

СВОЁ ДЕЛО



Вот уже десять лет работает в Жигулёвске кофейня Mon Ami. За это время она полюбилась многим жителям и гостям города - сюда заходят, чтобы за чашкой любимого напитка встретиться с друзьями, отдохнуть в приятной обстановке.

У кофейни сложилась своя история, и, несмотря ни на какие трудности, она продолжается, о чём мы и поговорили с создательницей Mon Ami Л.М. Тимрязанской. На традиционный вопрос о том, как появилась идея проекта, Любовь Михайловна даёт необычный ответ:

- Приснилась. Именно так - идея пришла во сне. Наверное, потому, что «кофейная» тема мне всегда была близка. И, хотя планировала я другой бизнес, решение изменила. Как оказалось, это был правильный шаг. Начал свою жизнь проект в формате кофейной лавки, в которой горожане могли приобрести высококачественный кофе, посуду для его приготовления и другие сопутствующие товары. Уже тогда начали появляться постоянные посетители, ведь даже в небольшом городе всегда найдутся ценители качественных товаров, в том числе и кофе.

- Со временем накопился опыт, появилась уверенность в себе, к тому же, удалось получить грант на развитие, и лавка преобразовалась в кофейню, - рассказывает Л.М. Тимрязанская. - В Жигулёвске на тот момент эта ниша была свободна. Но даже при этом дальнейшее развитие потребовало много усилий и средств. Ведь проект, можно сказать, неформатный. Это для жителей крупных городов зайти посидеть в кофейню – привычка. У нас не так. И всё же начинание оказалось востребованным, хотя, конечно, такой прибыли, как в «столицах», не приносит.

Первая «прописка» Mon Ami была в Морквашах. Как выяснилось, в силу местной специфики место оказалось не слишком удачным: жигулёвцам проще поехать в один из тольяттинских торговых центров, где можно и в кино сходить, и детей занять, и кофе попить, чем посещать кофейню в Морквашах. Притяжение крупного города по-прежнему продолжает действовать, но всё же переезд Mon Ami в центр, на Ленинградскую улицу, изменил ситуацию к лучшему. Круг постоянных клиентов стал расширяться.

За десять лет у кофейни появилось много друзей. Нам дарят подарки, в том числе сделанные своими руками, что очень приятно. Родители приходят с детьми, дети взрослеют, становятся самостоятельными и уже сами регулярно к нам заглядывают. Некоторые ребята приводят бабушек. Есть молодые люди, которые познакомились здесь и стали парой, создали семью и продолжают навещать нас или поддерживают связь в соцсетях. Кто-то из молодёжи, кто регулярно пил кофе в Mon Ami, став студентом в Самаре, устроился работать в тамошние кофейни. Так что у нас уже есть своя история и, надо сказать, богатая. По моим ощущениям, Mon Ami для жигулёвцев стала народной кофейней, одним из любимых городских мест. Иногда посетители подсказывают интересные идеи в оформлении, и мы их реализуем - продолжаем развивать проект вместе. А ещё нас любят те, кто приезжает из Москвы, Питера,

Самары - на время или насовсем, по семейным обстоятельствам. Радует, что люди приходят именно сюда - мы не просто «одно из» мест, где можно что-то перекусить. Думаю, посетителям нравится атмосфера. Одно время в «Миндале» работала кофейня, некоторые клиенты перешли туда, но вернулись ещё до того, как та кофейня закрылась. Что касается меню, Mon Ami предлагает не только разнообразные виды кофе, но и чай, молочные коктейли, мороженое, какао, соки, смузи, горячий шоколад, а также различные десерты.

- Сотрудничаем с тольяттинской кондитерской, - говорит Л.М. Тимрязанская, - не потому, что не хотим работать с жигулёвскими поставщиками, а потому, что стараемся удивить посетителей чем-то, чего в городе больше нигде не купишь.

Одно время в Mon Ami можно было и пообедать, но спрос на горячие блюда был не так высок, поэтому сейчас из этого ассортимента представлены только пельмени.

В сегодняшней ситуации непросто приходится всем предпринимателям. Но Любовь Михайловна надеется, что трудный период удастся преодолеть:

- Мы всегда работали в сегменте премиум-класса - закупали кофе обжарки не более чем недельной давности, элитный чай из Китая, бельгийский шоколад. Сейчас, может быть, введём что-то из мидл-класса, чтобы у большего количества людей была финансовая возможность зайти в кофейню.