

ЖУРНАЛ ДЛЯ ПАССАЖИРОВ ВЫСШЕГО КЛАССА

Imperial

ТРАНСАВРЭ

октябрь 2010

Петер Кроншнфельд:
«Ближайшее будущее,
безусловно,
за электрическими
автомобилями»

Эмма Уотсон

Поцелуй судьбы

АРХИТЕКТУРА СВОБОДЫ

НОВЫЙ ОФИС HARLEY-DAVIDSON

В АВСТРАЛИИ TOP-10 САМЫЕ КРАСИВЫЕ

БАССЕЙНЫ В ОТЕЛЯХ МИРА

ГОЛОС КАК ИНСТРУМЕНТ

ЧЕТЫРЕ ОКТАВЫ ОДНОЙ САРЫ ВОЭН

2

Зеленая миля

ФАСТФУД – ЭТО НЕ ОБЯЗАТЕЛЬНО ПЛОХО. ЕСЛИ ВЕЧНУЮ СПЕШКУ ПОМНОЖИТЬ НА ЗДОРОВЫЕ ПРОДУКТЫ И МОДНЫЙ ДИЗАЙН, ПОЛУЧИТСЯ ДОВОЛЬНО СИМПАТИЧНАЯ ФОРМУЛА ДОСУГА. КАК, НАПРИМЕР, В МЮНХЕНСКОМ РЕСТОРАНЕ БЫСТРОГО ПИТАНИЯ WIENERWALD

Автор: Алла Гуель

История у заведения интересная. Начнем с того, что Wienerwald (то есть «Венский лес») – это некогда могущественная сеть ресторанов самообслуживания. В 1955 году начинающий ресторатор Фридрих Ян открыл в Мюнхене свой первый Wienerwald, главным блюдом которого была курица гриль. Со временем аппетитная куритина стала пользоваться спросом у большого числа горожан. Как известно, верность формату в ресторанном бизнесе творит чудеса. Благодаря ажиотажу вокруг простого и сытного блюда Ян стал открывать другие Wienerwald. К началу 80-х бренд разросся в целую империю, заполонившую куртинами забегаловками Германию, Австрию, Северную Америку, Японию





МАРК САФОНОВ,
архитектор

В Мюнхене мне очень понравился рынок Вистуллингмаркт, где можно купить свежие морепродукты. Их вам сразу и приправят. Например, омари на гриле да с баварским разливным пивом и не за бесцельные деньги – что-то около €40 за все. А еще все эту красоту или прямо за стойкой, или на улице, под крышей деревьев.



Дизайнерскую концепцию для ребрендинга Wienerwald без блеска разработали специалисты по корпоративному интерьеру из Ippolito Fleitz Group

ВНУК РЕСТОРАТОРА ФРИДРИХА ЯНА ВЫКУПИЛ СЕМЕЙНЫЙ БИЗНЕС С ЦЕЛЮ ВЕРНУТЬ ДЕЛУ БЫЛУЮ СЛАВУ. ПЕРВЫМ ПУНКТОМ АНТИКРИЗИСНЫХ МЕР СТАЛО ОБНОВЛЕНИЕ МЕНЮ И ИНТЕРЬЕРА WIENERWALD В СТОРОНУ NATURAL

и Турцию. Однако в 1982-м империя потеряла крах, попав в долговую яму. Пройдя череду уникальных переполад и смен хозяев, Wienerwald сидел до пары десятков фастфудов, разбросанных по Австрии и Германии, пока неожиданно не обзавелся правнуком самого Яна. Добрый молодец выкупил семейный бизнес с целью вернуть делу былую славу. Первым пунктом антикризисных мер стало обновление меню и интерьера Wienerwald в сторону natural. С подтекстом – чем ближе к природе, тем дальше от фастфуда. Фирменной золотистой курочке добавили свежих зеленых салатов («золотой» шпательок на гриле в собственном соку + салат + напиток = 10 у.е.), а пространству ресторана оформили в лесной тематике. Да так убедительно, что никакких других ассоциаций,

кроме как обед на пленере, у гостя не возникает. Потолок и часть стен стали нежно-салатовыми, лампы оделись в ткань всевозможных оттенков зелени и повисли на разных уровнях. Вытрины и зеркала покрыли диалозитивами с изображением деревьев. Одни кроны отражаются в других, удваивая размеры сказочного леса и создавая эффект окон с видом на дальние чащи. Чтобы не заблудиться, нужно следовать за курочками (логотипом сети), нарисованными на прилавке, тогда попадешь к нужной кассе. Дави не переборщить с таинственностью, авторы тут же шутят при помощи любительских кур. Стол с приборами, к примеру, стоит на куриных лапах. Юмор – еще один столп, на который опирается новое поколение фастфудов, чья цель – накормить с экономией и фантазией.