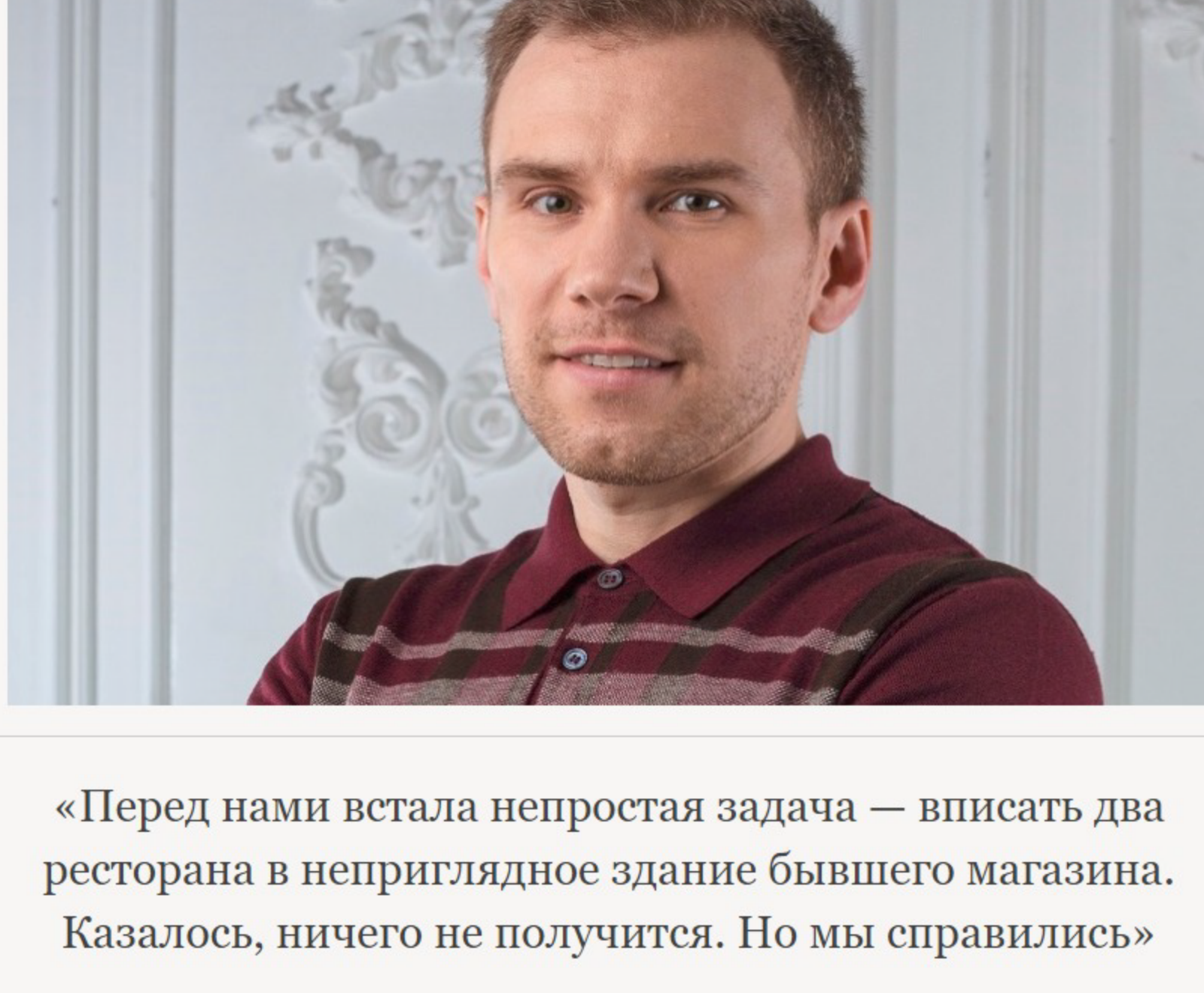


Глава Akhunov Group Дмитрий Ахунев рассказывает, как превратить здание унылого советского магазина в два современных ресторана, объединенных одной яркой сицилийской тематикой.



«Перед нами встала непростая задача — вписать два ресторана в неприглядное здание бывшего магазина. Казалось, ничего не получится. Но мы справились»

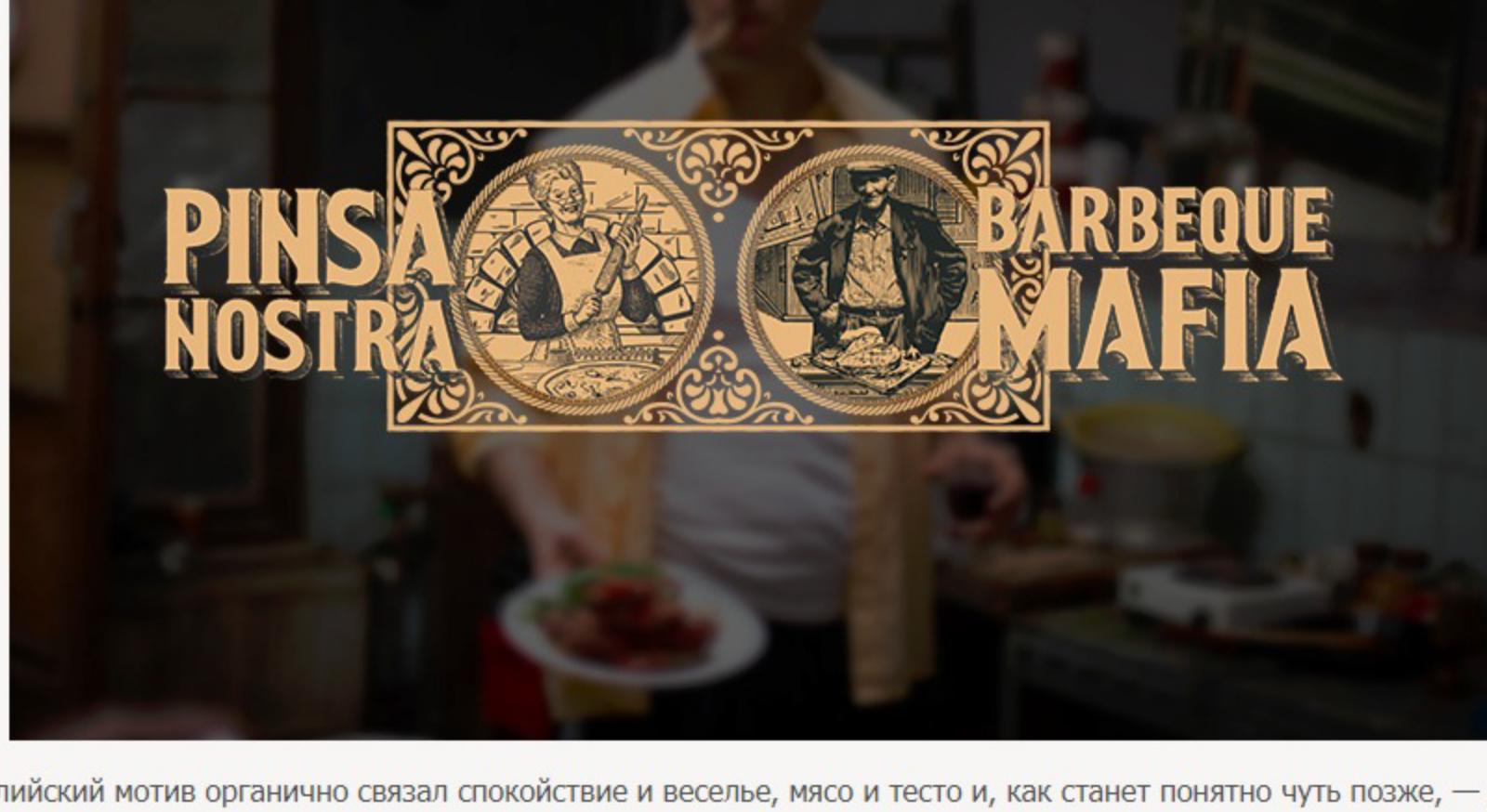
Разработка концепции

Театр, может, и начинается с вешалки, но ресторан — точно с идеи. У клиента ее не было, поэтому, проанализировав конкурентов и целевую аудиторию, мы предложили совместить мясной ресторан и первую в Астане пинсерию. Стейки всегда в тренде, а пинса (разновидность пиццы, еще более итальянская, чем сама пицца) — это тренд зарождающийся.



Но дело не только в меню, а в том, чтобы под одной крышей ужились заведения разной направленности. На первом этаже — брутальный мясной ресторан, располагающий к спокойной беседе и наслаждению вкусом правильно прожаренной мраморной говядины, с вип-залами для желающих уединиться. А на втором — шумная пинсерия со сценой для живой музыки и длинным контактным баром.

Такой подход расширяет целевую аудиторию, но как объединить два таких разных ресторана, чтобы ни один не потерял лица? Ответ нашлся быстро: итальянская кухня и намеки на мафиозность. Впоследствии мы развили эту идею в названиях и логотипе.



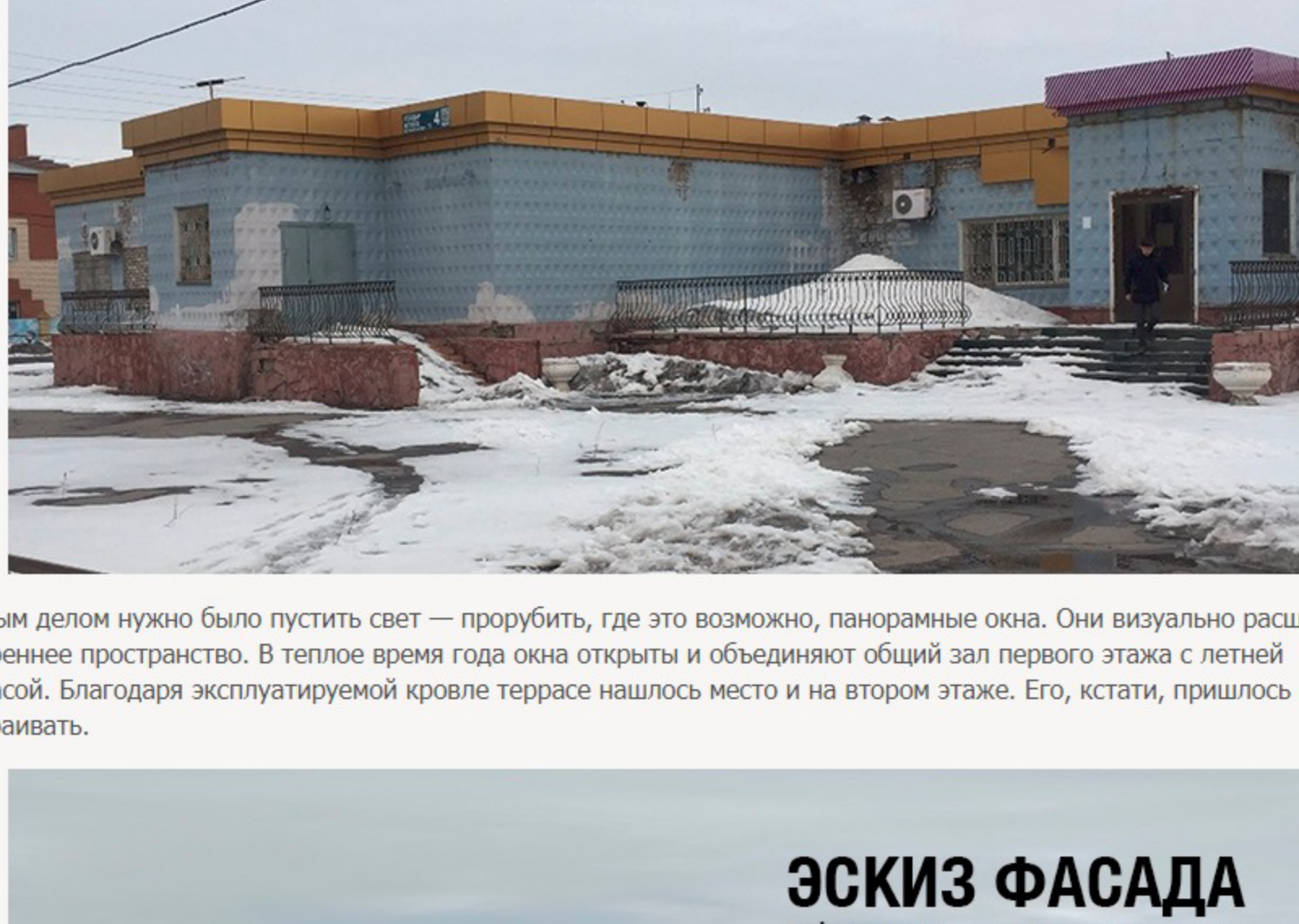
Сицилийский мотив органично связал спокойствие и веселье, мясо и тесто и, как станет понятно чуть позже, — даже мужское и женское. Теперь заведения не противоречат, а дополняют друг друга.



ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ
проект ресторана

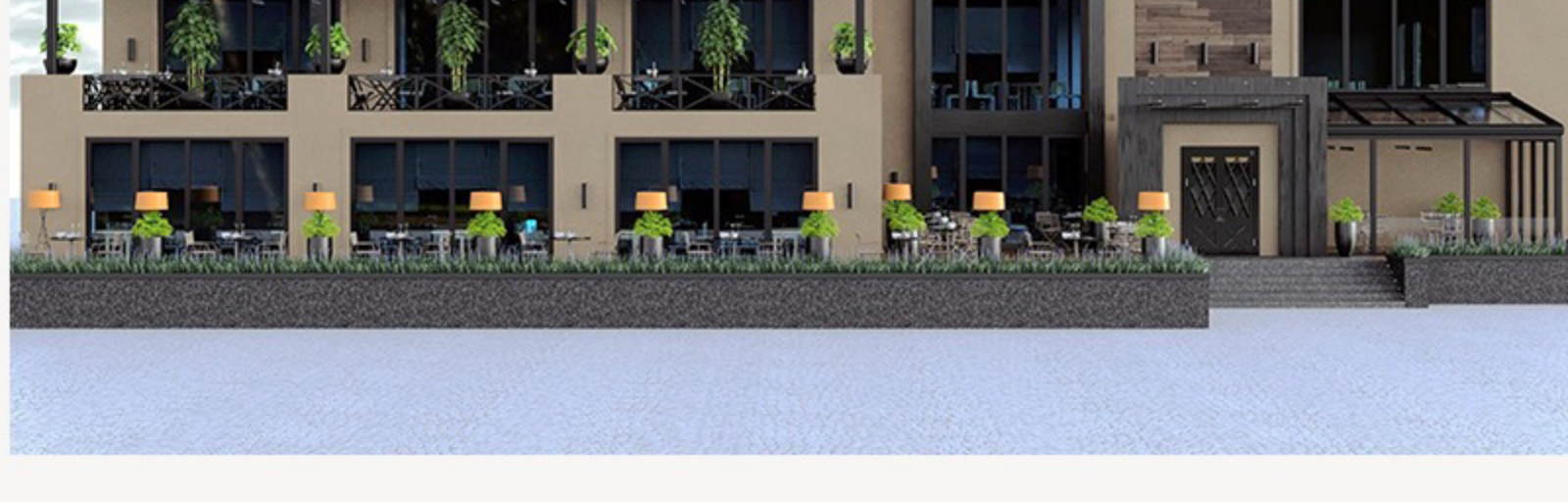
Технологическая планировка

Перед нами встала непростая задача — вписать два ресторана в неприглядное здание бывшего магазина. Низкие потолки, всего несколько крошечных окон, много мелких помещений — казалось, ничего не получится. Но мы справились.



ФАСАД ЗДАНИЯ
до начала работ

Первым делом нужно было пустить свет — прорубить, где это возможно, панорамные окна. Они визуально расширили внутреннее пространство. В теплое время года окна открыты и объединяют общий зал первого этажа с летней террасой. Благодаря эксплуатируемой кровле террасе нашлось место и на втором этаже. Его, кстати, пришлось доставать.



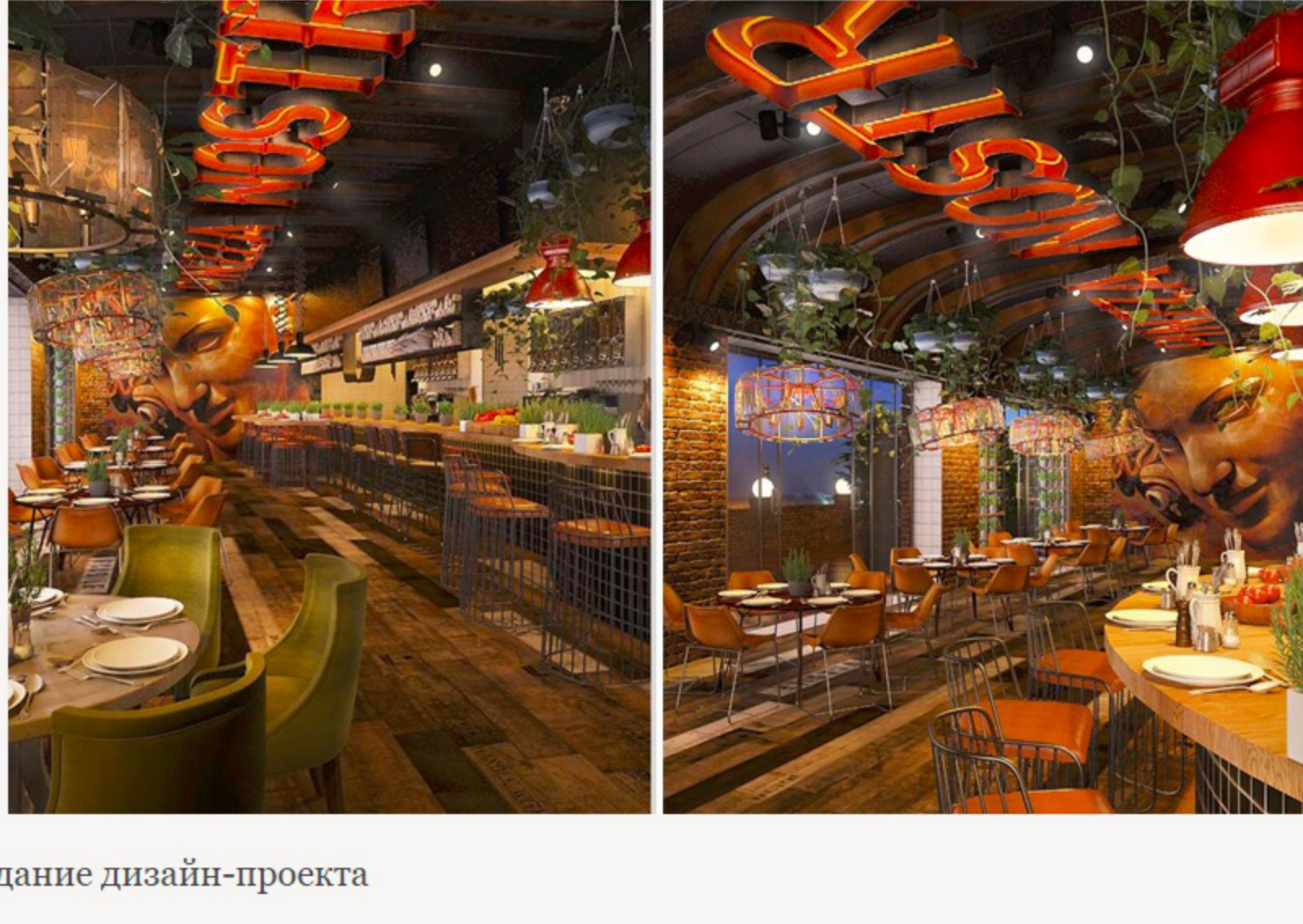
ЭСКИЗ ФАСАДА
будущего заведения

Что еще объединяет оба ресторана — это открытые кухни. На первом этаже изюминкой стал американский дровяной гриль, а на втором гости могут наблюдать за приготовлением экзотической пинсы.



ЭСКИЗ ФАСАДА
будущего заведения

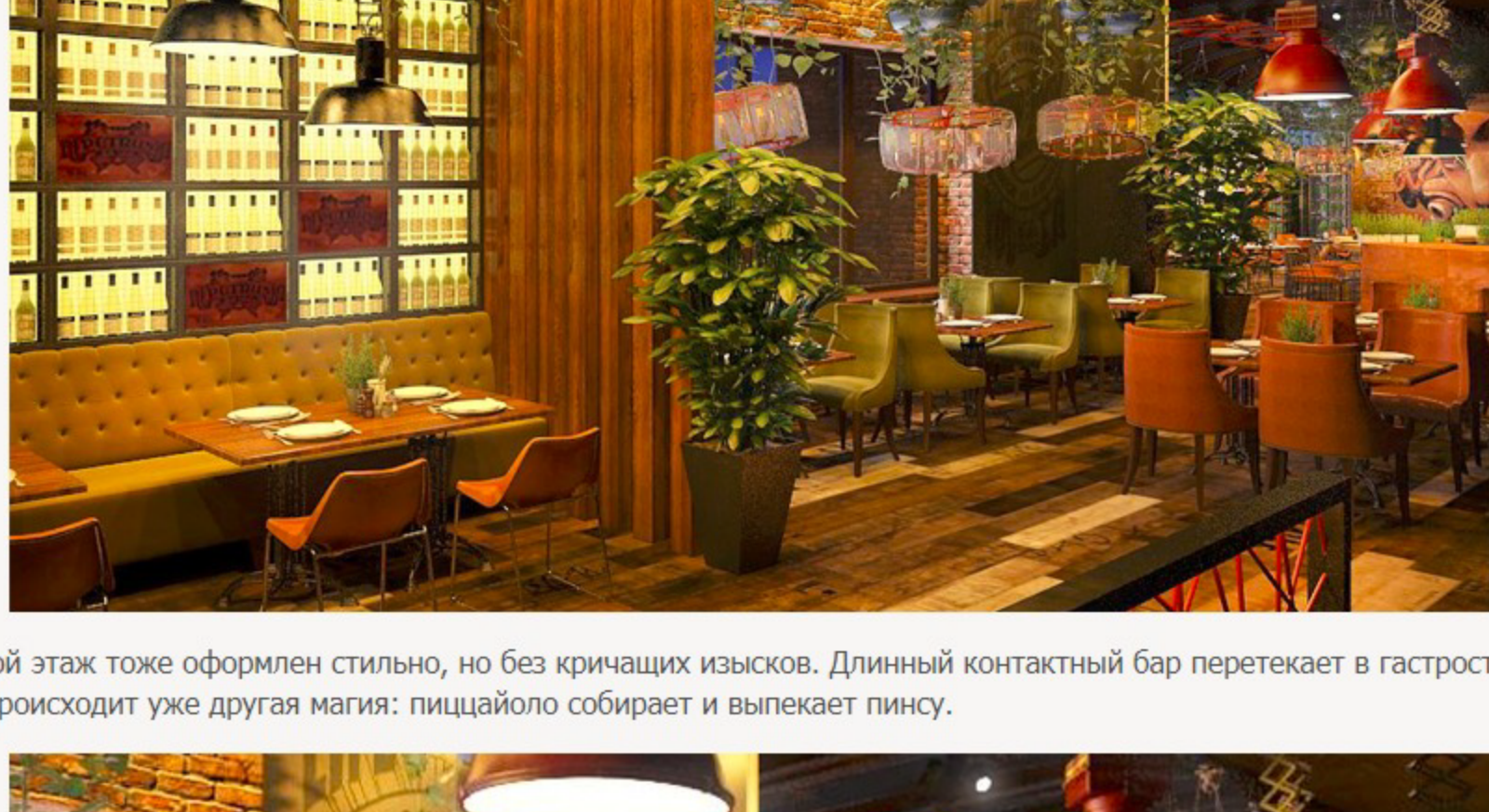
Открытость кухонного закулисья повышает лояльность посетителей, но выдвигает повышенные требования к оборудованию и коммуникациям. Наша команда сумела ответить и на эти вызовы.



Создание дизайн-проекта

В ресторане, как и в человеке, все должно быть прекрасно. Но если не сделать акцент хотя бы на чем-то одном, то даже безупречное заведение не врежется в память. Сейчас в тренде открытые кухни и выкладка товаров на витрину. На первом этаже мы совместили оба приема, подарив гостям настоящее гастрономическое шоу.

Внимание приковано не к интерьеру — он, подобно крестному отцу, брутальный, но сдержанный, — а к дровяному грилю, камерам для приготовления мяса и тележкам со стейками на льду. Достаточно указать на пригланувшийся кусок сырого мяса — и его прожаривают на ваших глазах. Усиливают эффект панорамные окна: открытая кухня первого этажа хорошо видна даже с улицы.



Второй этаж тоже оформлен stylishly, но без кричащих изысков. Длинный контактный бар перетекает в гастростойку. Тут происходит уже другая магия: пиццайоло собирает и выплекает пинсу.



Открытые кухни — это не только зрелища в придачу к хлебу. Конечно, этот ход повышает интерес к заведению и, как следствие, выручку. Но важнее то, что он устанавливает доверительные отношения между гостями и владельцем. Он говорит: «Мне незачем скрывать кухню, там все безупречно».



ЛИЦО РЕСТОРАНА —
его фирменный стиль

Нейминг и фирменный стиль

Задача состояла в том, чтобы названия ресторанов креативно отражали их концепцию, гастрономическую специфику и не оставляли сомнений в исключительном качестве блюд и обслуживания.

Решение снова подсказал сицилийский мотив. Мясной ресторан получил название Barbeque Mafia, а пинсерия — Pinsa Nostra (по аналогии с Cosa Nostra). Чтобы визуально подчеркнуть тематику, мы придумали гастрономических героев. Для мясного ресторана — состарившегося и отошедшего от мафиозных дел крестного отца, а для пинсерии — его жену, крестную мать.



Работа над фирменным стилем началась с создания логотипа. Конечно же, на нем оказались наши гастрономические герои. Солидный, но сдержанный дизайн интерьера затолкнул на то, чтобы выбрать стиль рисовки, напоминающий гравюру. В этом же ключе выполнена и шрифтовая работа.

Настало время кропотливой проработки деталей. Мы убеждены, что важна каждая мелочь, поэтому ни одна не осталась без внимания. Все, что касается ресторана, заработало слаженно. Меню, униформа персонала, имиджевая и сувенирная продукция, деловая документация, рекламные материалы — теперь все это не перечат концепции, а дополняют, раскрывают ее.

Финальным аккордом стало составление брендбука. Мы систематизировали все элементы, объяснили, из чего состоит айдентика нового бренда и как визуально доносить его до потребителя.

Скоро Barbeque Mafia и Pinsa Nostra будут готовы открыть двери посетителям.