



**СТЕЙК-ХАУС GOODMAN ПРЕКРАСНО ЧУВСТВУЕТ СЕБЯ В ТОРГОВОМ ЦЕНТРЕ «ЕВРОПЕЙСКИЙ» ДАЖЕ БЕЗ ОТДЕЛЬНОГО ВХОДА**

По словам пиар-менеджера «Крокуса» Никиты Оганяна, выбор был остановлен именно на этих концепциях, ценовой уровень заведений ниже, чем в городе, несмотря на то что рестораны позиционируются как заведения премиум-класса — к примеру, средний чек в «Азии» (японская, китайская кухня) 1–1,5 тыс. рублей, в La Vie (французская кухня) 2–3 тыс. рублей без напитков. Связано это с тем, что задача приносит сверхприбыль перед ресторанами не стоит, кроме того, они принадлежат не сторонним лицам, а собственникам ТЦ. Посещают их 30–40% покупателей «Крокуса».

Но наиболее успешным из заведений общепита при «Крокусе» является ресторан яхт-клуба Shore House, совладельцем которого числится Аркадий Новиков. По всей вероятности, и тут не обошлось без магии имени гуру столичного общепита.

### В ТОРГОВОМ ЦЕНТРЕ МИРОЗДАНИЯ

На вопрос, нужны ли торговым центрам приличные рестораны (позиционирующиеся в верхнем среднеценовом и премиальном сегментах), эксперты однозначного ответа не дают.

Так, по мнению Балл Фая, для таких ресторанов есть интересные торговые центры: «Атриум», Новинский пассаж, Смоленский пассаж, «Рублевский», «Европарк» и еще несколько подобных.

«Там работает и проводит много времени деловая элита. Там потенциально интересно размещать дорогие рестораны. Локация в центре города сегодня — это автоматически получаемые проблемы с электричеством, сложность разнообразных согласований. Открываясь в ТЦ, ресторан избавляет себя от этих проблем. Бесспорный плюсы —

**ЕСЛИ РЕСТОРАТОР НАХОДИТ СЕГОДНЯ ПОМЕЩЕНИЕ В ЦЕНТРЕ ГОРОДА, ОН АВТОМАТИЧЕСКИ ПОЛУЧАЕТ МАССУ ПРОБЛЕМ. ОТКРЫВАЯСЬ В ТЦ, РЕСТОРАТОР ИЗБАВЛЯЕТ СЕБЯ ОТ ЭТИХ ПРОБЛЕМ. БЕСПОРНЫЕ ДОСТОИНСТВА ТЦ — БОЛЬШОЙ ПАРКИНГ, ГАРАНТИРОВАННЫЙ ПОТОК ПОСЕТИТЕЛЕЙ**



большой паркинг, гарантированный поток посетителей. Но проблема в том, что с концепцией элитной кухни велик риск войти в диссонанс с розничными концепциями, представленными в ТЦ», — полагает господин Фай.

Более категоричен директор департамента торговой недвижимости Penny Lane Realty Алексей Могила: «Торговые центры рестораторам не интересны. Тут имеет место двоякая ситуация — девелоперу ресторан высокой кухни не нужен, так как проходимость он не создает, в то же время и ресторатор не получает удовлетворения. Высокая маржа не покрывает издержек. К тому же дорогой ресторан предполагает качественно иной, чем у среднеценового заведения, подход к дизайну. Он вряд ли будет соответствовать дизайну ТЦ».

Как полагает Анна Савенко, в Москве есть не так много мест, где можно сделать такой торговый центр, где ресторан высокого уровня будет уместен: «Здесь необходимо понимание местоположения. Оно должно быть центральным во всех смыслах. Люди, которые ходят в магазины торгового дома «Весна» на Новом Арбате, заходят и в кафе «Весна». Удачна в плане соседства торговля предметами класса люкс и аналогичными же ресторанами зона между ЦУМом и Петровкой, а также Varvika Luxury Village».

Одним из определяющих госпожа Савенко называет момент несовпадения аудиторий: «Аудитория Goodman и аудитория ресторанов Аркадия Новикова разная».

Согласно этой логике, мы можем предположить, что Олег Дерипаска, который ходит в михалковский «Индус», в Goodman не пойдет. Владимир Путин, который бывает в «Недальнем Востоке», тоже не пойдет в заведение со средним чеком \$40–50 — из них только статусных собраний. Однако с подобными рассуждениями не соглашается Михаил Зельман. В его стейк-хаусе в Новинском Пассаже во время визита в Москву был замечен король Иордании, к примеру.

Эксперты называют несколько строящихся объектов, борьба за которые среди рестораторов идет уже сейчас. Привлекателен для создания ресторана премиум-класса ТЦ «Времена года», среди арендаторов которого будут магазины Chanel, Burberry, свои концепции там будет продвигать один из крупнейших игроков рынка товаров luxury на отечественном рынке — компания «Джамилко». «Соседству с такими брэндами будет рад любой ресторатор,

работающий на соответствующую аудиторию. Первый претендент на место под ресторан во «Времена года» — Аркадий Новиков», — рассказала Анна Савенко.

Алексей Могила называет другой проект, который, несомненно, будет успешным, — ТЦ «Баркли плаза» на Пречистенской набережной: «Это небольшой ТЦ, в котором среди других арендаторов будут и рестораны высокой кухни. Аренда там будет чуть выше, чем обычно ставят в ТЦ, но ниже, чем у других арендаторов именно этого торгцентра. Запускается он в декабре».

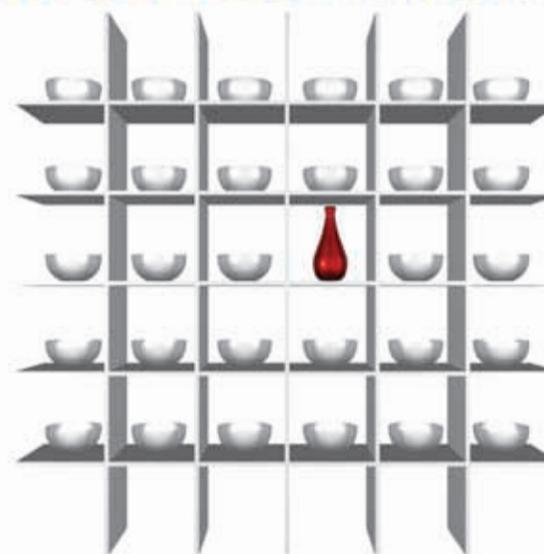
**ВИД СО СТОРОНЫ** Владелец ресторанов «Сумосан» (Москва—Киев—Лондон) и «Шогу» Александр Волков полагает, что по большому счету не важно, где расположен ресторан — при торговом центре, при гостинице или отдельно. Главное другое: «Если ресторан будет качественный, то своего потребителя он найдет в любом случае». Единственное ограничение, которое накладывает работа в сегменте премиум, — немногочисленность клиентуры. Соглашается с ним и Анна Савенко, оценивая клиентуру ресторанов высокой кухни максимум в 150 тыс. человек.

Оба своих московских ресторана господин Волков разместил при гостиницах, что, по его убеждению, никак не сказывается на восприятии и популярности проектов и даже играет ему на руку: «К примеру, «Сумосан» полон в будни, когда большинство других заведений такого ценового уровня пустуют. И не за счет постояльцев «Славянской». На них приходится 3–5% гостей, еще 5% — посетители гостиницы. Приход к нам остальных можно характеризовать как целевое посещение», — говорит господин Волков.

Довольный результатом Александр Волков больше не планирует строить ресторанов в городе. «Публики не так много, не хочется конкурировать с самим собой», — рассказывает он. Единственное место, где, по его мнению, возможно, и стоит сделать еще одно подобное заведение, — это деловой центр «Москва-Сити».

Особенность поведения своего потребителя, который приходит чаще в будние дни, чем в выходные, Александр Волков объясняет тем, что там часто назначают деловые встречи. Только ли в этом успех? Вероятно, нет. Успех в любом случае результат планомерной работы ресторатора. И в торговом центре, и в отдельно стоящем здании в центре города. ■

## ЕСТЕСТВЕННОЕ НЕРАВЕНСТВО



### 4,5 минуты от Москвы.

Точность — это то, чем мы в техно-логистическом комплексе «Томилино» особенно гордимся. 6 км от МКАД. 140 га территории. 500 000 кв.м складских, производственных и офисных помещений премиум-класса. ТЛК «Томилино» с 2004 года известен своим европейским уровнем сервиса. Это не просто логистический парк, а бизнес-трансформер. Здесь конструируют уникальное предложение для каждого арендатора.

Удачное расположение между Рязанским и Новорязанским шоссе. Плюс профессиональная служба эксплуатации. Плюс весь комплекс необходимых услуг.

Аренда склада на территории ТЛК «Томилино» — верное решение логистических задач вашего бизнеса.

**Это точно.**

**ТОМИЛИНО**  
ТЕХНО-ЛОГИСТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ  
www.tomilino.ru +7 (495) 558-8202

