

# ДИЗАЙН «НЕ ДЛЯ ДЯДИ»

➔ Екатерина КРЮЧКОВА

Гаага

К созданию ресторанный комплекса в гавани Схевенинген компания Harbour Club подошла, располагая семилетним опытом работы в HoReCa и двумя успешными ресторанами. Весной 2008 года она открыла на первом этаже бывшего служебного здания в порту рыбный Harbour Club, а уже осенью 2009-го к нему присоединился Steak Club на втором.

Расположенный в самом центре гавани Схевенинген ресторанный комплекс внес свежее дыхание в один из самых энергичных районов Гааги. Сочетая в себе черты старого рыбного рынка и современного американского стиля, он прекрасно вписался в бурную жизнь порта, принимающего тонны рыбы из всех морей и океанов. Схевенинген также является центром бизнеса, а значит, местом встреч, деловых обедов и коктейлей.

До прихода Harbour Club в здании общей площадью 1200 кв.м уже был рыбный ресторан, на первом этаже. На втором жил хозяин заведения. Сменив владельца, дом поменял и планировку. Второй этаж лишился всех межкомнатных стен и части пола, остались только массивные сваи да несущие кирпичные стены, тщательно очищенные от старой штукатурки, а местами просто оббитые при реконструкционных работах.

Получилось огромное открытое пространство с витринным остеклением, напоминающее рыночный павильон. Сходство усиливают прилавки с выложенными на ледяной подушке свежайшей рыбой и fruits de mer на первом этаже и мясом на втором. В Harbour Club — 180 мест, в Steak Club — 140, а в сезон перед комплексом открывается летняя терраса с видом на порт, способная принять еще 200 гостей.

За кухню первого этажа отвечает шеф-кок Джон. Как истин-

ный голландец, он сторонник больших порций. Минимальная порция черной икры — 100 граммов. На втором царит шеф Бен, тоже не фанат минимализма. На его взгляд, нет ничего лучше доброго, шестисот-, а то и восьмисотграммового стейка. У Harbour Club и Steak Club отдельные меню, мясные блюда не подают на «рыбном» этаже и наоборот. Но сам комплекс устроен так, чтобы гость за один визит осмотрел его целиком. Этажи соединяют две винтовые лестницы и сквозные ниши в полу, вокруг которых обустроены «смотровые площадки». Лаунж-бар и, главное, туалет есть только на втором этаже — так что от экскурсии невозможно отказаться.

— С момента открытия мы уже внесли некоторые изменения в интерьер, — говорит Генри Карстен, главный управляющий ресторанным комплексом. — В частности, отказались от суши-бара и перенесли зону бизнес-ланча в начало рыбного зала. Так удобнее нашим гостям, а значит, и нам. Мы делаем все, что хотят наши посетители, а точнее завсегдатаи. Тот, кто побывал у нас один раз, обычно приходит снова. Наша цель: чтобы клиенты были сыты и довольны, заводили новые знакомства или поддерживали старые. Для этого нужна блестящая команда — у нас она есть, ей действительно можно гордиться. И, конечно, профессиональная планировка интерьера. С этой задачей прекрасно справились архитекторы и дизайнеры из компании Heineken. Комплекс полон всегда, без предварительного резервирования к нам не попасть.

Вовсю ведутся работы по созданию очередного Harbour Club — в Роттердаме. А к концу этого года компания планирует открыть еще один ресторан, на сей раз за пределами Голландии. Где именно, пока держится в тайне. **РР**

Стеклянный стеллаж с экспозицией вин «прорастает» из рыбного ресторана в мясной.



Слоган Steak Club: «Это не стейк-хаус вашего дяди». Дизайн здесь молодежный, склонный к минимализму, но при этом яркий, даже агрессивный. Лейтмотив — фото девушки в красном платье, лихо разделывающейся с куском вырезки.



Днем эта зона второго этажа — просто обеденная, для быстрого стейка и коктейля, а по вечерам здесь устраивают диджейские сетсы, и она превращается в клубную.





Бар на «мясном» этаже занимает центральное положение, как и на «рыбном».



В обеденной зоне рыбного ресторана дизайнеры сыграли на контрасте: стены, много лет не знавшие ремонта, комфортабельные кожаные диваны на компанию и нежные орхидеи. Кстати, в Голландии эти цветы считаются символом удачи в бизнесе.



В этой части зала сначала сделали суши-бар. Но оказалось, что публика от суши устала. Поэтому японский кайтен сменили совершенно европейские столики с белоснежными скатертями. На стену наклеили изготовленные на заказ фотообои. Изучая их, можно провести рекогносцировку на местности. Например, до Роттердама — 24 километра.