

Модные торты (владелица авторской кондитерской Катерина Гревцева и руководитель кондитерской студии ТортАрт Алена Рычкина)

размер шрифта

Печать

Рынок тортов по индивидуальным заказам в Орле насыщен. В конкурентной борьбе побеждают те кондитеры, которые перемещают производство из дома в цех.

Женское дело

Сегодня бизнес на выпечке тортов можно назвать практически женским делом. Производят их в основном представительницы слабого пола, и заказывают сладкие произведения искусства тоже в основном дамы.

Но выглядят современные торты совершенно иначе, чем пять-семь лет назад. Требования у потребителей растут: фигурки мультгероев из мастики, цветочные композиции, зеркальная глазурь... Сегодня кондитеры могут исполнить почти любые фантазии. Страницы интернета наполнены фото с кулинарными шедеврами, что только разогревает интерес клиентов.

Начало

О том, как развивается производство тортов по индивидуальным заказам в областном центре, «Орловской городской» рассказали участницы рынка: владелица авторской кондитерской Катерина Гревцева и руководитель кондитерской студии ТортАрт Алена Рычкина.

– Я начинала заниматься выпечкой тортов около семи лет назад, когда находилась в декретном отпуске. На мысль начать принимать заказы меня навели родные и друзья, которым очень нравится моя кулинария, – делится Катерина Гревцева.

Постепенно дело начало продвигаться, удалось купить минимальный набор оборудования, а затем и пройти курсы кондитерского искусства.

Причем в системе образования таких курсов нет, их можно пройти только лично у мастера, например, в Москве или Санкт-Петербурге. В свою очередь, российские мастера учатся в основном во Франции.

Почти также в 2015 году с опыта выпечки на дому начиналось и создание кондитерской студии Алены Рычкиной. Если посмотреть на истории других кондитеров, то они похожи.

Новый виток

Предложений на рынке очень много, конкуренция серьезная. Об этом можно судить даже по тому, сколько сайтов и страниц в социальных сетях показывает интернетпоисковик по запросу «торты на заказ». И эксперты подтверждают эту тенденцию.

По словам Катерины Гревцевой, в основном кондитеры работают на дому, большинство из них — молодые мамы, находящиеся в отпуске по уходу за ребенком. Заказы они берут, когда есть время, но такой формат теряет актуальность. Сейчас потребитель больше доверяет тем, кто работает в цеху на постоянной основе, а таких пока единицы.

– Клиенты предпочитают выпечку по индивидуальному заказу в цеху, поскольку весь процесс здесь идет по определенному регламенту, продукция сертифицирована. Это серьезное конкурентное преимущество, – подтверждает Алена.

Можно ли есть мастику

Несколько лет назад особой популярностью начали пользоваться торты, украшенные мастикой. Это съедобный материал, из которого можно создавать композиции, делать фигурки, целые тематические зарисовки. Многие считают, что мастику есть нельзя. Другие утверждают, что можно и нужно...

– Мастика бывает различной по качеству: чем ниже качество, тем менее желательно ее есть. Например, есть мастика по 180 рублей за килограмм, а есть стоимостью 500 рублей за килограмм. Хотя в европейских странах, откуда и пришла мода на мастичные торты, она считается только украшением, своеобразной упаковкой, ее просто снимают и не едят, – говорит Екатерина Гревцева.

Битва за качество

Натуральные ингредиенты — одно из главных преимуществ тортов, изготовленных на заказ. И здесь, как говорится, главное не жалеть средств.

– Да, заказные торты дороже, чем в магазинах, но мы следим за качеством продуктов, не допускаем искусственных составляющих. И это сразу же отражается на вкусовых качествах продукции. Клиенты прекрасно понимают, что торт действительно сделан из натуральных сливок, сметаны, масла и так далее, – говорит Алена Рычкина.

Словом, не снижать планку — одна из главных задач для кондитера, который хочет расширить клиентскую базу, а не получить сиюминутную выгоду от экономии на продуктах. И тут многое зависит от позиции кондитера.

– Многие клиенты заказывают торты для детей, а сейчас, как известно, довольно распространены аллергические реакции. Мне важно, чтобы отдавая торт, я не думала: а вдруг у ребенка потом будет сыпь, – говорит Екатерина.

«Сарафанное радио»

Один из самых действенных инструментов продвижения кондитера – «сарафанное радио». Немаловажную роль играют, конечно, и социальные сети.

Екатерина Гревцева выбрала еще один инструмент — мастерклассы. Недавно она их проводила только для детей. Теперь планирует открыть курсы для взрослых: оценить, насколько это будет актуально и востребовано. Как она сама шутит, тут сказывается особенность ее первой профессии — педагог.

– Перспективу своего предприятия я вижу в том, чтобы открыть кафепекарню. Хочу попробовать объединить два формата: выпекать вкусный хлеб и тут же, в небольшом кафе, продавать кондитерские изделия, – делится Гревцева.

– Я планирую выйти на рынки соседей, у которых сегмент еще недостаточно развит, – говорит Алена Рычкина.

Подготовила Вероника Иконникова, ["Орловская городская газета"](#), №31 от 11 августа 2017 года