



FEDERATION

Спорт, информация, рестораны

№ 7 | МАЙ 2025

6+



Александр Фунтиков —
**О ФЕДЕРАЦИИ
И ИСКУССТВЕ!**

«ДОН ИКРИТТО» – РЫБНАЯ ЭЛИТА



Bon appetito!

+7 (911) 0278443 | don-ikritto.wfrs.rest

FEDERATION

Спорт, информация, рестораны

СОДЕРЖАНИЕ

ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА.....	4
РЕСТОРАННЫЙ СПОРТ.....	12
ОБУЧЕНИЕ.....	16
ФОРМУЛА УСПЕХА.....	18
ПРОФЕССИЯ.....	20
БИЗНЕС-ТРЕНДЫ.....	24
ЕВРАЗИЙСКИЙ РЕЙТИНГ.....	28
ИННОВАЦИИ.....	32
ОБЗОР.....	36
ТЕХНОЛОГИИ.....	40
ПАРТНЕРСТВО.....	44
СОБЫТИЕ.....	46
ТРЕНДЫ.....	48



№ 7 | МАЙ 2025

6+

Спорт, информация, Federation, рестораны. Учредитель Хащанский В. В. Адрес редакции: 194156, г. Санкт-Петербург, Манчестерская ул., д. 2. Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77-84601, выдано федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Зарегистрирован 01.02.2023. Подписан в печать: 15.04.2025. Тираж: 6000 экз. Распространяется бесплатно. Отпечатано в типографии «Принт24», 192102, Санкт-Петербург, ул. Самойловой, 5.

Главный редактор:

А. Л. Рабинович

Дизайн:

Александр Ильин

Корректор:

Юлия Шувалова

federation.wfrs.rest



СЕРИАЛ ПРОФСОЮЗ



АЛЕКСАНДР ФУНТИКОВ: «ЖИЗНЬ – ЭТО ЧЕРЕДА УНИКАЛЬНЫХ СОБЫТИЙ»

Предприниматель, художник, ювелир, антиквар, вице-президент Всемирной Федерации Ресторанного Спорта (WFRS). И всё это не разные люди, а один, и зовут его Александр Фунтиков. Вдвойне приятно, что, несмотря на свою занятость, особенно накануне нового туристического сезона, он нашел время для эксклюзивного интервью.



– Александр, расскажите, пожалуйста, нашим читателям о себе подробнее.

– Я родился в городе Орше Витебской области, где и жил до 1997 года. Потом переехал в Минск. Там занимался строительством, бизнесом, работал в государственных структурах. А теперь, вот уже как 20 лет, владею фермерским хозяйством. Говорю о базе отдыха «Прудовое». Это

загородный проект с концепцией, ориентированной на агротуризм, территорией в 20 га и собственным водоемом. Нам повезло с локацией: мы находимся рядом с Минском, в пятнадцати километрах от кольцевой дороги, в трех километрах от нас расположен «Курган Славы», а в 15 – мемориальный комплекс «Хатынь». К нам удобно добираться и из Москвы, и из Петербурга.

– В какой момент и почему Вы решили заняться именно агротуризмом?

– Работая в государственных структурах нашей республики, я посещал многие заповедники и заказники. А когда ушел с государственной службы, понял: за агротуризмом будущее. Такие проекты станут очень востребованными. Потому последние 20 лет занимаюсь именно этой

деятельностью. Параллельно мы создали ветеринарное производство, на котором выпускаем экологически чистые дезинфектанты, не химические, а биоцидные. Также выращиваем птицу, овощи, ягоды, используя только природные компоненты.

– **Насколько Ваше предчувствие двадцатилетней давности со временем оправдалось?**

– На все сто процентов! К слову, сам термин агроэкотуризм в Беларуси возник в 2006 году. По крайней мере, мы услышали об этом «направлении работы» официально от нашего президента. Тогда Александр Григорьевич призвал обратить на него внимание. А я уже начал им заниматься, примерно на пару лет раньше.

– **Выходит, немного опередили время....**

– Получается так. Просто предвидел, что данный вид туризма будет востребованным. Осознавал: бурные 1990-е и начало 2000-х закончатся, и люди поймут: нужно быть ближе к природе. И, как показала жизнь, мое решение оказалось правильным.



– **Александр, коль скоро мы заговорили о бизнесе, скажите, без чего невозможно создать классный туристический продукт, да и в принципе успешно заниматься предпринимательством?**

– Результат возможен только в том случае, если ты сам занимаешься этим делом, а не отдаешь всё на откуп менеджерам и управляющим. На мой взгляд, в агроэкотуризме такого никогда не было и не будет. Обречен на успех только тот проект, в котором его собственник принимает непосредственное участие. Ведь мы не айтишники, не технологи, не проектировщики и не архитекторы. Иными сло-



вами, работаем не виртуально, а исключительно на земле, с человеком. Поэтому на объекте необходимо постоянно присутствовать, учитывать малейшие изменения ситуации. Знать, где и какой гвоздь вбить, где и что подкрасить.

– **В таком случае остается ли Вам время на жизнь?**

– Так она из этого и состоит (улыбается). Тем более у меня на базе отдыха мастерская, галерея. Здесь же хранится наша антикварная мебель и предметы интерьера. Здесь же всё это восстанавливаем, реконструируем и реставрируем. И одновременно отдыхаем.

– **Что для Вас отдых?**

– Для меня это не просто лежание на пляже и пассивное обозрение заката. Предпочитаю запечатлеть закат на полотне, стоя за мольбертом...

– **Кстати, когда и как у Вас проявилась тяга и талант к рисованию?**

– Это интересная история! Дело в том, что 27 января 2016 года у нас с супругой был юбилей свадьбы, и я решил жену удивить. Для этого взял один четырехчасовой урок рисования, к концу которого написал картину, а на пятом часу уже начал учить преподавателя, как писать полотна...

– **Как она отреагировала?**

– Сказала, что мне больше заниматься не надо, поскольку я готовый художник (улыбается). С тех пор и начал самостоятельно рисовать. А ведь мне тогда исполнилось 55... И пошло-поехало. К своему юбилею, то есть через полгода, я написал 55 работ и пригласил на праздник 55 друзей. В общем, всё так или иначе крутилось вокруг этой цифры (смеется).

– **Поделитесь, откуда берете сюжеты?**

– Их подсказывает природа. Её и рисую: цветы, море, горы... Я не портретист. И вообще мне больше интересен цвет, его оттенки, различные их сочетания.





А вместе с этим стремлюсь передать объем и глубину.

– А ведь есть в Вашей жизни и другая, не менее любопытная история: антиквариат...

– Совершенно верно. И импульс этому моему увлечению дало искусство. А началось всё в 1990 году, как раз когда страна переживала смену эпох и распад Советского Союза. У меня тогда был старший товарищ, с которым мы учились в свое время в Москве, в Плехановском институте. А свободные деньги тратили в Измайловском парке, где я, наблюдая за своим другом, покупал то, что нравилось: часы, иконы, бронзу, посуду. И в конце концов это увлечение привело к тому, что я начал заниматься коллекционированием более или менее профессионально.

– Александр, оценивая достигнутое в разных областях, скажите, кто Вы больше: предприниматель, художник, антиквар...?

– Так сразу и не ответить. Ведь я еще ремесленник и ювелир, поскольку сейчас создаю очень много авторских изделий, в частности, из янтаря.

– Всё это – Ваша внутренняя потребность, вызванная тягой к Прекрасному, или так проявляется стремление к самовыражению?

– Сложно сказать. Знаете, в свое время ко мне в гости пришла съемочная группа центрального белорусского телевидения. И первый вопрос, который мне тогда задали, звучал так: «Чем Вы можете нас удивить?». Ответил, что у нас в трактире есть русская печь, ее история начинается еще в XIII веке. Вроде бы понятный и простой атрибут повседневной жизни, если хотите, инструмент. Но когда мы с его помощью из простых продуктов сделаем что-то сложное, это точно произведет незабываемое впечатление.



Так вот мне нравится из простых вещей создавать замысловатые, сложные, красивые. Понимаете, жизнь особая штука. У меня, например, есть картина, написанная только двумя красками. Точнее, даже одной – ультрамарином, поскольку черный и белый служат подкладкой. И при этом работа получилась очень выразительной.

Вообще, когда мне хочется писать картину, а большого разнообразия красок нет, использую те, что есть под рукой. Так что жизнь на первый взгляд проста и одновременно многогранна! Еще одно доказательство тому – музыка. Ведь нот всего семь, а каждый композитор создает свое произведение, порой настоящий шедевр. Как это возможно? Так и с изобразительным искусством. И именно данной концепции я придерживаюсь. Ведь я вырос в небольшом городе, в семье со скромным достатком. Однако мне всегда было интересно жить, познавать. И я не стеснялся спра-

шивать старших друзей, что и как делать.

– **Выходит, выражение «жажда жизни» – это про Вас?**

– Наверное, да *(улыбается)*. У меня много разных интересов. Иногда голова идет кругом от того, сколько нужно успеть сделать за день.

– **А каким образом в Вашей жизни появился ресторанный спорт?**

– Честно говоря, сам долгое время не понимал, что это такое и во что я ввязался *(улыбается)*. А потом вник и уже растолковывал нюансы тем, кто пришел в ресторанный спорт раньше меня. По сути, Александр Рабинович дал нам своего рода мандат, зеленый свет для реализации наших собственных идей и организации своих проектов, в том числе турниров и конкурсов. Причем это можно делать как самостоятельно, так и в содружестве с кем-то. Ведь ресторанный спорт – шоу, в которое можно интегрировать всё что угодно.

Как вы знаете, испокон веков у человека было две основные потребности: он нуждался в хлебе и в зрелищах. Римляне знали толк в жизни! И ресторанный спорт про это. А мы, традиционалисты, должны блокировать любые негативные процессы, происходящие в современном мире *(смеется)*. А как иначе? Нам нужно отвечать достойно на любые вызовы.

– **Александр, есть ли у Вас светлая мечта или большая цель, к которой стремитесь?**

– Я по жизни был командным человеком и всегда оставался на вторых ролях, не стремясь занять директорскую должность. Ведь у человека, который ее занимает, главным образом – представительская функция, в широком смысле слова. А заместитель – рабочая лошадка, тянущая на себе весь груз. Так было у меня долгие годы, но последние 20 лет я работаю на себя. Думаю, так правильно. Но главное, жизнь –



это череда уникальных событий, чем она и интересна. Рождение внуков, встречи с интересными людьми, рыбалка – вот что для меня сейчас ценно и остается в приоритете.

Меня в жизни двигали и всегда помогали и два правила-девиза. Первое, которое я запомнил, висело в большой дорогой раме над креслом моего австрийского партнера в конце 80-х годов: «Man muss stark sein, sehr stark – um der Beste zu werden», что значит «Нужно быть сильным, очень сильным, чтобы стать самым лучшим». И второе, которое я принял в более взрослом возрасте: «В ПАЛИТРЕ ДНЯ – ЛИШЬ ЯРКИЕ ЦВЕТА!»



SAINT PETERSBURG OPEN WFRS: МАСТЕРА РЕСТОРАННОГО СПОРТА СРАЗИЛИСЬ В РОССИИ

С 5 по 6 апреля в Санкт-Петербурге прошёл VI Международный чемпионат по ресторанному спорту Saint Petersburg Open имени А. С. Массарского серии WFRS World Cup. Его организовала Всемирная федерация ресторанного спорта (WFRS). Ассамблея народов Евразии и Африки выступила партнером мероприятия.



Участникам команд предстояло за определенное время создать блюда из указанных ингредиентов, впечатлить судей вкусом, искусством сервировки и мастерством подбора напитков. Команды формировались из трех человек: шеф-повар, официант и сомелье (бармен). Заявки на участие прислали представители 15 стран мира и 15 регионов России.

Также в рамках Saint Petersburg Open состоялся чем-

пионат по кондитерскому искусству, а еще 15 ведущих кондитеров WFRS СНГ представили торт высотой более 2 метров и весом более 200 килограммов. Рекорд зафиксировало Евразийское рейтинговое агентство, после чего торт смогли попробовать все желающие.

Ресторанный спорт стал вкладом в развитие профессионального мастерства, популяризацию здорового и вкусного питания,

дружбу народов и развитие туристической привлекательности России.

В эти же дни в Галерее Сергиенко состоялся I Международный чемпионат на Кубок Федерации по подводно-исследовательскому спорту IFURS-2025 среди детей и подростков. Он проходил в трех номинациях: «Поиски клада (Немо)», «Подводные гонки (Скат)» и «Подводный ниндзя (Акула)».





**ЧЕМПИОНОМ СУПЕРФИНАЛА
VI ЧЕМПИОНАТА
SAINT PETERSBURG OPEN WFRS
СТАЛА МОСКОВСКАЯ КОМАНДА**

В соревнованиях по ресторанному спорту в Санкт-Петербурге приняли участие команды финалистов из Москвы, Санкт-Петербурга, с юга России.

Учредители турнира – WFRS и Ассамблея народов Евразии и Африки.

Международное жюри из Марокко, Буркина-Фасо, Конго и России оценивало работу команд.

**Победила команда
МГУТУ им. Разумовского
«Казачья станица».**

Руководитель – Клочков Виктор
Шеф-повар – Сидорова Анастасия
Официант – Щигарева Регина
Сомелье – Блинова Алина

Поддержали проект компании «Мясной клуб», «Клён», «Дон Икритто», «Ютайр», «ЭМИЗ», ООО «ММЗ№1» (торговый дом) – официальный представитель ОАО «ММЗ№1», Korrto.



АКАДЕМИЯ WFRS – СОВРЕМЕННАЯ СИСТЕМА ПОВЫШЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ И ОБМЕНА ОПЫТОМ ПРОФЕССИОНАЛОВ РЕСТОРАННОГО СПОРТА

За период проведения чемпионатов Всемирной Федерации ресторанного спорта накопился профессиональный качественный контент, который в партнерстве с Многофункциональным центром «Развитие» станет основой для создания на базе LMS-платформы системы дистанционного обучения «Академия WFRS».



Развитие технологий, глобальная интеграция и индивидуальный подход делают дистанционное обучение мощным инструментом для получения необходимого образования. Одно из главных преимуществ дистанционного обучения – устранение географических барьеров. Это позволяет получать знания из любой точки мира. Также подобные форматы обучения стимулируют культурный обмен, развитие глобальных сообществ и сетевых коллабораций. Это особенно актуально в контексте подготовки специалистов, востребованных на международном уровне. Учитывая широкую географию чемпионатов Федерации, обучение в дистанционном формате является самым перспективным и доступным.

В феврале 2025 года партнером WFRS стал Многофункциональный центр «Развитие», имеющий собственный Учебный центр. Между WFRS и МФЦ «Развитие» было заключено соглашение о партнерстве и сотрудничестве, создана дорожная карта по реали-



зации взаимовыгодных проектов, способствующих созданию благоприятной среды для участников Чемпионатов. В марте 2025 года Учебный центр МФЦ «Развитие» приступил к разработке дистанционной системы обучения на базе имеющейся собственной LMS-платформы.

Учебный центр МФЦ «Развитие» был создан в 2021 году, имеет лицензию на образовательные услуги, выданную Комитетом по образованию Санкт-Петербурга, на основании которой можно пройти профессиональное обучение (переподготовку) с получением свидетельства или диплома о переподготовке, а также полу-

чить дополнительное профессиональное образование (повышение квалификации) с выдачей удостоверения установленного законодательством РФ образца. Сегодня Учебный центр имеет свою историю, клиентов и проекты, образовательную экосистему, объединяющую ведущих специалистов в сфере образования, преподавателей и технологии для решения самых сложных и нестандартных задач.

Учебный центр ООО МФЦ «РАЗВИТИЕ» – это:

- учебные аудитории в разных районах Санкт-Петербурга для реализации очного обучения;

- собственная LMS-платформа с системой дистанционного обучения и более 200 программ обучения;
- виртуальная производственная среда для получения практических навыков в рамках реализации сложнейших производственных процессов;
- преподавательский состав – практики, кандидаты и доктора наук, преподаватели высшей школы и СПО.

Система дистанционного обучения «Академия WFRS» станет мощным инструментом для «прокачки» компетенций и обмена опытом от лучших поваров и кулинаров мира. Качественный контент, предоставляемый WFRS, сделает учебный процесс более вовлекающим.

При создании дистанционной платформы МФЦ «Развитие» учитывает следующие особенности:

Гибкость. Обучающиеся сами выбирают время и продолжительность обучения.

Модульность. Обучающиеся формируют собственный курс из нужных модулей.

Параллельность. Обучающиеся могут совмещать несколько видов образовательной деятельности.

Асинхронность. Педагог и обучающийся работают по удобным для них графикам.

Охват (массовость). Возможность обучения в любой стране или точке мира, одновременное обучение более 1000 пользователей.

Уникальность. Персонализированная уникальная лента контента WFRS. Разнообразие жанров и форматов контента.

Простота в использовании. Простой и удобный интерфейс. Функция сохранения и обмена текстами, статьями. Простота использования. Обратная связь с преподавателем.

В соответствии с установленными дорожной картой сроками запуск платформы планируется в сентябре 2025 года.

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ КАК ГЛАВНЫЙ НАВЫК В РАЗВИТИИ ПРОЕКТОВ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА

Эмоциональный интеллект (EQ) нужно смело ставить во главу угла при развитии крупных туристических инфраструктурных проектов. Никакие иные навыки не помогут решить главную задачу в индустрии отдыха и развлечений: привлечь людей, а потом и удержать их. Это особенный навык. Инвестор неминуемо столкнется с искаженными результатами планирования бизнеса, если идеологи его команды не ответят на два главных вопроса в своих изысканиях и гипотезах:

1. Какие есть потребности и финансовые возможности у потенциального клиента?
1. Какой продукт нужно создать, и какими качествами он должен обладать, чтобы удовлетворить потребности этого клиента?

Если мы уравновешиваем веса бизнеса корректными ответами на эти два вопроса, мы принимаем обоснованные решения. Ведь именно по причине несостоятельности бизнес-идей из них получаются «памятники» деньгам инвестора. Продукт не востребован. Меняется команда за командой «реаниматоров», но жизненно важные «органы» проекта не перезапускаются.



Увы, мы часто наблюдаем большое количество проектов, которые (продолжая медицинскую аналогию) были переведены на искусственную вентиляцию лёгких уже при рождении. Нежизнеспособные идеи, ложные ноу-хау, неопытные идеологи, ошибочные выводы и искаженные предположения об уникальности торгового предложения – вот наиболее часто встречающиеся проблемы на старте проекта. Нужно абсолютно точно понимать: инвестиции будут нецелесообразными, а любая инфраструктура, выполненная даже на уровне мирового шедевра, останется невостребованной, если нет понимания силы EQ.

Эмоциональный интеллект (EQ) – это способность личности осозна-

вать эмоции и чувства других людей. Именно понимание других людей приводит успешного цифрового идеолога к понятию социальной чуткости. Без этой последней невозможен успех в HoReCa. Идеологу любого проекта важно анализировать причины и предпосылки возникновения эмоций у других людей. Управленец, формирующий предложение, тщательно моделирует портрет своего потенциального клиента. Он не может создавать королевство кривых зеркал, где обитают виртуальные любители диджитал-рычагов, зелёной повестки и чего-то невкусного без глютена, с мобильным приложением сомнительной ценности. Важна химия любви. Ведь математикой и физикой не всегда можно объяснить понятие «гармония» в бизнесе HoReCa.

Сегодня в бизнесе важна наука о людях: об их надеждах, мечтах и опасениях, задолженностях и просрочках, даже об их вожделенных желаниях и пороках. Идеологу важно создавать для клиентов те ценности, которые они принимают и разделяют, за которые они готовы заплатить свои деньги. Не собрав воедино эти факторы, сложно создать целевой продукт для нужной аудитории.

Эмоциональное побуждение и эмоциональное вовлечение – очень значимая часть современного бизнеса HoReCa. И без должного уров-



ня развития EQ это невозможно режиссировать. Визуализация крайне важна. Интерьер, дизайн, сервировка столов – рычаги продаж услуг любого ресторана, кафе, бара, гостиницы – должны нести яркие эмоциональные акценты, при этом сохраняя целостность. Такой работой имиджмейкер формирует целевой мерчендайзинг. Про вкус блюд и напитков могут никогда не узнать, если не создать привлекательный образ. В туристической отрасли наши картинки рассматривают не те, кто живёт за углом, а те, кто находится в тысяче километров от курорта. Это им нужно понравиться на расстоянии.

Когда говорят, что встречают по одежке, это действительно так. Внешний вид – это часть имиджа. Для 85% покупателей цвет является основной причиной покупки товара.

Еще для 80% посетителей визуальное впечатление – важнейший фактор. По статистике, 52% россиян не расстаются со своими смартфонами даже в ванной; 43% молодых россиян фотографируют еду каждый раз, когда официант ставит им тарелку на стол. Есть над чем задуматься, не так ли?

Принцип total look плавно перекочевал из высокой моды в ресторанный бизнес. Ведущие идеологи ресторанов по всему миру очень серьёзно относятся к визуализациям, которые становятся порой вирусными картинками, если сделаны утонченно и со вкусом. Не нужно бояться броских цветов и яркого освещения. В темноте никто не поймет, кто вы. Дайте людям рассмотреть ваш интерьер и предложения, полюбоваться вашими визуальными образами. Это повышает степень доверия к вам. А доверие – главная валюта XXI века.

По статистике, многие региональные программы развития курортов и внутреннего туризма уже сегодня испытывают системные сложности с выбором направления движения и концепциями. При этом тратить умеют многие, а вот зарабатывать – единицы. Цените тех, кто размышляет над тем, как заработать на услугах отдыха, развлечения и питания и делать их привлекательными для клиентов.

С уважением, **КЛЕН**

www.klenmarket.ru





ПАРФЮМ КАК ИСТОРИЯ: СПЕЦИИ, КОСМОС И ЭМОЦИИ

12 апреля. Утро. Поезд «Москва-Калуга». Парфюмер едет в Калугу – колыбель космонавтики. Путь – это возможность размышлять, созерцать, либо слушать вебинар «Пряности в парфюмерии». Потому что я тот самый парфюмер.

Как часто обычные люди замечают, что то, чем мы пользуемся в своей обычной жизни, имеет аромат или запах? Что вкус и обоняние неразрывно связаны между собой?

ПРЯНОСТИ

И всё-таки пряности. Специи. В Средневековой Европе черный перец высоко ценился и часто служил единицей расчёта при крупных сделках наравне с монетами. Тот самый перец горошком, который в современном мире есть практически на каждой кухне. Так и сейчас, на кухне у нас есть: корица, кардамон, кумин, душистый перец, гвоздика, анис, имбирь, куркума,

мускатный орех. Как часто вы ими пользуетесь? А чем и как они пахнут? Какой вкус придают?

А теперь представьте, что все эти сокровища, которые придают блюдам многогранность, глубину, пикантность и интерес, помогают раскрывать новые грани вашей души и чувственности с помощью парфюмерии. Интересно, не правда ли? Можно знакомиться с ароматами, добавляя специи во время приготовления еды. Не машинально, а внимательно, вдохнув аромат, посмотреть, как он трансформируется при нагревании. Специи придают парфюму интеллигентность, утонченность.

КОСМОС

12 апреля, вечер. Отель в пригороде Калуги. День Космонавтики. Я впервые в жизни знакомлюсь и общаюсь с космонавтом. Нас познакомили с Сергеем Ревиним. Нас шестеро человек, меня спрашивают, с каким докладом я буду выступать. Я рассказываю, что я парфюмер и что меня пригласили на «Космические выходные в Калуге», потому что 13 апреля в 10 утра мне предстоит познакомить участников парфюмерной встречи с аккордом «Космос», который я создала специально для мероприятия, а также провести космический парфюмерный мастер-класс.

Каждый человек чем-то уникален. У каждого – свой полет мысли, творчества, каждый самовыражается через свой вид деятельности: кто-то космическим образом выращивает растения, кто-то летает в космос, кто-то создает комические духи. Везде уникальность и творчество.

13 апреля в 11:46 завершается наш парфюмерный мастер-класс. И мы с участниками делаем вывод, что аккорд «Космос» стал самым популярным. Потому что почти каждый участник составил себе индивидуальный парфюм с добавлением хотя бы одной капли данного аккорда для космического звучания. Я не ожидала подобного интереса. Мне приятно, что аромат понравился участникам и оказался востребованным.

«ДЮНА»

После вебинара про специи, после того, как я слушала на блоттерах

специевые парфюмерные компоненты, искала схожесть и различия, мои мысли устремляются к фильму «Дюна». В нём вместо денег была «специя» – корица. Люблю ее безмерно. Это многогранный парфюмерный компонент. Какая тонкая связь: фильм про космос и межпланетные завоевания, основной целью которых была специя.

НАШЕ ВРЕМЯ

В наше время специя доступна почти каждому человеку как в пище, так и в парфюмерии. Благодаря таким мероприятиям, как «Космические выходные в Калуге», большому количеству людей становится доступна возможность создания персонализированного аромата. И всё же аромабар на мероприятиях отличается от процесса подбора и создания персонализированного парфюма в индивидуальном порядке. Аромабар – это интерактивно-развлекательный формат, в

ходе которого гости мероприятия знакомятся с парфюмерными компонентами под руководством парфюмера, выбирают понравившиеся. Далее я в миниатюрном флаконе создаю непосредственно аромат из заранее приготовленных парфюмерных аккордов. И гости получают мини-флакончик аромата, который существует в единственном варианте.

Когда человек обращается в ALENA ELINA PERFUME с желанием, чтобы специально для него, под его запрос, по его воспоминаниям, для решения некой задачи и так далее был создан парфюм, на этот процесс требуется время. Я как парфюмер и сам клиент вступаю на творческий путь, где будут обсуждаться нюансы, грани, пожелания. Как правило, я прошу человека прислать стихотворение, музыку, картину, которые становятся референсом для создания аромата. Это не чистое творчество.



Это труд, который включает в себя многогранность, душевность, настройку на человека, неважно, общаемся мы очно или находимся на разных континентах.

Создание индивидуального парфюма – это то, с чего начался мой путь как парфюмера. Друзья начали заказывать ароматы для себя и для друзей в подарок на день рождения, на Новый Год. Так у меня начала формироваться библиотека ароматов, в которую я периодически возвращаюсь за идеями для своих и сторонних проектов. Потому что люди, которые выбирают для себя индивидуальный парфюм на регулярной основе, когда обращаются вновь, просят уже и новый аромат, и некую палитру с разными ароматами под разные состояния. Для меня это ценно.

К примеру, 15 лет назад в нашей стране зарождалась красивая история с вином, его культурой. Я

была у истоков этого процесса с проектом «Винные игры».

Сейчас же я наблюдаю, как парфюмерный этикет и культура персонализированных услуг становятся всё более востребованными. Это связано с тем, что люди ценят сервис и внимание. Понимают, что возможность подчеркнуть или проявить свою уникальность с помощью парфюма – это некий козырь, который на данный момент доступен не всем, а только ценителям.

Смею предположить, что однажды услуга по созданию парфюма станет такой же обыденностью, как услуга по подбору гардероба, стрижка, приём у врача, ужин в любимом ресторане. Каждый из нас накапливает опыт и выбирает лучшего специалиста, будь то стилист, массажист, стоматолог, барбер, косметолог, повар, учитель танцев и так далее. Порой нам нравится не только

сама услуга/товар, а именно тот, кем эта услуга оказана. Между людьми всегда происходит формирование электро-магнитного поля, и если происходит резонанс, начинается обмен энергией. Этот процесс наполняет, вдохновляет. Обновляя причёску, я чувствую себя красивее и счастливее. После массажа я ощущаю расслабленность, чувствую, как «перезагружаюсь». Когда я ем в любимом ресторане, я наслаждаюсь вкусом, испытываю радость, удовлетворение и насыщение. Мы идём за новым опытом или повторением любимого за тем, чтобы становиться всё лучше, всё счастливее.

И мне нравится, что с помощью своей профессии и таланта я могу дарить людям радость, новые эмоции, чувства и состояния. Благодаря индивидуальным ароматам каждое мгновение жизни становится душевнее и радостнее.



**НЕВЕРОЯТНОЕ СОБРАНИЕ ПРОИЗВЕДЕНИЙ
СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА
ПОД ОДНОЙ КРЫШЕЙ**

Уникальное выставочное пространство площадью более 2500 кв.м, включает в себя: 10 выставочных залов с интерактивными арт-объектами, инсталляциями и экспозициями современных художников.



artcentersergienko.ru



ГЛАВНЫЕ БИЗНЕС-ТРЕНДЫ – СТИЛЬ ЖИЗНИ

Мода, дизайн, рестораны, вина, деликатесы, технологии, производства, уникальные инвестиционные проекты и новые продукты, перезагрузка, туристические маршруты, идеи, «фишки», предложения, бестселлеры – обсуждаем главные тренды года с лидерами и легендами бизнеса из разных сфер со всей страны.

Состоялось очередное деловое мероприятие путеводителя 50 Best Tastes of Russia. Мы традиционно собираем за одним столом самых ярких, успешных, эффективных и предприимчивых лидеров, легенд бизнеса мирового уровня из разных сфер со всей страны.

Из первых рук – владельцев и идейных вдохновителей ведущих компаний, брендов, авторов концепций-рекордсменов потребительского спроса – мы узнаем самые интересные, неожиданные, новые, главные тренды, идеи, форматы, направления мысли. И всегда хотим, что вы лично получили эту бесценную информацию и почувствовали невероятную энергетику спикеров и атмосферу встречи.

Формат мероприятия традиционный – торжественный (согласно уровню информационного повода и спикеров – прим. ред.): деловой завтрак с чёрной икрой и шампанским с видом на Кремль в отеле «Балчуг Kempinski Москва».

Участники мероприятия: – **Павел Титов**, предприниматель, общественный деятель, президент общероссийской общественной организации «Деловая Россия», президент ГК «Абрау-Дюрсо» – ведущего производителя игристых и тихих вин России, лауреат премии правительства РФ в области туризма (за проект по созданию Центра туризма Абрау-Дюрсо в Краснодарском крае), президент Федерации рукопашного боя города Москвы, владелец сети клубов боевых единоборств «Варяг»;

– **Сергей Смирнов**, генеральный директор АО «НОРЕБО РУ» (ГК Norebo, основная специализация компании: дикая морская рыба и морепродукты, бренды: Vorealis, Glacialis, Ocean Spirit, «Рыбное меню») – крупнейшего рыбопромышленного холдинга России полного цикла, включающего в себя судостроительные верфи, грузовые терминалы с причальными линиями, собственный флот, рыбоперерабатывающие фабрики и др. в Мурманске, Калининграде, Петропавловске-Камчатском, Санкт-Петербурге, Владивостоке, Московской области и др.;

– **Анастасия Панибратова**, одна из самых популярных в России архитекторов, дизайнеров, лауреат многочисленных премий

и конкурсов, автор многих популярных ресторанов (например, гранд-кафе «Dr. Живаго», «Белуга», «Блок», Black Thai и др.), а также офисов ведущих компаний, банков и многих значимых исторических мероприятий и проектов (например, в рамках Международного экономического форума в Санкт-Петербурге, презентации России при вступлении в ВТО в Женеве), владелец бренда дизайнерских предметов интерьера, аксессуаров и одежды Anastasia Panibratova;

– **Андрей Григорьев**, журналист, издатель, предприниматель, винодел (в прошлом – основатель и главный редактор делового еженедельника «Компания», сети бутиков «Винотека.ru», винодельни Alma Valley и др.), владелец и руководитель агентства винного консалтинга Double Magnum, а также винного рейтинга Top100Wines;

– **Армен Бениаминов**, вице-президент, акционер ГК «Чистая линия» – российского производителя натурального мороженого и молочных продуктов (без растительных жиров, консервантов, химических добавок, суррогатов, усилителей вкуса, аромата, ГМО и т.п.), в ассортименте – более 100 вкусов мороженого;

– **Алексей Андреев**, один из самых знаменитых сыроделов России, первый ремесленный российский производитель сыра, посвященный в рыцари Международной гильдии сыроделов (La Guilde Internationale des Fromagers, Франция), член жюри, обладатель медалей многих российских и мировых сырных конкурсов;

– **Анастасия Праведнова**, креативный директор АО «Гжельский фарфоровый завод» – предприятия с более чем 200-летней историей, в ассортименте которого более 700 видов продукции, одного из самых узнаваемых и популярных по всему миру символов России;

– **Ольга Фирстова**, директор по коммуникациям и связям с общественностью ГК «Абрау-Дюрсо» (включает винодельни «Абрау-Дюрсо», Az Abrau, вина, произведенные в предгорье Большого Кавказа, в части Алазанской долины, расположенной в Республике Азербайджан, «Винодельня Ведерниковъ», «Лоза», курорт «Абрау-Дюрсо» и др.);

– **Лада Самодумская**, первая в стране российский руководитель и первая женщина во главе отеля под управлением международного гостиничного оператора класса люкс, почётный работник туризма города Москвы, за более чем 30 лет работы в индустрии гостеприимства возглавляла команды нескольких пятизвездочных отелей, расположенных вокруг Кремля, принимала участие в трёх проектах открытия новых отелей компании в трёх частях света – Европе, Азии и на Ближнем Востоке, директор отеля «Балчуг Kempinski Москва»;

– **Кирилл Мартыненко**, ресторатор, совладелец одной из самых популярных, успешных и стабильно развивающихся рос-

сийских ресторанных компаний (на сегодня объединяет 21 ресторан, в том числе Torro Grill, Boston Seafood & Bar, Magnum и Krevetka);

– **Ольга Баранова**, предприниматель, ресторатор, отельер, основатель и владелец загородного отеля-курорта Just Wood, загородного ресторана традиционной печной русской кухни SheLESt (Тульская область);

– **Михаил Шенштейн**, энogaстрономический популяризатор, организатор фестивалей (в прошлом – создатель и руководитель проекта «Афиша-Рестораны», соучредитель «Российского ресторанный фестиваля»), управляющий партнёр сообщества «VK Рестораны», куратор «Первого гида» (независимый медиапроект, направленный на популяризацию и продвижение российского вина и виноделия, включает в себя рестораны с обязательным присутствием в карте российских вин и винные рейтинги) и др.;

Модератор мероприятия – Дмитрий Алексеев, ресторанный критик, издатель путеводителя 50 Best Tastes of Russia.





Выступление каждого спикера проходит в трёх форматах: обсуждение во время приветственных коктейлей, брифинг-интервью и непосредственно встречи за круглым столом.

Итак, главные бизнес-тренды 2025, связанные с модой, потреблением и стилем жизни.

Павел Титов, президент ГК «Абра-Дюрсо»:

1. Стабильный рост интереса к автохтонным сортам винограда и винам из них, созданным в различных стилях (игристые, тихие, петнаты);
2. Развитие гастрономического направления и продвижение российского вина в этом сегменте (эногастрономия);
3. Тренд на ЗОЖ в обществе, и как отрасль на него отвечает (безалкогольные варианты алкогольных напитков);
4. Тренд на розовые вина;
5. Тренд на игристые вина и потребление их в течение всего года (не только на Новый год).

Сергей Смирнов, генеральный директор АО «НОРЕБО РУ»:

Не секрет, что сегодня в тренде красивая и полезная еда: люди стали ценить эстетику вкусов, запахов,

внешнего вида продукта. Мы следим за развитием данных направлений, чтобы создавать актуальный для потребителя продукт. Высокий ритм жизни не позволяет много времени уделить приготовлению пищи, поэтому в тренде продукция глубокой переработки. Мы предлагаем широкую линейку филейных позиций, варёно-мороженую креветку и готовые рыбные консервы.



В 2025 году под брендом Borealis будет запущен абсолютно новый продукт для российского рынка: «Бакаля по-мурмански». Бакаля – это традиционное блюдо во многих странах южной Европы, особенно в Португалии, Испании, а также в Бразилии.

В Мурманске мы производим бакаля по классическому рецепту, адаптированному для российского потребителя. После разделки филе трески выдерживают в водно-солевом рассоле и потом замораживают. Благодаря естественному созреванию продукта в процессе посола филе трески приобретает нежную консистенцию и изысканный вкусовой букет.

Ольга Баранова, основатель и владелица загородного отеля-курорта Just Wood:

Разумеется, в центре внимания загородного отеля – тренды, связанные с отдыхом и перезагрузкой. И сейчас крайне актуально всё, что связано с понятием wellness. Мы видим рост интереса к такому отдыху и его философии. Это релаксация, прогулки по многовековому лесу, наслаждение пением птиц. Мы всячески развиваем этот тренд.

В этом году у нас, например, появилась экотропа, открылось новое пространство с бассейном, парной. И мы очень большое внимание уделяем тому, чтобы выстроить программы на основе этой философии для людей, которые хотят перезагрузиться за выходные.

Мы видим большой рост интереса к здоровому питанию, в том числе здоровым завтракам. Задача – адаптировать блюда под запросы тех, кто следит за питанием и здоровьем, считает калории. Очень многие гости стали интересоваться происхождением продуктов. Высокий интерес к местным продуктам, к блюдам, которые характерны для региона. Эта тенденция не новая, но она продолжает развиваться.

С точки зрения сервиса людям крайне интересны нестандартные предложения, связанные с философией wellness. Это всевозможные медитации, спортивные мероприятия «мягкого» характера – например, занятия йогой, активные прогулки по лесу с гидом.

Параллельно приходит много вопросов об особенностях нашей природы, леса. При разработке маршрута и концепции экотропы мы постарались это учесть: рассказываем о местных животных, растениях, птицах, рыбах.

Также видим повышение требовательности к тишине. Если раньше люди, приезжая на природу (не важно, в будни или в выходные), старались получить «максимум» от отдыха, то теперь стараются ложиться спать раньше, чтобы как следует отдохнуть.

Стоит отметить и растущий спрос на персонализированные услуги. Именно по обратной связи с гостями мы выстраиваем многие программы (например, спа, парение). У людей есть запросы на



программы перезагрузки: однодневные, двухдневные, трёхдневные. Люди хотят за небольшой срок получить максимум от этого отдыха.

Также важно отметить, что не все и не всегда хотят «сидеть» только в отеле, многим любопытно, что происходит в окрестностях. Небольшие экскурсии на несколько часов, чтобы разно-

образить свой отдых и расширить кругозор. Мы активно работаем сейчас с партнёрами – музеями (в том числе необычными – например, музеем промышленного туризма), чтобы гости смогли получить максимально интересные и при этом полезные впечатления.

Продолжение следует.





Опубликован рейтинг «Топ-50 лучших отечественных винных хозяйств 2025 года» по версии путеводителя 50 Best Tastes of Russia по результатам голосования ведущих предпринимателей, рестораторов, отельеров, инвесторов, шефов, сомелье, экспертов сферы.

Весна – пора роста, обновления, любви, новых идей, бесконечного позитива. Замечательное время, когда всё впереди! Команда путеводителя 50 Best Tastes of Russia с любовью подготовила новый рейтинг, крайне перспективный для практического использования и при этом весьма любопытный. Его по достоинству оценят как поклонники эногастрономического искусства, стиля жизни, гурманы и туристы, так и все, интересующиеся сферой строго из профессиональных и деловых побуждений: предприниматели, инвесторы. Итоговый список лучших из лучших опубликован на сайте www.tastesofrussia.ru.

Список 50 лучших винных производителей страны традиционно создан на основе голосования 500 ведущих экспертов сферы. Представляем наших сегодняшних героев: это авторские, автохтонные, роскошные, уникальные, игристые, мускулистые, терруарные, миллезимные, коллекционные, модные, выдержанные, биодинамические, ни на что не похожие вина. И самое важное – это сильные, смелые, конкурентоспособные, заслуженные, титулованные, лучшие, любимые, удивительные, родные, свои проекты. За каждым стоят невероятные амбиции, трудолюбие, талант, вера в успех, настой-

чивость, колоссальный, упорный труд российских и зарубежных специалистов самого высокого мирового уровня.

Особенно приятно отметить, что в Топ-50 и на этот раз попали не только крупные, широко известные в нашей стране бренды – флагманы рынка, но и небольшие, в том числе семейные и даже новые хозяйства, с продукцией наивысшего качества из Краснодарского и Ставропольского краев, Волгоградской и Ростовской областей и республик Дагестан, Крым, Северная Осетия-Алания.

Обращаем внимание, что перед вами не результат, к примеру, сле-

пой дегустации винного конкурса с определённым количеством баллов за каждого участника. Эксперты голосовали за исторические заслуги и авторитет (винодельни, её основателей, идейных вдохновителей, ведущих специалистов проекта), за медали на российских и мировых конкурсах, за соотношение цены и качества, стабильность, предсказуемость, представленность в винных картах ведущих ресторанов и отелей. Не обошли вниманием и архитектуру, дизайн, количество разнообразных туристических, развлекательных, гастрономических, обучающих и других активностей самой винодельни и многие другие факторы. Но, согласитесь, это право экспертов. Ведь симпатии, доверие, любовь к бренду – сложная материя, из которой в итоге и формируются общие цифры роста, рынка и потребления.

Интересный факт. Мы проводим голосования с 2021 года.



Ещё совсем недавно многие эксперты (не сомелье, но из числа ведущих профессионалов сферы гостеприимства – шефы, кондитеры и т.д.) на вопрос о любимых российских винах отвечали: «А они существуют?» Сегодня

практически все эксперты с лёгкостью и не задумываясь называют десятки винных хозяйств по всей стране, в том числе совсем небольших. Искренне хочется верить, что в этом есть и наша скромная заслуга.

СПРАВКА

50 Best Tastes of Russia, путеводитель о стиле жизни, рассказывает о лучших объектах гастрономического туризма, ресторанах, отелях, курортах, бутиках, фермах, винных хозяйствах, мероприятиях в сфере. Основан на индивидуальных предпочтениях 500 российских экспертов – сомелье, рестораторов, отельеров, инвесторов, шефов, гурманов, ресторанных критиков, технологов и специалистов самого широкого спектра предприятий в сфере общественного питания, производства и дистрибуции продуктов питания, напитков, оборудования, товаров и услуг, сельского хозяйства, гастрономического туризма и сопутствующих сфер экономики.

Стоит отметить, что голосование основано исключительно на индивидуальных предпочтениях экспертов. Поэтому речь идёт не об объёмах продаж, прибыли и других финансовых успехах компа-

ний, а именно об узнаваемости, доверии и личных симпатиях представителей сферы к бренду. Путеводитель указывает имена проголосовавших экспертов, но не публикует результаты (за что проголосовал каждый). При открытом голосовании итог не сильно отличался бы от рекламного каталога.

Почему за лучшие вина голосовали не только сомелье, энологи и технологи? Задача рейтинга – представить объективное мнение сферы, а не только специалистов. Ведь свобода выбора многих из них заведомо ограничена долгосрочными взаимовыгодными договорными отношениями с лидерами рынка.

Голосование путеводителя 50 Best Tastes of Russia за лучшие винные хозяйства России проводилось в течение трех месяцев, с декабря 2024 года по февраль 2025 года включительно.

ВСЕГО ЕЖЕГОДНО ПРОВОДИТСЯ 4 ГОЛОСОВАНИЯ:

- **Декабрь, январь, февраль** – за 50 лучших винных хозяйств.
- **Март, апрель, май** – за 50 лучших объектов гастрономического туризма (рестораны, отели, курорты и пр. при производстве).
- **Июнь, июль, август** – за 50 дизайнерских, самых красивых ресторанов, отелей, проектов страны.
- **Сентябрь, октябрь, ноябрь** – за 50 лучших производителей продуктов питания России.

Кстати, рекордсмен по числу названных виноделен в этом году – Карина Согоян, кандидат технических наук, винный эксперт, член Союза сомелье и экспертов России, эксперт гида Роскачества «Винный гид России». Она назвала сразу 59 любимых виноделен (по условиям конкурса, мы не можем указать, какие именно).

Но есть и грустные новости. К сожалению, многие прекрасные проекты не попали в этом году в число лучших пятидесяти. Подробно разьясняем, почему так получилось.

Маркетинговая стратегия многих компаний, к сожалению, ограничивается ведением Телеграм-канала и эпизодическим участием в профессиональных выставках.

Однако большинство действительно успешных людей (включая наших экспертов), разумеется, не имеет времени на ежедневное изучение соцсетей и развлекательных каналов в мессенджерах. Винные выставки также преимущественно посещают узкоквалифициро-



ванные специалисты, а вовсе не крупные рестораторы, отельеры, инвесторы и состоятельные потребители.

Что делать? Мы рекомендуем вести себя активнее и быть на слуху, в том числе у наших экспертов. Создавайте информационные поводы, принимайте участие во всевозможных фестивалях, круглых столах, саммитах, конгрессах, коллаборациях, обзорах изданий – не только винных, но и деловых, гастрономических, туристических и т. п. Маркетинговая стратегия в духе «амбициозный, но неизвестный» точно не принесет успеха. А голосуют за дружелюбных, позитивных, неравнодушных, интересных, активных, предприимчивых. Так что вперед, только вперед, и всё получится!

Команда путеводителя 50 Best Tastes of Russia присоединяется к поздравлениям победителям, желает всем хорошего отдыха и успешных проектов, но предупреждает: чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью.



Лучшие 50 винных хозяйств России 2025 по версии путеводителя 50 Best Tastes of Russia.

1. Завод шампанских вин «Абрау-Дюрсо», село Абрау-Дюрсо, Краснодарский край;
2. «Кубань-Вино» (Chateau Tamagne, «Высокий берег», Aristov и др.), станица Старотитаровская, Темрюкский район, Краснодарский край;
3. «Инкерманский завод марочных вин», Севастополь, Крым;
4. «Массандра», посёлок Массандра, Ялта, Крым;
5. Golubitskoe Estate, Темрюкский район, Краснодарский край;
6. WINEPARK (Mgüa), Ялта, Крым;
7. «Ведерниковъ», хутор Ведерников, Константиновский район, Ростовская область;
8. YAULA, Севастополь, Крым;
9. Nikolaev & Sons, Лефкадия, Краснодарский край;
10. «Фанагория», посёлок Сенной, Темрюкский район, Краснодарский край;
11. «Шумринка», Гай-Кодзор, Анапа, Краснодарский край;
12. UVA VALLIS, Бахчисарай, Крым;
13. Gunko Winery, Крымский район, Краснодарский край;
14. «Галицкий и Галицкий», станица Гостагаевская, Анапский район, Краснодарский край;
15. Chateau de Talu, Геленджик, Краснодарский край;
16. LEFKADIA, село Молдаванское, Краснодарский край;
17. «Усадьба Дивноморское», село Дивноморское, Геленджик, Краснодарский край;
18. «Винодельня Олега Репина», посёлок Любимовка, Севастополь, Крым;
19. «Дербент Вино», Дербент, Дагестан;
20. «Новый Свѣтъ», Новый Свет, Судак, Крым;
21. «Сикоры», хутор Семигорский, Новороссийск, Краснодарский край;

22. Ferrum, Пятигорск, Ставропольский край;
23. «Цимлянские вина», Цимлянск, Ростовская область;
24. Chateau Pinot, село Федотовка, Новороссийск, Краснодарский край;
25. VIBES, Черноморский район, Крым;
26. «Два сердца», Евпатория, Крым;
27. «Мильстрим», посёлок Виноградный, Темрюкский район, Краснодарский край;
28. АУА, Севастополь, Крым;
29. «Мысхако», село Мысхако, Новороссийск, Краснодарский край;

35. «Усадьба Мезыбъ», Геленджик, Краснодарский край;
36. Chateau Cotes de Saint Daniel, посёлок Даниловка, Ялта, Крым;
37. Alma Valley, село Вилино, Бахчисарайский район, Крым;
38. «Гай Кодзор», село Гай-Кодзор, Анапа, Краснодарский край;
39. UPPA Winery, село Родное, Балаклавский район, Крым;
40. «Бюрнье», станица Натухаевская, Анапа, Краснодарский край;
41. Mangup Estate, Балаклавский район, Севастополь, Крым;
42. «Золотая балка», Балаклава, Севастопольский район, Крым;



30. «Вина Арпачина», станица Маньчская, Багаевский район, Ростовская область;
31. «Валерий Захарьин», село Кочергино, Бахчисарайский район, Крым;
32. «Вилла Звезда», хутор Малая Мартыновка, Мартыновский район, Ростовская область;
33. «Сатера» (Esse, Kacha Valley), село Долинное, долина реки Кача, Бахчисарайский район, Крым;
34. «Семейная винодельня Константина Дзитоева», долина Терека, Владикавказ, республика Северная Осетия-Алания;

43. «Усадьба Маркотх», Гай-Кодзор, Анапа, Краснодарский край;
44. «Аранчи», Бахчисарайский район, Крым;
45. Villa di Alma, Бахчисарайский район, Крым;
46. «Солнечная Долина», село Солнечная Долина, Судак, Крым;
47. Chateau le Grand Vostock, хутор Садовый, Крымский район, Краснодарский край;
48. «Сенетх», Анапа, Краснодарский край;
49. «Винодельня Криница», Геленджик, Краснодарский край;
50. «Винодельческое хозяйство Акчурина», Севастополь, Крым.



ПОЛЕЗНЫЕ ПРОДУКТЫ. БЕЗ ГЛЮТЕНА, ЛАКТОЗЫ, ЯИЦ И ДРОЖЖЕЙ

Компания «Эвопит» (Эволюция Питания) начала свою деятельность как фермерское хозяйство, специализируясь на производстве натуральных мясных продуктов. В 2020 году «Эвопит» приступил к систематической разработке безглютеновой продукции, обнаружив существенный дефицит подобных товаров на российском рынке. До появления компании на рынке отечественные безглютеновые полуфабрикаты практически отсутствовали.

Миссия компании заключается в создании полноценных аналогов привычных продуктов питания для людей с пищевыми ограничениями, а также для тех, кто стремится к здоровому питанию. «Эвопит» сосредоточен на том, чтобы максимально приблизить вкус и текстуру безглютеновых продуктов к традиционным, обеспечивая комфортный переход на специализированное питание.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ

Производство безглютеновой продукции представляет



evopit.ru

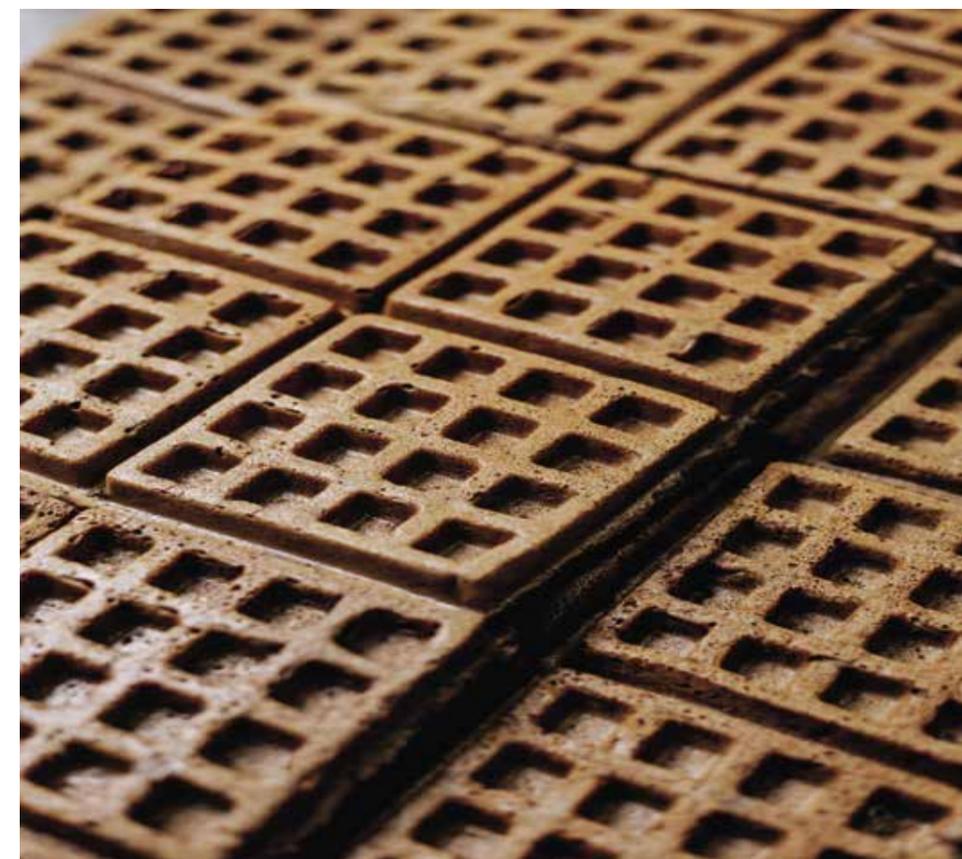
собой сложный технологический процесс. Отсутствие пшеничной клейковины (глютена) затрудняет создание эластичной структуры теста, что может привести к рассыпчатости и ломкости готовых изделий.

Для преодоления этих препятствий в Evopit разработали уникальные рецептуры и спроектировали собственное производственное оборудование. Весь процесс проектирования технологических линий выполняется специалистами компании с учетом особенностей работы с безглютеновым тестом. Это позволило внедрить автоматизированные линии, обеспечивающие стабильное качество продукции при строгом соблюдении требований безопасности.

Один из примеров инновационных инженерных разработок – автоматическая линия для производства безглютеновых вафель из тофу («тофли»). Производственная мощность данного оборудования составляет 2500 единиц продукции в час, что в 15 раз превышает показатели традиционного ручного производства при аналогичных временных затратах. Внедрение этой технологии позволило существенно повысить эффективность производственного процесса при сохранении всех качественных характеристик продукта, отвечающего современным диетическим требованиям.

АССОРТИМЕНТ

Производственный процесс основан на применении передовой технологии шоковой заморозки, которая обеспечивает сохранение всех питательных веществ и органолептических характеристик продукции без использования консервантов и искусственных добавок.





Продукция выпускается в двух основных категориях:

- полуфабрикаты, адаптированные для минимальных кулинарных операций (пельмени и вареники);
- готовые к употреблению продукты, требующие только разогрева (все остальные продукты).

Формат замороженной продукции длительного хранения помогает оптимизировать логистические процессы и минимизировать продовольственные потери, что полностью соответствует государственной политике рационального использования продовольственных ресурсов.

Продукция «Эвопит» успешно интегрирована в ведущие торговые сети страны (ВкусВилл,

ТС Перекресток, Азбука Вкуса, Лента, Ашан). Особую ценность представляет внедрение инновационной линейки «без» в сегмент HoReCa, что обеспечивает экономические преимущества для отрасли гостеприимства:

1. **существенное сокращение** производственных затрат предприятий общественного питания за счет отсутствия необходимости инвестировать в специализированное оборудование для производства безаллергенной продукции;
2. **оптимизация** кадровых ресурсов и площадей (отсутствие потребности в дополнительных производственных помещениях и узкоспециализированном персонале);

3. **минимизация** пищевых отходов благодаря длительным срокам хранения и возможности порционного использования продукции;

4. **повышение** оперативности обслуживания клиентов: продукт позволяет сократить время ожидания заказа до минимальных показателей, что способствует повышению оборачиваемости и рентабельности предприятий, а также повышению уровня удовлетворенности потребителей.

СИСТЕМА КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА

Производственные процессы выстроены на принципах ХАССП, когда расставлены все необходимые точки контроля – от приёмки сырья до упаковки готовой продукции.

По законодательным требованиям продукт считается безглютеновым, если он содержит менее 20 миллиграммов глютена на килограмм своего веса. Есть несколько этапов проверки на содержание вещества. Первый – контроль входящего сырья. Прежде чем разместить его на складах, нужно проверить на глютен. Это делается с помощью иммунохроматографического теста. Таким же способом анализируется и уже готовый продукт.

«Эвопит» успешно прошёл сертификацию на соответствие международному стандарту AOECs (Ассоциация европейских обществ больных целиакией), подтвердив высокий уровень производственных процессов и, как следствие, безопасности и качества продуктов. Сертификация даёт право маркировать продукцию международным знаком «Перечёркнутый колос» с уникальным номером товара, что упрощает поиск «настоящего безглютена» на полках магазинов.

Сергей Беспятов, директор «Эвопит»:

«Из-за безаллергенной специфики к нашему производству намного больше внимания и по количеству аудитов, и по их глубине. Также мы несём дополнительные обязательства по стандартам AOECs: это и увеличенное количество лабораторных исследований, и регулярное повышение квалификации сотрудников. Однако благодаря этому мы делаем счастливыми миллионы людей, которым важно, что они едят и почему».

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ И ЛОКАЛИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА

«Эвопит» работает в тесном сотрудничестве с отечественными поставщиками сырья, что упрощает контроль качества и снижает издержки на логистику. Локализация производства особенно значима в сегменте специализированного питания, где требуется соблюдение высоких стандартов безопасности и качества продукции.

Компания сосредоточена на развитии импортозамещения, предлагая российским потребителям альтернативу зарубежным безглютеновым продуктам, традиционно отличающимся высокой стоимостью.

СОЦИАЛЬНАЯ ЗНАЧИМОСТЬ

«Эвопит» имеет выраженную социальную направленность, предоставляя полноценное питание людям с медицинскими показаниями к безглютеновой диете. Продукция компании регулярно получает положительные отзывы от потребителей, для которых эти товары стали решением вопроса разнообразного и вкусного питания, несмотря на наличие пищевых ограничений.

Расширение производства безглютеновой продукции имеет стратегическую важность, так как способствует укреплению продовольственной безопасности и независимости России, особенно в условиях внешних экономических ограничений.



«ПОЛЕ». РЕСТОРАН, КАФЕ И ЛАВКА – ГАСТРОНОМИЧЕСКОЕ СОЗВЕЗДИЕ

В декабре 2024 года в Москве на первом этаже фешенебельного московского отеля Maidens Hotel Moscow 5* в здании бывшей АТС на Зубовской площади открылся один из самых ожидаемых проектов года. Ресторан «Поле» – это место, где гастрономические изыски встречаются с непревзойденной эстетикой пространства, а разнообразие вкусов, ароматов и деталей уже оценили по достоинству тонко чувствующие люди.



Отправной точкой при создании интерьера ресторана студия дизайна Krivtsova & Redina выбрала символическую линию горизонта, благодаря чему вытянутый архитектурный объем словно бы сам стал полем. Оттенки спелой пшеницы окрасили лакированные колонны, светильники раскрылись полевыми цветами, даже узор паркета теплого оттенка напоминает колосья. Эркерные окна оформили серо-голубым, как русское небо, мрамором, а промежутки между окнами и колоннами заполнили вертикальными зеркалами, доба-



вив воздуха и визуально расширив пространство. Одним из центральных элементов декора стало золотое панно с изображением артишоков и полевых цветов, выполненное студией современного барельефа Леонида Кима.

При входе в ресторан двери, выполненные по последнему слову техники, сами радушно открываются навстречу гостям. На ресепшен встречает милая хостес. Справа от входа – гастрономическая лавка, где можно выпить чашку кофе или чая, купить свежайший хлеб, сыры и колбасы, нежнейшие десерты. Здесь же можно позавтракать, пока ресторан не открылся. А слева от входа открывается вид на «Поле».

Как парфюмер, я сразу отметила завораживающий аромат в туалетной комнате: пряный, с нотами ванили, возможно, кардамона. Ресторан готовили к открытию три года, здесь продумана каждая деталь. При входе в зал справа располагается винная галерея с коллекцией, которая, как обещает шеф-сомелье Александр Есяян, будет самой уникальной в Москве, за редкими винами гости специально будут приезжать в «Поле».

Далее – барная стойка и невероятной красоты стильные барные кресла-стулья с оранжевой спинкой, печь и ChefTables и большой стол для компаний, украшенный золотым панно.

По левой, солнечной, стороне вдоль всего зала – панорамные окна. Столики сервированы удивительной красоты тарелками, которые, как позже выяснилось, можно приобрести в отеле.

Над головами посетителей по всему «Полю» парят матовые светильники: то ли ракушки, то ли лепестки цветов, то ли ладони. Даже паркет напоминает колосья. Всё, что есть здесь, создаёт атмосферу русского поля.

За яркий гастрономический опыт в ресторане «Поле» отвечает по-настоящему звездная команда во главе с бренд-шефом Владиславом Корпусовым. Привычные на первый взгляд ингредиенты, специи и технологии в его виртуозном исполнении получают новое прочтение и меняют наш взгляд на давно знакомые продукты, которые в элегантных блюдах шефа раскрываются свежими, ранее незамеченными нюансами вкуса.



с авокадо, брокколи и лангустинами. Из овощных закусок попробовали вкуснейшие томаты с сеном, черемшой и сметанкой – эта закуска напомнила мне детство! А вот страчателлу с топи-намбуром и желе из кофе мы с ребятами поделить не смогли, такое тонкое сочетание, что хотелось еще. Имейте в виду, порция миниатюрная.

Здесь подают удивительный по вкусу лук порей на углях, а вот фанаты артишоков (как мои девочки) обязательно должны попробовать артишоки с вёшенками и хлебным соусом. Шеф умеет удивлять!

В консоме из говядины впечатлил бульон, но трех нежных

Глубины и многомерности кухне Корпусова добавляет работа с неброскими деталями. Вот комплемент на декоративном дереве: консоме из свеклы на еловой подложке, которая придала хвойный аромат и вкус знакомому муссу с семенами и орешком внутри.

На закуску мы выбрали тартар из говядины с фирменным соусом Владислава Корпусова, фламбанду с желтком конфи, тартар из говядины с бататом фри, трюфелем и раклет, невероятный гребешок с ревенем и живыми микроромашками, киноа



пельмешек в нем было мало для девушек, любящих вкусные блюда. Поэтому мы перешли к горячему.

Вся наша компания от души рекомендует филе миньон с равиоли качо э пепе: полосатая нежная равиоли лежит на сочном филе, а когда ее разрежешь, вытекает аппетитный соус. Сочетание вкусов вызывает головокружение от удовольствия.

В «Поле» я впервые в жизни отведала удивительную на вкус рыбу – клыкача, по текстуре похожую на мясо. Щёчки клыкача подаются с белыми бобами и ванильным соусом – гениальное сочетание!

Как бы странно это не звучало, я обожаю гречку и порой готовлю ее на завтрак. Здесь это не гречка, а настоящее «полевое» произведение! Она подаётся с вёшенками, любимыми мною сердечками и – внимание! – улитками под плотным, насыщенным соусом. Я бы каждый день ела этот суперфуд на завтрак!

Мы опустим гимн «полевому» пирогам. Лишь повторю, что в ресторане свои печи, поэтому лепешки, пироги и домашний хлеб нужно пробовать обязательно. А какое грибное масло здесь подают с лепешками из ферментированного картофеля!

Коктейльная карта шеф-бармена Василия Жеглова обещает не меньше открытий. В ее основе – локальные ингредиенты, применение современных техник и осмысленное использование даров природы. В русле концепции «Поля» центром композиции напитка становится ингредиент-протагонист (ревень, свекла, одуванчик, хмель, облепиха, щавель), свиту которого составляют сложные сочетания, последовательно переходящие от одного вкуса к другому. И вновь, как парфюмер, отмечу, что здесь просто невероятный по вкусу и

аромату чай с иланг-илангом и жимолостью, который я настойчиво рекомендую попробовать.

И десерты... Если вы, как и я, любите всё самое удивительное, то вы оцените еловый сорбет с киви и гелем из алоэ, в котором причудливо сочетаются горьковато-кислые и нежные оттенки. Еще очень понравилась подача и вкус клубничного десерта с ревенем. Автор десертов – Дарья Терешенко-Кожуховская.

Приятно отметить культуру и формат подачи блюд. Всем гостям за нашим столом подавали блюда одновременно, были внимательны и заботливы, а интеллигентные официанты говорили вполголоса.

Напоследок повторим: в ресторане «Поле» обслуживание – это не только работа хостес или официанта, а и свежие цветы, и ароматы в туалетной, и гармоничные гастрономические открытия от шефа.

Москва,
Зубовская пл., 3, стр. 1.

Алёна Елина



НА ЧЁМ МОЖНО РАЗУМНО ЭКОНОМИТЬ ПРОИЗВОДИТЕЛЮ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА?

ИННОВАЦИИ, УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ, СОХРАНЕНИЕ РЕСУРСОВ

Российский научно-производственный холдинг «СУПРОТЕК» развивает инновационные ресурсосберегающие технологии для автомобилей, специальной техники и промышленного оборудования.



За 20 лет из небольшого опытного производства в Петербурге «СУПРОТЕК» вырос в заметную федеральную компанию, продукция которой хорошо знакома автомобилистам, а с недавнего времени и промышленникам. Подразделение «Супротек-Пром» производит в месяц более 70 тонн пластичных смазок и столько же смазочно-охлаждающих жидкостей.

В августе этого года холдинг объединил усилия с заводом «Не-

озон» в Ленобласти, чтобы вместе развивать ресурсосбережение, разрабатывать новые продукты для отечественной промышленности и замещать ушедшие импортные бренды.

В каком направлении движется компания, какие инновации использует для устойчивого развития сегодня, и как бережёт главный ресурс любого предприятия – человека? Об этом рассказал генеральный директор холдинга Сергей Зеленьков.

ВТОРОЙ ДВИГАТЕЛЬ В ПОДАРОК

Когда-то в компании вдохновились разработками российских, а точнее, ещё советских, учёных и производят трибосоставы (присадки в масло) для продления ресурса основных агрегатов и узлов легковых, грузовых автомобилей и спецтехники. В линейке бренда – сервисные продукты инновационной автохимии для топливных систем, вентиляции и кондиционирования, салонного детейлинга, качественные отечественные синтетические моторные и трансмиссионные масла, а также смазки для спецтехники и смазывающие охлаждающие жидкости для металлорежущих станков.

Первые составы «СУПРОТЕК» покупали прогрессивные автомобилисты. Компания начала свой путь в 2002 году с выставки «Мир автомобиля» в Санкт-Петербурге, где показала двигатель, работающий без масла несколько дней подряд. Это привело автомобилистов в шок. После применения трибосостава двигатель мог работать даже в экстремальных аварийных условиях.

«Наш продукт продлевает жизнь двигателя в два раза. Людям нравится простота. Взял баночку, размешал содержимое, залил в разогретый двигатель и поехал», – объясняет Сергей Зеленьков. Но это простота применения. С точки зрения технологии реализации процессов всё не так просто.



Во время эксплуатации автомобиля (или другого механизма) состав позволяет безопасно создать новую поверхность, устойчивую к любым видам износа.

«Ни в одном автосалоне вам не подарят второй двигатель. А «Супротек» даёт такой ресурс, даже разбирать ничего не нужно», – объясняет совладелец компании. Сбереечь можно не только двигатель, но и коробку передач и топливную аппаратуру. За пять лет это обойдётся всего в 10–12 тысяч рублей». Та же самая история со станками и механизмами на предприятиях: экономия топлива, масла и профилактика поломок.



ЧЕЛОВЕК – САМЫЙ ВАЖНЫЙ РЕСУРС

«Важная задача в России сегодня – обратить внимание на интеллектуальные производительные силы. Без них невозможны никакие технологические рывки. Сфера IT не заменит всего. Прекрасно, что это направление финансирует государство, но внимание нужно уделять всем производительным силам, – считает Сергей Зеленьков. – Для специалистов нужны условия, мотивация, разные методы поощрений. А главное, их подготовка в системе среднего и высшего образования. Только так у нас есть шанс наладить высокорентабельную систему производства.

«Супротек» проходит свой долгий путь устойчивого развития в области ресурсосбережения. Перед нами сейчас много задач, связанных с повышением квалификации наших сотрудников, популяризацией идей ресурсосбережения и техническим просвещением. Для нас это важно. Ведь самый главный ресурс на земле – человек. И если руководство конкретного предприятия этого не понимает, то получает текучку кадров, снижение работоспособности и производительности труда.

Причина проста: неквалифицированный работник не может качественно работать. Работодатель часто смотрит на анкету соискателя, а через некоторое время вовсе забывает, кого нанял. Что это за человек, какие у него образование, компетенции? Он наблюдает за работой, но понятия не имеет, может ли специалист работать больше, лучше, качественнее. Необходима непрерывная система повышения квалификации. Забота о человеке в итоге положительно скажется на качестве продукции и всех производственных процессов.

Заменить квалифицированного сотрудника сегодня практически невозможно. Сложно находить людей и на рабочие специальности – упаковщика, сортировщика, водителя. А что говорить о грамотном технологе? Найти такого сложно, стоит он дорого. Хороший технолог – человек с огромным багажом знаний и опыта. Он поможет компании оптимизировать финансовые затраты, настроит производство так, чтобы оно на выходе давало исключительно качественную продукцию. В противном случае ждите больших потерь.

Ресурсосбережение – это и отсутствие брака, который случается из-за некачественной работы оборудования или неподходящих ингредиентов. Это правильный технологический подход к процессам. И здесь всё опять же держится на человеке, обладающем квалификацией».

УМНАЯ БЕРЕЖЛИВОСТЬ

«В деловых сообществах редко обсуждают ресурсосбережение, хотя немалая часть предприятий внедрила бережливое производство, – продолжает Сергей Зеленьков. – Всё вращается вокруг организации процесса и эффективного менеджмента. А ресурсосбережение –



стой техники – больше 40% из-за того, что вовремя не обработали оборудование.

Почему у нас в России трудно приживается система менеджмента ИСО? Менталитет таков: обойти любой закон, инструкцию, сделать так, как мне удобно. Авось, получится. Не получится, зато скажется на себестоимости продукции. Проще ведь наклеить процент сверху и снова не думать. А потребители оплачивают это «авось».

И где производителю брать деньги на модернизацию, роботизацию, которая тоже бережёт человеческие силы и обеспечивает бесперебойную работу круглосуточно? Можно ещё заглянуть в статью расходов на топливо. Каждый сэкономленный литр – это деньги на развитие. Наши технологии продлевают ресурс и помогают экономить топливо за счёт правильной работы всех внутренних узлов и агрегатов. От 5 до 20%, в зависимости от того, в каком состоянии транспорт. В год это, в среднем, экономит от 100 до 300 литров топлива на легковом и до 600 литров на грузовом транспорте. Вот вам и дополнительные деньги на ремонт, техобслуживание, модернизацию предприятия, обучение сотрудников и развитие».

это комплекс мер, направленных на то, чтобы любое предприятие могло более эффективно использовать свои трудовые ресурсы для извлечения максимальной прибыли. Управление финансами должно быть направлено на те цели и задачи, которые оптимизируют процессы производства, уменьшают текущие расходы на сырьё, оборудование, сокращают простои.

В чём причина разорительных простоев? Отказ техники в процессе штатной эксплуатации. Мы проехали по России и ряду стран и заметили, что даже на

крупных предприятиях не ведётся журнал техобслуживания транспорта и техники. Но это же основа рачительного хозяйствования! Техника без профилактического обслуживания устаревает в три раза быстрее. Подход «как-нибудь разберёмся» приводит к очень большим затратам на брак и выходу из строя оборудования из-за отсутствия техобслуживания и контроля. Статистика показывает, что стоимость смазочных продуктов в общем объёме затрат занимает максимум пять процентов. Про-



ИННОВАЦИИ ДЛЯ АВТОМОБИЛЯ
SUPROTEC



AFRICA BURGER



**ПОПРОБУЙ АФРИКУ
ВО ВСЕХ ЦВЕТАХ!**

wfrs.rest meatclub64@yandex.ru +7(960)357-76-76



С ЛЮБОВЬЮ ИЗ БЕЛАРУСИ: КАК МИНСКИЙ МОЛОЧНЫЙ ЗАВОД ПОКОРЯЕТ СЕРДЦА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

ОАО «Минский молочный завод №1» – одно из крупнейших предприятий Республики Беларусь, производящее молочную продукцию. Ему принадлежат восемь торговых марок, ассортиментный портфель включает в себя более 300 единиц продукции. Объем выпускаемой продукции – 435 тыс. тонн в год.



ООО «Минский молочный завод №1» – официальное представительство холдинга «Первый молочный» на территории Российской Федерации. С 2013 года Торговый дом добился впечатляющих результатов. Географическая представленность в России – 72 региона, от Санкт-Петербурга до Сахалина и Камчатки. 90 000 тонн молочной продукции было реализовано за 2024 год. Сегодня продукты «Первого молочного» представлены в таких федеральных сетях, как Х5, «Лента», «О'КЕЙ», «Магнит».

Мы идем в ногу со временем. В нашем производственном портфеле можно встретить не только всеми любимую молочную продукцию брендов «Минская марка» и «Сяляские традиции», но и линейку безлактозной продукции от брендов «1М Молочный» и «Депи». С конца 2023 года завод выпускает безлактозную продукцию под брендом «1М» – масло, сметану, творог, сыр моцарелла. Безлактозное молоко выпускается под торговой маркой «ДЕПИ», его компактная упаковка подходит для быстрого перекуса не только детям, но и взрослым, что значительно повышает его востребованность.

Еще одно наше достижение – производство глазированных сырков без сахара от «Минской марки». Это идеальная альтернатива классике как для взрослых, так и для детей. В дополнение к классическим вкусам (ваниль и шоколад) были разработаны и выпущены



сырки в белой глазури со вкусами: манго-апельсин-имбирь и черника-ежевика.

В 2025 году состоялось торжественное открытие модернизированного Вилейского производственного участка по выпуску сыра Berger Camembert с белой плесенью. Сегодня завод может выпускать в месяц 84 тонны сыра с белой плесенью. До этого момента произ-

водство данного вида сыра в промышленных объемах в Республике Беларусь отсутствовало.

«Минский молочный» – надёжный производитель высококачественных молочных продуктов, заслуживший доверие потребителей благодаря своей ответственности перед качеством продукции, постоянному развитию технологий производства и приверженности

высоким стандартам безопасности питания. Продукция завода представлена широким ассортиментом товаров, каждый из которых проходит строгий контроль качества на всех этапах изготовления. За долгие годы работы компания завоевала прочную репутацию лидера отрасли на российском рынке.

С любовью из Беларуси. Купляй-це беларускае!





II САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ АГРО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФОРУМ ПРИМЕТ ГОСТЕЙ ИЗ МНОГИХ СТРАН МИРА

Форум отличается от многих подобных мероприятий кулуарностью и нацеленностью организаторов на достижение участниками мероприятия конкретных результатов.

В ПРОГРАММЕ ФОРУМА – РАБОТА В СЕКЦИЯХ:

Секция № 1. Интенсификация сельскохозяйственного производства, новые возможности для расширения поставки сельскохозяйственной продукции.

Секция № 2. Ресурсосбережение и энергосбережение, инновационные технологии в сельском хозяйстве.

Секция № 3. Экономика, финансы, инвестиции в агропромышленный комплекс.

Секция № 4. Инновации в образовании, информационные технологии.



BELARUSACHKA – ФЕШЕН ФОТОПРОЕКТ! ОДЕЖДА ДЛЯ ДОМА И ОТДЫХА!



Хотя предсказание трендов на несколько лет вперед – дело непростое, особенно когда речь идет о такой динамичной сфере, как мода, можно предположить, какие тенденции будут развиваться в ближайшие годы. Вот несколько возможных направлений развития трендов в области халатов и пижам к 2025 году.

ЭКО-МАТЕРИАЛЫ

Экологичность становится всё более важным аспектом в производстве одежды. Ожидается, что

натуральные материалы, такие как органический хлопок, лен, бамбук и конопля, будут доминировать в моде. Эти ткани мягкие, дышащие и экологичные, что делает их идеальными для домашней одежды.

МИНИМАЛИЗМ И ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ

Простота дизайна продолжает оставаться популярной тенденцией. Халаты и пижамы станут ещё более функциональными, сочетая комфорт и элегантность. Минима-

листичный дизайн с чистыми линиями и нейтральной цветовой палитрой сохранит свою популярность.

ТЕХНОЛОГИИ В МАТЕРИАЛАХ

Инновационные технологии в текстильной промышленности приведут к созданию материалов с улучшенными свойствами. Например, ткани с антибактериальной обработкой, способные регулировать температуру тела или отводить влагу, станут востребованными в домашних халатах и пижамах.





KORRTO
since 1998

ФАБРИКА КОРПОРАТИВНОЙ ОДЕЖДЫ

25 лет опыта для Вашего комфорта

Интернет-магазин
и шоу-рум готовой
униформы

Разработка
дизайн-проектов

Производство
униформы на заказ

Вы в лучшей форме!



**Безупречное качество
по доступной цене!**



korрто.ru

ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ

Индивидуализация станет важной частью моды. Покупатели смогут выбирать не только размер и цвет, но и детали дизайна, такие как вышивка инициалов, уникальные принты или специальные карманы. Также в моде остаются 3D-технологии и индивидуальные принты!

МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ

Халаты и пижамы могут стать еще более универсальными. Некоторые модели будут легко трансформироваться из домашнего костюма в повседневную одежду, которую можно носить вне дома благодаря современным материалам и продуманному дизайну.

РЕТРО-СТИЛЬ

Ретро-тенденции часто возвращаются в моду. В 2025 году мы можем ожидать возрождение классических моделей халатов и пижам, вдохновленных модой 1920-х, 1950-х или 1970-х годов.

ЗДОРОВЫЙ СОН И БИОХАКИНГ

Одежда для сна начнет учитывать новейшие исследования в области сна и здоровья. Возможно появление халатов и пижам с функцией отслеживания качества сна, встроенными датчиками температуры тела или материалами, способствующими релаксации.

Эти направления отражают стремление к комфорту, экологии и инновациям, которые становятся важными аспектами современной жизни.

Продюсер: Ксения Мосалева Gold

Фото: Наталья Гракович

Одежда бренда Belarusachka

Модели из проекта

«Топ-100 самых красивых женщин Беларуси»:

Жильцова Анастасия, Тетерук

Светлана, Ермакова Светлана,

Авдейчик Анастасия, Хилько

Марина, Манько Светлана,

Зиновко Оксана, Кравченко Елена,

Ламан Людмила, Скрипко

Виктория, Станевич Елена



EIA

Eurasian Information Agency

