

> D 5 9 = K 9 D > @ C <

<https://prokofe.ru/plugins/content/content.php?content.94>

! B @ 0 = 8 F 0 1/38

> A : > 2 A : 8 9 > D 5 - % 0 > A

1 7 > @ < > A : > 2 A : > 3 > @ K = : 0 A 5 B 5 2 K E : > D 5 9 = K E > ? 5 @ 0 B > @ > 2.

; 5 = 0 ' 5 @ = 5 = : >, : 0 B 5 @ 8 = 0 > 3 > 6 = 8 : > 2 0, B > @ = 8 : 3 1 N ; L 2007 -

00:00:00

Московский

Кофе-Хаос



Легендарный

американский

маркетолог Филипп

Котлер

рассказывал своим

ученикам

поучительную

историю про

владельца обувной

фабрики решившего

проверить будет ли

спрос на его товар

на маленьком

островке в океане.

Предприниматель

отправил туда двух
сотрудников. Через
неделю первый
сообщил. «Здесь не
носят обуви - рынка
нет». А второй:
«Здесь все ходят
босиком - рынок
огромный!» У
крупнейшей в мире
сети кофеен Starbucks за
месяц до открытия
первой точки в
Москве ситуация
почти такая же. На
предостережение:
«Не пьют у нас кофе в
картонных
стакнчиках!» -
готов ответ: «Это
пока не пьют».
На минувшей неделе
Newsweek от
представителей
компании стало
известно, что
первый Starbucks откроется
в России в начале
сентября.
Менеджмент
компании
отказывается
назвать какие-либо
подробности до
запуска первой
кофейни. Но
предположение, что
первая кофейня
откроется в ТЦ
«Мега-Химки»,
оказалось
правильным. В
администрации
молла Newsweek
подтвердили, что
строительно-отделl
6;чные работы идут

полным ходом и уже
проложены
коммуникации.
Свою российскую
стратегию
скрытные
американцы тоже не
раскрывают Но судя
по проектам в
других странах,
империя Starbucks и не знает
другой цели кроме
тотального
завоевания чужих
рынков Если
аборигены
отказываются от
приличного кофе в
плохом стаканчике,
значит надо
изменить их
менталитет Полной
победы может и не
случиться - всегда
найдутся
консерваторы,
которые будут по
старинке «ходить
без обуви» Но в Starbucks
знают что
обязательно будет
и значительное
число
новообращенных.
Россияне за
последние 20 лет
несколько раз
сталкивались с
подобными
имперско мессионеl
скими атаками
транснациональных
компаний И чаще
всего принимали
чужую веру Так было
в конце 80-х-начале 90-х,
когда

представление в
России о еде
поменялось под
напором
«Макдоналдса». Так
случилось и в
начале нового века,
когда москвичи,, а
вслед за ними и
жители других
городов были
обращены ИКЕА в
веру шведского
минимализма. Но
теперь времена не
те - российский
кофейный рынок
готовится к
обороне и надеется
на сознательность
граждан. Ведь в
России нет лучшего
доказательства
существования
среднего класса,,
чем заполненные
кофейни с
диванчиками,,
официантами и
хорошими
керамическими
чашками.
НАШЕСТВИЕ РУСАЛОК
Россия станет 41-й
страной в империи Starbucks,
а кофейня в Химках - 14
157-й по счету. Более 70%
точек компании
расположены на
территории США,
больше всего в
Сиэтле,, где в 1971 г. и
основал будущую
мегасеть
предприниматель
Говард Шульц,
которая теперь

продает кофе более
чем на $8 млрд в год.В
будущем империя
планирует довести
количеств точек
под своей
фирменной
эмблемой - русалкой
в зеленом круге - до 40 000,
половину из них - вне
Америки.
Первые кофейни за
пределами страны Starbucks
открыл в 1996 г.в Канаде
и Японии.в Европу
сеть пришла в 2001 г.,
начав с Австрии и
Швейцарии.За 6 лет на
континенте.,
держащемся на
своих древних
традициях - будь то
архитектура.,
законодательство
или кофейни., - чуждая
Starbucks завоевала
лидерство среди
кофейных сетей.И
воспитала у
потребителя
любовь к
демократическому
«общепиту с
самообслуживанием
».,
В марте 2007 г.кофейная
империя
распространила
официальное
заявление о планах
по дальнейшей
экспансии., в
котором
говорилось., что
приоритетными
странами для нее
теперь являются

Китай, Египет,
Бразилия, Индия и
Россия. В первых
трех кофейни этой
сети уже открыты.
Особенно хорошо
наступление
развивается в
Китае, где империи с
легкостью удалось
изменить сознание
потребителей:
средний класс
бросил пить чай и
«пересел» на
старбаксовский
кофе.
В Индии
наступление было
намечено на осень 2007
г., но на прошлой
неделе
представитель Starbucks
Брандон Борман
неожиданно заявил
о том, что оно
откладывается на
неопределенный
срок. Впрочем, в
России сигнал к
атаке задержался и
вовсе на
десятилетие. А на
войне - особено за
умы и желудки -
потеря темпа
чревата
поражением.
КТО НЕ РИСКУЕТ



Большинство
опрошенных Newsweek
экспертов
успокаивают себя
тем, что на
российский рынок
империя выходит
слишком поздно.
«Первые кофейни
стали появляться у
нас в середине 90-х, пик
их популярности
пришелся на начало
2000-х.. За эти годы в
России сложилась
определенная
культура
потребления кофе,
"русский формат," и он
сильно отличается
от концепции Starbucks», -
говорит Рамаз
Чантурия,
гендиректор

Российской
ассоциации
производителей
чая и кофе.
По его словам.
абсолютное
большинство
заведений
общепита.
именующих себя в
России кофейнями.
по сути таковыми не
являются Даже
самые крупные сети -
«Кофе Хауз» и
«Шоколадница» - по
мнению Чантурия.
предлагают не
кофейни а «кафе с
расширенным
ассортиментом
кофе» Мелкие и
несетевые - тем
более «В момент
формирования
рынка кофеен
сошлись два
обстоятельства.
Во - первых не
хватало обычных
ресторанов и кафе и
поэтому кофейни
тоже вводили
закусочное меню а
во - вторых само
понятие кофейня"
казалось модным и
его присваивали
себе все вновь
открывающиеся
заведения
общепита» -
вспоминает
Чантурия.
Если бы Starbucks пришла в
Россию еще 5-7 лет
назад она могла бы

установить здесь
свой формат,, а
сейчас уже поздно
делать революцию,
уверен Андрей
Петраков,,
исполнительный
директор Restcon. Чужой
устав в нашем
монастыре,,
уверовавшем в то,,
что кофейня - это
диванчики из
кожзаменителя и
салат «Цезарь»,, не
приживется.
«Такого влияния на
наш рынок и
менталитет,, как
"Макдоналдс" и ИКЕА,, Starbucks
уже не окажет»,, -
успокаивает
Петраков.
Почему компания
так медлила с
выходом на
российский рынок,,
доподлинно
неизвестно.. «Еще
года два назад у них
и на родине хватало
работы.. Но
потребление кофе в
США в последние два
года падает -
отчасти под
влиянием моды на
здоровый образ
жизни.. И Starbucks вынуждена
осваивать новые
рынки»,, - полагает
Петраков.
Но главное - в 90-е годы
западные
ресторанные сети
считали
российский рынок

слишком
рискованным. Со Starbucks,
полагает аналитик
инвестиционной
компании «Финам»
Сергей Фильченков,
судя по всему, все
получилось так:
сначала они
считали наши риски
слишком высокими;
потом, по слухам,
пытались купить
какую-нибудь
местную сеть, но
показались
слишком дорогими;
потом вели
переговоры с
крупными
ресторанными
сетями, но не
сошлись с ними в
условиях. И
дождались:
начались проблемы
с правами на
торговую марку в РФ,
которую присвоили
«сквоттеры». «В
общем, сначала
компания была
слишком
осторожной, а потом
проблемы были
связаны с тем, что
она пыталась
массированно
выйти на рынок с
минимальными
затратами для
себя», - говорит
Фильченков.
Теперь
осторожность
отброшена, и
империя готова

рискнуть и
потратиться. Ведь в
отличие от
российских
экспертов она
видит. что наш рынок
все так же огромен и
не освоен.
С ВЕЩАМИ НА ВЫНОС
При открытии
зарубежных
филиалов Starbucks чаще
всего находит себе
партнера - чтобы
разделить риски. В
России им стала
компания «Монэкс
Трейдинг»,
входящая в
кувейтский
холдинг розничной
торговли Alshaya, который
по франшизе
управляет в России
магазинами Body Shop, Mothercare и Next,
хотя желающих было
много.
Петраков из Restcon
уверен. что Starbucks
остановилась на
кувейтской фирме,
потому что считает
арабских
партнеров более
надежными.
«Насколько нам
известно. при
работе с
российскими
рестораторами
сеть заявляла
слишком высокие
темпы открытия
новых кофеен. -
делится
информацией
Фильченков. - Однако

потенциальные
партнеры не были
готовы к
существенным
инвестициям в
проект,
перспективность
которого в нашей
стране пока ничем
не подтверждена. А
" Монэкс Трейдинг"
имеет хороший опыт
развития
франчайзинговых
проектов в России,
подпитывается
кувейтскими
деньгами так что
она могла
позволить себе
рискнуть» Кроме
того в Египте под
управлением Alshaya уже
находятся и
кофейни Starbucks.
Может пик
популярности
кофеен и прошел но
по данным
маркетингового
агентства Step-by-Step, рынок в
ближайшие годы
будет расти как
минимум на 10% в год По
подсчетам
агентства Discovery Research Group, на
российском рынке
работает около 1000
кофеен с
совокупным
оборотом около $500
млн в год при том что
емкость только
московского рынка
кофеен составляет 2000
заведений а
Санкт - Петербурга - 1000.

Аналитики
компании «МКД
Партнер»
подсчитали,, что в
Москве и
Санкт-Петербурге
на 100 000 жителей
приходится 0,7
кофейни. В Нью-Йорке
эта цифра
составляет 27, в
Сиэтле - 62, в Милане - 135.
Свободные ниши
быстро заполняют
кофейные сети
местного
происхождения. Те
же «Кофе Хауз» и
«Шоколадница»,, по
данным
отраслевого
издания FoodService Europe and Middle East,
входят в двадцатку
крупнейших
европейских сетей
кофеен,, а по темпам
роста и вовсе в
первую пятерку. «Я
не знаю,, что
американцам надо
будет сделать,,
чтобы обогнать
"Кофе Хауз" и
"Шоколадницу" , вряд
ли они быстро
смогут стать
лидерами рынка»,, -
также успокаивает
соотечественников
; Анна Людковская,,
главный редактор
российского FoodService. Рост
доходов
«Шоколадницы» за 2006 г.
составил 108% , «Кофе
Хауза» - 75%.
Место для новой

сети найдется лишь
в том случае,, если
она сможет
предложить
потребителю
уникальную
концепцию,,
способную вызвать
интерес,, говорят
аналитики., У Starbucks она
есть - это вполне
приличный ғкофе на
вынос»..
В США до 70% кофе
продается именно
для употребления
за пределами
кофейни - на ходу,, в
машине,, в офисе - из
высоких бумажных
стаканчиков с
пластиковой
крышкой.. Клиент
заходит в кофейню,,
выбирает кофе и
выпечку,,
стремительно
получает их и бежит
по делам.. А то,, что у
нас так никто не
делает,, - так для Starbucks это
значит только,, что
рынок у нас огромен..
РУССКИЙ ФОРМАТ
Российские
кофейщики
по-разному
оценивают
перспективы такой
концепции.. По
опросам агентства
Discovery Research Group, каждый третий
житель Москвы и
Санкт-Петербурга
посещает кофейни
несколько раз в
месяц.. В 2/3 случаев это

женщины, каждая
вторая - моложе 25 лет. В
качестве
основного мотива
посещения кофейни 92%
указало «встречу с
друзьями». Причину
«просто попить
кофе» отметило
лишь 32%.
«И тем не менее даже
эта цифра
показывает, что и
сегодня есть
определенная
масса людей,
которые готовы
употреблять кофе
на условиях Starbucks», -
говорит
ресторанный
аналитик Андрей
Петраков. Это
прежде всего те, кто
нацелен на быстрое
потребление, вроде
посетителей
торговых центров.
Тем более что
аренда маленького
помещения в
торговом центре
обойдется куда
дешевле, чем
гигантского зала
где-нибудь в центре.
Даже Владислав
Дудаков,
гендиректор
главного
конкурента Starbucks в
России - «Кофе
Хауза», предрекает
американцам успех.
«Это
компания-гигант,
которая достигла

успеха во многих
странах мира. Они
постепенно
приучат людей, -
говорит Дудаков. -
Темпы жизни и
работы, которые
сейчас в Москве,
подразумевают
такую концепцию.
Мне самому часто
хочется - в виду того,
что времени не
хватает, а кофе
нужно выпить».
В «Кофе Хаузе» уже
готовятся к
появлению
конкурента.
Недавно
департамент
маркетинга и
продаж сети
возглавил Бэзил
Василоу, который
раньше работал в Starbucks.
«Все нововведения
мы будем проводить
с учетом его опыта.
Мы лучше будем
знать конкурента,
будем предвидеть
его шаги», - радуется
гендиректор
Дудаков.
Шаги эти, тщательно
скрываемые Starbucks,
конкурентам
кажутся вполне
очевидными.
Дудаков оценивает
первоначальные
инвестиции,
необходимые для
входа на рынок
новой сети, как
минимум в $5 млн:

«Нужно создать
базу, отдел
обучения, нанимать
команду». А потом
можно уже
«строгать» кофейни
по Ќ500 000 за штуку.
По данным Restcon, кофейня,
расположенная в
многолюдном месте,
в день может
привлекать до 500
человек, но и вдвое
меньше, как правило,
хватает, чтобы
получать прибыль.
Главное, чтобы
клиент пошел.
В России просто не
тот климат,
возражает тем, кто
верит в
американцев,
Фильченков из
«Финам». В близком
по формату Coffee Bean кофе на
вынос покупают в
основном утром. При
этом большая часть
утренних клиентов,
по словам
продавца-консультk
2;нта Кирилла, -
иностранцы, и
приходят они по
большей части
летом. Рамаз
Чантурия из
«Росчайкофе»
добавляет, что с
точки зрения
российских
потребителей «есть
на улице не
эстетично и не
комфортно, пить
кофе на морозе

как-то неприятно, уж
лучше посидеть в
теплом уютном
местечке».
Так что, по мнению
Фильченкова, Starbucks,
скорее всего,
придется брать в
России помещения с
большей площадью и
существенно
расширять меню. В
общем, делать так,
как привыкли
россияне. То есть
уютно, но не слишком
качественно и
вкусно.
СЕРВИС В ИНТЕРЬЕРЕ



В прошлый уикенд я
опять написал
жалобу в книге
отзывов
«Кофе-хауза». Я был
краток, как Цезарь в
«Записках о
галльской войне»:
«Ждал один
эспрессо с 18:00 до 18:25». В

другой раз я
покинул самый
большой «Кофе Хауз»
Москвы,, не
расплатившись,,
когда ожидание
счета перевалило
за половину часа..
«Спасибо,, - сказали
мне в дверях на
первом этаже,, -
приходите еще»..
Кофейни Starbucks, напротив,,
славятся быстрым
обслуживанием - и
хорошим кофе.. Но я
совсем не рад их
появлению в Москве..
Это тем более
странно,, что одна из
тайных причин,,
побудивших меня в
свое время
покинуть Родину и
поступить на
дипломатическую
службу,, была
отсутствовавшая у
нас еще 15 лет назад
возможность
сидеть в кафе.. Все
кофейни,, включая Starbucks,
были Улиссовой
сиреной,, которые
выманили меня с
родины..
Сначала я
познакомился со Starbucks в
экспортных
вариантах.. В чайном
Пекине это было
просто место,, где
иностранец мог
выпить кофе.. В
Германии
заведение
маскировалось под

интеллигентную
европейскую
кофейню, на полках
даже стояло
несколько книжек.
Вот только кружки,
цилиндрические
обрубки с ручкой,
вроде тех, из
которых пили чай на
советских кухнях,
не слишком
подходили к
европейской
старине. В
переполненных
собственными
кофейнями Афинах
эта была
единственная, где
не курят.
Но настоящее
знакомство с сетью
произошло на ее
родине, в США.
Говорят, Starbucks -
спаситель Америки: 15
лет назад в
Нью-Йорке
невозможно было
выпить чашку
нормального кофе.
Впрочем, чашку кофе
в Америке нельзя
выпить и сейчас.
Здесь ничего не
звякнет. Главная
примета
оригинального
американского Starbucks -
картонный стакан
для горячих
напитков и
пластиковый для
холодных. Можно,
наверное, обойти
все 12 авеню и 180 улиц

Манхэттена и не
найти обычной
керамической
чашечки кофе,, чтобы
к ней в довесок не
прилагался целый
дорогой ресторан.
В одном из
центральнейших Starbuсks
Вашингтона мне,, как
и чиновникам,,
спустившимся на
ланч из Госдепа,,
стандартный
эспрессо наливали
в огромные
картонные ведра,,
как из-под колы в
«Макдоналдсе»..
В картонной
посудине кофе
быстро стынет,, но до
этого успевает
пропитаться
бумажным
привкусом.. Хотя,,
может быть,, это вкус
клея - здесь я не
знаток.. Выпитый
хотя бы наполовину
стакан теряет
устойчивость,, а на
столиках снаружи,,
при легчайшем
ветерке,, он теряет
ее сразу.. Может быть,,
поэтому на стаканы
нахлобучивают
пластиковые
крышки,, которые
надо самому
отрывать,, чтобы
высыпать и
размешать сахар
тонкой деревянной
лучиной,, похожей на
палочку от

съеденного эскимо.
Посуде
соответствует
процедура.
постоять в очереди
у кассы где тебе
напишут на стакане
номер заказа
фломастером потом
потолкаться с
чеком там где
бариста выдает
напитки Наметить
маршрут через
стойку с сахаром -
туда где свободный
стол.
Пока ты нес по этим
кругам
потребительского
ада свой картонный
стакан с номером на
боку выбранный
стол уже кто-то
занял На другом
столе - засохшие
круги от картонных
ведерец десяти
предыдущих
клиентов Туалет
один он редко чист
чтобы попасть в
него надо идти к
кассиру который
выдает ключ с
огромным брелком
Почему-то
считается что
мебель
Starbuсksнапоминает о
домашнем уюте В
действительности
она напоминает о
«Макдоналдсе». Starbuсks в
общем-то и есть
кофейный
«Макдоналдс».

Первые московские
«Макдоналдсы»
действительно
несли
цивилизаторскую
миссию в стране
пельменных,
рабочих столовок и
немногочисленных
ресторанов, вечно
закрытых на
спецобслуживание.
Там было чисто,
светло, вежливо и, в
сравнении со
столовками, вкусно.
Туда водили на
свидание любимых.
Starbuсks мог бы быть таким
кофейным
цивилизатором 90-х, но
испугался. А теперь
наверняка будет
выдавать себя за то,
чем не является -
образцовой
кофейней,
мастерской
культуры
кофепития.
Я же хочу пить кофе,
плюхнувшись за
столик и ожидая
официанта - с
горячей
керамической
чашкой и
металлической
ложкой на блюдце. В
стране, где 80 лет
господствовало
принудительное
самообслуживание,
просто негуманно
подавать кофе
иначе.
Вероятно, в России

Starbuсks будет

приспосабливаться
;, как сделал это в
Германии или
Греции.; Наверное
там будут чашки и
чистые туалеты. Но я
знаю., что это будет
уступка., временный
тактический ход., а
стратегической
целью будет
заставить нас пить
из скроенных не по
размеру бумажных
стаканов.; И если
такое случится.,
российские
кофейные сети
подстроятся под
эту передовую
концепцию., как это
уже произошло в
Англии.; И тогда мне
снова придется
подумывать о том., не
определиться ли на
дипломатическую
службу в страну.,
куда Starbucks еще не дошел.

КРЕМА НЕ ТА

На то., чтобы
приготовить чашку
настоящего
капучино.,
профессиональному
; бариста (кофейному
бармену.) требуется 1,5-2
минуты. Пока его
гость курит свою
первую сигарету.,
бариста успевает
намолоть кофе
(только для этой
чашки!), сделать
кофейную таблетку

с помощью
специального
приспособления -
темпера. Таблетка
должна быть ровной
и не расслаиваться
Бариста
закладывает ее в
холдер
эспрессо-машины
куда под давлением
поступает горячая
вода
Время экстракции -
прохождение воды
через таблетку -
больше всего
влияет на вкус
будущего напитка
здесь важна каждая
секунда. Если
недодержать - кофе
получается
«пустой»
Передержать - в
напиток попадают
фенол и лишний
кофеин и он
приобретает
соленый привкус



Чашка для будущего
капучино должна

быть теплой, иначе
молочная пена
быстро опадет. В
получившийся
эспрессо бариста
быстро вливает
взбитое молоко
(взятое из
холодильника и
разогретое только
для этой чашки!От
правильности его
движений
полностью зависит
внешний вид и вкус
капучино и
эспрессо кремa
(образовавшаяся на
кофе пенка) и молоко,
перемешиваясь,
должны дать
определенный
цветовой и
вкусовой контраст,
нужное количество
и текстуру
молочной пены
Такой кофе и
размешать не
страшно и даже
нужно - будет
вкуснее.
«Правильно
приготовленный
капучино [после
размешивания] тут
же образует
текстуру, которая
была изначально»,-
поясняет судья
российских
чемпионатов
бариста,
тренинг-менеджер
Галина Самохина.
Самохина вместе с
президентом

«Академии
Спешиалти Кофе»
Михаилом
Казадаевым и
корреспондентами
Newsweek пошли по сетевым
московским
кофейням в поисках
«правильного» кофе
Первой остановкой
стал один из
многочисленных
«Кофе Хаузов»
- Слышите запах? -
спросила Самохина
как только мы вошли
в кофейню
- Нет
- Вот именно
В хорошей кофейне
гостей должен
встречать аромат
кофе Именно
поэтому во всех за
редкими
исключениями
кофейнях Starbucks
запрещено курить и
употреблять
алкоголь а
сотрудников
убедительно
просят не
использовать духи
«В Starbucks главное в том
что ты можешь
наблюдать за
процессом
приготовления
кофе и это очень
приятное зрелище» -
вспоминает
Казадаев свой
визит в
нью-йоркскую
кофейню
За приготовлением

заказанного нами
кофе в «Кофе Хаузе»
тоже удалось
понаблюдать но
радости это
зрелище экспертам
не доставило «Это
не бариста это
девочка-автомат
она механически
делает то чему ее
научили» -
сокрушался Михаил
Зерна были
намолоты заранее а
это значит что кофе
получится
«умерший» Молоко
наливалось из
большого сосуда
который уже много
раз нагревался и
охлаждался В
результате и
эспрессо и
капучино остались
вовсе без оценки
судей



В Coffee Bean компанию
дегустаторов
встретил аромат -
курить там нельзя

Впрочем, запрет на
курение в свое
время доставил
владельцам Coffee Bean
немало проблем,
ведь российские
ценители кофе, как и
итальянцы, любят
выкурить за чашкой
эспрессо не одну
сигарету, Бариста (а
здесь они, по словам
экспертов,
заслуживают этого
звания) оказались
разговорчивыми, и
весь наш визит
прошел в
непринужденной
беседе у стойки.
После того как Оля
поставила перед
нами эспрессо и
капучино, ей
пришлось
выдержать экзамен
на знание
особенностей
сортов кофе.
«Процентов пять
того, что должна
была, рассказала», -
посмеялся Михаил.
Когда-то такому же
экзамену он
подверг юношу,
обслуживавшего
его в Starbucks. «Мальчишка
дружелюбно
отвечал на мои
вопросы. В
результате на все
ответил, а очередь с
интересом
слушала», -
вспоминает
президент

кофейной академии.
Кофе Coffee Bean судей
удовлетворил.
«Эспрессо плотный,
крема правильного,
орехового,, цвета.
Хотя налила
многовато»,, -
замечает Михаил.



Бариста
«Шоколадницы»
обучаются в
специальном
тренинг центре,, и,
как мы выяснили,
хороший кофе
делать они умеют.
Только не для
обычных
посетителей,
которые получают
кофе из заранее
намолотых зерен,
недодержанный и
«пустой».. «Хотя
внешние правила
здесь стараются
соблюдать.. про
сорта кофе девушка
рассказала,,
темпером
пользоваться

умеет», -
соглашается
Михаил. В этот
момент бариста,
которую он так
пристрастно
расспрашивал,
неожиданно
презентовала нам
вторую чашку
капучино - якобы в
качестве
компенсации за
неполадки со
светом, которые
случились во время
нашего визита. Хотя
скорее всего
персонал все-таки
вычислил, что
пришли настоящие
профессионалы, и
решил не рисковать.
В свете свечки мы
увидели, что на этот
раз напиток
приготовлен по
всем правилам: на
поверхности пены
был красивый
рисунок, ғшапка» -
нужной толщины, а
молока и эспрессо
столько, сколько
нужно.
Затем проверяющие
с некоторым
отвращением зашли
в самую
ғфаст-фудовую»
кофейню - McCafe. Бариста
Александр
праздному
любопытству
посетителей не
слишком
обрадовался. ғК

сожалению, за
просмотр у нас
денег не берут», -
пробурчал он.
Впрочем, платить
было бы и не за что - за
Александра все
сделала машина.
Эспрессо, громко
заключили судьи,
получился
безвкусный.
«Такого быть не
может! - заспорил
оператор
кофеварки - Зерно Paulig,
машина
швейцарская» «И,
похоже, настроена
из соображений
экономии», -
заключил
президент
кофейной академии.
Глядя на аншлаги в
кофейнях, судьи
сделали вывод, что
посетители не
очень понимают, где
им подают хороший
кофе, а где - плохой им
важно посидеть в
компании или с
газетой за
чашечкой
чего - нибудь, а чего -
уже вопрос второй.
В России и хозяева, и
посетители
заведений слишком
много внимания
уделяют атмосфере
и дизайну Starbucks, пожалуй,
мог бы подать себя
как первое
заведение без
прикрас, где

правильно варят
очень вкусный кофе.
Вот только
выдающихся
качеств у напитка.
который делают в 14 157
кофейнях в 41 стране
мира быть не может.
Кофейная
зависимость
длится уже 12 веков
Родиной кофе
считается Эфиопия.
а точнее горная
местность на
юго-западе страны -
Каффа Существует
несколько
эфиопских легенд:
например о пастухе
Калдиме или о
враче-отшельнике
шейхе Омаре.
которые случайно
наткнулись на
кустарники с
красными ягодами и
открыли их
тонизирующие
свойства.
875 г Первые
упоминания о кофе
как напитке в
письменных
источниках Йемена.
который в то время
находился под
властью Эфиопии.
Тогда кофе
представлял собой
бледно-желтый
отвар.
приготовленный из
высушенных или
обжаренных
оболочек зерен.
Начало XV в На Ближнем

Востоке
появляется
напиток qahwah (дословно -
«настой, мешающий
заснуть»).
Эфиопские племена
традиционно
готовили его из
забродивших
кофейных ягод.
Конец XV- начало XVI в.
Появляется новая
технология
приготовления
кофе зерна кофе
обжаривают на
керамических или
металлических
подносах, а затем
растирают и
засыпают в кипящую
воду.
Стремительному
завоеванию
арабского мира
новым напитком
способствовал и
коранический
запрет на
употребление вина.
1554 г В Стамбуле
открыты две первые
публичные кофейни.
С середины XVI в.
распространению
кофе способствует
могущественная
Османская империя.
через которую
проходили
торговые пути с
Востока в Европу.
1623-1640 гг Война с кофе.
Султан Мурад
IVзапретил жителям
Османской империи
пить кофе под

страхом смертной
казни. Нарушивших
зашивали в мешок
из-под кофейных
зерен и бросали в
море. Однако
количество
нелегальных
кофеен неуклонно
росло, и преемникам
Мурада вскоре
пришлось отменить
запрет. Конец XVI - начало XVII в. Европа знакомится
с кофе. Зерна кофе
привез в 1596 г. немецкий
натуралист Беллус
а первая чашка
«европейского
кофе» была
приготовлена в
Италии в 1626 г. одним из
послов Папы
Римского. 1646 г. В Венеции
открылась первая
европейская
кофейня. 1665 г. В России кофе был
представлен царю
Алексею
Михайловичу
придворным
лекарем Самюэлем
Коллинсом как
лекарственное
средство. 1670 г. Парижская мода
на кофе. Турецкий
посол Мохаммеда IV
Сулейман Ага
находившийся при
дворе Людовика XIV,
привез с собой в
Париж кофейные

зерна и рецепт их
приготовления в
турецком стиле.
Двух лет его
пребывания в
Париже хватило для
принятия
нововведения при
дворе короля.
1683 г. Кофе по-венски. В
Вене кофе появился
после осады города
в 1683 г. войсками
великого визиря
Кары Мустафы. При
разгроме турецких
войск осталось 5
сотен мешков зерен.
но поскольку никто
из горожан не хотел
пробовать напиток
врага. офицер
Георгий
Кольчинский.
единственный. кто
был знаком с кофе и
захватил контроль
над турецкими
запасами. стал
предлагать «кофе
по-венски». добавив
в напиток 3 ложки
молока и немного
меда. По другой
версии «венскую
добавку» придумали
монахи. чтобы цвет
напитка
соответствовал
цвету их ряс.
Конец XVII- начало XVIIIв.
Экспансия кофе.
Первой вывезти
саженцы кофе за
пределы
мусульманского
мира смогла

Голландская
индийская
компания: саженцы
попали в колонии на
Яве и Цейлоне.
Французы получив
зерна от
голландцев в 1723 г.
высаживают их на
острове Мартиника.
Португалии и
Бразилии помогло
личное обаяние
синьора Франциско
де Малло Палхета.
перед которым не
устояла жена
губернатора
Французской
Гвианы В 1727 г она на
прощание подарила
своему
возлюбленному
роскошный букет в
который и спрятала
горстку заветных
зерен Спустя чуть
более сотни лет
Бразилия станет
крупнейшим
поставщиком кофе в
мире.
Начало XX в Новый
фаворит В
Бельгийском Конго
открыто кофейное
дерево - робуста Оно
растет на
небольших высотах
и плодоносит через 2-3
года а не через 5, как
арабика Сейчас
кофе робуста
составляет основу
большинства
кофейных смесей.
1938 г Компания Nestle

изобрела первый
растворимый кофе Nescafe.
1971г.Первая кофейня Starbucks
открыта в Сиэтле.
1995 г.Статистика
признала кофе
вторым по уровню
потребления
«жидким товаром» в
мире после
нефти.Ежегодно
люди выпивают
более чем 400 млрд
чашек этого
напитка.
1996 г.В Москве
открывается
первая
постсоветская
кофейня - Coffee Bean на пять
столиков на
Пушкинской улице.

Статья и
фотографии
являются
собственностью
прокофе.ру
Частичное или
полное
использование
материала только с
письменного
разрешения
редакции **www.prokofe.ru**
Активная ссылка на
источник
обязательна