

Аркадий Новиков: «Сыр – это своеобразный наркотик»

19.11.2018



«Есть над чем работать, но надо отдать должное: наш партнер и вся его команда – очень профессиональные. Ребята сделали проект, который получился, судя по первым месяцам работы. В Новосибирске живет почти 2 миллиона человек, поэтому, думаю, размер ресторана был выбран правильно, место тоже хорошее. По дизайну есть пара ошибок, но это мы исправим. Новосибирский проект работает в чем-то даже лучше, чем некоторые наши московские рестораны. Но самое главное – не начало и этот двухмесячный успех. Когда открывается проект, он «выстреливает», но потом падает больше, чем на 50%. И после этого начинается ровная стабильная работа. Так вот самое главное для нас – длина этого пути, сколько лет будет жить ресторан. Тут все будет зависеть от нашего контроля и правильного управления местных партнеров», – считает Аркадий Новиков.

«Сыроварня» – один из наиболее успешных российских ресторанных проектов,

который «выстрелил» на фоне импортозамещения. Здесь готовят собственные сыры, пасту, и потому это очень специфическое предприятие. Поэтому, как говорят владельцы заведения, конкуренции на уже устоявшемся рынке со своими крупными рестораторами они не боялись. В каком-то смысле это даже больше производство, чем ресторан: из тысячи квадратных метров 600 занимает производство. Самый популярный сыр новосибирской «Сыроварни» – буррата. Ежедневно цех заведения производит его до 300 единиц. Но это далеко не предел – по словам Аркадия Новикова, мощности позволяют производить в три раза больше. Партнеры Новикова долго и тщательно выбирали поставщиков молока для производства сыра. В итоге остановились на двух: один привозит молоко для производства моцареллы, другой – для остальных сортов сыра.

«Мне кажется, сам концепт сыроварни очень интересный. Нам повезло, конечно: он случайно взял и получился. Сыр – настолько интересный продукт, что его можно есть каждый день. При условии, что он свежий, правильно приготовленный, сочный и вкусный, он становится своеобразным наркотиком, который притягивает гостей. Это ручная работа, в Москве мы только через 3–4 месяца после открытия «Сыроварни» добились более-менее ровного качества сыра. И ребята должны привыкнуть к молоку, и оно к ним», – продолжает Аркадий Новиков.

Сейчас в России насчитывается десяток «Сыроварен», три из которых находятся в Москве, еще три в разной степени готовности строятся в Махачкале, Воронеже и Санкт-Петербурге. Но в отличие от московских заведений, рестораны в других городах – это франшизы. На строительство новосибирского ресторана ушли примерно полгода, местные повара обучались в Москве 2,5 месяца.

– Для меня лично неважно, франшиза это или нет – требования одинаковые и для Москвы, и для регионов, – говорит Новиков. – Еда не может быть другой свежести, менее вкусная или более вкусная – она везде должна быть одинаковая. Я наблюдаю за работой онлайн, и когда ставили ресторан, мне ребята всегда посыпали картинки: так строится кухня, так мы ее построили, так строится интерьер и так далее. Потом приезжали повара и мне присыпали свои наработки. У меня уже какой-то опыт есть, я приблизительно могу определить, как выглядит вкусная или невкусная еда.

– Вас устраивает качество новосибирских продуктов?

– У нас такой проект, в котором мы не используем какие-то особенные продукты. Мы сыроварня, и для нас очень важно качество молока. А оно соответствует. Да, его жирность, количество белка всегда «плавает», в зависимости от кормов, погоды или времени года. Для нас очень важно, чтобы молоко было более или менее стабильным. Мы используем те же томаты, огурцы, перцы, мясо. Я еще не доехал до рынка, а мне очень интересно посмотреть, какой он здесь. Пока ресторан работает по тем технологиям, которые мы дали из Москвы. Но, мое мнение, в меню должны быть блюда из местных продуктов: рыба, дичь или ягода. Так что в меню может добавиться еще 15–20% блюд из местных продуктов, что я считаю правильным.

- Каким критериям должен отвечать город для того, чтобы вы решили там свой ресторан?
- Мы – бизнесмены и в первую очередь думаем о доходности. Во-первых, должно быть определенное количество населения в городе. Например, сейчас готовится к открытию ресторан в Махачкале. Там проживает порядка 700 тысяч человек, в принципе, этого достаточно. Во-вторых, у партнеров должен быть опыт работы в этой сфере. В-третьих, они должны быть финансово обеспечены: нужно выкупить франшизу, построить и запустить ресторан... все это стоит денег. Мы хотим не просто продать кому-то франшизу, нас интересует долгая работа и получение прибыли. Главный показатель успешности ресторана – это количество посетителей и его доходность.

По сравнению с первыми днями после открытия заведения, сейчас количество его посетителей снизилось приблизительно на 7–10%. Как говорят рестораторы, это естественный процесс – зимой всегда меньше публики. В конце декабря здесь не планируют полностью закрывать ресторан для проведения корпоративов: площади позволяют выделить для этого отдельный зал.

«Я-то сам никуда не лезу – у нас заявок огромное количество. Мне каждый день в директ в инстаграм пишут с предложениями открыть франшизу в Мексике, Китае, Бразилии, Испании, Италии, Германии... Я аккуратно к этому отношусь: за открытием стоят вопросы о том, где я возьму поваров, как я это буду контролировать, хватит ли у меня на это сил, да и надо ли вообще все это делать».

Влад Комяков (текст и фото)