



Выберите Ваш город: [Москва](#)

ЧЕТВЕРГ, 25 АПРЕЛЬ 2013 14:47

Гастрономические туры кулинарных звезд

Опубликовано в [Персонал](#)

[размер шрифта](#)

[Печать](#)

[Эл. почта](#)

Конечно, имена московских шеф-поваров зачастую мало о чем говорят широкому кругу публики. Люди пока больше реагируют «на рестораторов» – посещают модные или давно проверенные места. Тем не менее, роль шеф-повара в истории ресторана премиум-класса растет, и эта тенденция очень положительная. Ведь ресторан – это театр, и глава кухни призван удивлять публику гастрономическими творениями.



Нина Макогон, партнер Splendid agency, фуд-блоггер, г. Москва

– Как и в любом театре для того, чтобы разнообразить репертуар и предложить гостям нечто новое, рестораны устраивают гастрономические гастроли известных шеф-поваров из-за рубежа.

Генеральный директор ресторана «Tatler club» Роман Кутепов подчеркивает, что «гастрономические фестивали – это особый атрибут ресторана, который позволяет сделать все вкусно и разнообразно». Стоит отметить, что организация гастролей – удовольствие не из дешевых. Помимо выплаты гонорара шеф-повара, необходимо будет оплатить его перелет в Россию, организовать визу, согласовать и забронировать отель. Поэтому для того, чтобы покрыть все эти расходы ресторан обычно приглашает к участию спонсоров, взамен предоставляя всевозможные рекламные опции во время проведения фестиваля.

Итак, первое, что необходимо утвердить с партнером-спонсором – это размер выделяемого бюджета. Стоимость мероприятия может варьироваться от таких важных факторов, как страна, из которой вы хотели бы, чтобы повар приехал, количество его наград (гонорары шеф-повара со звездами Мишлен на несколько порядков выше), количество блюд в меню и многое-многое другое (от 10 000 евро). Самыми востребованными до сих пор являются повара из Европы, так как вкусовые предпочтения у россиян несравнимо ближе к европейским, нежели к азиатским стандартам.



Следующая стадия – поиск шеф-повара.

Есть два пути: осуществлять поиск самостоятельно или обратиться в специализированное агентство. Наш совет – обратиться к профессионалам, потому что:

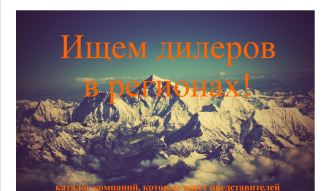
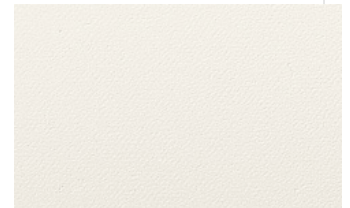
А) Размер гонорара шеф-повара может быть гораздо меньше, чем шеф-повар обозначит сотруднику вашего ресторана. Так как у агентства есть большие связи и рекомендации, благодаря которым удастся получить большую скидку на услуги шеф-повара.

Б) Заплатив гонорар агентству, вы можете быть уверены, что все будет сделано четко и вовремя. И в последний момент вы не обнаружите, что гастролер привез 40 килограммов длиннозерного риса, так как он был уверен, что в России такого вида риса нет. Бывает и такое.

«Пять лет назад, когда мы начинали свой бизнес, пять из десяти поваров отказывались приехать в Россию или страны СНГ даже на неделю, чтобы представить свое меню в одном из ресторанов столицы или на частное мероприятие, – признается основатель агентства Splendid agency Цивилева Елена. – Кроме разных ужасающих фактов, которыми их пугали газеты и телевидение в родных



**Зарегистрируйся
прямо сейчас!**



**Развиваешь свой
бизнес в оснащении
ресторанов/отелей?**

[Загляни в Каталог "Ищем партнеров!"](#)

**Поиск статьи/
эксперта**

странах – вроде криминала, терроризма и тому подобного, – их беспокоили условия работы, наличие необходимого оборудования, качество местных ингредиентов. Ведь все это может не лучшим образом сказаться на качестве блюд, и в результате репутация повара от подобных экспериментов только проиграет. Сейчас, когда у нас на сайте можно найти информацию о десятках проведенных мероприятий самых именитых поваров мира, убедить приехать повара стало намного легче».



Кулинарный мастер класс от шеф-повара отеля Мария Кристина (Испания) в ресторане БОНО, г. Москва

Процесс переговоров с шеф-поваром занимает значительную часть времени по организации тура. «Для шеф-поваров очень важно, какое оборудование и ингредиенты будут предоставлены для него «на месте», – отмечает Елена. – Бывали случаи, когда шеф-повара отказывались готовить какое-то блюдо из-за качества ингредиентов, к примеру, потому что морепродукты были охлажденные, а не свежие. Но как, простите, можно гарантировать свежесловленные продукты из моря, к примеру, в Москве? Поэтому нам приходится всегда искать компромиссы, мы высылаем фотографии кухни во всех ракурсах и со всей посудой, которая есть в ресторане, согласовываем качество ингредиентов тоже по фотографиям и путем переговоров поваров с поставщиками, чтобы шеф-повар заранее определил, все ли необходимое есть на кухне, в какой именно посуде он будет подавать то или иное блюдо.



Однажды, когда мы утверждали посуду для подачи блюд с шеф-поваром с 2* Мишлен из Франции, он хотел подавать только на эксклюзивной посуде своего ресторана, которая была изготовлена для него известным европейским дизайнером. Перевозка посуды из Франции и обратно обошлась бы не менее 2 000 евро, к тому же нужно было гарантировать ее сохранность. Ситуацию спасло то, что у француза было всего по 50 тарелок (так как в его ресторане не более 40 посадочных мест), а у нас на мероприятие было приглашено порядка 120 человек. Деваться было некуда, и стали использовать стандартную посуду, которую планировали изначально».

После того, как определены основные моменты сотрудничества с шеф-поваром и подписан контракт, проводится пиар-компания, в частности, изготавливается полиграфия с логотипами партнеров (флаеры, приглашения, баннеры, пресс-волл), производится рассылка по гастрономическим изданиям и life-style СМИ.

В зависимости от пожеланий приглашающего ресторана и спонсора, гастроли могут длиться 3 дня, неделю или 2 недели. В течение этого срока вводится специальное меню от шефа-гастролера, которое состоит из 9-15 блюд и действует с 12 часов дня и до 11 вечера каждый день. Следует отметить, что приезжающие повара очень любят предлагать специальное меню в качестве сет-меню, с чем российские рестораторы категорически не согласны, так как местная публика любит выбирать блюда.

На суд гостям представляются абсолютные новинки и уникальные рецептуры от именитого шеф-повара, который не только работает «за кадром», но и обязательно уделяет время гостям ресторана. Ведь даже титулованным кулинарам, работающим в странах, традиционно задающих все гастрономические тенденции, любопытно пообщаться с российской публикой, узнать особенности вкусовых предпочтений и мнение о тех или иных блюдах.

Так как приглашение шеф-повара на фестиваль – это рекламная акция для ресторана и спонсора, в течение пребывания шеф-повара в ресторане проходит пресс-ланч, на который приглашаются гастрономические критики и фотографы кулинарных и событийных изданий. На данном мероприятии проводится дегустация блюд от шеф-повара, а также кулинарный мастер-класс по приготовлению 1-2 блюд. В течение 2 часов журналисты задают гастролеру интересующие их вопросы по поводу блюд, способов приготовления и ингредиентов.

Также в течение недели проводится гала-ужин, на который приглашаются постоянные гости ресторана, знаменитости и фотографы. В целях повышения лояльности гостей к ресторану, помимо музыкальной программы, проводится розыгрыш подарков от партнеров (цветы, парфюмерия, сертификат на скидку, бутылка элитного алкоголя и т.д.).

После мероприятия, арт-директор ресторана или агентство делает рассылку фотографий с пост-релизом, с целью публикации фотографий в светской хронике известных журналов.

К одному из самых больших плюсов проведения гастрономических фестивалей можно отнести обучение новым кулинарным техникам персонала местного ресторана. Так как европейский специалист постоянно проводит свое время на кухне, ему необходимо, чтобы

Наши рассылки

Будь в курсе актуальных новостей, не пропусти ни одну статью!

- Рекламодаателям
- Дайджест ресторатора
- Дайджест для отельера
- Ежедневные новости

Имя

Адрес эл. почты

каждый сотрудник на кухне знал, каким образом можно приготовить то или иное блюдо из специального меню фестиваля, потому что при большом наплыве гостей гастролер не сможет справиться самостоятельно. Таким образом, организовывая гастроли, ресторатор убивает сразу трех зайцев: получает хорошую PR-компанию, разнообразие в меню и обученный по европейским стандартам персонал.

Теги [Нина Макогон](#) [повар](#) [фестиваль](#) [мнение эксперта](#)

Другие материалы в этой категории: [« Подбор иностранного шеф-повара на постоянную работу Ценные сотрудники – залог успеха компании »](#)

Авторизуйтесь, чтобы получить возможность оставлять комментарии

[Наверх](#)

Выставки и мероприятия



ВСЕ СТАТЬИ

- [Оснащение ресторана](#)
- [Оснащение отеля](#)
- [Персонал](#)
- [Руководителю: тонкости профессии](#)
- [Обзоры](#)
- [Интерьер](#)
- [Автоматизация и IT](#)
- [VK](#)

ПО РУБРИКАМ

- [PR'одвижение](#)
- [Барное дело](#)
- [Продукты и напитки](#)
- [Здоровое питание](#)
- [Мастер-классы](#)
- [Оборудование](#)
- [Клининг](#)
- [FB](#)

НОВОСТИ

- [Получать новости](#)
- [Новости рынка](#)
- [Новости партнеров](#)
- [Добавить свою новость](#)
- [Мероприятия](#)
- [Добавить свое мероприятие](#)

ПЕРЕЙТИ

- [Карта сайта](#)
- [Конкурс барменов](#)
- [Конкурс поваров](#)
- [ПИР-2014](#)
- [Хочу вести блог](#)

НАША КОМАНДА

Все сотрудники редакции "Линия Вкуса" - молодые, амбициозные ребята: специалисты не только в области журналистики, рекламы и дизайна, но и ресторанного и гостиничного дела.

[+ Познакомиться с нами!](#)

смотреть другие направления деятельности нашей компании

"Линия Вкуса" - Все о сект

1 620 участников



Игорь



Сергей



Дмитрий



Алексей



Дмитрий



Константин

[Подписаться на новости](#)

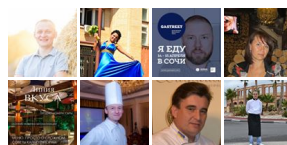
Extension Joomla

Найдите нас на Facebook



Журнал Линия Вкуса
Нравится

1 898 пользователям нравится Журнал Линия Вкуса.



Социальный плагин Facebook

Extension Joomla

18+ Использование материалов сайта и журнала без письменного

*разрешения редакции запрещено. Журнал "Линия Вкуса". Учредитель
и издатель ООО "Сервиском". Все права защищены. **2006-2015***