самой крупной в мире сети кофеен.



Первая кофейня Il Giornale (Иль Джорнале) очень напоминала по дизайну Starbucks

## СОВРЕМЕННЫЙ STARBUCKS

Starbucks Говарда Шульца сразу стал отличаться от своей предыдущей версии. В кофейнях поставили барную стойку и наняли бариста, который приветствовал посетителей, наливал кофе и запоминал предпочтения клиентов. Впервые появился элемент самообслуживания. Клиенты могли выбирать тип напитка, его количество, объем и жирность молока. Рекламная кампания и слоганы Starbucks передавали обстановку романтизма, уюта и спокойствия.



В июне 1992 года компания вышла на фондовый рынок. 12 % проданных акций дали компании прибыль в \$25 млн — это позволило удвоить число кофеен

Изменилось и HR-направление. За хорошую работу персонал стали премировать бонусами и акциями, а сотрудники с 20-часовой рабочей неделей получали медицинскую страховку.

Под руководством Говарда Шульца сеть кофеен Starbucks стала расти в геометрической прогрессии. К 1990 году компания имела уже 84 кофейни в США и Канаде, в 1992-м разместила свои акции на бирже. Следующие десятилетия компания планомерно наращивала обороты: новые кофейни открывались по всему миру. Известность Starbucks достигла такого уровня, что журнал The Economist ввел «индекс Starbucks» (цена стандартной чашки кофе в кофейне Starbucks) как показатель экономической ситуации в США.

Сегодня компания Starbucks имеет 37 000 магазинов по всему миру. Из них 51 % находятся под управлением компании и еще 49 % имеют лицензию. В современном меню можно увидеть разные виды кофе, фирменные напитки, чай, десерты, сладости, варианты завтраков, выпечку и кофе в зернах.

По итогам третьего квартала 2023 года консолидированная чистая выручка сети кофеен составила \$9,2 млрд, что на 12 % больше, чем в 2022-м.

# СВЕЖЕОБЖАРЕННЫЙ КОФЕ В ЗЕРНАХ от обжарочного цеха «Максим»



**Рахим Мишелашвили** – обжарщик Coffee Bank, входит в топ-50 лучших обжарщиков России по версии национальной премии «Обжарщик года 2023»



69-50-06  
30 лет Победы, 7 ст. 40

ЗАКАЗАТЬ КОФЕ



# ЖАРИМ КОФЕ САМИ

РЕСТОРАННАЯ КОМПАНИЯ «МАКСИМ» НЕ ОТСТАЕТ ОТ МИРОВОГО ЛИДЕРА STARBUCKS – ШЕСТЬ ЛЕТ НАЗАД ЗАПУСТИЛА СОБСТВЕННЫЙ ОБЖАРОЧНЫЙ ЦЕХ COFFEE BANK, КОТОРЫЙ ПОСТАВЛЯЕТ СВЕЖЕОБЖАРЕННЫЙ КОФЕ ВО ВСЕ ЗАВЕДЕНИЯ КОМПАНИИ.



**В** 2017 году «Максим» запустил собственный цех по обжарке кофейных зерен. Сегодня компания закупает больше 1,5 тонн зеленого кофе в месяц. Объемы большие, потому что поставки идут не только в собственные заведения. Кофе покупают и другие рестораны и кофейни Тюмени, а также жители города, которые любят качественную обжарку.

Решиться на открытие собственного цеха было непросто. Как рассказывает руководитель обжарочного цеха Рахим Мишелашвили, Лариса Кирилловна очень любит кофе. Она вдохновилась европейскими кофейнями, где при заведениях часто устанавливают ростеры. Гости отдыхают, а за стеклом в это время проходит обжарка.



КОМПАНИЯ  
«МАКСИМ»  
ЗАКУПАЕТ  
БОЛЬШЕ 1,5 ТОНН  
ЗЕЛЕННОГО КОФЕ  
В МЕСЯЦ



**Рахим Мишелашвили,**  
руководитель обжарочного цеха Coffee Bank

К процессу открытия собственного цеха подошли серьезно. Консультировали тюменскую команду специалисты из Москвы – компания, которая занимается поставками зеленого кофе и оборудования. Рахим вместе с командой ездили в Москву, чтобы научиться тонкостям обжарки кофе. И наоборот – потом в Тюмень приезжали специалисты, показывая, как правильно работать на оборудовании. Кстати, для обжарки решили закупить ростер из Голландии марки Giesen.

«На рынке есть три топовых компании, которые занимаются производством оборудования для обжарки кофе: голландский Giesen, немецкий Probat и американский Diedrich. Мы остановились на Giesen, потому что это качественное оборудование с хорошими отзывами. И именно на их ростерах проходят мировые соревнования по обжарке кофе», – рассказывает Рахим Мишелашвили.

Соревнования по обжарке кофе проходят ежегодно. В них участвуют лучшие обжарщики своих стран. Россия дважды побеждала в этих соревнованиях – в стране развита кофейная культура и работают лучшие специалисты в своем деле.



В этом году команда тюменского обжарочного цеха компании «Максим» планирует заявиться на российский конкурс обжарщиков и показать свое мастерство. Рахим уже не в первый раз участвует в этом мероприятии. В прошлом году он вошел в топ-50 лучших обжарщиков России. Благодаря его мастерству качество и вкус кофе вышли на новый уровень. При этом не только к обжарке в цехе относятся трепетно. Но и к подбору поставщиков.

«Мы заказываем образцы, импортеры отправляют нам небольшие партии на пробу, мы обжариваем и проводим внутреннюю дегустацию с командой профессионалов. Это сотрудники обжарочного цеха и бариста из наших кофейен. У нас есть утвержденные листы для каппинга (дегустации кофе), которые заполняем по результатам. Пробуем, думаем, решаем, стоит покупать или нет. Это очень ответственная задача, потому что от этого зависит, какой кофе будет пить Тюмень по утрам», – рассказывает тонкости процесса Рахим Мишелашвили.

Впрочем, вкус кофе зависит не только от качества обжарки и зерна. Даже если вы купите самое дорогое и качественное зерно, даже если у вас будет лучшее оборудование, это не гарантирует, что напиток получится. База для кофе – вкусная, чистая и качественная вода. И, конечно, многое зависит от мастерства бариста. Тонкостей в приготовлении напитка – десятки. Поэтому в «Максиме» контролируют все этапы процесса: подбор поставщиков, хранение зерна, обжарка, приготовление кофе. Только в этом случае можно гарантировать, что после первого глотка горячего напитка гость скажет: «Это то, что мне было нужно».

# БРЕНД- КОНДИТЕР

#командамаксим



**В ЭТОМ НОМЕРЕ В РУБРИКЕ #КОМАНДАМАКСИМ – ТВОРЧЕСКИЙ ТАНДЕМ: БРЕНД-КОНДИТЕР ЕВГЕНИЙ САФРОНОВ И БРЕНД-ШЕФ-КОНДИТЕР ТАТЬЯНА ФЕДОТОВА. ЕВГЕНИЙ СОЗДАЕТ ДЕСЕРТЫ ДЛЯ РЕСТОРАНОВ «МАКСИМА», А ТАТЬЯНА – ВЫПЕЧКУ И ДЕСЕРТЫ ДЛЯ КОФЕЕН. ПРИ ЭТОМ КОНДИТЕРЫ ТВОРЯТ В КОМАНДЕ, ВМЕСТЕ РАЗРАБАТЫВАЮТ РЕЦЕПТЫ, СТРЕМЯСЬ УДИВЛЯТЬ ГОСТЕЙ НЕОБЫЧНЫМИ ВКУСАМИ. ЕВГЕНИЙ САФРОНОВ В «МАКСИМЕ» УЖЕ 20 ЛЕТ, 15 ИЗ НИХ ОН СОЗДАЕТ АВТОРСКИЕ ДЕСЕРТЫ. ТАТЬЯНА – НОВЫЙ СОТРУДНИК, НО МЕНЬШЕ ЧЕМ ЗА ПОЛГОДА РАБОТЫ ОНА СТАЛА НЕОТЪЕМЛЕМОЙ ЧАСТЬЮ КОЛЛЕКТИВА.**



ЕВГЕНИЙ САФРОНОВ,  
БРЕНД-КОНДИТЕР  
РЕСТОРАННОЙ КОМПАНИИ  
«МАКСИМ»

изучать, книгу его первую заказал из Америки. Очень загорелся! Она была на английском языке, я ее переводил и первые рецепты делал по книге. Позже я попал к Антонио Башура на мастер-класс. Он первый раз приехал в Россию, и я, конечно, сразу туда поехал!

**Тогда в Brasserie перед нами встала задача – поменять меню.** А блок с десертами всегда самый сложный. Идей не было, мы рассчитывали на витрину, которую нам поставляла кондитерская. Но надо было придумать еще авторские десерты. Я понял, что рано или поздно в этом вопросе придется разбираться. Кондитера как отдельной штатной единицы не было в ресторане. И я поехал на свой первый мастер-класс. Это был 2013 год. Съездил, воодушевился и стал постепенно разбираться в этом вопросе.

**Я ездил на обучения сам, никого не просил отправлять меня.** В компании заметили, что мне удаются десерты. И в какой-то момент попросили разработать четыре позиции для кондитерской. С этого времени руководство решило, что я перейду работать шеф-кондитером. У меня был отдельный цех, мы до сих пор его называем арт-цех. Там делали современные муссовые десерты, тогда в нашей компании их не было. С этого начался мой путь кондитера.

**В детстве хотел стать дорожным строителем.** По стечению обстоятельств поступил в кулинарный техникум и не пожалел об этом. Потом еще заочно окончил нефтегазовый университет – управление персоналом.

**Я начинал работать в летнем кафе «Максим» на Олимпийской шашлычником.** Потом три года в рыбном ресторане «Посейдон», три года в итальянском ресторане Maximilian, еще год во французском кафе уже шефом. После этого на семь лет ушел в кафе Brasserie.

**В Brasserie у нас была витрина с десертами, ее делала кондитерская мастерская «Максим».** И в то время я увидел в соцсети одного шефа – Антонио Башура. Он создавал такие десерты – на то время невероятные! Я думал, что сделать такие невозможно. С того момента меня это очень сильно заинтересовало. И я начал потихонечку

**Я ЕЗДИЛ НА ОБУЧЕНИЯ САМ, НИКОГО НЕ ПРОСИЛ ОТПРАВЛЯТЬ МЕНЯ. В КОМПАНИИ ЗАМЕТИЛИ, ЧТО МНЕ УДАЮТСЯ ДЕСЕРТЫ, И ПРЕДЛОЖИЛИ ПЕРЕЙТИ НА РАБОТУ ШЕФ-КОНДИТЕРОМ**

**Больше половины моих подписок в соцсетях – шефы.** Их очень много, и каждый по-своему креативен: в идеях, взглядах на формы, вкусы и текстуры. Большинство шефов рассказывают не только рецептуры, но и транслируют философию.

**Когда я начинал, очень многие не понимали сложные муссовые десерты.** Привыкли к тем, где больше бисквита, больше масла в креме. Мы меняем вкусы поколений. Может быть, кто-то останется на старых вкусах – это нормально. Но наша задача – привить культуру новых десертов. Потому что все равно мало разнообразия. Даже круассаны у нас появились совсем недавно, если сравнивать с Францией, где им уже сотни лет.

**В смысле качества я требовательный шеф.** Могу объяснить, прорабатывать ошибки. Когда мы только начинали, это вообще была для нас новая область, и мы на наших же ошибках учились. Но если, к примеру, человек не хочет этим заниматься, смысла с ним работать дальше я не вижу. Поэтому я всем говорю, что научить, показать, передать опыт – пожалуйста, берите, спрашивайте. Я работаю с теми, кому это интересно.

**Люди должны понимать, зачем они приходят на работу.** Что они делают и какую роль играют. Если они это знают, не надо по сто раз объяснять.

**Стиль готовки зависит от базы, которую получил человек.** Вкусы закладываются с первых обучений.

**Мне кажется, это станет новой практикой, когда на предприятиях работает не один шеф, а двое.** Это реально круче. Как двухъядерный процессор! Мы ситуации рассматриваем с разных сторон. И помимо нас с Татьяной есть руководитель, маркетолог, директор по производству – команда.

**Вдохновение приходит отовсюду.** Недавно мы ходили в музей на Василия Кандинского. Теперь есть идея сделать десерт в стиле абстракционизма.

**Секретный ингредиент, конечно, есть. Любовь.**

**МЫ МЕНЯЕМ ВКУСЫ ПОКОЛЕНИЙ. НАША ЗАДАЧА – ПРИВИТЬ КУЛЬТУРУ НОВЫХ ДЕСЕРТОВ**

**Один из бестселлеров кондитерской – торт «Максим».** Но сибиряки любят экзотику: все десерты с манго и ма-ракуией пользуются популярностью.

**Если готовишь без настроения, без желания, все получается какое-то не такое.** Отдаешь себе отчет: вкусно, но не то.

**Главная задача – сделать так, чтобы твой десерт не только тебе нравился,** но и большинству. Конечно, люди делятся по вкусовым предпочтениям: кому-то послаще, кому-то посолонее. Но если ты максимально довел вкус и большинству нравится, пора показать его всем.

**Недовольные гости бывают, и мы, конечно, всегда урегулируем вопрос.** И вообще лояльны к критике. Каждый недовольный – это звоночек к каким-то действиям. Если человеку что-то не понравилось, надо понять, что именно. Область большая: интерьер, обслуживание, вкус или что-то еще. Поэтому сказать: «Гость плохой, нашей вины нет», – просто, но, может быть, мы в общем где-то недоглядели. Гость может быть в моменте недоволен чем-то, но, когда мы отработываем, он обычно теплеет.

**Баланс «работа – отдых» приходит с опытом.** Я понимаю: есть команда и она может решить вопросы. Стараюсь делать так, чтобы все работало без нас.

**Главное – это командный дух.** Потому что ситуации всякие бывают. Например, если три человека ушли на больничный, остальные побольше на себя берут. Все стараются максимально выполнить поставленные задачи.

**Самое интересное, как у детей формируются свои вкусы.** Я готовлю дома. И вот уже дочь просит не макароны с сосиской, а спрашивает: «Папа, когда песто будем делать?» Это хорошо, значит, они это запомнят и понесут дальше.

**Если наши дети станут поварами – круто.** Научим, поможем, подскажем, направим.

**Наша идея – поменять вкусы в России.** Поменять индустрию.

**Российскую кухню надо двигать в массы.** У нас все для этого есть: и технологии, и информация. Чтобы не только мы ездили по миру, но чтобы к нам тоже приезжали в гастротур. У нас очень много регионов с локальными продуктами и интересными особенностями кухни.

**«Максим» – наша рабочая семья.** Это большая команда единомышленников, которые делают огромный вклад не только в развитие компании, но и в развитие индустрии в городе и стране. Команда – это не просто слово. Мы правда готовы прийти на помощь друг другу, что-то подсказать. Это не раз было: открывается новое заведение, управляющие, топы переодеваются и идут обслуживать гостей, пока еще не набран персонал. Это один из показателей, что команда «Максим» есть и она развивается.



ТАТЬЯНА ФЕДОТОВА,  
БРЕНД-ШЕФ-КОНДИТЕР  
РЕСТОРАННОЙ КОМПАНИИ  
«МАКСИМ»

**Я всегда любила сладкое.** До сих пор сладкоежка – очень люблю пирожные, выпечку. Если в сумке нет конфеты – это трагедия. И конечно, когда тыходишь в индустрию, где все для тебя новое и ты не избалован вкусами, – это заряжает и подстегивает еще больше. А потом начинаешь разбираться в текстурах и продуктах, как это работает друг с другом. Осознание, что из простых продуктов, например, малины и облепихи, можно создать невероятные вкусовые сочетания, – это круто.

**Задатки были с детства, готовить мне хотелось.** Сначала какие-то простые блюда делала: блины, салаты, что-то для семьи. А потом мне повезло, что у меня были отличные практики и стажировки, когда я училась в колледже. Не просто в столовых, а творческие люди со мной работали, что-то объясняли. Никогда и мысли не приходило выбрать другую профессию.

**Позже я стала поваром, потом су-шефом,** и меня позвали работать в сетевой ресторан в Новосибирск. Там я работала кондитером, потом открыли цех. Так я стала шеф-кондитером в 21 год и проработала там пять лет. Далее я ушла в декрет ненадолго, на пять месяцев. Потом меня позвали запускать кондитерский бутик в Тюмени. Далее была сеть кофеен. И потом я пришла в «Максим».

**Конечно, я прошла очень много обучений.** Окончила училище и институт – шесть лет образования. Училась

во Франции. Хлебу, круассанам и выпечке – у одного из лучших кондитеров Франции Николая Буссена. Ан-желю Мюзэ – также один из лучших – учил десертам на тарелках и в витринах. Паскаль Теппер – хлебам на закваске длительного брожения. В России тоже очень много обучений было. Работала с Иваном Забавниковым в Санкт-Петербурге, с Ильназом Искаковым.

**Наша профессия не стоит на месте.** Ты не можешь уметь все. Ты постоянно в процессе, постоянно учишься. Мы же все-таки про еду. Мы доставляем эмоции людям. Чтобы люди не только приходили пробовать, но и возвращались снова за этими впечатлениями, за этими вкусами. И получали эстетическое и гастрономическое удовольствие.

**Мой кумир – пекарь Гаэтан Пари,** он делает невероятные слойки. Это классик нашего времени. И все равно он удивляет: сочетает опыт и неизменную тягу к новому. Ему много лет, а он не стоит на месте. Это для меня пример: он всегда в творчестве, всегда на кухне. Не такой шеф, который просто водит рукой, а делает, показывает, объясняет.

**В нашем регионе культура еды развивается, но не так быстро,** как в центральной части России. Есть интересные рестораны, но очень сложно перестраивать людей на что-то новое. Тем не менее этот процесс идет. И мы рассказываем гостям о тесте, о продуктах, на которых мы работаем, о технологиях. Но учитываем и вкусы гостя. Не говорим: «Выбирайте это». Так или иначе подстраиваемся под гостей.

**Иногда рецепт не получается с первого раза, с десятого, с пятидесятого.** И ты как маленький ребенок, который не умеет ходить: падаешь и опять встаешь. У ребенка нет

**ИНОГДА РЕЦЕПТ НЕ ПОЛУЧАЕТСЯ С ПЕРВОГО РАЗА, С ДЕСЯТОГО, С ПЯТИДЕСЯТОГО. И ТЫ КАК МАЛЕНЬКИЙ РЕБЕНОК, КОТОРЫЙ НЕ УМЕЕТ ХОДИТЬ: ПАДАЕШЬ И ОПЯТЬ ВСТАЕШЬ. У РЕБЕНКА НЕТ ВАРИАНТОВ, И У НАС ТОЧНО ТАК ЖЕ**

вариантов. И у нас точно так же, ведь есть задача. Результат важен. Но проделанный путь до нужного результата – настолько ценный. И ты понимаешь, что нет ничего невозможного. Просто на что-то нужно больше времени и усилий.

**Самое приятное в профессии – процесс.**

**Мой рабочий день начинается с холодильников.** Проверяю, что сделано, какие есть вопросы или сложности у сотрудников. А дальше – вперед по поставленным задачам. У нас они уже сейчас расписаны до марта.

**Я требовательная.** Я даю задание и обязательно его перепроверю не один раз. На протяжении длительного времени буду держать все на контроле. Это важно, особенно когда ты вводишь какой-то новый продукт.

**Все сотрудники разные.** Я считаю, что некоторым нужно объяснять все достаточно спокойно и они тебя воспринимают. Есть те, которые любят жесточе. Надо объяснить на понятном им языке, и они выдают отличный результат. Это просто разные темпераменты.

**Субординация нужна, но ты в команде в любом случае.** Шеф без команды – не шеф. Ты не можешь сделать такой огромный объем сам. Но субординация всегда должна быть, потому что если ее не будет, это анархия.

**Если мы понимаем, что появился какой-то новый тренд,** например, «Барби», скорее делаем коллекцию десертов.

**Мой первый шеф говорил:** «Если ты не пробуешь блюдо, либо тебе все равно, либо ты самоуверенная».

**Я никогда не критикую, когда я гость в ресторанах.** Я либо хвалю, либо ничего не говорю. Я считаю: попробовала, а дальше дело вкуса. И для себя делаю какие-то выводы: как бы я приготовила, что бы улучшила. Если это ужин с семьей – я отключаюсь. Если гастротур – не съедаю ничего до конца, заказываю много и все пробую по чуть-чуть, делаю пометки. Никогда не доходит до такого, что я зову шефа. И если мне очень зашло, я говорю официанту, что это невероятно вкусно, не скуплюсь на похвалу.

**Конкурентам я комментариев по улучшению блюда оставлять не буду.** Если в «Максиме» что-то попробую и возникнут предложения, могу в мягкой форме сказать: «Может быть, попробуешь так, как ты считаешь?» Подаю идею, и уже дело шефа принять ее или нет. Мы в команде делаем общее дело, и критика – часть работы.

**Шефы не должны завязывать на себе все знания.** Мы отработали, обучаем су-шефа и команду, передаем зна-

**МОЙ ПЕРВЫЙ ШЕФ  
ГОВОРИЛ: «ЕСЛИ ТЫ  
НЕ ПРОБУЕШЬ БЛЮДО,  
ЛИБО ТЕБЕ ВСЕ РАВНО,  
ЛИБО ТЫ САМОУВЕРЕННАЯ»**

ния. Нет такого, что заболели или ушли в отпуск и все перестало работать. Производство, команда должны работать самостоятельно и без нас. Это и есть профессионализм.

**Очень долго не могла найти баланс между работой и семьей.** Приносила работу домой. Первое, нужно уметь делегировать. Нужно уметь отключать голову, когда у тебя выходной. Это очень важно. Если ты хочешь дальше расти в профессии, ты должен абстрагироваться, хотя бы на какое-то время.

**Обязательный атрибут выходных – занятия с дочкой.** Мы можем погулять, зимой съездить на источник, катаемся на велосипедах, роликах, стараемся активно проводить время. По вечерам я читаю: час-два обязательно в выходной день уделяю этому. В основном, конечно, профессиональную литературу.

**У меня есть микромечты и большие.** Мечтать – это важно. Если говорить о глобальном, хочется, чтобы в нашем городе и в целом в России развивалась культура еды. Маленькие мечты – съездить на стажировки, пройти обучения.

**Меня вдохновляет моя семья и наша команда.** Мы перфекционисты, профессионалы и всегда хочется сделать лучше. И сам себя подстегиваешь: вдохновляем себя сами и друг друга.

**Я работаю в «Максиме» совсем недавно, но это удивительно:** руководители компании постоянно развиваются, не стоят на месте, заряжают. Столько проектов запускается, и все уникальные. Люди горят работой. Они знают, какую цель преследуют, – служить людям.



ЦЕНТР ВЫЕЗДНОГО  
ОБСЛУЖИВАНИЯ  
**МАКСИМ**

# НАБОРЫ ЗАКУСОК

*с доставкой за 24 часа*

+7 (3452) 99-59-19  
@cvomaxim.catering

Теперь заказать стало  
ещё удобнее. Оформите заказ  
через службу доставки.



# ОБЪЕДИНЕНИЕ СЕТИ КОФЕЕН «МАКСИМ»



КОФЕЙНИ, КОНДИТЕРИИ, МИНИ-КОФЕЙНИ, КОФЕЙНИ-КОНДИТЕРСКИЕ, ГАСТРОКОФЕЙНИ – В ИЗОБИЛИИ ТЕРМИНОВ ГОСТЬ МОЖЕТ ЗАПУТАТЬСЯ. КОМАНДА «МАКСИМ» ПОНЯЛА: БЕЗ ВНЯТНОГО ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ ВЫЖИТЬ СЛОЖНО. И РЕШИЛА ОТКРЫТЬ ПЕРВУЮ МУЛЬТИФОРМАТНУЮ СЕТЬ КОФЕЕН В ТЮМЕНИ.



**Марина Гильманшина,**  
операционный директор сетевых  
проектов компании «Максим»

## КАК КОНДИТЕРИИ СЕБЯ ИЗЖИЛИ

Первая кофейня «Максим» появилась в 2002 году на улице Семакова. Она заслуженно известна как историческая кофейня: постоянные гости уже 21 год приходят сюда ежедневно.

В 2005 году в Тюмени появилась кондитерия «Максим» – так она тогда называлась.

– В кондитерии на базе первого ресторана «Максим» гостям предлагали кондитерские изделия – десерты и торты, выпечку, – рассказывает Марина Гильманшина, операционный директор сетевых проектов компании «Максим». – Сперва кондитерии были без меню, потом небольшое меню появилось: простые блюда, чтобы перекусить или взять с собой.

Из-за пересекающейся продукции гости начали путать кондитерии и кофейни. Проблема была как минимум в том, что один и тот же десерт в кофейне стоил дороже, чем в кондитерии. Идеология заведений тоже была разной, и договориться оказалось сложно.

– Гости интерпретировали все заведения как кофейни, кондитериями мало кто называл. А мы какое-то время бились, чтобы эти понятия разделить. Кофейня – это меню на своих продуктах, ресторанная подача блюд, обслуживание от стола, а не от кассы. Конечно, хотелось выделяться, – говорит Марина.

Проблемы привели к мозговому штурму во главе с маркетологами: кто целевая аудитория кофеен, какие у нее запросы и ин-



тересы? Затем в кофейнях начали «искать себя», встал вопрос об уникальности.

– Нам классный шеф из Москвы ставил меню, у нас отличная фабрика кухни, кондитерский и обжарочный цеха, – перечисляет Марина. – Стало понятно, что кофейни, помимо десертов, это гастрономия. Так мы пришли к идее гастрокофеен.

В конце 2022 года руководитель кондитерий ушел из компании. Нужно было принимать решение: присоединять их к гастрокофейням или вести отдельно.

– Сперва мы решили, что должны назвать кондитерии кофейни-кондитерские. Но вскоре стало понятно, что так запутаем гостей изобилием вариаций, – делится Марина. – И теперь мы – сеть кофеен. В сети выделяется историческая кофейня – в силу ее традиций и истории, гастрокофейни с ресторанной подачей блюд и кофейни, где можно перекусить или выпить кофе.



**Светлана Кожина,**  
управляющая сетью кофеен,  
бывших кондитерий

## НОВАЯ ЖИЗНЬ КОНДИТЕРСКИХ

Светлана Кожина, управляющая сетью кофеен, бывших кондитерий, рассказывает, что при ребрендинге у нее было много сомнений.

– Я работаю в компании с 2007 года, начинала в банкетном ресторане «Маска». Когда мне в 2016 году предложили перейти на кофейни, я эту нишу изучила: совсем иной формат, но мне что-то новое интересно. Однако, когда меня в прошлом году поставили перед фактом: я должна забрать шесть кондитерий, это было тяжело. Неделю целую редела.



## НОВЫЙ ФОРМАТ

Среди сотрудников тоже встречалось сопротивление, но в конце концов все приняли новый формат. По мнению Светланы, прежде всего объединение повысило статус бывших кондитерий.

– «Как раньше» уже не будет, мы перешли на ступень выше. Когда мы решили менять кондитерии, сразу обозначили, что будем расти, идти к лучшему. Хотелось отойти от статуса кулинарии. Этим и занимаемся.



**Дарья Симонова,**  
управляющая гастрокофейнями  
на ул. Газовиков  
и ул. Сперанского

## ГАСТРОКОФЕЙНИ – ЭТО ПРО ЕДУ

Дарья Симонова, управляющая гастрокофеен на ул. Газовиков и ул. Сперанского, говорит, что их отличает вкус и подача блюд ресторанного уровня.

– Наши гастрокофейни находятся в спальных районах, и гости приходят в основном поесть всей семьей. Высокий спрос и на кофе с собой во время прогулок.



**Надежда Арканова,**  
управляющая исторической  
кофейней на ул. Семакова  
и гастрокофейней на ул. Герцена

Надежда Арканова, управляющая исторической кофейней на ул. Семакова и гастрокофейней на ул. Герцена, отмечает, что объединение кофеен в сеть – существенный вклад в масштабирование «Максима».

Обе они уверены: в водовороте перемен важно и сохранить постоянных гостей, и привлечь новую аудиторию.

– У нас обновилась линейка десертов: старые дорабатываются, вводятся новые, – рассказывает Дарья. – Постоянным гостям может что-то приедаться. Но при этом гости не уходят, потому что доверяют нам. Остается удивлять!

– Наша основная аудитория – уважаемая и взрослая – большей частью консервативна, – делится Надежда. – Наши гости любят индивидуальное отношение, когда мы помним их вкусовые предпочтения, можем учесть пожелания. Это наша сильная сторона. А для привлечения новой аудитории у нас есть новинки меню и трендовые коллекции. И они производят фурор!

## ЧТО ЕЩЕ ЖДЕТ ГОСТЕЙ?

Главное удобство и «понятность» сети, по словам Марины Гильманшиной, – работа на одних продуктах. Фабрика кухни позволяет гарантировать единое качество на всех точках. Там готовят полуфабрикаты и соусы, из которых повара в кофейнях собирают блюда как конструктор. Собственный обжарочный

цех гарантирует высокое качество кофе, а кондитерский – восхитительные десерты. Простраивается и контроль качества: единые стандарты для персонала, система экзаменов по меню и выкладке витрин – все, чтобы гость чувствовал себя одинаково хорошо в каждом заведении.

Сейчас сеть кофеен – в процессе визуального обновления. Разработкой интерьеров занимаются Андрей Савин и Елизавета Изюмова, архитектурное бюро Carte Blanche Interior Design. Ориентир – модный бутик. Марина отмечает, что такой стиль будет выделяться даже на российском кофейном рынке.

– Метафора для интерьеров – модный дом «Максим». Ателье – это цеха, а бутики – гастрокофейни и кофейни. Десерты в коробочках с лентами, еда в брендированных бумажных пакетах – в каждой точке контакта прослеживаем направление бутика, – рассказывает Марина.

Кроме того, еще одна цель сети кофеен – быть современными.

– Хочется взорвать рынок и напомнить о себе! – делится Марина. – Кажется, мы слишком долго воспринимали наше присутствие в городе как данность. Хотим заявить, что кофейни «Максим» «вернулись». В свое время мы, без ложной скромности, привезли кофейную культуру в регион. И хочется опять стать трендсеттерами, а не просто существовать.

**P. S.:** В декабре откроется обновленная гастрокофейня в ТЦ «Галерея Вояж». В этом году ей исполнилось 10 лет, и она станет первым бутиком. Следующий этап, после реализации изменений в Тюмени, – открытие кофеен в других городах.



Новый интерьер кофейни

**Александр Семенов,** бренд-шеф сети кофеен «Максим»:

– Кофейни ждут изменения вкусов – мы будем развиваться в этом направлении. Меню в бывших кондитериях улучшится и станет разнообразнее. Это будет и еда навынос: простая домашняя кухня, то, чем люди привыкли обедать. В гастрокофейнях мы продолжим работать с блюдами ресторанного уровня.

**Мария Ташкинова,** менеджер исторической кофейни на ул. Семакова:

– Гости ценят нас за уют и сервис. Туристов чаще привлекают десерты, постоянные любят обедать и ужинать. Вечера – время свиданий. Скажем, год назад к нам пришла пара, молодой человек нервничал – это было их первое свидание. А сейчас каждую субботу они приходят вместе, берут чай и десерты.

**Елена Алексеева,** менеджер кофейни на ул. Советской:

– Кофейни – это, во-первых, статус. Совершенно иная подача блюд, продукты, все по-другому. Это определенный рост для нас. Процесс идет плавно, в принципе, сотрудники успевают адаптироваться к любой ситуации, любым изменениям. Я думаю, что все получится успешно.

**Егор Худорожков,** менеджер гастрокофейни на ул. Сперанского:

– Продукция в кофейнях и кондитериях разная. И гости бывали дезориентированы, спрашивая, например, продукцию кондитерии в кофейне. Сейчас людям будет удобнее и не придется ехать за хлебом в другой конец города. И конечно, единые для сети блюда помогают их продвижению.



# ПРОСТЫЕ РЕЦЕПТЫ ОТ ШЕФА

ГОТОВИМ ДОМА КАК В РЕСТОРАНЕ

## ПАСТА ОРЗО С КУРИЦЕЙ, СОЛЕННЫМИ ЛИМОНАМИ И ОЛИВКАМИ



Простые ингредиенты порой дарят очень сложные вкусы. Вот, например, соленые лимоны. В Марокко они, в сочетании с оливками, являются едва ли не основными источниками вкуса национальных блюд. Паста орзо с курицей, солеными лимонами и оливками — вот что получилось в результате на моей кухне. Это блюдо я готовлю почти каждую неделю, делюсь рецептом.

### Ингредиенты:

курица	1 кг (целая либо фрагменты)
соленый лимон	1 шт.
оливки черные	10-15 штук (рекомендую сорт Каламата либо турецкие вяленые оливки)
чеснок	5-7 зубчиков
перец чили	2 стручка
вино розовое либо белое	50 мл
масло оливковое	50 мл
паста орзо	300 гр.
петрушка	для подачи

Важно! Дополнительно соль в это блюдо добавлять не стоит, ее достаточно в лимонах и оливках!

В толстостенной сковороде с широким дном нужно разогреть оливковое масло и обжарить кусочки курицы с обеих сторон до золотистой корочки. Добавляем чеснок (не очищая) и чили и готовим еще 4-5 минут. Затем добавляем четвертин-

ки лимона, оливки (предварительно очищенные от косточек) и вино, выпаривая его 2-3 минуты. Вливаем кипящую воду, чтобы она наполовину покрыла курицу, и готовим под крышкой по 15 минут с обеих сторон.

Засыпаем пасту орзо в промежутках между курицей, добавляем еще кипятка, чтобы он на 1 см покрыл пасту, и готовим на самом медленном огне под крышкой 15 минут.

Открываем крышку и даем лишней жидкости выпариться в течение 3-5 минут. При подаче посыпаем мелко порубленной петрушкой.

Готовая паста хорошо хранится в холодильнике 2-3 дня. Рекомендую запивать холодным белым или розовым вином).

## СОЛЕННЫЕ ЛИМОНЫ

В Марокко их готовят в каждом доме. И это — соленые лимоны, которые часто используют в качестве приправы, маринадов и закуски.

В процессе засолки у лимонов появляются насыщенные вкус и аромат, а также уходит горчинка, характерная для свежих плодов.

Блюда, которые приправляют солеными лимонами, как правило, дополнительно не солят либо делают это очень осторожно.

Для засолки лучше подойдут небольшие плотные плоды, которые просаливаются более равномерно.

Прежде всего лимоны нужно промыть холодной проточной водой, и желательнее с использованием пищевой соды.

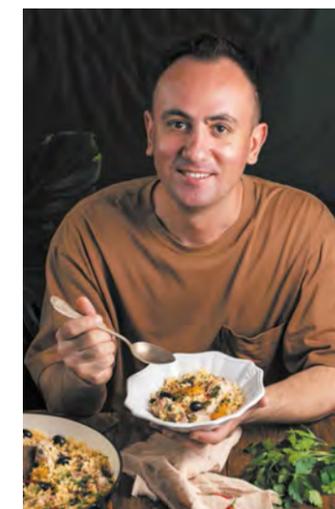
Чистые лимоны протираем насухо полотенцем, делаем надрез «крест-накрест», не дорезая до конца плода около 1 см.

В получившиеся разрезы кладем достаточное количество соли и хорошо утрамбовываем лимоны в стеклянной банке с широким горлом. Любым тупым предметом надавливаем на лимоны в банке так, чтобы вышло как можно больше сока, который вместе с солью и будет превращать их в ароматный продукт.

Хорошо встряхиваем закрытую банку и ставим в темное место на 3-4 дня, периодически встряхивая.

Затем отправляем банку в холодильник, и через неделю соленые лимоны уже можно использовать.

Хранить их в таком виде можно практически бесконечно.



@honest\_cook

**Михаил Смирнов,**

шеф-повар  
кулинарной студии  
«Максим. Класс»

# КАК ЖЕНЩИНЕ СОХРАНИТЬ МОЛОДОСТЬ И КРАСОТУ

РЕКОМЕНДАЦИИ ВРАЧЕЙ



Надежда Куприна, врач-терапевт, заместитель главного врача по терапии

**БЫТЬ СОБЛАЗНИТЕЛЬНОЙ И КРАСИВОЙ В 20, АКТИВНОЙ И ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОЙ ПОСЛЕ 30, ЗДОРОВОЙ И ЖИЗНЕРАДОСТНОЙ ПОСЛЕ 40 – ЭТО ВСЕ ПРО ЕЖЕДНЕВНУЮ ЗАБОТУ И РАБОТУ НАД СОБОЙ. О ТОМ, КАК МОЖНО ПОЗАБОТИТЬСЯ О СВОЕМ ЗДОРОВЬЕ И ПОМОЧЬ ОРГАНИЗМУ ВЫГЛЯДЕТЬ ПРЕКРАСНО В ЛЮБОМ ВОЗРАСТЕ, РАССКАЖУТ ВРАЧИ КЛИНИЧЕСКОГО ГОСПИТАЛЯ «МАТЬ И ДИТЯ ТЮМЕНЬ» ВРАЧ-ТЕРАПЕВТ, ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЛАВНОГО ВРАЧА ПО ТЕРАПИИ НАДЕЖДА КУПРИНА И АКУШЕР-ГИНЕКОЛОГ ЮЛИЯ ПЕШКОВА.**

## Профилактика – лучшее решение

Современная медицина фокусируется на профилактике – всегда легче предотвратить проблему, чем лечить ее. Поэтому в сфере красоты и здоровья появляются новые решения, которые помогают сохранить молодость. Особенно популярным способом поддержки организма у мужчин и женщин в последнее время стали «капельницы красоты». Об этом направлении мир узнал в 2018 году – именно тогда об их использовании заявили знаменитости – Гвинет Пэлтроу, Адель, Мадонна и Хейли Бибер.

## Что такое «капельницы красоты»

«Капельницы красоты» – удобное профилактическое средство для тех, кто ищет простой и быстрый способ поддержать молодость и красоту. Капельницы с витаминами активизируют обменные процессы, увеличивают количество энергии, запускают регенерацию и помогают справиться с последствиями разных заболеваний – от острых вирусных до хронических

неинфекционных. Мы рекомендуем такие капельницы и женщинам, и мужчинам, чтобы поддержать состояние здоровья в период стрессов или в межсезонье.

**КАПЕЛЬНИЦЫ С ВИТАМИНАМИ АКТИВИЗИРУЮТ ОБМЕННЫЕ ПРОЦЕССЫ, УВЕЛИЧИВАЮТ КОЛИЧЕСТВО ЭНЕРГИИ, ЗАПУСКАЮТ РЕГЕНЕРАЦИЮ ОРГАНИЗМА**

Основные ингредиенты инъекций красоты – витамины, микроэлементы, антиоксиданты, аминокислоты, гепатопротекторы и другие важные компоненты. Это позволяет воздействовать на организм в разных направлениях, помогает ощутить себя более энергичным, восстановиться после нагрузок и стрессов.

Эффект от процедуры заметен почти сразу, так как активные вещества моментально попадают в систему кровообращения. При этом нет нагрузки на органы пищеварения, а вероятность побочных эффектов снижена к минимуму.

Процедура проходит в удобное пациенту время после консультации с врачом-терапевтом. Мы подбираем действующие компоненты каждому индивидуально, чтобы учесть состояние здоровья и запрос. Капельницы проходят в одноместной палате, в удобной функциональной кровати. У пациента есть доступ к wi-fi, телевизору, розетке – в процессе можно отдохнуть или поработать удаленно.

## Красота – во внутреннем здоровье

Внешняя красота – это всегда отражение внутреннего состояния здоровья. Часто после родов молодые женщины сталкиваются с симптомами опущения (пролапса) внутренних половых органов. Дискомфорт при ходьбе, частые походы в туалет, недержание мочи, нарушение стула, ощущение «широкого» влагалища и, как следствие, снижение либидо – симптомы опущения. Все это влияет и на самочувствие, и на уверенность в себе.

Но проблема в том, что заболевание протекает медленно – пациенты ощущают сильный дискомфорт только на поздних стадиях и обращаются к врачам довольно поздно. Лучший способ позаботиться о себе – заняться профилактикой как можно раньше. В госпитале «Мать и дитя Тюмень» мы бережно наблюдаем женщин всех возрастов, особенно – женщин после родов. Потому что именно молодые



Юлия Пешкова, акушер-гинеколог

мамы чаще всего сталкиваются со слабостью мышц тазового дна.

От пролапса избавиться реально, но нужно как можно раньше обратиться к специалисту. Врач вовремя диагностирует проблему и поможет вылечить опущение консервативными методами. На первом этапе в клинике можно провести диагностику силы мышц тазового дна.

**ЕСЛИ У ЖЕНЩИНЫ ВЫЯВИЛИ СЛАБОСТЬ МЫШЦ И НАЧАЛЬНУЮ СТАДИЮ ПРОЛАПСА, МЫ ИСПОЛЬЗУЕМ ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДИКИ – БОС-ТЕРАПИЯ И ЛЕЧЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЕЙ NIFEM НА КРЕСЛЕ EMSSELLA**

Если у женщины выявили слабость мышц и начальную стадию опущения стенок влагалища (1-2 степень), мы активно используем инновационные методики – это БОС-терапия и лечение технологией NIFEM на кресле Emsella.

Эти методы качественно тренируют мышцы тазового дна, делают их более крепкими, эластичными и восстанавливают функции. И хотя в процессе корректируется одна патология, воздействие проходит на разные точки организма. Поэтому есть узкий спектр противопоказаний. Врач акушер-гинеколог подбирает подходящую методику после первичного приема и сдачи анализов.

Сохранить красоту и молодость возможно, если заботиться о своем здоровье, соблюдать меры профилактики и быть внимательной к себе. А помочь с этим могут врачи клиники «Мать и дитя Тюмень».

**КОНТАКТЫ**  
ул. Юрия Семовских, 20  
+7 (3452) 21-20-13



**Клинический госпиталь Тюмень**  
ГРУППА КОМПАНИЙ «МАТЬ И ДИТЯ»

НЕОБХОДИМА КОНСУЛЬТАЦИЯ СПЕЦИАЛИСТА. ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ

Регистрационный номер лицензии: ЛО44-01107-72/00574609. Дата предоставления лицензии: 19.12.2019



Visit  
Tyumen

# ГОРЯЧИЕ ВНУТРИ

ВНУТРЕННИЙ ТУРИЗМ

ОТКРОЙТЕ СЕЗОН ВПЕЧАТЛЕНИЙ В ТЮМЕНИ: ГОРЯЧИЕ ТЕРМАЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ И УНИКАЛЬНЫЕ МАРШРУТЫ НА ЛЮБОЙ ВКУС



Открытие термального сезона в Тюмени ждали не только местные жители, но и туристы из других городов. Здесь, в столице термальных вод, находятся уникальные горячие источники, которые привлекают целебными свойствами, возможностью отдохнуть и перезагрузиться.

Традиционно термальный сезон начался с серии праздничных открытий. Каждые выходные с 4 ноября по 3 декабря на тюменских источниках, участвующих в программе, проходят интерактивные мероприятия. В числе приятных бонусов: скидки на услуги термальных комплексов, банные практики,

викторины для детей и взрослых с розыгрышами призов от туристического бренда Visit Tyumen.

Голосом открытия термального сезона стали радиоведущие популярного утреннего шоу «Бригада У» на «Европе Плюс», а интерес гостей подогрели шоумены и аниматоры. Праздник дополнили живой музыкой, танцевальным флешмобом, конкурсами, викторинами и дегустацией сибирского чая со сладостями. В рамках серии праздничных открытий, с 4 ноября по 3 декабря, все желающие могут отправиться в «Термальный круиз»: посетить источники, участвующие в акции, получить

за это печати в билет, который потом можно будет обменять на подарки. В туристско-информационном центре можно принять участие в квесте и получить в подарок мерч от Visit Tyumen.

Узнать все подробности о событии, актуальном расписании работы источников и активностях, которые будут проходить в течение месяца, можно на сайте Visit Tyumen, а также в туристско-информационных центрах, в том числе в новом, который открылся на набережной.

Кроме того, ТИЦ поможет получить полную информацию о самых актуальных туристических предложениях в Тюменской области. \*Познакомиться с достопримечательностями, построить маршрут увлекательного путешествия, составить план отдыха на выходные или подобрать тур самостоятельно через интерактивную сенсорную панель. Также в регионе работает единая служба поддержки туристов: телефон горячей линии 8 (800) 302-34-72, чат-бот @VisitTyumen\_bot в мессенджере Telegram, форма связи на сайте и в социальных сетях Visit Tyumen.

Запланировать сибирский вояж можно уже в ноябре, когда расслабление в термальных источниках отлично сочетается с активным отдыхом. В туре «Сибирские термы. Горячее сердце Тюмени» вы можете посетить самые



Вдохновитесь на путешествие и посмотреть программы туров:



популярные термальные комплексы, узнать историю возникновения горячих источников в регионе, а также полюбоваться памятниками деревянного зодчества, прогуляться по набережной и попробовать блюда сибирской кухни.

Отдых в минеральных природных водах, температура которых колеблется в пределах от +36 до +48 °С, способствует снятию стресса и напряжения. Уникальные свойства воды оздоравливают организм, тонизируют кожу и замедляют процессы старения.

Расслабиться также можно в санаториях с минеральными бассейнами или в загородных источниках на лоне природы. Независимо от выбора вас ждет потрясающий бодрящий контраст от горячих целебных минеральных вод и морозного воздуха, который дарит яркие эмоции и полное расслабление.

Проведите познавательные выходные в туре нефтяника «Черное золото Сибири». Путешествие начнется в Тюмени с обзорной экскурсии по городу, а затем вы узнаете, как связаны термальные источники с нефтегазовой отраслью, пройдете обряд посвящения в нефтяники, побываете на буровой установке и попробуете единственную в мире «уху с нефтью».

В Сибири будет по-настоящему душевно, тепло и вкусно. Расслабиться в термальных источниках, познакомиться с богатой историей края, омолодиться и зарядиться сибирским здоровьем смогут и взрослые, и дети.

\*режим работы горячей линии с 10 до 19 ч.



# МЕСТА РАСПРОСТРАНЕНИЯ

## МАКСИМ

**Ресторан-музей «Чум»**  
Малыгина, 59

**Русский ресторан «МаксиМыч»**  
50 лет Октября, 52

**Рыбный ресторан «Посейдон»**  
Луначарского, 47

**Загородный ресторан «Дача»**  
д. Дударева, Тюменская, 9

**Ресторан «Сыроварня»**  
Советская, 54

**Грузинское кафе «Ван Гоги»**  
Республики, 34

**Кафе Brasserie**  
Республики, 142

**Историческая гастрокофейня «Максим»**  
Республики, 24/4

Кофейня «Максим» — Герцена, 94  
Кофейня «Максим» — М. Сперанского, 17  
Кофейня «Максим» — Газовиков, 73

**Аэропорт Рощино** (зона внутренних вылетов, бизнес-зал, зал повышенной комфортности, международный зал)

Кондитерия №1 — Олимпийская, 9  
Кондитерия №2 — Володарского, 38  
Кондитерия №3 — Советская, 126  
Кондитерия №4 — Ю. Семовских, 10  
Кондитерия №5 — Ямская, 92  
Кондитерия №6 — Московский тракт, 35а

**Обжарочный цех CoffeeBank**  
30 лет Победы, 7, стр. 40

**Кулинарная школа «Максим.Класс»**  
25 Октября, 34/6

## ПАРТНЕРЫ:

### БИЗНЕС-ЦЕНТРЫ

**Бизнес-центр «Нобель-Парк»**  
Пермякова, 1/5

**Деловой дом «Петр Столыпин»**  
50 лет Октября, 86

**Деловой дом «Дежнёв»**  
Герцена, 96

**Тюменский технопарк**  
Республики, 142

### АВТОСАЛОНЫ

**Автосалон Порше**  
Пермякова, 92

**Автосалон Ауди**  
Пермякова, 94/4

**Автосалон Mercedes-Benz**  
Беляева, 35

**Автосалон Mazda**  
Федюнинского, 53

**Автосалон Фольксваген**  
Федюнинского, 51/2

**Автосалон Шкода**  
Федюнинского, 51/2

**Сервисный центр BMW (Премиум-Дина)**  
Федюнинского, 52

**Автосалон Фольксваген Центр Гросс**  
2-я Луговая, 29

**Такси «Бизнес-Класс»**

## БУТИКИ

**Кураж**  
8 Марта, 2/7

**Max Mara**  
Одесская, 63  
Д. Менделеева, 1

**Шанталь**  
М. Горького, 68/4

**ESCALA**  
Осипенко, 16

**Элизабет Роскошь**  
Володарского, 33

**Studio 21**  
Осипенко, 16

**Академия Времени**  
Республики, 131

**Бутик вин «Виночерпий»**  
Салтыкова-Щедрина, 44  
Челюскинцев, 29

**Eclectic**  
Советская, 54

## ОТЕЛИ

**DoubleTree by Hilton Hotel Tyumen**  
Орджоникидзе, 46

**Mercure Тюмень Центр 4\***  
50 лет Октября, 14

**Best Western Plus Spasskaya**  
Ленина, 2а

**Отель Термал Резорт & СПА «ЛетоЛето»**  
Щербаклова, 87

## САЛОНЫ КРАСОТЫ И КЛИНИКИ

**Клиника красоты и эстетической медицины «НаноЭстетик»**  
М. Горького, 83

**VIP MEN & VIP WOMEN**  
М. Горького, 68/8

**Центр французской косметологии Biologique Recherche**  
25 Октября, 40

**Салон красоты L. A. K.**  
Грибоедова, 6, к. 1/7

**Салон красоты TOP**  
Мельникайте, 125б

**Центр косметологии и коррекции фигуры NICE TIME**  
Советская, 124

**Салон красоты MIZU CLUB**  
Осипенко, 16

**Студия массажных фейс-практик FaceRoom**  
Советская, 55/1а

**Paloma**  
25 Октября, 34/3

**Vabor**  
Водопроводная, 16

**Салон красоты «Аристократ»**  
Самарская, 20

**Клиника «Биосвисс»**  
Урицкого, 36

**Клиника LAPLAS**  
Профсоюзная, 28

**Клинический госпиталь «Мать и дитя»**  
Ю. Семовских, 20  
Ю. Семовских, 22

**Филатовская клиника**  
Н. Зелинского, 5/2  
Федюнинского, 56/2

**Медицинский центр М+**  
Широтная, 17/2

**Клиника Nexima**  
25 Октября, 27

**Neo-clinic**  
Немцова, 4

**Сеть медицинских центров «Доктор Арбитайло»**  
Минская, 69/2  
пр. Заречный, 37/1  
Беляева, 33/2  
Грибоедова, 6/1  
Широтная, 130/1  
Республики, 40/1  
Широтная, 104/5  
Эрвье, 16/1

## СПА-ЦЕНТРЫ

**Банный комплекс «Городские Парильни»**  
Полевая, 28

**Студия тайского SPA THAI LOTUS**  
Комсомольская, 8  
Малыгина, 86/1

**Санаторий «Сибирь»**  
19 км Червишевского тракта, 1

## СТОМАТОЛОГИИ

**Детская стоматология «У жирафа Севы»**  
Циолковского, 13

**Семейная стоматология Dr. Albus**  
Олимпийская, 6

**Сеть стоматологических клиник «Мега Дент»**  
П. Артамонова, 13/1  
М. Горького, 42а  
Чернышевского, 26  
Пермякова, 72/1  
Монтажников, 61

**Стоматологическая клиника «Ультра-Дент»**  
Челюскинцев, 29

**Семейная стоматология «Эстетик»**  
Республики, 62

**Стоматология «Мастер-Дент»**  
Малыгина, 14/2

## САЛОНЫ И МАГАЗИНЫ

**Мебельный салон «Немецкий дом»**  
Дзержинского, 6

**Мебельный салон VILLA CLASSICA**  
Дзержинского, 6

**Бутик «Монпансье»**  
Челюскинцев, 1

**Сувенир-Престиж**  
Володарского, 47/3

**Кухни Nolte**  
Малыгина, 51/2

**Дом цветочной моды «Версаль»**  
Урицкого, 5, М. Тореза, 2

**Мебельный салон Allegro**  
ТЦ «Новый магнат», 2 этаж

**Мебельный салон «Агаси»**  
50 лет Октября, 12/1

**Бутик «ЛЮкситан»**  
ТЦ «Гудвин», 1 этаж  
ТЦ «Кристалл», 1 этаж

## ФИТНЕС-КЛУБЫ

**Фитнес-центр Fitberry**  
30 Победы, 52а

**Фитнес-клуб «Даудель Спорт»**  
М. Горького, 68/4

**City Fitness**  
Володарского, 49/1  
Коммуны, 22  
Орджоникидзе, 60/1

**Фитнес-центр «Атлетик GYM»**  
Н. Ростовцева, 2/1, Осипенко, 79  
Московский тракт, 118

**Фитнес-клуб Bright Fit**  
50 лет Октября, 14

**Атлетический клуб «Антей»**  
50 лет Октября, 47/3

**World Class Тюмень**  
Республики, 245

**Opera Fitness**  
Центральная, 1 (пос. Патрушева)

# ОТКРЫТИЕ ВОДОКАЧКИ

ВАЖНОЕ СОБЫТИЕ ДЛЯ КОМПАНИИ «МАКСИМ» И НЕ МЕНЕЕ ДОЛГОЖДАННЫЙ ДЕНЬ ДЛЯ КОМАНДЫ РЕБЯТ, КОТОРЫЕ ВЫБРАЛИ ИСТОРИЧЕСКОЕ ЗДАНИЕ НА НАБЕРЕЖНОЙ НАЗЫВАТЬ СВОИМ «ВТОРЫМ ДОМОМ».



От создания «Водокачки» в головах до полноценного открытия бара прошло ровно 9 месяцев (метафора про роды очень даже актуальна). За это время мы пережили множество дискуссий о концепции заведения, десятки правок в дизайн-проекте, одну громкую тусовку в еще необработанных стенах «Водокачки» и два месяца работы только в режиме террасы. Кстати, на террасе мы с гостями тоже прошли через многое — видели самые красивые закаты на набережной, прятались от сносящих с ног ливней, загорали на шезлонгах. Время, когда каждый день — это сюрприз: придется вытряхивать из «парусов» литры воды или спастись от жары с помощью холодных коктейлей и водного орошения на крыше?

Секретов нет, открытие переносили три раза по разным причинам. Но, если без длинных историй, то в конце концов команда узнает заветную дату — 1.09.2023.

Решено делать стильно и масштабно — привозим популярную сейчас группу «ЛАУД» в качестве хедлайнеров вечера. Кстати, выбор оказался удачным — вся молодежь Тюмени была в восторге от этих артистов!

В ту ночь можно было уверенно сказать, что «Водокачка» — место, которое качает. В зале, где проходила основная вечеринка, пройти можно было двумя способами: обладать хорошим даром убеждения или уметь передвигаться по воздуху.



Счастливые гости, восторг от интерьера, коктейлей, еды и горящие глаза всех сотрудников — так можно описать ночь с 1 на 2 сентября 2023 года.

Сейчас «Водокачка» продолжает радовать всех гостей набережной той самой едой со всего света, авторскими коктейлями и уникальными для Тюмени мероприятиями.

График работы: вс. – чт. 12:00–00:00, пт. – сб. 12:00–02:00  
Адрес: ул. 25 Октября, 236

# ДЕНЬ РОЖДЕНИЯ РЕСТОРАНА «ДАЧА»



11 ОКТЯБРЯ ЗАГОРОДНОМУ РЕСТОРАНУ «ДАЧА» ИСПОЛНИЛОСЬ 2 ГОДА!



Вот уже 2 года команда ресторана создает особенную атмосферу тепла и уюта, где можно укрыться от городской суеты и забот, и развивает свое собственное направление кухни «Сибирский фьюжн», которое уже нашло отклик в сердцах постоянных гостей.

День рождения прошел будто в кругу семьи – теплые слова благодарности наших любимых гостей, приятная музыка, много подарков, улыбок и смеха.



# СВАДЬБА - КОЛЛАБОРАЦИЯ ДВУХ БАРОВ



ИСТОРИЯ О САМОЙ НЕОЖИДАННОЙ И НЕОБЫЧНОЙ КОЛЛАБОРАЦИИ ДВУХ ЗАВЕДЕНИЙ - БАРА «ВОДОКАЧКА» И БАРА «ЗДОРОВЬЯ».



«Водокачка» славится множеством совместных вечеринок с брендами Тюмени, но одной из самых интересных остается та, идея которой родилась совершенно случайно на одной из встреч в сентябре.

— Давайте сделаем совместную вечеринку?  
— В порядке бреда, мы как-то хотели провести свадьбу в стиле 2000-х...

— Мы тоже хотели сделать у себя свадьбу!

В качестве «молодоженов» выбрали сотрудников «Водокачки» и «Здоровья» и началась большая подготовка...

Уже на следующей неделе отснят видеоанонс, который, на самом деле, больше напоминал реальность, поэтому вопросов у всех гостей, друзей и даже родителей появилось много — мы не раскальвались.

Выбраны лучшие абсурдные конкурсы, закуплены свадебные украшения — от первых букв имени до семейного

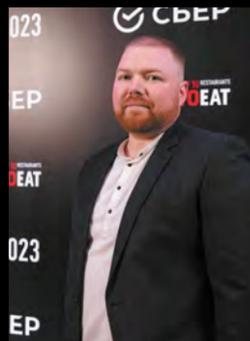
банка и голубей, закреплены роли свидетеля и свидетельницы, брата-дебошира, родственников, которые приехали издалека. Даже свадебное платье и кольца были настоящими. Для гостей свадьбы, естественно, дресс-код — олимпийки, кожанки, сверкающие платья и животные принты. А в качестве фуршета — игристое в пластиковых бокалах, тематические закуски в виде бутербродов и тартелеток и главный подарок от шеф-повара — холодец в виде поросенка! Как вы поняли, подготовка была серьезной. Настолько, что был приглашен настоящий регистратор с Авито.

Вопросов о реальности свадьбы после этого вечера меньше не стало, судя по непрекращающимся поздравлениям в течение, как минимум, двух недель. Но названия двух баров теперь точно у многих ассоциируются с этим днем, а сотрудники стали постоянными гостями друг у друга.

# ИТОГИ ПРЕМИИ WHERE TO EAT



20 октября 2023 года в «Синара Центре» в Екатеринбурге состоялась V церемония вручения наград ресторанной премии WHERE TO EAT URAL. Целых два ресторана компании «Максим» вошли в ТОП-50 лучших, 35-е место занял деревенский ресторан «Сыроварня» и 12-ю строчку – ресторан-музей «Чум». Также на лидирующие позиции вышли и другие заведения из Тюмени, например, впервые на 10-е место вошли коллеги из ресторана Mestia, а лучшим баром Урала был признан бар Fresca.



НЕЗАВИСИМАЯ РЕСТОРАННАЯ  
ПРЕМИЯ WHERE TO EAT (WTE)  
УЧРЕЖДЕНА В 2013 ГОДУ  
АССОЦИАЦИЕЙ РОССИЙСКИХ  
ГАСТРОНОМИЧЕСКИХ  
ЖУРНАЛИСТОВ.



# ЦИТАТЫ

## О РЕШИМОСТИ И АМБИЦИЯХ



**Дональд Трамп,**

45-й президент США

КАК МОЖНО БЫСТРЕЕ ПРЕВРАЩАЙТЕ ВАШИ МАСШТАБНЫЕ МЫСЛИ В МАСШТАБНЫЕ ДЕЙСТВИЯ. НЕ ПОЗВОЛЯЙТЕ ЛОЖНЫМ ОТГОВОРКАМ ЗАТОРМОЗИТЬ ВАС. ОТГОВОРКИ – СИМПТОМЫ СТРАХА.



**Эрма Бомбек,**  
писатель, журналист

Надеюсь, что в конце своих дней, когда я предстану перед Богом, у меня не останется ни капли таланта, чтобы я могла сказать ему: «Я использовала все, что ты дал мне».



**Лев Толстой,**  
писатель

Все дело в мыслях. Мысль – начало всего. И мыслями можно управлять. И поэтому главное дело совершенствования: работать над мыслями.



**Федор Достоевский,**  
писатель

Надо любить жизнь больше, чем смысл жизни.



**Питер Друкер,**  
американский экономист

У истоков каждого успешного предприятия стоит однажды принятое смелое решение.



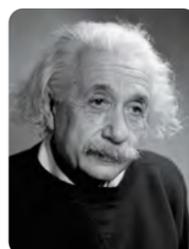
**Антуан де Сент-Экзюпери,**  
писатель и журналист

Если ты хочешь построить корабль, не надо созывать людей, планировать, делить работу, доставать инструменты. Надо заразить людей стремлением к бесконечному морю. Тогда они сами построят корабль.



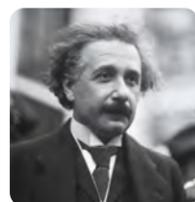
**Стивен Кови,**  
консультант по организационному управлению

Я не жертва обстоятельств, я – результат моих решений.



**Альберт Эйнштейн,**  
физик

Логика может привести вас от пункта А к пункту Б, а воображение – куда угодно.



**Альберт Эйнштейн,**  
физик

Стремитесь не к успеху, а к ценностям, которые он дает.



**Джон Леннон,**  
рок-певец

Жизнь – это то, что с тобой происходит, пока ты строишь планы.



**Христофор Колумб,**  
испанский мореплаватель

Вы никогда не пересечете океан, если не наберетесь мужества потерять берег из виду.

# ДОСТАВКА ЛЮБИМЫХ БЛЮД

БЛЮДА С СЫРАМИ СОБСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА  
ПИЦЦА ИЗ ДРОВАНОЙ ПЕЧИ  
БОЛЬШОЙ ВЫБОР ГОРЯЧИХ БЛЮД НА ГРИЛЕ  
ИЗЫСКАННЫЕ ДЕСЕРТЫ НА ЛЮБОЙ ВКУС

ДОСТАВКА



Попробуйте уже сегодня!

Советская, 54 / ТЦ Пассаж / +7 3452 638-386  
syrovarnya.com / @syrovarnya.tmn



ФИНАЛИСТ  
2023

ПОСЁЛОК  
ГОДА

## НОВОЕ ОТРАЖЕНИЕ ЗАГОРОДНОЙ ЖИЗНИ



Сибирские владения

ООО «Сибирские владения» девелоперская компания



Реклама.



# СКАНДИА. В КОМАРОВО ПАРК

Жизнь в гармонии  
с городом и природой

scandia.life

СКАНДИА. Квартал в Комарово Парк. г. Тюмень. Проектная декларация размещена на сайте: наш дом.рф. Разрешение на строительство №72-17-23-2023 от 01.02.2023г. Срок ввода в эксплуатацию 4 кв. 2024 г. Реализация по договорам участия в долевом строительстве. Реклама. Не оферта. Телефон +7 (3452) 50-80-10.