

Кейтеринг в небе и на земле

ЗАО «Аэромар» — одно из крупнейших кейтеринговых предприятий России, отмеченное множеством наград самых престижных международных перевозчиков. Компания основана в октябре 1989 г. «Аэрофлотом» и «Марриотт инфлайт-сервисез Лтд.», Великобритания (отсюда — «АэроМар»). Акционером является также Lufthansa Service Group Sky Chefs. Предприятие расположено на территории аэропорта Шереметьево. В среднем в день обслуживает 150 рейсов 40 иностранных и 30 российских авиакомпаний. О текущем состоянии дел и перспективах развития в беседе с редактором журнала Airports International Мариной Ткачевой рассказывает генеральный директор Владимир Юнь-Дзэнович Джао.

— Владимир Юнь-Дзэнович, расскажите, пожалуйста, о современной ситуации на рынке кейтеринга в России.

— Рынок кейтеринга в России еще в процессе становления. Его лидеры работают на крупных клиентов, и у молодых предприятий есть реальный шанс занять свое место на рынке, так как ниша для средних и малых компаний еще до конца не определена. Мы пытались помочь им, создав ассоциацию. Но сложность в том, что не все кейтереры у нас являются юридическими лицами, многие входят в состав авиакомпаний, и получить согласие на образование ассоциации довольно сложно. Тогда мы организовали неформальную ассоциацию, которая реально работает. В России есть официальная ассоциация, я, честно говоря, сейчас не помню ее названия. Она существует, но чисто формально. Практическое

опыта, такого, который наработан «Аэромаром» и другими кейтерерами, ее члены не имеют. Но я думаю, время все изменит, и мы в конечном итоге объединимся. Это поможет обратить внимание на кейтеринговый бизнес и поднять уровень российских предприятий бортипитания до европейского.

Мои впечатления от последних посещений кейтереров России свидетельствуют о том, что работа в этом направлении ведется и положительные результаты есть. Многие проводят модернизацию своих основных средств, вкладываются в развитие, и качество пищи уже соответствует международным стандартам. К сожалению, таких в России еще мало, но думаю, что с нашей помощью и с помощью ассоциации эти успехи получат дальнейшее подтверждение.

— В 1990 г. вашим клиентом стала British Airways. До этого все иностранные перевозчики закупали питание на обратный рейс из Москвы в своем базовом аэропорту и привозили с собой. Охотно ли сегодня зарубежные авиакомпании покупают российское бортипитание?

— «Аэромар» на сегодняшний день в мире — это бренд, и когда международная авиакомпания начинает летать в Шереметьево, вопроса, где брать питание на обратный рейс, у нее не возникает. В советские и ранние постсоветские времена «иностранцы» традиционно относились к услугам, предоставляемым российскими цехами бортового питания. В «Аэромаре» впервые в России были введены новые технологии, самой смелой оказалась ВА, и она подтвердила, что все в порядке. После этого и другие иностранные





перевозчики стали брать питание у нас, и к настоящему моменту мы награждены множеством дипломов от всех ведущих авиакомпаний мира.

— Расскажите, пожалуйста, о ваших совместных программах с авиакомпаниями. Планируются ли новые проекты?

— С приходом нового генерального директора «Аэрофлота» В.Г. Савельева была поставлена цель улучшить сервис и довести качество питания в бизнес-классе до ресторанного уровня. Совместно с «Аэрофлотом» мы разработали и внедрили программу питания ресторанного обслуживания «Перформа». Из-за кризиса целиком решить эту задачу в конце 2008 г. не удалось, но уже в мае мы восстановили на борту весь вино-водочный ассортимент для пассажиров бизнес-класса по стандартам «Аэрофлота» — в настоящее время здесь имеется огромный выбор вино-водочных изделий, включая известные марки дорогих напитков и лучшие сорта вин.

С этой программой тесно перекликается проект «Забота о клиенте». Мы приложили максимум усилий, чтобы пассажиры чувствовали себя на борту комфортно. Объединение усилий «Аэромара» в приготовлении питания, его разнообразии и подаче вместе с активной работой бортпроводников привело к тому, что по уровню сервиса и качеству питания в бизнес-классе «Аэрофлот» вошел в пятерку лучших компаний Европы.

Мы ставим амбициозную задачу достичь таких же успехов и на азиатских направлениях. Из-за кризиса и сокращения затрат авиакомпаний на питание конкурировать с азиатскими авиакомпаниями теперь сложнее. Тем не менее мы считаем, что при тех средствах, которые готов выделить «Аэрофлот», в ближайшее время мы сможем обеспечить уровень обслуживания в бизнес-классе не хуже, чем азиатские авиакомпании.

Совместных проектов много, пока раскрывать все секреты не буду, со временем мы их будем обсуждать на страницах Airports International. Сейчас мы составляем план реализации этих проектов и обговариваем сроки, когда мы сможем с гордостью сказать, что «Аэрофлот» по сервису — одна из лучших авиакомпаний в мире.

Объединение усилий «Аэромара» в приготовлении питания, его разнообразии и подаче вместе с активной работой бортпроводников привело к тому, что по уровню сервиса и качеству питания в бизнес-классе «Аэрофлот» вошел в пятерку лучших компаний Европы.

— Среди ваших клиентов самые разные компании с различной спецификой национальной кухни: JAL, Vietnam Airlines, Turkish Air, Air India и др. Как вам удается соответствовать их запросам?

— Шеф-повар компании «Аэромар» — представитель LSG Sky Chefs. Он родом из Швеции, но владеет секретами