

# Smart Casual Times

Ediția 2/2016

GUSTUL TIPĂRIT AL RESTAURANTELOR SMART CASUAL

www.stadio.ro · www.social1.ro

## Echipa cu 22.000 de prieteni

♦ Începută în urmă cu trei ani, povestea restaurantelor Stadio și Social 1 a ajuns să atragă peste 22.000 de oaspeți în fiecare lună. Totul se construiește astăzi sub un singur nume: Stadio Hospitality Concepts (SHC).

de Constantin Bacheș

Stadio – Restaurant cu atrium este deja o destinație bine împământenită în peisajul bucureștean, dar, până acum trei ani, nimeni nu s-ar fi gândit că o fostă cafenea poate să ajungă între cele mai de succes restaurante din oraș. Uitându-ne în istoria anilor 1990, pe strada Ion Câmpineanu, la aceeași adresă, descoperim numele *Da Vinci*. Dar nu ca restaurant, ci ca un bistro amenajat într-un stil care amintea de spiritul inventatorului italian. *Da Vinci* este recunoscut ca prima adresă de „fitze” de după Revoluție și atrăgea toate celebritățile acelor vremuri.

Trecem peste ani și ajungem în 2009, când se vorbește prima oară despre Stadio. Numele este asociat unui concept de Sports Bar care înlocuiește detaliile învechite cu ingrediente împrumutate din lumea sportului. Pe pereți sunt expuse tricouri originale ale celor mai importanți jucători de fotbal din lume, iar ca principal punct de atracție descoperim o copie fidelă a Cupei Campionilor europeni primită de clubul Steaua București în 1986, după câștigarea finalei de la Sevilla. Emoția transmisă prin zecile de televizoare strânge în Atrium sute de entuziaști, de fiecare dată când se dispută mize importante din fotbal, tenis, rugby, ciclism și chiar Formula 1. Deja nimeni nu se mai întreabă ce



**În echipa Stadio - Social 1 găsim angajați care au început ca ospătari, barmani sau bucătari și au ajuns astăzi în management.**

înseamnă Stadio, pentru că este una dintre destinațiile preferate ale împătimiților de sport.

Totuși, într-o zi de vară din 2013, Stadio se închide pentru o nouă transformare. De această dată, misiunea este de a ridica numele la rangul de *restaurant*. Și nu doar un alt restaurant, ci primul restaurant

Smart Casual din București. Planurile sunt despre un loc relaxat în care să poată veni oameni de orice vârstă și din orice domeniu. Față de ideea de Sports Bar, noul Stadio trebuie să fie și pe gustul femeilor și să te convingă să îl vizitezi în fiecare zi.

Continuare în pagina 2

### Pe scurt

- **Cabina telefonică** din *Prosecceria* (de la Stadio) este o replică după o cabină telefonică din Italia anilor 1960-1970 și a fost montată pentru a oferi un loc liniștit de vorbit la telefon, atunci când restaurantul este aglomerat.

- **Social 1** păstrează sistemul original de încălzire proiectat în anii 1980, format din calorifere îngropate la baza geamurilor care generează o perdea de aer cald.

- **Meniul de vară** de la Stadio a primit, în premieră, o rețetă pe bază de caracatiță. Carnea este preparată pe grill și asortată, natural, lângă cartofi noi, roșii cherry și măslina Kalamata.

- **Socializzazione** a trecut de ediția cu numărul 25. Conceptul are loc în fiecare seară de joi, când, pentru fiecare Campari Tonic sau Aperol Spritz comandate, Social 1 oferă un aperitiv italian.

- **Campania de donații** „Meniul de zâmbete”, organizată de fundația World Vision România alături de Stadio și Social 1, continuă cu noi proiecte de sprijin adresate, în primul rând, copiilor nevoiași.

- **Începând cu toamna 2016**, restaurantele Stadio, Social 1 și restul proiectelor Smart Casual programate să se lanseze se vor reuni sub o platformă comună, denumită Stadio Hospitality Concepts (SHC).

- **Tirajul inițial** al primei ediții a ziarului Smart Casual Times s-a epuizat în prima săptămână. În cele trei luni de valabilitate, a fost retipărit de 4 ori. Începând de la această ediție, se pot face abonamente :)

- **Iubitorii bucătăriei italiene** găsesc, la Social 1, Risotto cu raci, primul risotto introdus vreodată în meniul social. Modul de preparare clasic păstrează textura și gustul rețetei inspirate din Italia de nord.

nouă, o viziune diferită și personală asupra spațiilor în care vă petreceți timpul. Rezultatul final va fi expus în restaurante ca o dovadă a efortului și creativității colective.

### Cu ce te alegi din asta?

Poate că nu vei ajunge la expoziție sau poate că citești aceste rânduri după ce s-a terminat, dar nu e important ce a fost, ci tot ceea ce vei face de acum. Noi îți putem da două concluzii prin care se rezumă ultimul secol de design, concluzii care reprezintă cele două aspecte de reținut în urma *Romanian Design Week*: O idee: *oricine poate fi designer, oricine poate descoperi o problemă, inventa o soluție frumoasă și, la final, îmbunătăți lumea printr-un mic pas.*

Și un îndemn: *fii designerul lumii în care trăiești!* Desigur, ajută să știi să și desenezi! ☺

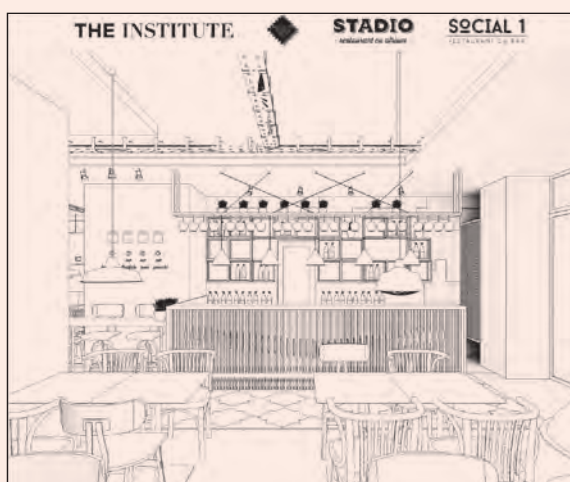
## Design? Ce design?

de Sebastian Mîndroiu

Să definești designul, de orice fel, formă și natură, înseamnă să descrii în cuvinte însăși nevoile ce l-au generat și să devii, conștient sau nu, un designer. Pentru că acesta e rolul unuia: să identifice și să soluționeze probleme, într-un mod estetic, prin realizarea unor *soluții frumoase*.

Ca manifestare artistică, designul a intrat în atenția publicului la începutul secolului XX și a fost descris ca un mod de a căuta soluții, nu neapărat printr-o metodă științifică, ci printr-una intuitivă. Acest mod de gândire a fost comparat cu o călătorie în necunoscut, o călătorie fără hartă, busolă și destinație exactă, dar cu un scop declarat de a îmbunătăți lumea pe care ai lăsat-o la plecare. Acest proces se bazează pe esențializarea valorilor și a trăsăturilor utile și pe evidențierea celor mai frumoase dintre ele.

„Fast-forward” 100 de ani mai târziu: ne trezim într-o lume care apreciază gândirea creativă, deschiderea de noi drumuri și inovația. Exemplele revoluției *Apple*, *Uber* sau *Facebook* sunt doar câteva dintre cele mai recente cazuri particulare în care un mod de gândire, și nu neapărat un produs complet nou, a revoluționat lumea. Și pentru că fiecare proiect bun reprezintă



**Proiectul organizat cu ocazia Romanian Design Week a ales două perspective reprezentative din cele două restaurante pentru a da clienților ocazia să reimaginez cromatic spațiul.**

un succes și un pas către o viață mai bună, umanitatea a hotărât să sărbătorească, anual, fiecare realizare care aduce o îmbunătățire în comunitatea sa. Așa s-a născut *Design Week*, o manifestare culturală multidisciplinară, prezentă astăzi în peste 200 de orașe ale lumii.

### Romanian Design Week

În perioada 20 mai – 5 iunie 2016, Bucureștiul găzduiește *Romanian Design Week*, un eveniment menit să aducă publicul mai aproape de proiectele care transformă lumea și orașul nostru. Arhitectură, design interior, design de obiect și de produs,

grafic design și design vestimentar sunt categoriile pe care organizatorii de la *The Institute* le scot în față în acest an. Dar *Romanian Design Week* nu este doar despre expoziția centrală și ce proiecte „s-au mai făcut”, ci despre sărbătorirea spiritului creativ și încurajarea lui în orice formă.

Pentru a sprijini acest demers și pentru a atrage atenția asupra importanței actului creativ, *Stadio* și *Social 1* deschid apetitul pentru desen prin amplasarea a două panouri de colorat, câte unul în fiecare restaurant, panouri alb-negru ce reprezintă cadre din fiecare restaurant. Acestea pot fi colorate de clienți într-o gamă cromatică complet





## Revista presei Social Media

sau ce mai postează  
lumea despre noi

@sorestea

Probably the best lunch in the world



@dianacosmin #sundaybrunch  
#finefood #social1bucharest



@fabmuse\_alina cooking with  
#megaimage before #mfw



@danarogoz  
#Lunch #felul meu preferat aici



@carmenegoita  
#ootd for this sunny day



# Echipa cu 22.000 de prieteni

Continuare din pagina 1

Numărul preparatelor se restrânge la cele mai reprezentative rețete din bucătăria internațională, cu accent pe gustul italian. Preferințele românilor ocupă și ele un loc în față. Doar că totul este reinterpretat cu imaginație și umor. Salata de vinete coapte „în stilul bunicilor“ și papanășii se detașează în lista preferințelor.

Deja în luna octombrie 2013, Stadio devine un loc unde nu poți ajunge fără rezervare și apar primele articole în presă despre noua atracție a orașului. Fără nimic regizat, pe lista clienților se înscriu vedete de prim rang. Pariul cu noua generație de clienți mizează pe un design cu trimiteri spre platourile de filmare și pe comunicarea în Social Media. Din echipa care veghează ca totul să funcționeze perfect se disting manageri tineri, precum Ionuț sau Simona, care au început ca ospătari. Alături de uniforma smart casual, se lansează moda zâmbetului obligatoriu și răspunsul „noi vă mulțumim“ ca monedă de schimb pentru cuvintele de apreciere venite din rândul oaspeților. Meniul continuă să evolueze în ton cu preferințele comunității. Ca urmare a succesului de care se bucură la prima petrecere de Revelion, organizată sub noul concept Smart Casual, friptura de „Strutz“ este introdusă în oferta permanentă. Începutul lunii ianuarie aduce extinderea Stadio spre strada Academiei, o dată cu deschiderea Prosecceria – spațiu imaginat cu gândul la Italia și la prosecco.

În tot acest timp, asocierea cu sportul rămâne un semn de recunoaștere, iar Atriumul devine neîncăpător atunci când joacă Simona Halep sau când Heineken îl invită la Stadio pe însuși Ruud Gullit cu ocazia finalei Cupei Campionilor. Din vara 2014, se pune baza propriului Club adresat prietenilor fideli – Stadio Club – și se lansează nivelul Gold.

La un an de la prima comandă sub noua umbrelă, restaurantul cu atrium știe să își facă invitații să se simtă ca acasă. Dicționarul Smart Casual include „Răsfățul de prânz“, „Tratamentul de mic dejun“ și zâmbete speciale pentru zilele speciale precum Valentine's Day când se lansează sloganul „We love 2 love you“. În bucătărie, povestea evoluează cu același entuziasm alături de Chef Istvan și de o echipă în care media de vârstă nu depășește 25 de ani.

Pe 30 aprilie 2015, se face publică prima informație despre continuarea poveștii Stadio. Dar nu se discută despre un al doilea restaurant cu același nume dintr-o altă

zonă a orașului. Cele câteva zeci de mii de prieteni află că se pregătește un al doilea concept pentru o adresă privilegiată: bulevardul Unirii, numărul 1, față în față cu Palatul Parlamentului. Social 1 face dovada că ideea de restaurant Smart Casual se poate declina în orice loc și spațiu atât timp cât misiunea de bază rămâne starea de bine a oamenilor dornici să petreacă timp de calitate, „fără fitze“. Noua adresă are la bază un spațiu comercial gândit în Epoca de aur și abundă în trimiteri ironice la „frumosul“ de dinainte de 1989. Poate de marmură „de Rușchița“ este la fel ca în Palatul Parlamentului, iar pe pereți se redau motive pe care cultura anilor 1970 și 1980 le recomandau ca indicii de lux. În echipa formată să impună Social 1 în

articolele admirative la adresa conceptului Smart Casual sunt publicate în toate categoriile, de la presa de specialitate până la reviste de business, precum Forbes. Pe 23 iunie, un reportaj despre bucătăria „sănătoasă“ de la Social 1 este difuzat la știrile ProTV.

Anul 2016 găsește povestea Smart Casual în două locuri atractive, cu un public tânăr și dornic să se bucure de preparate delicioase, în ton cu o echipă formată din bucătari și ospătari, la fel de tineri. În total, numărul oaspeților care trec pragul restaurantelor Stadio și Social 1, în fiecare lună, trece de 22.000, iar planurile de viitor sunt la fel de ambițioase ca tot ce s-a întâmplat din 2013 până în prezent. De acum, mix-ul frumos de design, gust și bună dispoziție

Restaurantele  
Smart Casual  
primesc în  
fiecare lună  
peste 22.000  
de prieteni.



peisajul bucureștean sunt aleși ospătari cu experiență de la Stadio, precum Tedi sau Ana, iar alți tineri sunt promovați ca manageri – Alex și Dana. Meniul simplu este imaginat de același Chef Istvan, dar alături de el vin bucătari talentați din Cluj – Ovidiu, Bogdan, Diță, tineri care aleg provocarea Bucureștiului și care duc mâncarea de la Social 1 în topul celor mai gustoase din oraș. Conceptul Smart Casual pune accent și pe latura de bar și face loc unei secțiuni dedicate de Spritz-uri, pentru care rețetele sunt o contribuție total nouă.

Reacția presei nu întârzie să apară, iar

se reunește sub platforma denumită Stadio Hospitality Concepts (SHC). Promisiunea pentru viitor se traduce prin noi restaurante, dar și printr-o platformă de pregătire a unei noi generații de bucătari, ospătari, barmani și manageri.

La 25 de ani după ce pe Strada Câmpianeanu apărea prima adresă celebră pentru ieșit în oraș, gloria este înapoi la un nivel și mai ridicat. Stadio este locul unde vin persoane publice, dar și toți oamenii „normali“ care, însă, de această dată, vor doar să se simtă bine. Exact așa cum îi face să se simtă un restaurant Smart Casual.

## Combinatie de senzație și răsfăț

Pe lista celor mai spectaculoase deserturi de vară își face loc o rețetă aparte, cu fructe și gelato din ciocolată belgiană, totul după o poveste imaginată de Chef Istvan. Diferența dintre invenția din meniul Social 1 și alte preparate care, teoretic, oferă aceleași plăceri culinare se face prin tehnica modernă de preparare cu gheață carbonică. Înainte însă de orice „scamatorie“, se alege cea mai delicioasă combinație de fructe proaspete, compusă din pepene roșu și galben, kiwi, măr, pară, mango, struguri și nectarine. Fructele se lasă la „acidulat“, alături de gheața carbonică, timp de 16 ore, fără însă a li se modifica textura sau proprietățile energizante. Pentru gelato, compoziția clasică cu ciocolată și lapte se răcește și se amestecă apoi tot cu gheață

carbonică, până când devine înghețată. Pe aceeași farfurie se mai adaugă un sos de ciocolată și un detaliu italian original – cornetul pentru gelato, făcut în casă. Experiența finală aduce mai multe zâmbete decât poate aduce combinația obișnuită dintre fructe și ciocolată, oricât de multă ciocolată ar putea intra pe o farfurie întinsă. Și într-un caz, dar și în celălalt, desertul devine o sursă de emoție acidulată, cu puterea de a transmite „pișcături“ discrete pe cerul gurii, sub forma unei senzații care te încântă câteva minute după ce ai terminat de mâncat. Lansat sub numele „Combinatie de senzație și răsfăț“, desertul promite valuri înalte de plăcere și multe mulțumiri, în cazul în care este recomandat amatorilor de dulciuri și de altfel de experiențe.



### Smart Casual Times

**Editor:** Constantin Bacheș  
**Art director & DTP:** Tiberiu Voicu  
**Consultanți design:** PickTwo Studio  
**Foto:** Alex Matei, Rafi, Victor-Bogdan Gheorghita  
**Redactori:** Andreea Matei, Sebastian Mîndroiu  
**Guest editor:** Alexandru Pomană, Blogu lu' Otravă  
**Vânzări și publicitate:** contact @stadio.ro

Conținutul ziarului Smart Casual Times (incluzând fără limitări articole, texte, imagini și design etc.) este protejat de legile copyright-ului și ale dreptului de autor. Acesta nu poate fi reprodus, copiat, distribuit, transmis sau publicat fără acordul scris al editorului.

**STADIO** - restaurant cu atrium -  
**SOCIAL 1** RESTAURANT CU BAR



# Ce mâncăm azi?

♦ Aceasta este întrebarea pe care o auzim prin birou, întâi timid, în jur de ora 12, apoi ceva mai vocal, din ce în ce mai vocal, spre urlet. Asta pentru că, odată cu trecerea orelor, spre prânz, nu mai suntem noi când ne este foame. O spune și un celebru slogan publicitar.



de Alexandru Pomană

Există mai multe tipuri de prânz „la birou.”

**Prânzul cu covrigei.** Sau prânzul „cobor la chioșc, vă iau ceva?”. Tipul de prânz neserios, care te ține pe linia de plutire, cu care te minți singur că ai mâncat ceva în ziua respectivă.

**Prânzul „nu acum, mai târziu.”** Adică deloc astăzi. Pentru că se face ora cinci și constăți că nu ai mâncat nimic. Ca regulă, dacă trece de ora două, prânzul de „mai târziu” nu mai există. În cel mai bun caz se transformă în prânzul „cobor la chioșc, vă iau ceva?”

**Prânzul cu ce mi-am adus de acasă.** Este la locul lui, tradițional. Pachețelul este la îndemână, în frigider, acolo unde

l-ai lăsat de dimineață. Te așteaptă cuminte. O singură surpriză poate să apară aici: colegul pe care îl bănuiești toți că mai fură din frigider, să poftescă fix în ziua aia la sandvișul tău. Nu se întâmplă des, dar se mai întâmplă.

**Prânzul la cantină.** Aceeași doamnă cu polonicul, cam aceleași feluri de mâncare, dar totul în regulă și fără surprize. Un prânz corect și corespunzător, cum ar spune un clasic în viață.

**Prânzul „ce comandăm azi?”.** *Pizza! Iar pizza? Ok, chinezesc. Eu nu vreau chinezesc.* Până la urmă se dă comanda. *Câât durează? Două ore?* Așa e la prânz. *Durează. Ok, aia e. Cine adună banii? ... A venit mâncareea! ... Cui dau banii? ... Mărunt, nu ai?* După toate astea ai timp să mănânci pulpițele dezodate comandate. Și sunt puțin reci.

**Prânzul la cârciumă.** Țasta este preferatul meu. Și nu spun asta pentru că aceste rânduri apar în ziarul unei cârciumi, că nu mi-au dat nici măcar un meniu gratis, deci nu trebuie neapărat să zic de bine de ei. Nu. Doar că, atunci când reușesc să ies la masă la o locantă – și îmi impun să fac



„Ia-ți pauza de masă, dă o pauză minții, dă-ți un restart și vei fi și de două ori mai eficient!”

asta destul de des, și chiar reușesc –, mă simt om. Că iau o pauză de la tot, că răd puțin, că mă hrănesc pe linie de mâncare și de spirit.

Nu toate companiile lasă libertate angajaților să poată ieși unde vor. Nu toți au locuri în zona lor. Nu mereu ai timp. Dar mereu trebuie să îți faci timp măcar pentru

un prânz pe tastatură. Măcar atât. Și uită-te puțin pe geam, respiră, și abia apoi uită-te din nou în monitor. Ia-ți pauza de masă, dă o pauză minții, dă-ți un restart și vei fi și de două ori mai eficient în ce urmează să faci la job în continuare, în ziua respectivă. Aș paria cu tine că așa va fi. Pe un prânz și o bere.

## De ce iubim restaurantele frumoase



de Blogu lu' Otravă

Unii o slăvesc în poezii, alții scriu cărți despre ea, unii o pun pe note muzicale, alții o pictează, noi o fotografiem și punem poza pe Instagram, sau pe Facebook. Nu contează care este varianta în care o facem, important este că exprimăm același lucru: dragostea pentru mâncare.

S-au scris mii de cărți despre rețete culinare și am milioane de oameni care încarcă pe Social Media fotografii însoțite de hashtagurile #food #instafood #pornfood. Dar mâncarea bună vine la pachet cu un pachet complet. Pachet de care ne bucurăm zilnic în unele dintre cele mai frumoase momente ale zilei. Prânzul cu colegii într-un restaurant frumos, însoțit de discuții plăcute despre ce am mai făcut și ce vrem să mai facem – este unul dintre cele mai așteptate momente ale zilei.

Cina alături de persoana iubită într-un



**De asta iubim restaurantele. Pentru experiența pe care o oferă clienților. Mâncarea e doar un pretext :)**

restaurant *chic* este iar un moment pe care cam toți îl așteptăm. La fel ca pe spritul pe care îl facem alături de cei mai buni prieteni. Toate au același numitor comun: un loc *cool*, unde se mănâncă bine și unde designul este unul pe măsură.

Îmi place să descopăr restaurante noi, în aceeași măsură în care merg în locurile mele preferate. Mă bucur de fiecare dată când am ajuns într-un loc frumos și mâncarea a fost pe măsură, serviciile au fost ok și, de ce nu, prețurile au fost bune. Iubesc restaurantele frumoase și iubesc momen-

tul ăla din zi în care mă bucur de mâncare într-un spațiu prietenos.

O să mănânc cu aceeași plăcere de fiecare dată pizza de la Stadio, papanășii de acolo, burgerul cu somon de la Social 1 și o să mă bucur nu doar de mâncarea din locurile astea două, în care mă simt ca acasă, ci și de designul făcut de oamenii mei, Sebi și Radu, de atmosfera din locurile respective, de muzica de la Social 1, de un meci văzut cu prietenii la Stadio, în Atrium, de tot ceea ce înseamnă experiența unui restaurant frumos. De la mâncare la design,

de la personal și servicii la muzică și restul lucrurilor care împreună fac lucrurile bine.

Ce au în comun toate locurile de mai sus? Un design adecvat pentru fiecare loc în parte, o atenție la detaliu de care oamenii din locurile respective au ținut cont, iar asta contează. Pentru că vorba merge mai departe, iar fiecare experiență plăcută dintr-un astfel de loc ajunge la cei din jurul nostru. Și uite așa, restaurantele din București devin locuri din ce în ce mai *cool*, locuri despre care aud și cei care ne vizitează țara, locuri cu care nu ne facem de râs în fața niciunui străin. Ba din contră. Ne mândrim că unele cârciumi de la noi sunt peste multe de afară.

Și asta pentru că încep și patronii din România să vadă lucrurile așa cum trebuie. Vrei un loc cu design frumos? Angajezi un arhitect care asta face. Se ocupă de locul tău, până la ultimul detaliu. Și asta se vede. Și de aici începe totul. Un P.R. bun, un cont de Instagram *smart*, un Facebook interactiv și *cool*, niște evenimente și lucrurile merg așa cum trebuie. Iar eu abia aștept momentul ăla: când masa la un restaurant *chic* devine un moment atât de dorit încât am început să fac asta zilnic. Să merg la restaurant pentru o astfel de experiență. De asta iubim restaurantele. Pentru experiența pe care o oferă clienților. Mâncarea e doar un pretext :)

## Obsesie pentru Lego

Alexandru Banu a avut ocazia să descopere jocurile Lego exact în anul în care Steaua câștiga Liga Campionilor. A rămas atras de figurinele din plastic, în aceeași măsură în care pasiunea pentru fotbal l-a împins să îmbrățișeze cariera de jurnalist. „Primul Lego kit a ajuns la mine în 1986, trimis din Germania de niște prieteni de familie. Mi-a plăcut atât de mult încât am făcut tot ce mi-a stat în putință să mai primesc Lego până când, după Revoluție, au început să se găsească și în România.” Pasiunea a continuat în paralel cu orice alte preocupări și, o dată cu popularizarea rețelilor de socializare, Alexandru a început, acum trei ani, un proiect Facebook și Instagram, pornind de la figurine Lego puse în ipostaze amuzante.

După ce a trecut de 300 de imagini publicate, povestea denumită *Toy Division* a ajuns și în comunicarea Stadio, unde personajele Lego și-au făcut simțită prezența în relație cu elemente emblematice pentru restaurantele Smart Casual. Figurinele din colecția lui Alexandru apar lângă Legendarul Burger Stadio, lângă „Papanășii care ne-au făcut celebri”, lângă ceașca de cafea și chiar în plicul de tacâmuri. „Colaborarea cu Stadio a fost o provocare pentru că este locul meu preferat. Am vrut să fac oamenilor să zâmbească dar să își și dorească să vină la restaurant, în același timp. Așa că am ales să mă leg de cele mai cunoscute rețete și detalii de design, adică acele ingrediente imposibile de confundat cu vreun alt loc din București.”





# 5 reguli pentru bagajul „profesionist“

de Constantin Bacheș

Cu cât călătorești mai mult, cu atât o să ajungi să apreciezi un bagaj simplificat. Drept urmare, pe măsură ce numărul plecărilor crește, scade numărul hainelor și a obiectelor pe care alegi să le cari cu tine. Dacă ne referim la zborul cu avionul, nevoia de simplificare devine, într-adevăr, o nevoie esențială.

Prima regulă se leagă de numărul și de mărimea bagajelor care te însoțesc în timpul deplasării. Ia cu tine o singură geantă și ai grijă să fie de mărime medie sau mică, de preferat aceea mărime care trece drept bagaj mare de cabină! Motivul este simplu: noi, oamenii, avem păcatul să ne întindem pe cât de mare ne este valiza. Dacă ne referim la un format compact, atunci ne vom strădui să fim mai calculați.

A doua regulă spune că trebuie să îți iei cu tine exact hainele la care te gândești dinainte. Fă-ți o împărțire pe zile și nu îți lua mai multe tricouri sau cămăși, doar pentru că sunt în dulap. Ajuns la destinație, o să îți vină în minte tot felul de idei, așa că nu mai adăuga și stresul întrebării „eu cu ce mă îmbrac acum?“

Alege de preferat haine care se asortează între ele, în așa fel încât o pereche de pantaloni să își găsească rolul în mai multe



Noi, oamenii, avem păcatul să ne întindem pe cât de mare ne este valiza. Dacă ne referim la un format compact, atunci ne vom strădui să fim mai calculați.

ținute. Când nu vrei să îți faci prea multe planuri, mai ales într-o vacanță, apelează la piese esențiale, cum ar fi o pereche de jeans sau un blazer din bumbac.

A treia regulă se referă la cum să te încalți. Simplu! Adică cea mai fericită situație este când te hotărăști să pleci cu o singură pereche de pantofi, sau de pantofi sport, pe care însă să îi poți asorta cu toate situațiile în care te vei afla „în deplasare“. Știu că îți plac foarte mult tenișii Converse, dar poate nu sunt chiar potriviți în orice loc și la orice moment. Dacă ești într-un *business trip*, atunci, mai bine, iei cu tine

acei pantofi negri sau maro închis pe care îi porți și la plimbarea prin magazine.

A patra regulă te ajută să arăți bine și în vacanță. Aranjează-ți hainele în dulap, imediat ce ai ajuns la hotel, și ai la fel de multă grijă și când te dezbraci după fiecare zi! Puține cute înseamnă curat, frumos și bine dispus.

A cincea regulă a călătorului profesionist este regula accesoriilor esențiale. Pune în bagaj doar acele obiecte și cosmetice care îți sunt absolut necesare. Acolo unde știi că hotelul este bun, nu te duce cu propriul săpun sau șampon, iar pentru parfum și deodorant alege recipiente mici!

# Origami – imaginație împăturită în hârtie

de Andreea Matei

Veche de aproape 1500 de ani, origami este, probabil, singura formă de artă care reușește să fie simplă și complicată, în același timp. Nu ai nevoie decât de hârtie, răbdare și puțină îndemânare. Sigur, nu vei reuși să împăturiști din prima un cocor gata de urcat pe Instagram, dar ce alt pretext mai bun pentru a le arăta apropiaților latura ta artistică, ai putea să găsești? Dacă după 5-6 cocori nu te mai poți opri din pliat, ar fi bine să afli una dintre



cele mai cunoscute legende japoneze. Astfel, se spune că dacă reușești să împăturiști 1000 de cocori de hârtie, îți se va îndeplini o dorință. Merită încercarea, nu?

Indiferent de motivul pentru care alegi să cunoști arta origami, vei avea nevoie de un inițiator, iar noi știm exact pe cine să îți recomandăm. Adina Rusu, președinta Asociației de Origami din România, ne-a ajutat să le surprindem pe femeile care ne-au vizitat pe 1 și 8 Martie, prin mesaje împăturate, cu grijă, în origami colorate. „Am descoperit arta origami printr-o întâmplare, iar asta avea să îmi redefinească întreaga existență. De atunci, am mereu hârtie la mine și împăturesc oriunde: în autobuz, în tren, la cursuri, în timp ce ies cu prietenii sau mă uit la filme“, ne povestea Adina, atunci când i-am cerut ajutorul pentru a da viață ideii noastre de mărtișoare. Noi încă ne prindem urechile atunci când vine vorba de împăturit, așa că, deocamdată, ne mândrim cu origami-urile norocoase create de Adina.

# Smart Casual Club

Oricine ajunge în restaurantele Stadio și Social 1 poate să se înscrie în clubul Smart Casual. Dacă ți-au plăcut mâncarea, designul și serviciile, atunci ar fi și mai frumos să-ți apară numele, cu litere embosate, pe un card cu ajutorul căruia devii parte din club.

Lista avantajelor începe cu includerea în baza de date și cu obținerea de oferte preferențiale pentru organizarea de evenimente. După înscrierea în club și atingerea plafonului de 1200 lei cheltuiți în 12 luni, se trece la nivelul Gold unde primești o reducere de 10% pentru orice îți dorești din meniu, precum și alte

„cadouri“ care ți se comunică direct prin intermediul newsletter-ului permanent.

Și mai interesant, orice card poate fi utilizat în oricare dintre restaurante, indiferent de locul de unde a fost emis. Ca exemplu, dacă te-ai înscris în Clubul Social 1, cardul Social 1 Club îți garantează același regim preferențial și la Stadio, iar sumele cheltuite la ambele adrese se cumulează în același cont.

O dată cu deschiderea de noi restaurante, principiul se păstrează, astfel încât clienții Gold au privilegiul să se bucure de aceleași avantaje, la orice adresă din portofoliul Stadio.



# ȘTIATI CĂ...

**Restaurantele există din totdeauna... sau... aproape.**

Conceptul de a vinde mâncare pentru o formă de profit vine din antichitate; inclusiv în Roma și China existau negustori ambulanz care vindeau pâine și vin. Hanurile din Evul Mediu sunt prima formă de restaurant cu locuri, iar meniul era ales de gazdă, fără să ofere o varietate foarte mare.

**Termenul „Fine Dining“ vine din franceză.**

După ce Ludovic al XVI-lea și Maria Antoaneta au fost înlăturați în timpul Revoluției Franceze, aristocrația din Franța a fost desființată, iar maestrul bucătării ai Curții Regale s-au trezit fără locuri de muncă. Aceștia au început să își deschidă propriile localuri și să ofere meniuri cu preț fix. Acest tip de afacere stă la baza localurilor cu stele *Michelin* de astăzi. Însuși termenul de „restaurant“ vine din franceză și era folosit pentru a descrie

sosuri grele folosite ca bază pentru mâncare.

**Cel mai mare restaurant din lume se află în Siria.**

*Bawabet Dimashq Restaurant* - sau restaurantul Poarta Damascului - are 6014 locuri.

**Cel mai vechi restaurant se află în Spania.**

Potrivit statisticii oferite de Cartea Recordurilor, restaurantul Botin, din Madrid, este cel mai vechi restaurant care încă funcționează, fiind deschis în 1725. Pe lângă acesta există un alt restaurant ce susține că ar deține acest record, însă neomologat. Acesta este *Zum Franziskaner* din Stockholm, Suedia, deschis în 1421.

**McDonalds a servit sandwich-uri cu ananas prăjit.**

Se întâmplă în 1960, când CEO-ul companiei, Ray Kroc, a venit cu ideea de a introduce „*Hula Burger*“ - un sandwich realizat cu ananas prăjit, chiflă cu susan și cașcaval. Produsul era vândut în

culese de Sebastian Mîndroi

zone selectate, cu un grad mare de populație catolică. Impactul său a fost unul negativ, devenind cel mai contestat produs din istoria McDonalds

**Cel mai scump burger din lume costă 5000 de dolari.**

Restaurantul *666 Food Truck* din New York are în meniu un burger cu trufe, foie gras și sare din Himalaya, la un preț de 666 de dolari. În Paris și Las Vegas există restaurante care oferă burgeri din vită *Kobe*, homar și ceapă caramelizată, la un preț de 777 de dolari, dar cel mai scump astfel de produs poate fi servit la restaurantul *Fleur de Lys*, în Las Vegas, pentru suma de 5000 de dolari și conține, printre altele, oțet balsamic învechit timp de 100 de ani sau prosciutto uscat la soare.

În medie, un englez cheltuie **15.2 lire sterline pe săptămână la restaurant**, iar un american 252 dolari pe lună. Cele mai mari încasări ale industriei sunt de *Valentine's Day* și pot depăși 8

miliarde de euro într-o singură zi! Media zilnică a încasărilor în restaurantele din America este de 1,7 miliarde de dolari.

**Cel mai frecvent motiv de ceartă în restaurant** este ciupitul de obraji al partenerului, iar al doilea cel mai frecvent motiv este privitul insistent către alți consumatori.

**Potrivit Ghidului Michelin, cele mai multe restaurante se găsesc în orașul Tokyo,**

ghidul notând în 2008 peste 160.000 de localuri. New York-ul și Parisul sunt pe locurile 2 și 3 cu câte 23.300 și 20.000 de localuri. New York-ul număra 17.000 de localuri încă din 1925, iar întreaga industrie din Statele Unite ale Americii este și cel mai mare angajator, cu 12,5 milioane de persoane. Peste 25% din adulții americani au fost angajați la un moment dat într-un restaurant.

**Poporul american este cel mai mare consumator de mâncare în oraș**, peste 30% din mese fiind servite departe de casă. Foarte aproape de ei se situează locuitorii din Hong Kong, cu 8,7 mese servite în oraș lunar, iar la polul opus se situează

rușii, cu 0,3 mese servite pe lună la restaurant. În toate aceste state cea mai aglomerată zi a săptămânii într-un restaurant este sâmbăta, urmată de zilele de vineri și duminică. Lunea este ziua cu cel mai mic trafic.

**Chelnerițele îmbrăcate în roșu primesc bacșiș mai bun**

Conform unui studiu publicat în iunie 2010 în *Jurnalul European de Psihologie Socială*, bărbații între 28 și 56 de ani sunt cei mai buni plătitori de bacșiș, iar suma crește proporțional cu aspectul celor care îi servesc. Femeile tinere îmbrăcate în roșu primesc cele mai mari sume, iar printre modalitățile care s-au dovedit eficiente de a crește bacșișul se numără mici „atenții“ cum ar fi bomboanele din partea casei sau recunoașterea și adresarea clientului după nume.

**În Japonia acordarea de bacșiș este considerată o insultă,**

singura modalitate rareori acceptată fiind acordarea de bani într-un plic, dar sub nici o formă la vedere. Restaurantele din această țară au inclus bacșișul pe nota de plată, într-un procent de 18%, iar de la includere, serviciile angajaților s-au îmbunătățit.