

«НАМ ЕСТЬ ЧТО СОХРАНЯТЬ» РЕСТОРАН «МЕТРОПОЛЬ» И КОНДИТЕРСКАЯ «СЕВЕР», ЯРКИЕ ПРИМЕТЫ ДВУХ ГОРОДОВ — ИМПЕРАТОРСКОГО САНКТ-ПЕТЕРБУРГА И КОММУНИСТИЧЕСКОГО ЛЕНИНГРАДА — НА ПОСТСОВЕТСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ ОБРАЗОВАЛИ ЕДИНЬ БРЕНД «СЕВЕР-МЕТРОПОЛЬ», ОДНОВРЕМЕННО СОХРАНИВ ИМПЕРСКИЙ ШИК И ПРОЛЕТАРСКУЮ ДЕМОКРАТИЧНОСТЬ. КАПИТАЛИЗАЦИЯ ЭТОГО ТОВАРНОГО ЗНАКА РАСТЕТ, НО ЕГО СТОИМОСТЬ КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР ООО «СЕВЕР-МЕТРОПОЛЬ» ВАРВАРА БЕЛЕЦКАЯ НЕ РАСКРЫВАЕТ. ЗАТО ТОП-МЕНЕДЖЕР ГОТОВА РАССКАЗАТЬ О ТОМ, ЗА СЧЕТ ЧЕГО СОХРАНЯЕТСЯ ПОПУЛЯРНОСТЬ БРЕНДА. ДМИТРИЙ МАРАКУЛИН

ВАРВАРА БЕЛЕЦКАЯ: Бренд «Метрополь», существующий почти два века, — это хорошая историческая база. Он известен с середины XIX века, но больше как ресторан. И знаком не одному поколению ленинградцев и ассоциируется с приятными событиями — свадьбами, юбилеями и другими памятливыми датами. Именно тогда, в советские годы, началось наше кондитерское производство. Думаю, многие горожане, да и не только они — туристы, побывавшие во времена СССР в нашем городе, помнят легендарную кондитерскую «Север», куда можно было заглянуть во время прогулки и выпить чашку кофе с фирменной выпечкой. И сам ресторан «Метрополь» на Садовой, и кондитерская «Север» на Невском проспекте занесены в «Красную книгу» памятных мест Петербурга: среди шестнадцати адресов два — наши.

GUIDE: Трепетно относитесь к традициям?

В. Б.: Сохраняем лучшее, тем более что нам есть что сохранять. К примеру, торт «Белая ночь», который особенно популярен у москвичей. Впрочем, туристы из других городов его тоже любят. У него срок реализации семь суток. И этот сладкий сувенир можно привезти из Петербурга в подарок — он выдержит перелет. Так вот, его рецептура была разработана на следующий год после нашей победы в Великой Отечественной войне. Ведь и тогда люди хотели сделать что-то прекрасное, и кондитеры придумали и подарили нам этот чудесный торт. Уникальная технология приготовления суфле на агаре со сливочным маслом, натуральный шоколад и песочная основа, этот рецепт мы сохранили неизменным.

Сегодня в нашей линейке тортов есть и другие, популярные с советских времен, — торты «Аврора», «Лунный», «Прага», пирожное «Север», традиционные рецепты, без удешевления за счет использования заменителей. Таким образом, поддерживаем нашу взрослую аудиторию.

Г: А некоторые критически относятся к общепиту СССР...

В. Б.: Ничего плохого там не было, до сих пор же говорят и вспоминают вкус, знакомый с детства. Поэтому традиции кондитерского производства мы сохраняем. Вот одна из них — преемственность поколений, что для нашего бизнеса очень важно. У нас есть «золотой фонд» — мастера, проработавшие на производстве по тридцать лет. Мы сотрудничаем с лицами, где отбираем кадры для прохождения практики — в перспективе стажеры переходят к нам. А опытные мастера передают секреты молодежи. Отмечу, что с каждым годом у детей больше интереса к таким профессиям, как повар и кондитер, больше мальчиков получает эти специальности. И это



хорошо: красота пирожных и тортов рождается за счет тяжелого труда.

Г: Однако без привлечения новых потребителей существует вероятность обесценивания бренда.

В. Б.: Мы и развиваемся. В центре стало тяжело работать, появились проблемы с логистикой — к примеру, в арку на Садовой может въехать максимум полутонна «Газель», и мы вывели наше производство в Выборгский район, что позволило сократить часть издержек.

Мы сотрудничаем со всеми крупными сетями, наши кондитерские изделия можно попробовать и в столице, и в городах Северо-Западного региона. Становимся ближе к потребителю без снижения качества продукции. Пирожное из натурального масла и шоколада на полке сетевого магазина будет стоить семьдесят рублей, то есть продукт ресторанного качества, мы переводим в масс-маркет и занимаемся этим уже три-четыре года. В каком ресторане вам сделают аналогичное предложение? Можем сравнить с Западом. Там производство идет двумя путями — либо индустриализация: купили замороженный полуфабрикат и дома его приготовили, либо второй путь: ночью испекли и утром доставили в точки продаж. Мы соединяем оба направления: ручное производство, но индустриальные масштабы. Поэтому у нас в последние пять лет ежегодный прирост объемов продукции 5–7%.

Г: Планируете расширение — например, заняться продажей франшизы?

В. Б.: Нам поступало предложение от бизнесменов из Баку, и мы даже начали пере-

говори. Однако все уперлось в систему контроля. Производить качественные кондитерские изделия мы умеем, а вот как контролировать производство в другой стране, пока не знаем. Тем более что такая процедура серьезно удорожает проект. В конце концов, предпринимателям из Баку проект оказался финансово неинтересен.

Было еще одно предложение. В Петербург приезжал владелец торговой сети из Калифорнии, на переговоры его привезли в кондитерскую, куда мы поставляем продукцию. Американец, продегустировав «Северный мед», предложил нам поставлять в Штаты этот торт, но ничего не получилось: поставлять можно только замороженный полуфабрикат. А этот торт таким образом продавать не получится.

Возможно, в будущем мы вернемся к подобным проектам, может, в рамках региона или страны в целом.

Г: Вы зарегистрировали товарный знак «Север-Метрополь». Это федеральный или региональный бренд?

В. Б.: Скорее региональный или даже только петербургский. Нашу продукцию можно встретить только здесь. Чтобы съесть местный специалитет — булочку «Метрополь», туристу необходимо будет приехать в Петербург.

Г: А были ли попытки дискредитации вашего бренда или незаконного использования?

В. Б.: Нет, незаконного использования нашего товарного знака мы не встречали, а вот с попытками повторить рецепты, разработанные нашими кондитерами и

технологами, сталкивались. Некоторые коммерсанты пытались организовать производство торта «Северный мед», это наш лидер продаж, но не пошел бизнес: стоимость подделки, безусловно, ниже — используют растительные сливки и спреды, но качество, вкус существенно хуже. Или всем известное печенье «Курабье» — в магазинах оно продается по цене, равной сырьевой себестоимости, если его делать, как у нас, по ГОСТу. Что за чудо такое, из чего же оно сделано? Мы себе такого не позволяем — держим марку. Берем сливочное масло, натуральный мед, натуральный шоколад, орехи. Дорогая сырьевая основа, но торты и пирожные — не продукт повседневного спроса, это все-таки в некотором роде праздник вкуса. И нам нельзя обмануть ожидания наших покупателей.

Г: В городе постоянно открываются новые кондитерские, конкуренция растет. В чем ваше преимущество?

В. Б.: В использовании натурального сырья по максимуму и жестком контроле качества. Всю «молочку» мы ежедневно проверяем в аккредитованной лаборатории, прежде чем заключить договор о поставках сырья, тестируем его. Ищем лучшее сырье. Масло закупаем в Новой Зеландии и Уругвае: зарубежные производители изготавливают его с необходимой нам жирностью; отечественные, к сожалению, выпускают масло меньшей жирности. Из Чили везем чернослив, во Франции и Италии заключаем контракты на поставки шоколада. Конечно, есть российские поставщики: сливки, ягоды — те же клюква и брусника, но джемы варим сами.

Г: А новые проекты будут?

В. Б.: Уже есть. Около года существует собственное производство конфитуров, есть вишня с шоколадом, апельсин с курагой и медом, есть глинтвейн — они продаются в кафе-кондитерских «Север» и «Метрополь». Запустили производство конфет ручной работы с натуральным наполнением, мармелад изготавливаем только из натуральных фруктовых пюре и соков без добавления искусственных ароматизаторов и красителей. Печем австрийский хлеб — «Спельтовый», «Пурпурный», плетенку «День и ночь» из двух видов хлеба: один — для завтрака, другой — для ужина. Это продукция премиум-сегмента, а вообще мы корректируем наш ассортимент ежемесячно. В ближайшем будущем планируем открыть на Невском элкер-бар со сладкой продукцией из заварного теста со множеством начинок. Выпечка будет свежайшая, ее приготовят на глазах у посетителя и добавят начинку по его выбору. ■