Наша Газета
nashagazeta.ch

Опубликовано на Швейцария: новости на русском языке (https://nashagazeta.ch)

Кушать подано, господа швейцарцы! | Messieurs les Helvètes sont servis!

Автор: Лейла Бабаева, Лозанна , 03.04.2013.

Филипп Лигрон – историк, фермер, биолог, кулинар, преподаватель Лозаннской Школы гостиничного бизнеса (migrosmagazine.ch)

Гастрономические предпочтения швейцарцев в 2013 году: прогнозы специалистов. К чему будут больше склоняться гельветы: к ресторанам быстрого питания или к обедам в уютной семейной обстановке? Что будут охотнее покупать: гамбургеры или продукты местного производства?

|

Philippe Ligron, professeur à l'École hôtelière de Lausanne, analyse les cinq tendances qui marqueront l'évolution gourmande en Suisse en 2013.

Messieurs les Helvètes sont servis!

Преподаватель Лозаннской Школы гостиничного бизнеса (Ecole hôtelière de Lausanne) Филипп Лигрон – личность неординарная. Ему 47 лет, он страстный поклонник конного спорта и регби, увлекается историей и… рецептами средневековой французской кухни (на канале RTS он представил рецепт десерта из ячневой крупы с овощами, рыбного студня с фруктовым соусом). Профессиональный повар, он преподает студентам в Лозанне историю кулинарии.

Филипп Лигрон выявил пять тенденций в общем потоке гастрономических

предпочтений швейцарцев. Как он рассказал в интервью журналу Hebdo, в 2013 году гельветы будут отдавать предпочтение нетрадиционным ресторанам быстрого питания, а также продуктам местного производства. А вот продукты, содержащие химию, стремительно теряют ценность в глазах населения.

Фавориты номер один – это, конечно же, фрукты и овощи, выращенные на родных полях: «Они выглядят привлекательно и внушают уверенность», - отметил Филипп Лигрон. Уверенность, так как потребители все больше озабочены мыслью о том, что они едят, и желанием знать истинное происхождение продуктов. А упомянутые корнеплоды, фрукты и ягоды выращиваются совсем рядом, в своей же стране, в родном кантоне – и в ресторанах сегодня в меню указаны «сезонные» овощи, «домашний» джем и мясо «местного производства». На фоне таких тенденций Филипп Лигрон верит в то, что в будущем станет популярным мясо белок (в Великобритании его уже предлагают в ресторанах), бобров и нутрий, прямо как в Средние века. По словам профессора, если потребление мяса не снизится, то в ближайшие пятьдесят лет придется искать альтернативы этому гастрономическому пристрастию.

Сети ресторанов быстрого питания также стараются включать в свое меню местные продукты. Например, в Макдональдсах еще в конце прошлого года появились бутерброды с зиммендальской телятиной и альпийским сыром.

Просматривается тенденция разнообразить и сам ритуал приема пищи. Швейцарцы устраивают вечеринки на частном понтоне, в поезде, вигваме, в колокольне средневекового собора и других необычных или даже загадочных местах. Популярность этого веяния, думается, объяснить немудрено: в подобной обстановке разгорается аппетит.

Филипп Лигрон способен проконсультировать и о таком времяпровождении, поскольку не первый год устраивает ужины в лозаннском аббатстве Монтерон: «Можно разыграть во время еды римские развлечения или накрыть столик на четверых на танцплощадке, а то и на футбольном поле».

Гастрономия завладела умами настолько, что, кроме просмотра кулинарных шоу по телевизору, желающие теперь все чаще отправляются на уроки и семинары к известным поварам страны.

Хорошо идут дела у бистро и крупных ресторанов быстрого обслуживания, которые акцентируют внимание на продуктах местного производства, и традиционных ценностях. Например, интерьер такого ресторана может напоминать обстановку средневековых харчевен: грубо отесанные деревянные столы, пучки трав и вязанки лука на стенах. Очарованные антуражем, посетители готовы платить 50, 60, а то и 70 франков за одно блюдо, – стоимость целого обеда в другом заведении, где подаются слишком сложные гастрономические «изыски», от которых большая часть публики просто устала.

Это и стало причиной того, что многие ресторанчики и бистро, владельцы которых заранее уловили рождающуюся тенденцию, теперь не пустуют, а в некоторых из них невозможно получить столик без предварительного заказа. Незначительные изменения в заведениях способны также сыграть на руку рестораторам. Например, менеджер бистро Lausanne-Moudon Жозе да Сильва отметил: «Мы сохранили ту же

структуру, готовим те же блюда и у нас те же сотрудники, но мы изменили оформление заведения и последние четыре месяца у нас всегда полный зал».

Что до традиционного фаст-фуда, то сети таких ресторанов достигли зенита своего успеха и дальнейший их рост попросту невозможен, в отличие от «практичных, приветливых и подающих вкусную еду нестандартных ресторанов быстрого питания», – подчеркнул Филипп Лигрон. В пример он привел два расположенных в Лозанне заведения: Holy Cow и Zooburger. Один из разработчиков идеи Zooburger, Адриен Риго, отметил: «Мы отдаем предпочтение продуктам местного производства и сами печем хлебобулочные изделия».

Сеть Holy Cow на волне своего успеха открыла заведения во Франции – в Руане и Монпелье, а в конце апреля новый ресторан появится и на родине – в Цюрихе. Однако, «это – места недолгого времяпровождения, как маленькие кафе в прошлые времена», – уточнил Филипп Лигрон.

Не отстают и бары, рассчитанные в первую очередь на молодежь. Бесплатный wi-fi, непринужденная обстановка, причудливый интерьер и – в некоторых заведениях – музыка в исполнении настоящего диджея, – помогают наполнить кассу.

А вот шикарные отели – у которых, конечно, собственные рестораны, – жившие до кризиса припеваючи, сегодня находят новые способы удержаться на плаву и не потерять прибыль. Ведь сотрудники международных компаний, которые в лучшие времена останавливались в пятизвездочных отелях, сегодня не всегда делают это из-за сокращения расходов.

Это заставило руководство отелей проявить деловую хватку с новой силой, и теперь в их ресторанах много клиентов… которые не обязательно являются их жильцами.

Например, в Женеве руководство Intercontinental пригласило на работу новых шеф-повара и кондитера, в Président Wilson подписали контракт с шеф-поваром из парижского Ritz. В свою очередь, в Angleterre клиентов привлекают великолепно приготовленные вегетарианские блюда, а в Beau-Rivage – уроки кулинарного искусства и шоколадные десерты во второй половине дня.

Не беда, что гельветы менее пылки к гастрономическим утехам, чем британцы или жители стран Азии. Признания на кулинарной арене добились в последние годы не только маленькие очаровательные ресторанчики в деревенском стиле («рустик») или заведения, чутко улавливающие гастрономические предпочтения клиентов, но и, несмотря на высокие цены, – шикарные рестораны крупных отелей.

Source URL: *http://www.nashagazeta.ch/news/15212*