



34-я международная  
специализированная  
выставка

**ВСЁ ДЛЯ ОТЕЛЕЙ, РЕСТОРАНОВ  
И СУПЕРМАРКЕТОВ**

# EXPO HORECA MINSK

**7-9 АПРЕЛЯ 2026**

Минск, пр-т Победителей, 20  
Falcon Club Арена

# ИТОГИ

## Expo HORECA Minsk – 2026



**ЭКСПОФОРУМ**  
выставочное предприятие



## Expo HORECA Minsk

Более 60 экспонентов из Беларуси, России, Азербайджана и Индии, 45 спикеров — лидеров и экспертов сферы гостеприимства, и более 3 тысяч посетителей. 7-9 апреля в Минске состоялось главное событие года нашей страны в сфере HoReCa — 34-я Международная выставка для отелей, ресторанов и супермаркетов Expo HORECA Minsk — 2026.

На одной экспозиционной площадке это деловое профессиональное мероприятие объединило представителей ресторанного и отельного бизнеса: инвесторов, управляющих и владельцев ритейла, специалистов пищевых производств и барной индустрии, сферы чая и кофе, поваров и кондитеров. Expo HORECA Minsk — 2026 подарила профессионалам отрасли три дня знакомства с новыми технологиями и прорывными решениями, общение с экспертами и яркие праздничные впечатления.

В этом году экспозиция заняла на порядок большую выставочную площадь, чем Expo HORECA Minsk — 2025. Выставка обрела новые локации, которые отныне станут

традиционными. Это Спикер-площадка, которая собрала экспертов из Беларуси и России по дизайну и проектированию отелей и ресторанов, финансовому менеджменту и управлению, особенностям найма и удержания персонала, маркетингу и стандартам обслуживания; Тренинг-центр с деловыми играми и тренингами по продажам; Workshop Hall — по отзывам посетителей, самая яркая локация выставки с уникальными мастер-классами по разработке меню и дегустациями. Во второй день работы выставки одним из центров деловой программы Expo HORECA Minsk стал Бизнес-зал, где состоялась 2-я Встреча экспертов ресторанного бизнеса Беларуси проекта «Dzeia» при

поддержке бренд-партнера выставки «FONMIX». На Встречу были приглашены специалисты по санитарным нормам и правилам для объектов общественного питания, эксперты по налоговому планированию и правилам организации мероприятий в отелях и ресторанах в соответствии с требованиями законодательства; проходили лекции и консультации экспертов сферы гостеприимства.

Бизнес-среда Expo HORECA Minsk уже имеет и сложившуюся историю, и деловую репутацию. В последние годы запросы на участие в ней начинают поступать задолго до ее открытия, рассказали организаторы. Так, первые заявки на Expo HORECA Minsk — 2026 были получены еще в сентябре 2025-го. Активность со стороны участников в этом году была в два раза выше, чем в прошлом.

За годы работы Expo HORECA Minsk приобрела признанный международный статус, который подтвердила еще раз. Свои премьеры на ее стендах заявили зарубежные предприятия различных форм собственности. Более 35% экспозиционных площадей в этом году было занято компаниями Российской Федерации. Свои наработки российская HoReCa представила в том числе на двух коллективных стендах — Воронежской области и Ставропольского края. Гости отмечали, что Expo HORECA Minsk в Беларуси пользуется доверием и у государственных предприятий, и в среде частного бизнеса, что способствует развитию как сферы гостеприимства, так и туристической отрасли в целом. Выставка не раз подтверждала свое значение, участие в ней — залог взаимовыгодных международных договоренностей как в сфере B2B, так и B2C.

Новым словом в выставочной программе стал первый Чемпионат официантов «Лига профессионалов: сервисный спринт». Проект задумывался как профессиональный вызов. Чемпионат позволил молодым представителям сферы обслуживания прокачать навыки, получить актуальные «подсказки» от лидеров отрасли, а также официальное





подтверждение мастерства своей командой от экспертного сообщества.

Одной из интересных активностей для посетителей стал квест, призванный повысить интерес гостей к стендам экспонентов.

— Отзывы о квесте для посетителей в прошлом году превзошли наши ожидания, поэтому проводим его и на Expo HORECA Minsk — 2026, — пояснила **руководитель проекта «34-ая Международная выставка для отелей, ресторанов и супермаркетов Expo HORECA Minsk» Алла Пухта.** — Участники нас в этом поддержали и подготовили задания для посетителей своих стендов.



Организатором 34-ой Международной выставки для отелей, ресторанов и супермаркетов Expo HORECA Minsk – 2026, как и в минувшие годы, выступило Унитарное предприятие «Экспофорум», а бренд-партнером мероприятия в этом году стала международная компания «FONMIX». Партнерами деловой программы выступили кулинарный альянс Novikov Group&Family Garden и международное коммуникационное агентство «G International Communication».



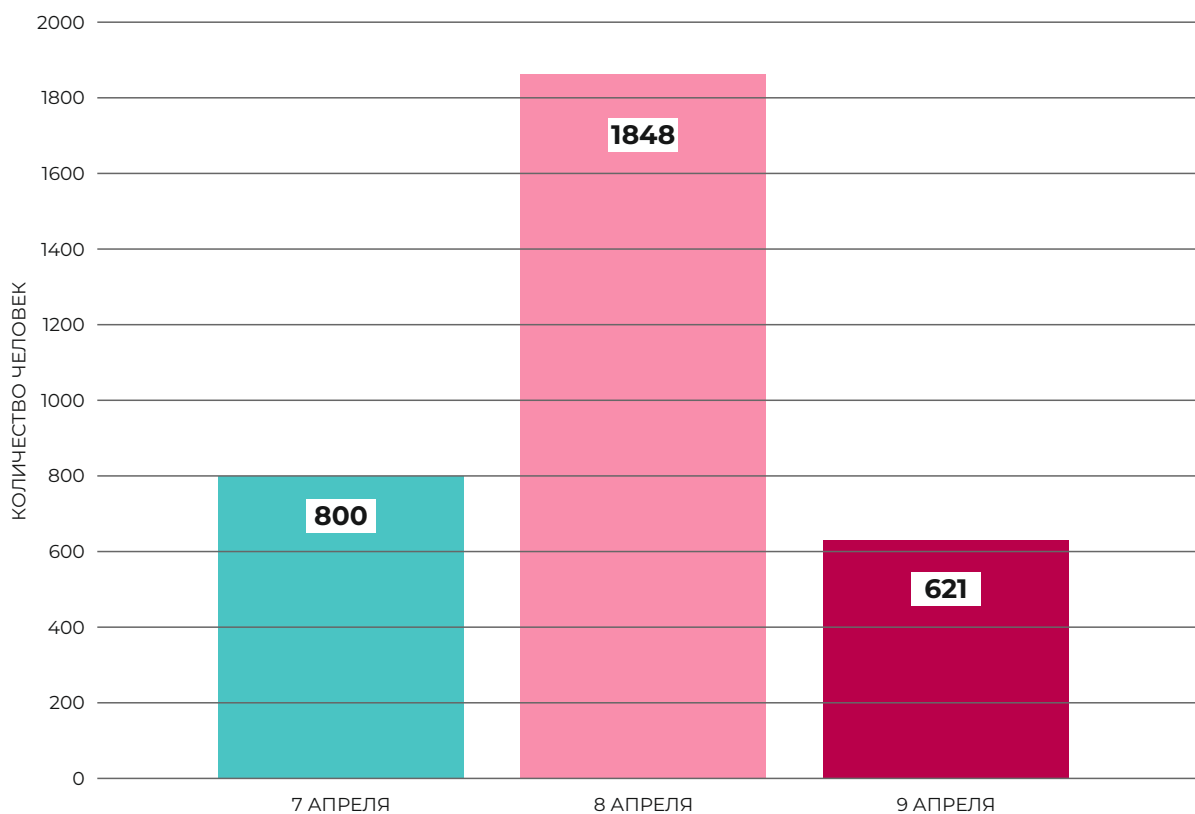
## О чем рассказала статистика?

В дни проведения Expo HORECA Minsk — 2026 экспозиционные площади Falcon Club Arena стали центром притяжения для более чем трех тысяч профессионалов сферы гостеприимства Беларуси (3269 гостей), а также сотен россиян, представителей отельного и ресторанного бизнеса из Китая, Пакистана, Казахстана, Греции, Южной Кореи, Австралии, Швейцарии, Грузии, Узбекистана, Армении, Азербайджана и Бельгии. Преобладали среди посетителей выставки представители высшего звена менеджмента: директора, учредители, инвесторы, начальники отделов продаж, бренд-менеджеры (1 017), но также мероприятие вызвало интерес у бар-менеджеров и бариста, финансовых аналитиков и IT-специалистов, работающих в туристической сфере. Ведущие направления деятель-

ности посетителей — общественное питание (1178), оптовая и розничная торговля, гостиницы и отели, производство еды и напитков, а также учреждения образования сферы гостеприимства. Главными целями визита гости называли знакомство с новинками отрасли, поиск новых поставщиков и партнеров, посещение программы мероприятий, образовательные и консультативные цели.

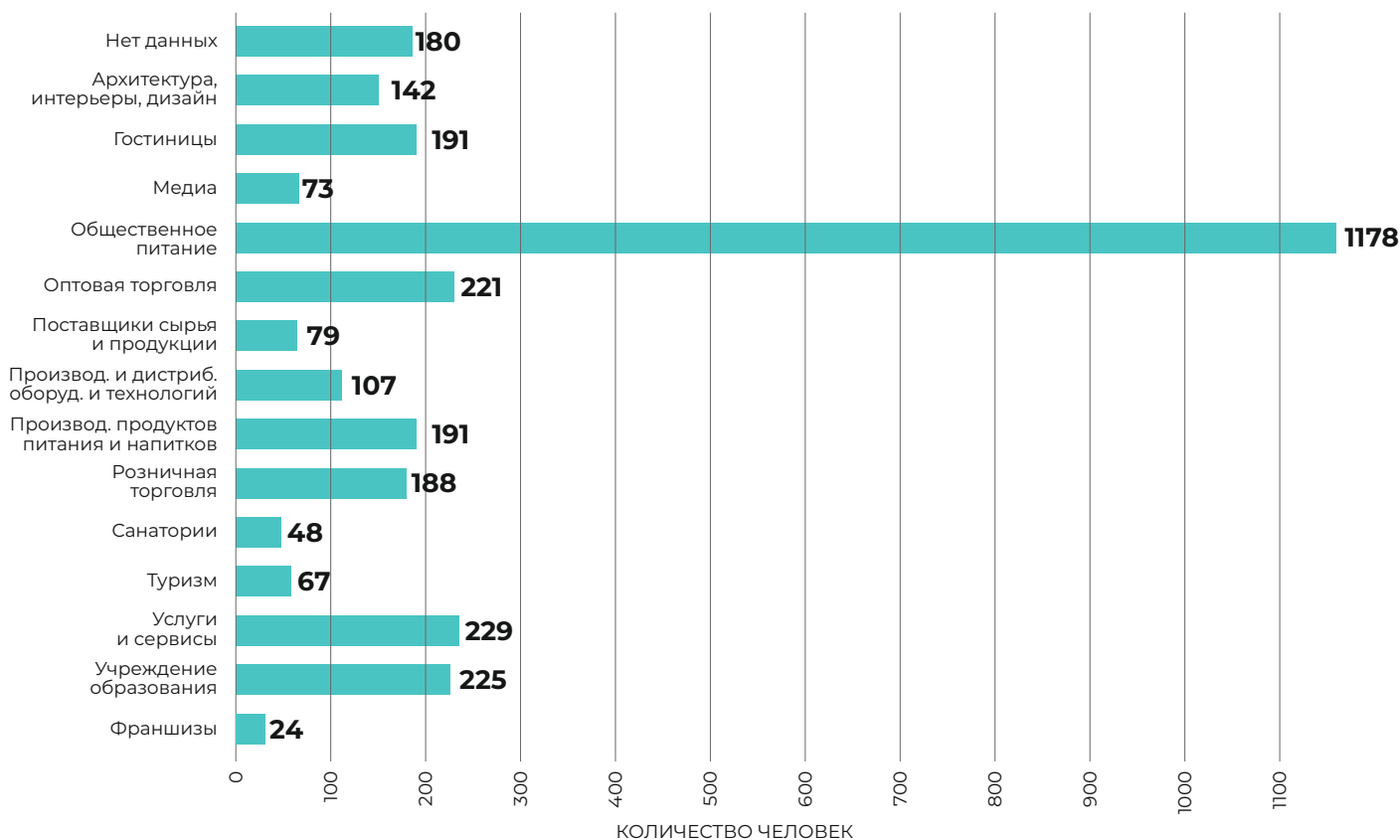
А если говорить о коммерческих результатах Expo HORECA Minsk в более глобальном масштабе, то с 2011 года (с которого ведется регистрация посетителей выставки) число ее постоянных посетителей — более 70%, а среди ее экспонентов более 30% — те компании, которые принимают участие в выставке три и более раз.

### СТАТИСТИКА ПОСЕЩЕНИЯ ПО ДНЯМ

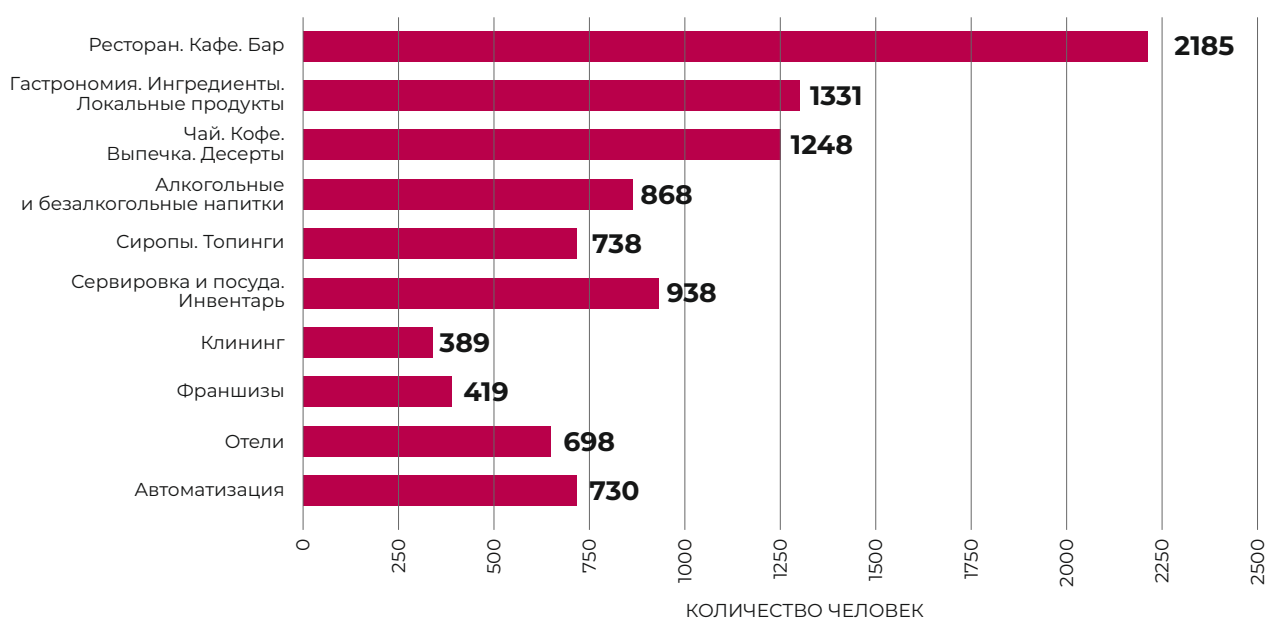


Всего посетило мероприятие: **3269 чел.**

## НАПРАВЛЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ



## КАКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЭКСПОЗИЦИИ ВАС ИНТЕРЕСУЮТ:







## НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

**Официальный старт 34-ой Международной выставке для отелей, ресторанов и супер-маркетов Expo HORECA Minsk – 2026 дали представители государственных структур, выдающиеся практики отрасли гостеприимства и высокие зарубежные гости.**

— Перед Национальным агентством по туризму и в целом перед сферой туризма в Республике Беларусь поставлена важнейшая задача по повышению к 2030 году ВВП вдвое по сравнению с прошлыми годами, — отметил, открывая Expo HORECA Minsk — 2026, **Заместитель Директора ГУ «Национальное агентство по туризму» Денис Бежок.**

Одна из целей текущей пятилетки — увеличить вклад туризма в экономику минимум в два раза, и Денис Бежок выразил уверенность, что эта деловая площадка станет большим вкладом в поставленную перед отраслью амбициозную задачу.

Беларусь и Россия активно взаимодействуют в сфере развития туризма,

отельного и ресторанного бизнеса, отметил во время церемонии открытия выставки **заместитель Торгового представителя Российской Федерации в Республике Беларусь Михаил Аксенов.** Он обозначил также одно из ключевых направлений сотрудничества двух стран в сфере общественного питания:

— Отдельного внимания заслуживает то, что в России сейчас особую популярность обретают российские вина, — подчеркнул Михаил Аксенов. — Несколько лет назад был принят соответствующий закон, сегодня в России производится качественная продукция и уже порядка двух третей продаж на российском рынке — это отечественные вина. Учитывая союзнический характер отношений с Республикой Беларусь, убежден, что взаимодействию в данной сфере будет уделено внимание.

Сфера гостеприимства строится на трех китах: сервисе, людях и возможностях, сказала во время открытия выставки **основатель международного коммуникационного**

агентства «G International Communication» **Екатерина Воевода**. И посоветовала участникам и гостям не упустить уникальный шанс найти новое сотрудничество, новых клиентов и возможности.

**Директор Выставочного унитарного предприятия «Экспофорум» Виктория Миколюк** обратила внимание участников и гостей профессиональной выставки, что для многих Expo HORECA Minsk — 2026 станет стартовой площадкой будущего успеха.

— За свою более чем 30-летнюю историю эта выставка стала знаковой, важной площадкой для поиска новых контактов в индустрии гостеприимства, для ресторанного отельного бизнеса, — сказала она. — Как организаторы, в этом году мы сделали акцент на насыщенной деловой программе (это встречи с 45 экспертами, которые поделятся профессиональным опытом и знаниями). Также выставка — это общение с более чем 70 предприятиями и компаниями из 4 стран мира.

Динамичному инновационному развитию отрасли уделил внимание в своей приветственной речи и **бренд-шеф сети ресторанов «Литвины», шеф-повар с международным именем Александр Чикилевский**:

— Очень здорово, что выставка каждый год набирает больший оборот, — отметил он. — Благодаря ее работе поставщики привозят в нашу страну новые, интересные продукты, и это помогает развитию ресторанного бизнеса Беларуси.





## Сфера гостеприимства – это огромный потенциал роста

Сегодня Expo HORECA Minsk — это экспозиция, представленная 20 разделами. Ключевыми направлениями ее работы в этом году стали Ресторан. Кафе. Бар; Гастрономия. Ингредиенты. Локальные продукты; Чай. Кофе. Выпечка. Десерты; Алкогольные и безалкогольные напитки. Сиропы. Топпинги; Сервировка, посуда, инвентарь; Клининг; Отели; Франшизы.

Среди участников выставки — ведущие компании и предприятия, задающие моду и принимающие основополагающие решения для сегмента HoReCa и ритейла. DR.COFFEE FASTBUY, OSQ GROUP, TravelDB, WATWELL, АГРОПРОДМАШ, АДИРА ГРУПП, Азербел-Трейд, АЛКА САНЗ, ИНТЕРПАПЕР, КАФФЕСТА СИСТЕМС, КлиматПрофи, НАТИВА-СЕРВИС, ОЛКАПС, ПРОКСИМАВЕСТ, РЕМОНДИС, РЕСТМАРК, СТБел Плюс, СУШИ-БАР «ТУНЕЦ» И СУШИ-БАР «БОСС ЛОСОСЬ», ТОРГОВЫЙ ДОМ РУСКОН — вот далеко не полный список лидеров отрасли, активно участвующих в развитии проекта.

А началось всё в далекие 1990-е, когда и родилась прорывная на тот момент идея

объединить на одной выставочной площадке инновации, лидеров и экспертов сферы гостеприимства. **Руководитель проекта «34-ая Международная выставка для отелей, ресторанов и супермаркетов Expo HORECA Minsk» Алла Пухта** — одна из тех уникальных специалистов, кто стоял у ее истоков и благодаря кому выставка стала одним из «локомотивов» развития сферы гостеприимства страны. У Аллы Николаевны мы спросили об этапах развития проекта.

— Я руковожу проектом с 2014 года, — рассказывает Алла Пухта. — А его история уходит в 1992 год, когда стартовала первая выставка под названием «BISTRO». Отмечу, что работаю в компании «Экспофорум» с 1993

года и являюсь одним из создателей концепции этой выставки. Таким образом, выставочный проект «Expo HORECA Minsk» начал свою историю с ярмарки «BISTRO». Проект развивался. В 1994-95 годах тематика ярмарки была расширена — появились разделы «Пиво», «Вина и напитки», «Сладко-ежка», в программе проекта достойное место заняли международные конкурсы-дегустации алкогольной и безалкогольной продукции. Успешное развитие и высокий статус мероприятия подтверждает более чем тридцатилетняя история и присуждение проекту знака качества Международного союза выставок и ярмарок СНГ и стран Балтии.

— Почему изменилось название проекта?

— Сфера гостеприимства — это огромный потенциал роста и развития. Ежегодно появлялись новые тренды, развивались технологии, менялись подходы. И постепенно нам стало очевидно: в концепции «BISTRO» проект существовать уже не может: он перешагнул эти рамки. К 2010 году сложилось несколько факторов, которые отразились на следующем этапе развития выставки: современные европейские тенденции активно интегрировались в производство и культуру организации общественного питания; предложения для сегмента HoReCa значительно расширились, особенно в направлении технологического и холодильного кухонного оборудования благодаря компаниям-дистрибьюторам; усилились консолидация и развитие поварского, пекарского, кондитерского профессиональных сообществ; активная экспансия кофейной и чайной культуры в Беларусь — все это выразилось в ребрендинге. И отразилось в новом названии выставки — «HORECA. RETAILTECH».

В 2013 году за 4 дня выставку посетил 4274 бизнес-гостя. Участие в экспозиции приняли 84 предприятия. В 2017 году состоялась международная выставка барной индустрии «MINSK SPIRITED BAR SHOW» / «MSBS2017». А в 2024-ом, в рамках выставки «HORECA. RETAILTECH», стартовал новый образовательный проект барно-кофейной специализации — выставка-конференция «BARECO Show Minsk». В минувшем году,





учитывая огромный спектр интернет-площадок в сегменте, организаторы анонсировали название проекта с четким фокусом на офлайн-формат и названием «Expo HORECA Minsk».

— Чем примечательна «Expo HORECA Minsk — 2026»? Какой она останется в истории развития сферы гостеприимства Беларуси?

— Прежде всего, очень востребованной: еще на этапе ее организации мы не могли не от-метить внимание к проекту как со стороны участников, так и со стороны специалистов, которые следят за новыми тенденциями в индустрии. Свою главную задачу, как организаторы, мы видели в том, чтобы участники выставки смогли получить необходимые точки контакта с покупателями и потенциальными партнерами, профессионально презентовать свой бренд, услугу, концепцию. Сделать выставку актуальной для специалистов — значит «держать руку на пульсе индустрии», наполнять ее ценным содержанием.

Каждый год, кроме основной экспозиции, выставке сопутствует экспертная деловая программа. В этом году в числе экспертов были ведущие специалисты, «тяжеловесы» отрасли как из Беларуси, так и из других стран. Это особенно ценно, так как на площадке Expo HORECA Minsk спикеры делятся личным опытом и работающими кейсами, и эту информацию найти в интернете, поверьте, невозможно. И еще одна наша «фишка» — в каждом проекте мы проводим мероприятия с элементами шоу. Например, гастрономические дегустации. На протяжении последних десяти лет выставке сопутствовали «Пицца-Чемпионаты», фестивали «КулинарШоу», Чемпионат по приготовлению драников, «Чайный фестиваль», кофейные чемпионаты «COFFE FEST BELARUS EXPO» и бизнес-фестиваль для кофейного сообщества Беларуси, конференция «Успешный отельный бизнес». А в этом году концепцию поддержал первый Чемпионат официантов «Лига профессионалов: сервисный спринт».

Не могу не отметить и еще один интересный момент нынешнего года: выставка стала очень инновационной. На ней были представлены новые решения в сфере IT и искусственного интеллекта. В том числе решения для расчета и самообслуживания

клиентов. Это дает новый уровень свободы, когда, например, кофейня может работать самостоятельно, практически без персонала — прекрасное решение для отелей, развлекательных локаций, объектов социального значения.

И еще одна инновация: в этом году все гости выставки прошли автоматизированную регистрацию, позволяющую организаторам эффективно собрать профессиональную статистику и при необходимости — своевременно информировать гостей о новостях выставки и участниках. — В чем особенность «Expo HORECA Minsk — 2026» — в ее интеграции в глобальные процессы, проходящие в туристической отрасли нашей страны?

— «Expo HORECA Minsk — 2026» в этом году прошла в рамках профессионального альянса ключевых проектов туристической, ресторанной и гостиничной индустрии — Большой Туристической Недели. В отеле Минск Марриотт, (на одной территории с Falcon Club Арена) проект собрал более 800 гостей. Организаторами выступили наши партнеры — Республиканский союз туриндустрии Беларуси (РСТИ). Состоялся IV Белорусско-российский туристический конгресс и международный форум Travel Hub «Содружество» в Минске, в программе которого были и такие разделы, как «Гастрономические бренды как средство продвижения дестинаций», Гастропремия «WHERE TO EAT BELARUS», патриотический, активный, агро- и экотуризм (туристические события, маршруты и сувениры), отраслевые дискуссии, форум гостиничного бизнеса, B2B-биржа контактов. Это — главное событие весны для профессионалов тур-отрасли и бизнес-среды всей индустрии гостеприимства. О туризме и сфере гостеприимства как одной из точек роста экономики страны, сегодня говорится на самом высоком государственном уровне. Переоценить важность создания сильного бренда белорусского туризма невозможно. Интерес иностранцев к Беларуси в последние годы остается стабильно высоким, активно путешествуют по родной стране и белорусы. И мы рады стать частью этого общенационального процесса, который позволяет открывать новые горизонты.





## Деловая программа

Активная деловая программа от ведущих экспертов индустрии гостеприимства всегда была неотъемлемой частью Expo HORECA Minsk. В этом году деловая программа стала объемней, увеличилось число площадок: выступления, мастер-классы, экспертные и аналитические сессии от 45 спикеров проходили на четырех локациях по 10 актуальным направлениям, включая маркетинг, сервис, финансовый менеджмент, дизайн и UGC-контент, пищевую безопасность и нормы СанПиН.





## Гостеприимство как искусство

Отрасль гостеприимства многогранна, объединяет самые разные направления, и чтобы не потеряться в этом многообразии (особенно начинающим представителям бизнеса), необходимо опираться на опыт профессионалов. Спикер-площадка «Expo HORECA Minsk — 2026» стала для многих своего рода «маяком», помогающим проложить верный курс. Три дня в формате нон-стоп тут звучали выступления ведущих экспертов отрасли.

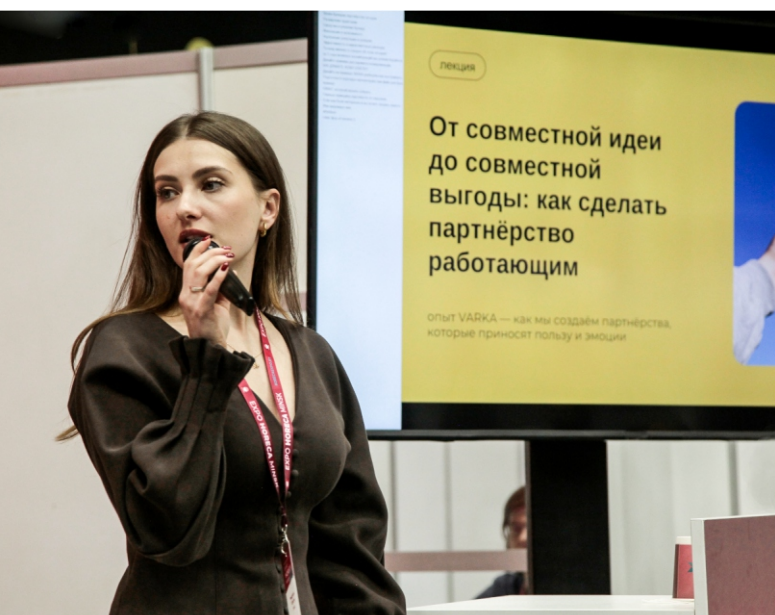
В рамках «Дня отелей» 7 апреля здесь собрались эксперты из Беларуси и России по дизайну и проектированию отелей и ресторанов. Модератором Белорусско-российской экспертной панели «Отель и ресторан как искусство: дизайн, который возвращает» стала **специалист с международным именем Екатерина Воевода, основатель международного коммуникационного агентства «G International Communication».**

— Через агентство я расширяю международные связи, — говорит о своей работе

Екатерина. — Получается дизайн-, арт-, архсообщество, где люди коммуницируют и находят потенциальных партнеров. Это касается и России, и зарубежья. Работаем с Китаем, Индией, Оманом. Я понимаю, что у дизайнеров и архитекторов нет ресурсов самостоятельно рассказывать о себе. И тут я могу помочь. И не только им. Сформировать новые созидательные связи между дизайнерами и аудиторией, байерами и выставками.

В первый день работы международного форума на спикер-площадке прозвучали экспертные выступления по финансовому менеджменту и управлению, особенностям найма и удержания персонала.

Одним из наиболее ярких ивентов локации стало выступление **Владимира Проничева, музыкального редактора FONMIX — компании-оператора музыкального вещания в коммерческих объектах, Бренд-партнера выставки.** Он ответил на вопрос, зачем современному отелю продуманная музыкальная концепция. Специалист говорил о том, что музыка в кафе — не просто



звуковой фон. Правильное звуковое оформление работает наравне с интерьером, меню и сервисом. Продуманная музыка — мощнейший инструмент для повышения лояльности гостей и создания уникальной атмосферы, а аудио-объявления — это полноценный маркетинговый канал.

Второй день на спикер-площадке был посвящен маркетингу и стандартам обслуживания. Открыло программу выступление **Ольги Рябухиной, сертифицированного тренера по программе Marriott International с более чем семнадцатилетним опытом в сфере гостеприимства в сетевых и независимых отелях.** Ольга провела масштабный тренинг по стандартам работы службы гостиничного хозяйства, департамента напитков и питания, службы приема и размещения гостей. Тренинг вызвал большой интерес, посетители, включая представителей индустрии с других городов и регионов, начали регистрироваться еще за два месяца до мероприятия.

Яркими акцентами дня стали интерактивная лекция по коллаборациям от команды **сети кофеин «VARKA» и ресторанного маркетолога и лауреата Всемирной премии в области кулинарной и барной литературы «Gourmand Awards» Дмитрия Федькова,** а также выступление **Татьяны Закжевской, учредителя Группы компаний «Retail-Marketing», специализирующейся на разработке и реализации торговых-технологических проектов для продовольственных сетей.** Татьяна поделилась актуальной статистикой и трендами рынка «готовой еды», который в последние годы активно развивается и в скором времени составит значительную конкуренцию ресторанам и кафе.

Третий день открыла аналитическая сессия по пищевой безопасности и дискуссионная панель «Экономика впечатлений — современная модель общения бизнеса и клиентов», собравшая на одной площадке экспертов в области маркетинга, брендинга и HR, включая представителей международных брендов Marriott International и Hilton Worldwide.



## «Во вкусовых предпочтениях белорусы с россиянами похожи»

Тренинг «Обучение и внедрение стандартов работы службы гостиничного хозяйства, департамента напитков и питания, службы приема и размещения гостей», по итогам выставки — в числе мероприятий, вызвавших большой интерес аудитории. Среди приглашенных гостей был директор по маркетингу, коммуникациям и развитию совместных проектов кулинарного альянса Novikov Group&Family Garden (РФ) Александр Кроитор.

— С прошлого года у меня было 47 выступлений на 47 мероприятиях, но в Беларуси я выступал впервые, — рассказал Александр. — Мы лишь недавно открыли в Минске первый ресторан, и нас сразу позвали на Expo HORECA Minsk — 2026. На выставке я увидел стенды по продаже франшизы, очень много различного оборудования. Очень круто, что в Беларуси есть интерес к гастрокультуре, что индустрия растет и развивается.

— Есть ли различия в предпочтениях белорусского и российского гостя ресторана?

— Во вкусовых предпочтениях белорусы с россиянами похожи. А в целом, люди идут туда, где вкусно. Конечно, «вкусно» — понятие индивидуальное. Но в целом, рецепт — свежие, качественные продукты и рука шефа.

— А что определяет хорошего повара?

— Желание расти и развиваться. Многие повара приходили к нам без имени,

занимались одним маленьким ресторанчиком, а сейчас они бренд-шефы нашей огромной сети. Хотя вообще-то повар — это изначальный талант.

— Что главное вы хотели донести до аудитории своим выступлением?

— На самом деле, посыл любого моего выступления один: не бояться что-то открывать. Любой проект имеет право на жизнь, если открыт в нужном месте и в нужное время. Одно из наших главных направлений деятельности — продажа франшиз, уже упакованных историй. И это — один из путей для молодых рестораторов, которые пока не знают, что открыть. Покупка франшизы — это та история, когда известный ресторатор уже набил шишки до тебя. Он уже сделал концепцию, тебе надо только купить франшизу и открыть известный бренд.



## Простота и глубина

Одним из самых ярких мероприятий Спикер-площадки стала дискуссионная панель «Гастрономический туризм как бизнес-стратегия». Ее участником был бренд-шеф сети ресторанов «Литвины» Александр Чикилевский, повар с международным именем, более 35 лет развивающий современную белорусскую кухню.

— Кулинарная культура страны — это не набор блюд, а глубокий исторический и культурный пласт, — отметила, открывая мероприятие, гастро-продюсер Любовь Давыдова (Ковалева). — Это совокупность вкусов, техник, смыслов и образов, которые определяют «гастрономический код страны».

В белорусском коде — простота, скромность и глубина, отмечали эксперты.

— Белорусская кухня — не кухня ярких эмоций, а кухня вкусовых нюансов: для нее не характерны настолько резкие и яркие вкусы, как, например, для Испании или Китая. Зато каждый регион способен удивить деталями и нюансами своей аутентичной кулинарии, и в этих деталях — наша честность, подлинность и «настоящность», — сказала эксперт.

Интерес посетителей кафе и ресторанов возвращается к традиционным вкусам, рассказал Александр Чикилевский.

— И это — мировая тенденция. Еще несколько лет назад повара экспериментировали со вкусами, «смешивая» Европу и Азию. Сейчас люди устали от непривычных вкусовых сочетаний. Чем проще блюдо, тем оно вкуснее, и тем больше положительных отзывов приходит от гостей.

От сложных составов кухня приходит к качественному, правильному приготовлению понятных на вкус блюд.

— На тарелке сегодня не должно быть более трех вкусов, — говорит бренд-шеф сети «Литвины». — Важно не удивить вкусовые рецепторы, а подчеркнуть натуральный вкус свежего, качественного продукта.

Сделать вкусным простой продукт — достаточно сложно, подчеркнул Александр.

— Можно замариновать мясо в восемнадцати маринадах, но тогда мы потеряем вкус мяса, будем чувствовать только ароматические добавки. Вопрос в том, чтобы люди воспринимали это правильно. За много лет гости привыкли к большому количеству специй и соли, и далеко не все пока готовы принять понятный продукт с натуральным вкусом — для этого должно пройти какое-то время. Но, на мой взгляд, очень важно, чтобы человек получил в ресторане кусок вкусного, свежего мяса, и если это говядина, то мясо имело вкус говядины, а если свинина — то вкус свинины. А специи — чтобы только подчеркивали этот вкус, но не забивали его. Это самое сложное.

— То есть это та самая «простота, глубина и честность», которая и составляет «гастрокод» белорусской кухни?

— Пожалуй, да. Но когда речь идет о любых старинных рецептах, если досконально их выполнять на современной кухне, процентов 95 современных гостей их не примет. Вкусовые рецепторы наших предков и наши — отличаются. Если вы смотрели старинные сборники рецептов, то наверняка обратили внимание, что в достаточно большом количестве рецептов используется уксус или закисленные продукты — квашеные свекла, морковь, капуста (продукты ферментации — то что стало трендом лишь несколько лет назад). И вкус блюд от этого получается совсем другой. Да и тот же уксус в старину был другим — вкус домашнего уксуса намного мягче промышленного. Старинные рецепты надо интерпретировать с учетом современных вкусов, чтобы блюдо «зашло».

— А насколько востребована белорусская кухня в Беларуси?

— Белорусская кухня сейчас — в начале своего развития. Еще три года назад в Беларуси не было такого количества ресторанов, которые позиционировали себя как белорусская кухня. Сегодня их становится больше, и я радуюсь этому. У нас богатейшая культура, много вкусных и полезных блюд, которые надо показывать гостям.



# Доступный премиум, оздоровление и гастротуризм

О том, что в целом происходит сегодня в сфере туризма, рассказали со сцены Спикер-площадки Мария Прата и Надежда Назаренко, сооснователи маркетингового агентства SAVORA.

В 2025 году более 2 млн. белорусов путешествовало внутри страны, Беларусь посетило 579 тыс. иностранных гостей. Большинство иностранных туристов, посетивших нашу страну — из России, лидировали по турпотoku столичный регион (Минск) и Брестская область. Средняя продолжительность пребывания в Беларуси иностранного туриста — 4 дня, а белорусские путешественники выбирали поездки на выходные или без ночевки.

Среди наиболее востребованных сценариев отдыха — доступный премиум, когда путешественники не останавливаются в дорогом отеле на несколько дней, а выбирают одну или две опции: например, посещение SPA или известного ресторана. Следующий сценарий в топе — оздоровление, которое стало не отдельной категорией, а целью путешествия. Как следствие, рестораны разрабатывают вегетарианские и веганские меню или меню сбалансированного питания (наиболее частый запрос — с повышенным содержанием белка). И, наконец, люди выбирают впечатления, которые способны создать связь с местом и людьми, которые здесь живут. Сюда можно отнести и посещение фермерских рынков (по некоторым из них в Беларуси даже водят экскурсии), и промышленный туризм: объединение различ-

ных направлений только усиливает впечатление о стране, подчеркивали эксперты. В прошлом году были популярны такие туристические активности, как «грибные» и «ягодные» туры. Но гастротуризм — не обязательно про сельскую местность, кулинарная культура наших городов (бары, рестораны, кофейни) также интересна и самобытна, обратила внимание Надежда Назаренко.

Согласно исследованиям, сегодня туристическая аудитория меняется. Появляется больше одиночных туристов, среди которых много мужчин — и это важно учитывать ресторанам и кафе, предлагая больше столиков на одного посетителя, отметили маркетологи. Еще одна большая категория путешественников — женщины среднего возраста, которые объединяются в компании. Распространенный портрет гостя — родители с детьми, когда путешествие становится семейной моделью. Нередко именно дети планируют маршрут, а родители — воплощают его в жизнь, рассказали маркетологи. Выросла доля путешественников с домашними питомцами (с собаками). Туристы ищут дог-френдли заведения питания и отели, где возможно размещение с животными с дополнительными опциями — лежанками для питомцев, меню для собак и опцией выгула.





## В формате игры

Деловые игры и тренинги по продажам, успешным переговорам и работе с возражениями клиентов стали возможностью для профессионалов сферы гостеприимства в игровой манере увидеть точки роста заведения и команды, понять пути изменения и улучшения своей работы и векторы развития собственного проекта.

Опыт прошлых лет продемонстрировал, что участники и посетители легко входят в теплое, доверительное общение, когда им предоставляется возможность презентовать свой бренд, продукцию или получить новые знания в игровой, непринужденной коммуникации, рассказали организаторы выставки. Тренинги и мастер-классы, которые проходили в этой локации, были разработаны под специфику и задачи HORECA, подчеркнули они. Все желающие нашли здесь полезные практические советы и даже готовые кейсы от экспертов, инсайты и эффективные рекомендации по продвижению и развитию своего бизнеса, моделированию и оптимизации бизнес-процессов.

Открыл работу Тренинг-центра Мастер-маинд для предпринимателей «Вне ролей: как перестать играть чужую жизнь и найти свою нишу», собравший широкую аудиторию как профессионалов бизнеса в сфере HORECA, так и молодых игроков (на которых в первую очередь и был рассчитан тренинг). Личным опытом становления собственного дела поделилась международный судья, эксперт и соведущая программы «Король десертов. Кубок Агзамова», победитель Международной кулинарной олимпиады и Глава HoReCa Slavic Анастасия Колупанович.

Среди наиболее значимых мероприятий, которые в рамках Expo HORECA Minsk — 2026 состоялись в Тренинг-центре, гости и



экспоненты назвали игровой мастер-класс «Сказочные переговоры — как добиваться желаемого в общении с кем угодно» от Дарьи Денисовой, медиа-менеджера с 10-летним опытом работы, приехавшей поделиться экспертизой из Санкт-Петербурга, серию тренингов для отельеров и финансовых служб по стандарту USALI (The Uniform System of Accounts for the Lodging Industry), единой системы счетов в гостиничном бизнесе, а также мастер-класс по теме собеседований и адаптации в кофейне, кафе, ресторане. Спикерами Тренинг-центра стали эксперты международного уровня — Яна Семенова, HR-директор компании Coffe Embassy, Эбрахим Эйди Насири (белорусско-иранской компании «Belirico»), Екатерина Колыбская, практикующий тренер с 19-летним опытом в сфере гостеприимства, Алексей Пряслов, специалист по консалтингу и инвестициям в гостиничном бизнесе, управляющий директор компании HOMS и многие другие.

Посетители мероприятий Тренинг-центра в положительном ключе отметили и формат бизнес-игры, позволяющий эффективно получать знания, быстрее расти и находить эффективные управленческие решения.





## Мастер-классы и дегустации

Workshop Hall задумывался организаторами как пространство, цель которого — передача участникам мастер-классов конкретных навыков и техник, которыми в совершенстве владеют приглашенные на эту площадку мастера.

У участников мастер-классов была возможность задавать вопросы, практиковаться под руководством экспертов. А также узнавать о совершенно новых на белорусском рынке продуктах во время презентаций и дегустаций.

Специальными гостями Workshop Hall стали **победительница российского шоу «Битва шефов» на телеканале «Пятница», шеф-повар с международным опытом (Франция, Польша, Хорватия) Ксения Чиликина и шеф-повар сети ресторанов Gan Bei SINGH MAHENDRA, участник и призер Национальных чемпионатов Tea Masters Cup Маргарита Корзун.**

Основным направлением, в рамках которого эксперты формировали свои выступления, в этом году была разработка меню для фуршетов, а также сезонного меню кофеен. А первым на этой уникальной площадке стал тренинг-конструктор «Слова-магниты vs Слова-убийцы». Практикующий сервис-тренер в индустрии гостеприимства и владелица барного кейтеринга Екатерина Колыбская рассказала о том, как именно стоит говорить с гостями, и какие (вежливые и порой ставшие уже привычными) формулировки — категорически запрещены, поскольку лишают заведение клиентов, которые туда не возвращаются.

Большую аудиторию собрал мастер-класс первой в истории «Битвы шефов» белорусской

победительницы, Ксении Чиликиной «Адриатический гарнир: хорватский подход к овощным блюдам».

— Я готовлю самую обычную еду. Но для меня ценно именно то, как я это делаю, — говорит Ксения. — Определяю для себя это так: развиваю философию готовки через призму личного опыта. Мое блюдо — результат процессов, происходящих в моей жизни, душе и разуме.

Блюдо может быть любимым, но процесс его приготовления меняется, поясняет шеф-повар:

— Во многом это зависит от того, где именно я готовлю. Это может быть, например, семья (одно из направлений моей работы — личный шеф-повар), где моя задача не просто сварить, например, гороховый суп, а учесть все пожелания: характеристики вкуса, текстуры, внешнего вида. На разных кухнях мой гороховый суп будет совершенно разным на вкус. Как и его подача. То же самое касается котлет, салатов, гарниров. Если это, скажем, кулинарный конкурс или профессиональный семинар, где я готовлю для зрителей — этот момент тоже важно учитывать. Да, я не знаю, что любит каждый из зрителей, но я знаю, что люблю я. Люблю честность, уважение к продукту, качество продукта. И это я всегда стараюсь дать, вне зависимости от того, есть у меня зритель или нет.



В программе Workshop Hall в нон-стоп режиме за три выставочных дня состоялось более десяти ярких, запоминающихся мастер-классов и презентаций (а по сути, настоящих шоу с выраженной практической направленностью), среди которых был, в частности, мастер-класс от шеф-повара Gan Bei «Секреты идеального Басмати» и цикл мастер-классов «Культура чая» с дегустацией редких органических чаев.

Презентации и дегустации новых для белорусского рынка продуктов стали важной частью работы локации.

— Мы давно проявляли интерес к рынку Беларуси, и когда узнали, что будет такая выставка, отправили заявку и приехали сюда поработать, — рассказал владелец семейной мастерской вкусов JAM.ME Виталий Нестерович. Мастерская (производство расположено в Ставрополе) провела дегустацию соусов к мясу, рыбе, различным гарнирам.

— Пока рано делать выводы, но интерес посетителей к нашей продукции был, презентация прошла успешно: продукт всем понравился, — добавил Виталий Нестерович. — В Беларуси организация таких мероприятий традиционно на высшем уровне, здесь гостей всегда встречают радушно. Спасибо организаторам.

— Очень важно показывать свою продукцию «вживую», проводить дегустации, — подчеркнул генеральный директор ООО «Эссенция» Игорь Кириллов (РФ). — Мы участвовали в выставке Expo HORECA Minsk и в прошлом году. В Беларуси свой менталитет, более «медленный», чем в России. Но чтобы быть лучшим, надо быть первым. На Expo HORECA Minsk — 2026 мы привезли продукцию, которой пока нет даже в России. И уже есть компании, которые заинтересовались сотрудничеством с нами. Это не оптовые компании, а бизнес для бизнеса — нам было бы интереснее иметь одного представителя в Беларуси и работать через него. Но в целом, уже ясно, что участие в Expo HORECA Minsk — 2026 было для нас не только интересным, но и полезным.

9 апреля в рамках выставки Expo HORECA Minsk прошел Профессиональный республиканский чемпионат «Лига профессионалов: сервисный спринт», где были продемонстрированы профессиональные навыки и мастерство официантов.

На чемпионат в Минск приехали участники со всех регионов: как юниоры, которые еще учатся в колледжах, так и официанты, которые уже работают в отелях и ресторанах. Победителем Чемпионата стала Ирина Захарова — официант из отеля «Минск».



## Стратегия развития отрасли

Эксперты различных направлений ресторанного и отельного бизнеса, ученые и специалисты-практики определили вектор развития белорусской сферы гостеприимства на перспективу, наметили пути реализации глобальных задач, стоящих перед отраслью.

Бизнес-зал стал на второй день работы выставки местом проведения в рамках деловой программы Expo HORECA Minsk — 2026 Второй встречи экспертов ресторанного бизнеса Беларуси проекта «DZEIA». В центре внимания были санитарные нормы, налоговое планирование, особенности организации праздников и других массовых мероприятий и прочие важнейшие аспекты деятельности кафе, ресторанов, отелей. Ключевыми темами стали: «Как разобраться с СанПиН и не тратить деньги на штрафы» (спикер — Мария Суховей, преподаватель кафедры гигиены БГМУ, автор научных статей); «Налоговое планирование как инструмент

минимизации рисков» (спикер — Наталья Кулаковская, член Палаты налоговых консультантов Республики Беларусь); «Ивент-безопасность: что должен знать каждый организатор» (спикер — Валентина Верба, директор юридической компании «Юридическое агентство Деловые отношения»). Прошли юридические консультации для бизнеса.

В целом, на экспертной площадке Бизнес-зала состоялся целый ряд крупных мероприятий, позволяющих ведущим экспертам индустрии наиболее полно и всесторонне обсудить глобальные вопросы и актуальные нюансы развития сферы HoReCa.

## «Живое общение, точки роста и перспективы сотрудничества»

### МНЕНИЯ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ

#### **Александр Чикилевский, бренд-шеф сети ресторанов «Литвины», завоевавший титул «Лучший ресторан белорусской кухни» по версии международной премии WHERETOЕAT:**

— Любая выставка интересна: приносит новые идеи, продукты, встречи. Благодаря Expo Horeca Minsk на белорусском рынке появляются новые вкусы, новые продукты. По результатам Expo HORECA Minsk — 2026 у меня появились новые договоренности о сотрудничестве. Это постоянная работа и постоянные новые моменты в развитии, в коллаборации. Здорово, что есть такая выставка. Если говорить о новых вкусах, я отметил бы, в частности, ООО «Эссенция»: компания привезла на выставку концентраты жидких специй. Мы разговаривали с представителем компании, и я с ним соглашусь: когда используешь сухие специи или свежие, они достаточно быстро теряют свою ароматику. Здесь же сохранен вкус, он достаточно долго держится: порядка двух лет жидкие специи не теряют вкуса и аромата. И очень экономно расходуются: две капли на литр, и слышишь вкус. Сухих специй надо на порядок больше, чтобы держать такой ароматический интенсив. На каждой выставке Expo HORECA Minsk можно открыть для себя что-то новое, и это замечательно.

#### **Ксения Щукина, представитель ОДО «КлиматПрофи» (винные шкафы MEYVEL) (Беларусь):**

— Для нашего сегмента было очень важно выйти в свет, показаться. Выйти за рамки интернета и наладить контакт с клиентами очно. Мы хотели посмотреть, как публика реагирует на наш сегмент. Винных шкафов сейчас на рынке очень мало. Выставка показала заинтересованность в нашей продукции у потенциальных партнеров. Мероприятие прекрасно организовано. Классно еще и то, что организаторы придумали квест: люди подходили за наклейкой, а уходили с визиткой, с контактом. Это очень ценный, креативный момент в плане интерактива. Понравилось, что настолько насыщенная и интенсивная деловая программа. Мы посетили многие воркшопы. Правда, хотелось бы больше точек бесплатной воды — но это единственное замечание. Обязательно приедем на следующую выставку Expo HORECA Minsk. Вложенные средства оправданы.

#### **Кирилл Бельцов, руководитель отдела продаж компании «RESTMARK» (Беларусь):**

— Пока сложно говорить о конкретных результатах участия в выставке для нашей компании. Об этом можно будет судить месяца через три. На сегодняшний день могу лишь сказать, что участие было интересным непосредственно для нас. Безусловно, проект развивается, отмечу широкий интерес к нему компаний и предприятий отрасли. Было много посетителей, особенно во второй день работы, на нашем стенде постоянно были гости. А окупится ли выставка, конвертируются ли те, кто подходили к нашему стенду, в лидах, покажет время. Эмоционально — было интересно. С точки зрения бизнеса — ответ будет позже.

## КОЛЛЕКТИВНЫЙ СТЕНД ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ

### Любовь Овчинникова, представитель компании «Регион-экспорт», Центр поддержки экспорта Воронежской области:

— По российским меркам выставка небольшая, но посетителей было больше, чем мы ожидали. И самое главное — много целевых посетителей, то есть тех, ради кого мы и приехали на выставку. Это представители ресторанов, отелей, дистрибьютеры из Беларуси (их, понятно, было большинство), России, других стран. По качеству наработанных контактов мы очень довольны. Кроме того, интересно было ознакомиться со всем спектром инноваций и разработок в нашей сфере. Подобные международные мероприятия очень нужны, в том числе чтобы увидеть и оценить, что происходит в сфере гостеприимства не только в нашей стране, но и в соседних странах.

### Светлана Рожкова, коммерческий директор ООО «Агропродмаш»:

— Мы презентовали на выставке макаронные изделия из твердых сортов пшеницы, произведенные по итальянской технологии. У представителей белорусских ресторанов и отелей, побывавших на нашем стенде, увидели заинтересованность в этой продукции. Будем искать контакты, чтобы наладить импорт нашей продукции в Беларусь. В целом, Expo HORECA Minsk — полезная деловая площадка для обмена опытом, заключения контрактов и демонстрации наработок. Участие в ней — положительный опыт.

### Ксения Ключко, представитель компании OSQ group (Россия):

— Мы — крупнейший производитель крафтовой упаковки в России, у нас две производственные площадки (Калининград и Подмоскowie). Мы 17 лет на рынке и представляем 163 вида упаковочных решений — под любой вид продукта, любой бутерброд или конфетку. И под любой запрос клиента — будь то доставка, витрина или заказной кейтеринг. Наша компания — признанный лидер в этом сегменте: занимаем 65% российского рынка и поставляем свою продукцию в 60 стран мира (в том числе это Южная Америка, ОАЭ, Иран, Египет, Македония и т.д.). В Беларусь на Expo HORECA Minsk приезжаем ежегодно, чтобы подтвердить свое лидерство.

В этом году представили наши универсальные контейнеры, они подходят под любую готовую еду. Для суши роллов, доставки, агросектора и так далее. Также на выставке мы представляли технологию запайки, позволяющую удешевить вариант с крышкой и максимально снизить долю пластика в упаковке. Увидели заинтересованность. На нашем стенде было очень много посетителей, мы довольны вниманием к нашему стенду, к нашей продукции и технологиям. Участвовали в выставке с нашим дистрибьютером, компанией «БелАСВА Групп» они уже не первый год представляют нас на территории Беларуси. В Беларуси мы уже 6 лет, но каждый год привозим новинки на эту выставку. Так что вопрос, эффективно ли участие в ней, мы для себя давно решили. Нельзя не отметить в этом году огромный интерес к мероприятию и среди специалистов отрасли, и в обществе в целом. Выставка стала интересней и в части оформления, и в части организации. За три выставочных дня нам удалось наладить новые бизнес-контакты. А кроме того, было много просто интересного общения на стенде.

### Александра Петрова, руководитель проекта ИООО «РЕМОНДИС» (Беларусь):

— Хочу отметить активность посетителей выставки. К тому же мы участвовали в квесте, что добавило интерес к нашему стенду. Очень ценна для нас возможность живого общения, в том числе с молодежью — из БГЭУ, колледжа кулинарии и колледжа торговли. Мы рассказали им про экологию, про сортировку отходов. Пусть это не приведет к новым договорам, но это — экологическое просвещение будущих поколений, которые придут работать в нашу сферу. По клиентам мы тоже довольны результатами работы: подходили и потенциальные партнеры, в том числе из регионов, и те, с кем мы уже работаем. Считаю очень ценным возможность живого общения, позволяющего рекомендовать свои услуги, находить новые точки роста и перспективы сотрудничества.

**ООО «Ароматы Тайги» (Россия)****Елена Паричева, представитель компании:**

— На выставку в Минск привезли всё наиболее интересное, что пользуется спросом на российском рынке. Это прежде всего кедровый орех — самый полезный в мире, поскольку растет в наиболее сложных климатических условиях, только на Дальнем Востоке России и в Канаде, и потому обладает максимальным количеством макро- и микроэлементов и содержит полный комплекс необходимых человеку витаминов. Привезли уникальные таежные травы — гинкго билоба, женьшень, лимонник, саган-дайля (природный допинг, «трава жизни», как ее называют у нас). Заинтересованность посетителей в нашей продукции была высокой, и участие в Expo HORECA Minsk стало для нас очень полезным и в плане продаж, и в части наработки новых деловых контактов.

**Мария Коршунова, представитель компании:**

— Как российская компания, принимая решение об участии в Expo HORECA Minsk — 2026, мы хотели расширить спектр своей клиентуры, в том числе в Республике Беларусь. Для нас было интересно заключение экспортных сделок. По итогам выставки появились новые связи, контакты. Мы очень благодарны организаторам за возможность принять участие в этой профессиональной выставке, представить свою продукцию и дать возможность гостям ее продегустировать. Отмечу очень большой интерес — очевидно, что будет много обратной связи. На Expo HORECA Minsk мы впервые, по итогам выставки рассчитываем на укрепление связей в плане торговых отношений. Есть компании, которые взяли наши образцы, и мы планируем выходить с ними на контракты.

**Павел Белановский, ООО «Белая печь» (Беларусь):**

— Для нас это первый опыт участия в Expo HORECA Minsk. Сейчас мы запускаем франшизу и ищем партнеров. Нам очень интересно было общаться с людьми, особенно со своими коллегами из индустрии общественного питания. Встретили друзей из компании VARKA, пообщались, как они свои франшизы продают, в свою очередь поделились опытом. Сейчас в столице работает три кафе «Белая печь» — в Национальном аэропорту «Минск», ТЦ «Тивали» и на железнодорожном вокзале. Последняя точка открылась не так давно. Многие посетители нашего стенда интересовались, под чьим брендом мы работаем. Мы рассказали, что это наш бренд, белорусский, созданный с нуля. И предлагали открывать франшизу и масштабировать сеть. Мы специализируемся на славянской кухне — блины, драники, пельмени, наваристые супы: домашняя еда, как ее готовили наши бабушки. Сегодня такая еда востребована как никогда. Хочу поблагодарить организаторов выставки за возможность представить свое направление работы, и надеюсь, что в ближайшей перспективе наше участие в выставке принесет свои плоды.

**Азан Амджад, руководитель внешнеэкономической деятельности компании «Сампарк» (Индия):**

— Мы — эксклюзивный импортер для многих индийских компаний на белорусский рынок. Участие в Expo HORECA Minsk — 2026 было для нас очень продуктивным. Нашли для себя много потенциальных клиентов, надеемся на заключение в ближайшее время новых контрактов. В процессе проведения дегустаций изучили вкусовые предпочтения белорусов. В целом, во всем мире людям нравится пробовать новые вкусы и экспериментировать с ними. Мы привезли на белорусский рынок новые виды специй, в которых, на мой взгляд, тут есть некоторый недостаток. А также рис басмати — именно такого по качеству басмати на белорусском рынке еще не было. И профессионалы индустрии питания вашей страны это оценили, что очень радует.

**Юлия Красавина, ООО «Кофе сервис» (Беларусь):**

— Как показывает опыт, подобные мероприятия приносят плоды примерно через полгода. Но в целом, участие в них — порядка половины коммерческого успеха любого бизнеса. Мы заводим новые знакомства, рассказываем о себе, знакомимся с потенциальными партнерами, в целом можем составить представление о том, что происходит в нашей сфере. Выставочные мероприятия дают возможность в режиме оффлайн пообщаться с представителями компаний, с которыми мы уже работаем. Мы — официальный дистрибьютор кофе Lavazza, устанавливаем кофе-машины. Также презентовали на выставке линейку оливкового масла — наша компания единственная, кто привозит его в Беларусь напрямую из Италии. Работаем и с соусами — как российскими, так и белорусскими («КАМАКО»). Провели дегустации, наработали контакты, увидели интерес посетителей стенда к нашей деятельности. Будем работать дальше.

**Мария Родина, директор по Revenue и медиа-проектам ООО TravelDB (Россия):**

— Наша компания — сервис аналитики гостиничного рынка. Мы анализируем цены, спрос и загрузку. На основе этих данных отельеры лучше понимают, какую цену им поставить, где можно немного повысить тарифы, где, напротив, «включить» акцию. Региональные представители могут посмотреть, как тот или иной регион отработывает, каким был прошлый сезон, и в целом туристический сезон уже начался или еще нет. Наша задача — дать возможность представителям гостиничного бизнеса понимать статистику по отельному сегменту. И целью участия в этой выставке было желание рассказать отельерам Беларуси о том, что есть такой сервис, который помогает точно управлять ценообразованием. Этой цели мы достигли. Участие в Expo HORECA Minsk — 2026 было для нас эффективным.

**Вадим Гапуржонов, представитель ООО «КЭНСЭР» (Беларусь):**

— Произошли встречи, налажены контакты, которые позволяют увидеть интерес к нашей продукции. Нам есть что показать. Мы производим замороженные ягоды и овощи, представляем направление HoReCa, также наша продукция представлена во всех крупных торговых сетях Беларуси. Замороженные ягоды ООО «Кэнсэр» широко используются в белорусском пищевом производстве: работаем с ведущими сахарными, консервными комбинатами. У нас свои заводы в Брестской области (в Кобрине и Дрогичине), более 600 заготовительных пунктов по всей Беларуси. Мы — профессионалы в малине и нашей белорусской ежевике с 2019 года. Но останавливаться на достигнутом не собираемся. И Expo HORECA Minsk — 2026 — важный шаг на этом пути.

**Станислав Услистый, представитель ООО «Каффеста Системс» (Беларусь):**

— Участие в выставке Expo HORECA Minsk — 2026 было для нас плодотворным, ее организация — четкой и эффективной. По нашей деятельности (программы автоматизации заведений общепита: ресторанов, фастфудов, а также магазинов) на стенде было не очень много посетителей, в основном — те, с кем мы уже работаем. Но увлекательной была деловая программа. Было интересно послушать лекции и посмотреть мастер-классы. Особенно мне понравилось выступление сервис-тренера Екатерины Колыбской «Миллениалы и Зуммеры: как объединить разные поколения в одну команду».

## **Никита Митрахович, ООО ККС «Беларусь»:**

— Насколько эффективно было участие в выставке, узнаем только впоследствии. Но в целом спасибо организаторам, что поддерживают высокий уровень выставки. Участвуем в Expo HORECA Minsk во второй раз, приедем и на следующий год. Выставка понравилась, поток людей увеличился по сравнению с прошлыми годами. Сейчас у нас совместный стенд с партнерами, но на следующую выставку, как отметило руководство нашей компании, возможно, будем выставляться отдельным стендом. Радует, что деловая программа стала масштабнее и интересней – особенно наличие Тренинг-центра. И то, что профессионалов сферы гостеприимства в числе посетителей выставки стало больше.

## **Дарья Найда, менеджер ООО «АДИРА ГРУПП» (Беларусь):**

— Лично для меня это был первый опыт участия в выставке Expo HORECA Minsk. Понравилась активность посетителей, а также достойная организация этого масштабного мероприятия. Убедилась на собственном опыте, что данная выставка — действительно одна из эффективных площадок для налаживания деловых контактов профессионалов ресторанного и гостиничного бизнеса. Четкая организация мероприятия позволяет компаниям найти новых потенциальных клиентов, пообщаться со своей целевой аудиторией, узнать о последних тенденциях и изучить опыт профессионалов.

## **КОЛЛЕКТИВНЫЙ СТЕНД СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ**

### **Бэла Кипкеева, представитель Центра поддержки экспорта в Ставропольском крае:**

— Выставка Expo HORECA Minsk — 2026 прошла очень продуктивно. В частности, для компании, которая производит кнопки вызова персонала. За три экспозиционных дня ребята выложились на 100%, и у них более 80 горячих контактов. У других компаний тоже есть горячие контакты, которые уже готовы заключить контракт. Организация выставки — на высшем уровне. Деловая программа — очень разносторонняя и продуманная. Планируем участие и в следующем году.



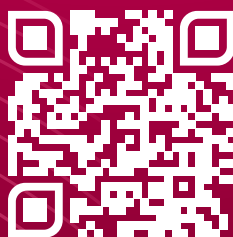
и техническому обслуживанию недвижимости



# EXPO HORECA MINSK

Главное и самое ожидаемое событие года для профессионалов белорусской сферы HoReCa, 34-ая Международная выставка для отелей, ресторанов и супермаркетов Expo HORECA Minsk — 2026, завершилось. В этом году, как и в прошлые годы, выставка Expo HORECA Minsk оправдала ожидания профессионального сообщества ресторанного и гостиничного бизнеса. Об этом свидетельствуют отзывы участников и посетителей — владельцев и директоров компаний, кофеен, ресторанов и гостиниц, шеф-поваров, барменов и кондитеров, пекарей и бариста, кависта и чайных мастеров из Беларуси и зарубежья. В будущем году, как планируют организаторы, проект станет еще масштабней и ярче.

**Приглашаем  
на Expo HORECA Minsk – 2027!**



[HORECAEXPO.BY](https://HORECAEXPO.BY)