

А

**Методическая инструкция  
по разработке креативного продукта в гастрономии**

## **Содержание**

<b>1. Понятие «Креативный продукт» в гастрономии .....</b>	<b>2</b>
<b>2. Виды креативного продукта в гастрономии .....</b>	<b>5</b>
2.1. Создание креативных блюд .....	5
2.2. Креативная подача блюда в заведении. ....	6
2.3. Уникальные гастрономические ужины .....	8
2.4. Иммерсивные гастротeatры.....	9
2.5. Коллаборации с арт-индустрией и наукой .....	9
2.6. Уникальный объект индустрии общественного питания .....	11
<b>3. Чек-лист «Что нужно сделать предприятию общественного питания, чтобы считаться субъектом креативных индустрий Ленинградской области» .....</b>	<b>12</b>
<b>Приложения.....</b>	<b>14</b>

## **1. Понятие «Креативный продукт» в гастрономии.**

Креативный гастрономический продукт — это результат синтеза кулинарии, искусства, технологий и культурного контекста, выходящий за рамки традиционного понимания еды и ресторанного сервиса. Его ключевая особенность — создание уникального потребительского опыта через инновации, сторителлинг и междисциплинарные коллаборации.

Подробнее о каждом понятии:

Уникальный потребительский опыт — это совокупность эмоций, впечатлений и практических выгод, которые клиент получает при взаимодействии с брендом, заведением, блюдом, продуктом или услугой. В современном мире в условиях постоянного нарастающего стресса люди ищут не просто товары или сервис, они ищут радость. Радость становится самостоятельной целью. Коллективные эмоции, здоровые привычки, впечатления, которые восполняют жизненные силы человека.

Бренды, которые могут подарить это состояние, становятся лидерами рынка.

С помощью каких инструментов создается этот уникальный потребительский опыт:

### **– Инновации**

Новые, уникальные разработки: новые рецептуры, уникальная креативная подача блюда, уникальные объекты индустрии гостеприимства — отели или рестораны;

### **– Сторителлинг**

Искусство рассказывать историю через еду, сервис и атмосферу, чтобы создать эмоциональную связь с гостем. Это не просто красивая подача блюда, а погружение в нарратив, поиск смыслов, где каждый элемент работает на впечатление.

### **– Междисциплинарные коллаборации**

Объединение с представителями других творческих индустрий — художниками, литераторами, дизайнерами, учеными, — внутри одного проекта для создания единого креативного продукта.

Креативный продукт гастрономии может различаться по нескольким позициям:

По степени трансформации:

1. Эволюционные продукты — когда адаптируются традиционные рецептуры и форматы;
2. Революционные продукты — радикально новые концепции и форматы.

По формату потребления:

- иммерсивные — с вовлечением всех органов чувств;
- перформативные — с элементами шоу;
- интерактивные — с участием потребителя в создании.

**Основные понятия** (из Федерального закона от 08.08.2024 N 330-ФЗ "О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации"):

**1) креативная (творческая) индустрия** (далее – креативная индустрия) - экономическая деятельность, непосредственно связанная с созданием, продвижением на внутреннем и внешнем рынках, распространением и (или) реализацией креативного продукта, обладающего уникальностью и экономической ценностью;

**2) креативный продукт** – результат интеллектуальной деятельности или совокупность результатов интеллектуальной деятельности, а также продукция, работы, услуги, добавленная стоимость которых обусловлена использованием результатов интеллектуальной деятельности и (или) средств индивидуализации;

**3) субъект креативной индустрии** – физическое лицо, юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, осуществляющие коммерческую деятельность по созданию, продвижению на внутреннем и внешнем рынках, распространению и (или) реализации креативного продукта и соответствующие критериям отнесения к субъектам креативных индустрий, установленным нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации;

## 2. Виды креативного продукта в гастрономии

### 2.1. Создание креативных блюд.

Подход к блюду как к произведению искусства



Блюда от команды The Buddy Family, представленные в музее Фаберже в разделе «Еда как достояние искусства» (все элементы являются съедобными).

Как это делается:

Идея – вдохновением может послужить культурные традиции региона, и не только гастрономические, событие – что-то, что привлекло внимание, вызвало отклик, исторические события региона, достопримечательность, природные объекты, личность и прочее.

Пример: стрит-арт The Buddy Café, посвященный Камиле Валиевой, российской фигуристке, в тяжёлый для неё момент. Десерт в честь спортсменки можно было заказать в заведении, а вырученные деньги были отданы на благотворительность.



## 2.2. Креативная подача блюда в заведении



Подача блюда в заведении The BuddyCafe- Сахалинский гребешок в «руках» из льда.



Креветка подана в виде угольков, в блюде присутствуют реальные угли (блюдо как квест – «найди съедобное»).



## Креатив в баре

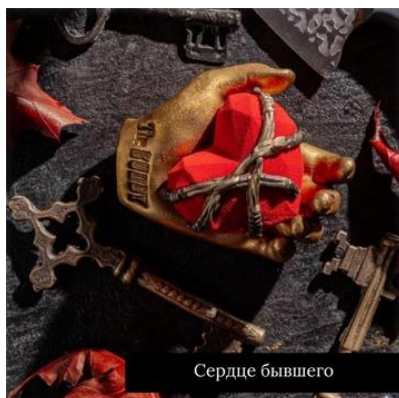


Коктейль «Королева» — подаётся на подсвечиваемой подставке из оникса, короной «коронуют» гостью.



Просекко подаётся в бокале из карамели, который тоже можно съесть.

## Креатив в десертах



Примеры креативных десертов.

Так, в десерте «Сердце бывшего» «сердце» можно разбить.

### Геймификация

Использование различных игровых элементов для повышения вовлечённости, мотивации и интереса гостей к блюдам или напиткам. Подача блюда заставляет гостя вовлекаться в какое-либо действие: разбить «сердце», сыграть с джуманджи, достать предсказание из мяча на носу у медведицы и пр.

### 2.3. Уникальные гастрономические ужины

В современной гастрономии уникальные гастрономические ужины — это синтез кулинарии, перформанса и сторителлинга, где еда становится не просто блюдом, а элементом мультисенсорного искусства.

**Еда со смыслом.** Каждое блюдо — часть истории: например, ужин «Алиса в Стране чудес» может включать «съедобные часы» из марципана или суп, меняющий цвет.

**Локация как сцена.** Заброшенные фабрики, подземные бункеры или ботанические сады становятся декорациями, усиливая погружение.

**Пример:** ужины Ultraviolet by Paul Pairet (Шанхай), где проекции на стенах синхронизированы со вкусами блюд.

**Ценность в эксклюзиве.** Лимитированные сессии (10–20 гостей) создают дефицит, позволяя назначать премиум-цену (от 10 000 руб. за билет).

**Монетизация эмоций.** Покупают не меню, а «память для Instagram<sup>1</sup>» — 73% гостей приходят ради контента.

**Кейс:** The BuddyFamily продает билеты за полгода вперед, используя интригу (анонсируют только тему, но не меню).

### Активное использование технологий и инноваций:

---

<sup>1</sup> «Instagram» принадлежит Meta — организации, деятельность которой признана экстремистской и запрещена на территории РФ



- NFT-сертификаты для гостей;
- дополненная реальность (AR-вино, «оживающие» тарелки).

### **Использование современных трендов на экологичность:**

Zero-waste концепции — например, десерт из «отходов» (кожура цитрусовых, кофейная гуща).

**Пример:** Ужины Mugaritz (Испания), где используют 3D-печать еды из локальных ингредиентов.

Для создания такого ужина необходимо:

- **Продумывается сюжетная концепция** – каждый ужин тематический (от «Бала вампиров» до «Ужина на орбите»), с продуманным сценарием, декорациями и атмосферой.
- **Выбирается неочевидная локация** – ужины проходят в заброшенных особняках, на крышах, на ферме, в движущемся трамвае, на корабле и пр.
- **Авторские блюда** – шеф-повара экспериментируют с подачей и вкусами (например, десерт в виде «кровоавого сердца» или прозрачные пельмени).
- **Интерактив** – гости не просто едят, а участвуют в перформансах, квестах. Например, становятся «соучастниками преступления» (если это детективный ужин).

**Примеры событий** – гастроужины от The Buddy Family:

- **«Ужин в темноте»** – меню едят в полной темноте, полагаясь на другие чувства.
- **«Банкет для призраков»** – исторический ужин с легендами Петербурга и блюдами XIX века.
- **«Киберпанк-вечеринка»** – молекулярная кухня и неоновые коктейли в стиле Blade Runner.

## **2.4. Иммерсивные гастротеатры**

Блюда подаются как сцены театральной постановки, например, «Дуэль Онегина» — закуска из оленины с брусничным «кровооточающим» соусом, который зрители «отстреливают» друг в друга из шприцев.

Перформанс вместо подачи блюд:

Например, повара в костюмах XVIII века не готовят, а разыгрывают процесс: рубка капусты превращается в танец с топорами под барабаны.

Используется технологии погружения: на столы проецируют видео «оживающих» ингредиентов, а AR-очки показывают, как блюдо росло на грядке.

Использование тематических блюд и подачи, например: «Преступление и наказание» — черный хлеб с икрой подаётся в тюремной миске.

**Кейс** – гастротеатр «ПуппенХаус» Владимира и Анжелики Бурковских в Новосибирске.

## **2.5. Коллаборации с арт-индустрией и наукой**

## 1. Коллаборации с арт-индустрией

— Гастрономические перформансы

Шеф-повар и художник создают шоу, где еда — часть инсталляции.

Примеры:

Ресторан «White Rabbit» (Москва) устраивал ужины в сотрудничестве с арт-группой AES+F — блюда подавались на фоне их видеоарта.

«Crosby Studios» (архитектор Harry Nuriev) делал поп-ап ужин с посудой в стиле «киберпанк».

— Съедобные арт-объекты

Кондитерские изделия или закуски как произведения искусства.

Примеры:

«Bompas & Papp» (Лондон) создаёт желе-скульптуры по эскизам современных художников.

В «ММОМА» (Москва) проходила выставка, где десерты повторяли формы картин Кандинского.

— Рестораны-галереи

Заведение становится площадкой для выставок, а меню вдохновлено экспозицией.

Пример:

«Винзавод» и «Selfmade» запустили проект, где каждое блюдо — интерпретация работ молодых художников.

— NFT-меню

Гости получают цифровой арт-объект (токен) вместе с блюдом.

Пример:

Ресторан «Flyfish» (Дубай) продавал NFT-суши — покупатель получал рыбу в метавселенной.

## 2. Коллаборации с наукой

— Биотех-еда

Учёные помогают создать инновационные продукты (например, ферментированные ингредиенты).

Примеры:

Шеф Рене Редзепи (Noma) сотрудничает с биологами для разработки новых видов ферментации.

В «Империя Щёлок» (Москва) используют научные методы старения мяса.

— Генетика вкуса

Делается анализ ДНК гостя, и на его основе создается персонализированное меню.

Пример:

«Dietary Decoded» (США) предлагает ресторанам алгоритмы подбора блюд по генетике.

— Food-дизайн через 3D-печать

Пища создается на пищевых 3D-принтерах.

Пример:

Компания «Natural Machines» печатает десерты сложных геометрических форм.

— Нейро-гастрономия

Исследование, как звук, свет и текстура влияют на восприятие вкуса.

Пример:

Ресторан «Ultraviolet» (Шанхай) использует мультисенсорные технологии для усиления впечатлений.

## **2.6. Уникальный объект индустрии общественного питания**

Креативные кофейни, кондитерские, кафе и рестораны — это не просто места питания, а иммерсивные проекты, где гости становятся частью искусства, технологий или социальных экспериментов. Во главу угла поставлено создание эмоций, а не стандартный сервис. Для такого формата прежде всего необходимо наличие нестандартного объекта, а также выбор концепции, которая строится на особенностях этого объекта.

Примеры:

— Ресторан «Ultraviolet» (Шанхай)

Концепция:

10-местный зал с 360° проекциями, меняющимися под каждое блюдо.

Например, суп из трюфелей сопровождается видео леса и запахом мха.

Креативная составляющая: используются ИИ-алгоритмы для персонализации сценария (музыка, темп подачи под конкретного гостя).

Шеф Пол Пайре сотрудничает с композиторами и сценографами как режиссёр.

— Ресторан «Dans le Noir?» (Париж) – ужин в темноте

Концепция:

Гости едят в полной темноте, блюда подают незрячие официанты.

Креативная составляющая: меню-сюрприз (не знаешь, что ешь) обостряет вкус.

### **3. Чек-лист «Что нужно сделать предприятию общественного питания, чтобы считаться субъектом креативных индустрий Ленинградской области»**

3.1. Запишитесь на консультацию в Фонд поддержки предпринимательства, чтобы получить помощь в заполнении документов: <https://navigator.813.ru/measure/konsultatsiya-po-voprosam-vklyucheniya-v-reestr-subektov-kreativnykh-industriy/>

3.2. В соответствии с Приказом Комитета по развитию малого, среднего бизнеса и потребительского рынка Ленинградской области от 25.08.2025 №14-П «Об утверждении критериев отнесения физических лиц, юридических лиц и индивидуальных предпринимателей к субъектам креативных (творческих) индустрий, осуществляющим деятельность в Ленинградской области, и Порядка подтверждения соответствия физических лиц, юридических лиц и индивидуальных предпринимателей критериям отнесения к субъектам креативных (творческих) индустрий, осуществляющим деятельность в Ленинградской области» потенциальному участнику реестра креативных индустрий Ленинградской области необходимо вести свою основную деятельность в сфере креативных (творческих) индустрий. Чтобы корректно указать вид своей занятости обращайтесь к Приказу Министерства экономического развития Российской Федерации от 23.04.2025 № 266 «Об утверждении перечня видов экономической деятельности в сфере креативных (творческих) индустрий на основе Общероссийского классификатора видов экономической деятельности».

3.3. Убедитесь, что ваш основной ОКВЭД указан, верно. Если у вас заведение с полным спектром услуг, включая обслуживание официантов, кафетерий, ресторан быстрого питания или самообслуживания, то ваш основной ОКВЭД должен быть 56.10.1 — «Деятельность ресторанов и кафе с полным обслуживанием, кафетериев, ресторанов быстрого питания и самообслуживания».

3.4. Войдите или создайте учётную запись на сайте <https://msp.lenobl.ru/user/login/> (Рисунок 1). Это можно сделать с помощью Единой системы идентификации и аутентификации – ЕСИА (учетной записи на портале «Госуслуги»).

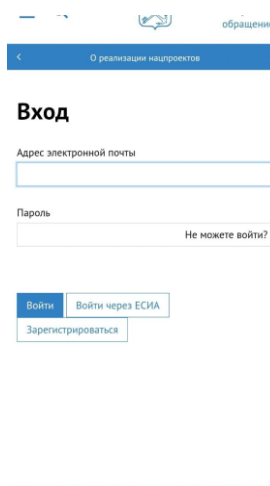


Рисунок 1. Вход в учётную запись на сайте msp.lenobl.ru

3.5. Подготовьте необходимый пакет документов, используя бланки из ссылки <https://disk.360.yandex.ru/d/iSu2Cuw88ajQIQ> :

3.5.1 Заявление о признании субъектом креативной (творческой) индустрии;

3.5.2 Согласие на обработку персональных данных;

3.5.3 Описание креативного продукта (КП);

3.5.4 Документы, подтверждающие полномочия лица на подачу от имени заявителя заявления (документы, удостоверяющие личность соответствующего лица), а также (если лицо не вправе действовать от имени заявителя без доверенности) доверенность на совершение указанных действий **(при необходимости)**;

3.6. Сверьте составленный пакет документов с образцами (Приложения 1-3).

3.7. Направьте пакет документов на рассмотрение комитет. Вы можете направить документы в электронном формате через вашу учётную запись на сайте msp.lenobl.ru или почтовым отправлением по адресу: 191311, Санкт-Петербург, ул. Смольного, д. 3.

3.8. Дождитесь результатов рассмотрения ваших документов комитетом. Процесс рассмотрения занимает до 7 рабочих дней.



# Приложения

## Приложение 1. Образец заявления о признании субъектом креативной (творческой) индустрии

В комитет по развитию малого, среднего  
бизнеса и потребительского рынка  
Ленинградской области

### ЗАЯВЛЕНИЕ о признании субъектом креативной (творческой) индустрии

В соответствии с Порядком подтверждения соответствия физических лиц, юридических лиц и индивидуальных предпринимателей критериям отнесения к субъектам креативных (творческих) индустрий, осуществляющим деятельность в Ленинградской области, прошу подтвердить соответствие критериям отнесения к субъектам креативных (творческих) индустрий, осуществляющим деятельность в Ленинградской области, и признать субъектом креативной (творческой) индустрии:

1	Категория заявителя ( <i>юридическое лицо / индивидуальный предприниматель / физическое лицо</i> )	Индивидуальный предприниматель
2	ИНН	474701234567
3	Полное и сокращенное (при наличии) наименование юридического лица / фамилия, имя, отчество (при наличии) индивидуального предпринимателя или физического лица	Креативная Елена Дмитриевна
4	Организационно-правовая форма с указанием кода организационно-правовой формы в соответствии с Общероссийским классификатором организационно-правовых форм ( <i>для юридических лиц</i> )	-
5	Адрес в пределах места нахождения ( <i>для юридических лиц</i> ) / наименование субъекта Российской Федерации, в котором зарегистрирован субъект креативной индустрии ( <i>для индивидуальных предпринимателей и физических лиц</i> )	Ленинградская область
6	ОГРН / ОГРНИП ( <i>для юридических лиц и индивидуальных предпринимателей</i> )	322474701234567
7	Код и наименование основного вида экономической деятельности (при наличии – дополнительных видов экономической деятельности, осуществляемых в сфере креативных индустрий) в соответствии с Общероссийским классификатором видов экономической деятельности ( <i>для юридических</i>	14.14.4 Пошив нательного белья по индивидуальному заказу населения

	<i>лиц и индивидуальных предпринимателей</i> ) / наименование деятельности по видам креативных индустрий ( <i>для физических лиц</i> )	
8	Вид и наименование (при наличии) креативного продукта	Женское платье «Бабочка»
9	Код и наименование креативного продукта в соответствии с Общероссийским классификатором продукции по видам экономической деятельности	14.13.34.110 Платья женские или для девочек из текстильных материалов, кроме трикотажных или вязанных
10	Контактный телефон	+7-947-147-47-47
11	Адрес электронной почты (при наличии)	creative47@creative47.ru
12	Почтовый адрес	188340, Ленинградская область, Гатчинский муниципальный округ, городской поселок Тайцы, ул. Юного Ленина, д. 221, кв. 65

#### Приложения:

	Вид (наименование) документа	Кол-во листов
1	Согласие на обработку персональных данных	1
2	Описание креативного продукта	1

Индивидуальный  
предприниматель  
(должность лица, подписавшего  
заявление)

  
(подпись)

Креативная Елена Дмитриевна  
(Ф.И.О. лица, подписавшего заявление)

«27» августа 2025 года

## Приложение 2. Образец согласия на обработку персональных данных

### СОГЛАСИЕ на обработку персональных данных

Я, Креативная Елена Дмитриевна,  
(фамилия, имя, отчество (при наличии))

зарегистрированный (зарегистрированная) по адресу: Ленинградская область,  
Гатчинский мун. округ, гп. Тайцы, ул. Юного Ленинца, д. 221, кв. 65,

паспорт: серия 47 47 № 147147 выдан ГУ МВД России по г. Санкт-Петербургу  
и Ленинградской области 29.02.2021 года,

(кем и когда выдан)

в соответствии со статьей 9 Федерального закона от 27 июля 2006 года № 152-ФЗ «О персональных данных» даю конкретное, предметное, информированное, сознательное и однозначное согласие на обработку своих персональных данных комитету по развитию малого, среднего бизнеса и потребительского рынка Ленинградской области, расположенному по адресу: Санкт-Петербург, ул. Смольного, д. 3 (далее – оператор), на обработку (любое действие (операцию) или совокупность действий (операций), совершаемых с использованием средств автоматизации или без использования таких средств, с персональными данными, включая сбор, запись, систематизацию, накопление, хранение, уточнение (обновление, изменение), извлечение, использование, передачу (предоставление, доступ), обезличивание, блокирование, удаление, уничтожение) моих персональных данных, содержащихся в документах, представляемых в целях признания субъектом креативной (творческой) индустрии.

Настоящее согласие на обработку персональных данных является бессрочным и может быть отозвано по моему письменному заявлению.

μ

(подпись)

27.08.2025


(дата)

Креативная Елена Дмитриевна

(фамилия, имя, отчество (при наличии))

### Приложение 3. Образец описания креативного продукта

#### ОПИСАНИЕ креативного продукта

1	Категория заявителя ( <i>юридическое лицо / индивидуальный предприниматель / физическое лицо</i> )	Индивидуальный предприниматель
2	ИНН	475678900778
3	Полное и сокращенное (при наличии) наименование юридического лица / фамилия, имя, отчество (при наличии) индивидуального предпринимателя или физического лица	Кручинкина Наталья Петровны
4	Вид и наименование (при наличии) креативного продукта	Десерт «Сердце бывшего»
5	Код и наименование креативного продукта в соответствии с Общероссийским классификатором продукции по видам экономической деятельности	10.39.21.142 Десерты взбитые замороженные плодово-ягодные
6	Изображение креативного продукта (при наличии)	
7	Краткое описание креативного продукта (в свободной форме)	«Сердце бывшего» — уникальный десерт, воплощающий тонкую игру вкусов и визуальную эстетику. Темперированный белый шоколад придает изделию идеальный блеск и гладкость, подчеркивая мастерские руки кондитера. Конфитюр-начинка из натуральной вишни создает яркий кисло-сладкий вкус, идеально сочетающийся с нежностью белого шоколада. Тонкие декоративные веточки из темного шоколада добавляют изделию изысканности и символичности, отражая сложную палитру человеческих чувств. Название десерта намекает на эмоции, связанные с любовью и расставаниями, делая его не просто лакомством, а эмоциональным переживанием, заставляющим вспомнить прошлое с улыбкой или легкой грустью. Таким образом, «Сердце бывшего» превращается в настоящее произведение искусства, радующее глаз, удивляющее вкусом и пробуждающее сильные ощущения.

Индивидуальный предприниматель  
(должность)

  
(подпись)

Кручинкина Н.П.

(Ф.И.О.)

«10» октября\_2025 года