

13.12.2025

Гастрономическая империя ЦМТ: от делового обеда до авторского ужина

Сегодня ресторанный комплекс ЦМТ в Москве — масштабная гастрономическая экосистема, которая обслуживает и деловые форумы с участием первых лиц государства, и гостей самого большого пятизвёздочного отеля столицы, и москвичей, ищущих интересный гастрономический опыт. О том, как сочетаются в ЦМТ корпоративные обеды и авторские ужины, почему импортозамещение стало драйвером устойчивого развития и в чём заключается главное конкурентное преимущество ресторанов комплекса, рассказал управляющий Ресторанным комплексом ЦМТ Дмитрий Моторин.

— ЦМТ ориентирован на деловую аудиторию, но не только. Какой портфель брендов и концепций общественного питания представлен сегодня в ресторанной зоне ЦМТ, и есть ли планы по расширению спектра?

— У нас широкий спектр ресторанной активности. На деловую аудиторию у нас в основном ориентирована служба кейтеринга, которая сопровождает все мероприятия, проводимые в нашем Конгресс-центре. Часто это крупные форумы и конференции с количеством участников от одной до трёх тысяч человек и участием первых лиц государства, такие как форум ВТБ «Россия зовёт», Жилищный конгресс, крупные IT- и медицинские конференции. Это действительно деловая аудитория, для которой мы организуем кофе-брейки, обеды, торжественные банкеты, гала-ужины. Ну и, наверное, наш сегмент корпоративного питания для сотрудников и арендаторов ЦМТ: порядка 2000 обедов в будний

день.

Остальная же наша часть в основном далека от делового формата. Это завтраки для гостей отеля, который из московских пятерок является самым крупным и состоит из 720 номеров; рестораны разных концепций, включая наш флагманский ресторан полезной еды на лавовом гриле «RFR Гриль» и современное бистро Plaza Garden Café с авторским фьюжн-меню; собственная большая кондитерская, которая, помимо современных десертов, готовит, используя сохранённые старые ГОСТовские рецепты, выпечку и торты («Ленинградский», «Ландыш», «Подарочный», «Прага», «Абрикотин» – мои любимые, «тот самый вкус»), не используя при этом ни грамма красителей, ароматизаторов и консервантов. 100% натуральный состав. Мы также проводим много небольших частных мероприятий от 10 до 150 человек. В числе наших проектов хорошо известный в Москве свадебный концепт WTC Wedding. В течение прошлого года, например, мы провели почти 270 свадеб и получили очень высокие оценки от заказчиков.

Так что ЦМТ не только про «бизнес», но и во многом про «отвлечься и получить интересный гастрономический опыт и удовольствие». Для нас важно, чтобы гостям было вкусно, эмоционально тепло и уютно.


Лаврентьева
Наталия
Миляев
Иван

— Какие новые форматы мероприятий в сфере питания становятся популярными?

— Помимо традиционных мероприятий, появляются гастрономические коллаборации с брендами из других индустрий, гибридные, виртуальные, иммерсивные форматы. Здоровый образ жизни проникает в меню и гастромероприятий. Всё это создается для формирования необычных впечатлений, воспоминаний и поводов для обсуждения в соцсетях.

Мы, например, уже третий год организуем на площадке Ресторанного комплекса ЦМТ культурно-гастрономический клуб «Искусство Еды». Это авторская программа, разработанная в партнёрстве с информационным агентством Союза архитекторов «Архитектор». Встречи Клуба — тематические презентации по миру искусства и архитектуры, гастрономические исследования по знаменитым рецептам кухни от-кутюр, а также авторские ужины от бренд-шефа ЦМТ Михаила Кузнецова. Мероприятия проходят в формате дискуссионного клуба в атмосфере живого дружеского общения за ужином.

— Одна из главных проблем российского бизнеса — нехватка квалифицированного персонала. Сталкиваются ли рестораны ЦМТ с дефицитом шеф-поваров, сомелье, управляющих?

— У нас сложившаяся, мотивированная, сильная команда шефов и управленцев. Непростая ситуация обстоит с персоналом первой линии, уже два года мы испытываем трудности. Сложно найти и удержать ребят, которые действительно хотят работать, готовы обучаться, соблюдать дисциплину. На вакансии зачастую приходят люди, которые сами не знают, чего хотят, или хотят сразу зарабатывать много, не будучи готовыми к самоотдаче. Ждём и надеемся, что ситуация изменится, и снова наступит рынок работодателя, как когда-то. Пока, к сожалению, наоборот.

— Насколько остро сегодня стоит вопрос импортозамещения в ресторанах премиум-сегмента?

— Развитие сейчас «не совсем устойчивое», к сожалению. В силу политических и экономических причин, как Вы понимаете. Тем не менее в вопросе локальных и фермерских продуктов произошло значительное движение вперед, когда модный тренд трансформировался в необходимость. Раньше использование фермерских продуктов было маркетинговым ходом и способом привлечь «прогрессивную» аудиторию; это было «фишкой» некоторых ресторанов. Сегодня это осознанное проявление стратегической необходимости. Вынужденное импортозамещение помогло сделать локальных производителей и фермеров главными партнёрами ресторанов и сподвигло на использование в ресторанах более экологичных продуктов, не нуждающихся в обработке для сохранности, консервации и длительной перевозки. Да и истории о том, что сыр привезён с фермы из Калужской области, яблоки «мичуринские», а овощи собраны утром в

Подмосковье, теперь звучат убедительнее, чем «доставлено из Европы».

Премиальную говядину в России сейчас выращивают очень качественную, хотя когда-то у нас не было альтернативы американской USDA и аргентинскому мясу. Сейчас делаем не хуже.

А вин сколько стало интересных отечественных! Виноделие на юге РФ сейчас очень активно развивается. Ожидаем, когда площади виноградников и объёмы производства достигнут того уровня, когда цены на наши вина станут более конкурентны по отношению к новосветским. Но уже сейчас значительную долю винных карт многих ресторанов занимают российские позиции.



— Таким образом, решая вопросы импортозамещения, вы автоматически попадаете в тренд устойчивого развития, который подразумевает использование локальных фермерских продуктов. А как насчёт сокращения пищевых отходов, использования экологичной упаковки?

— Что касается сокращения пищевых отходов, этим мы занимаемся всегда, так как это прямой вопрос экономики: чем меньше отхода, тем ниже потери и выше маржа. Овощные очистки используем для бульонов (не пугайтесь — только тщательно промытые), обрезь рыбы — для соусов, а невостребованный на шведском столе после завтраков хлеб — на сухари и панировку. Мы даже, когда к Пасхе выпекаем тысячи куличей, если что-то не распродаём, режем на ломтики, сушим, и получаются отличные сдобные сухарики для того же шведского стола на завтраках.

По экологичной упаковке, такую мы используем, как и многие, для блюд «с собой» и доставки, хотя крафтовые пакеты и боксы для еды, если погрузиться в тему, вряд ли можно назвать совсем уж экологичными.



— ЦМТ позиционируется как премиальная деловая площадка. В чём, по Вашему мнению, заключается основное конкурентное преимущество ресторанной зоны комплекса перед другими гастрономическими точками города, помимо уникального местоположения?

— Помимо того, что у нас вкусно, ещё абсолютно безопасно. С учётом того, что мы регулярно организуем питание больших групп в рамках мероприятий, находящихся под патронажем государственных структур (из недавнего: дети и молодежь из «Движения первых», участники конкурса «Интервидение-2025»), нас регулярно и крайне тщательно проверяет Роспотребнадзор на соответствие САНПиН и ХАССП. Мы всегда проходим их проверки на пятёрку. Это означает, что контроль и обеспечение чистоты, свежести и санитарной безопасности продуктов от поставки сырья и до готового блюда мы держим на очень высоком уровне. Соответственно, к нам можно прийти поесть, не беспокоясь о возможных неприятных последствиях.