



ЕВГЕНИЙ ТАВЛЕНКО

НАРЯДУ С НЕЖЕЛАНИЕМ ПЕРЕПЛАЧИВАТЬ В РЕСТОРАНАХ ГОСТИ ПРЕДЪЯВЛЯЮТ ПОВЫШЕННЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ СЕРВИСА, А ТАКЖЕ К МЕНЮ, ЧТО ЗНАЧИТЕЛЬНО УСЛОЖНЯЕТ И ТАК НЕПРОСТУЮ ЖИЗНЬ РЕСТОРАТОРОВ

# РЕСТОРАТОРЫ СОХРАНЯЮТ АППЕТИТ

## РЫНОК ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ ПЕТЕРБУРГА РАСТЕТ ТЕМПАМИ, ОПЕРЕЖАЮЩИМИ СРЕДНЕРОССИЙСКИЕ ИЛИ ДАЖЕ СТОЛИЧНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ, ГОВОРЯТ АНАЛИТИКИ. ПРИ ЭТОМ ОПЕРАТОРЫ РЫНКА ФАСТФУДА ПОСТЕПЕННО «ДРЕЙФУЮТ» В СТОРОНУ БОЛЕЕ «ЗДОРОВЫХ» СЕГМЕНТОВ.

ОЛЕГ ПРИВАЛОВ, КСЕНИЯ МИРОНОВА

Основной отличительной особенностью петербургского рынка общественного питания является его рост опережающими темпами по сравнению с другими регионами и страной в целом. По данным ГК «Финам», начиная со второй половины 2014 года рынок общепита во всей стране стабильно падал, а вот последующий рост происходил разными темпами. Оборачиваемость точек питания по России в 2015 году составил 95% по отношению к 2014-му. А в 2016-м — 97,3%. «По результатам 2017 года, скорее всего, в целом по стране мы должны увидеть нулевое снижение, то есть можно говорить, что фаза падения себя исчерпала и далее последует постепенное восстановление. На этом фоне Москва выглядела заметно хуже остальных регионов. В 2015 году по сравнению с 2014-м оборот столичного общепита составил 91,5%, а в 2016-м — 86,1% от уровня 2015-го. То есть накопленным итогом за два года рынок упал на 23% — фактически ниже порога рентабельности для большинства заведений», — говорит Алексей Корнев, аналитик ГК «Финам». При этом, по его словам, оборот заведений общественного питания в Санкт-Петербурге в 2015 году показал 96% от уровня 2014-го, а в 2016-м вырос относительно предыдущего года на 13% — это один из лучших показателей в стране. В 2017 году тенденция, хоть и не такими ускоренными темпами, но в целом сохранилась: за январь — август оборот рынка вырос на 3,7% по сравнению с аналогичным периодом 2016 года, составив 46,5%. По состоянию на начало года в Петербурге работало около 7,5 тыс. заведений общепита, что дает показатель в 86 посадочных мест на 1000 жителей. В среднем каждый месяц открывается 20–25 новых заведений питания, приводит статистику господин Корнев.

Кирилл Шнуров, основатель сервиса «ТоМесто», согласен с аналитиком: «Ресторанный рынок Санкт-Петербурга вырос по итогам девяти месяцев 2017 года по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Средний чек увеличился на 3% и составил 5,8 тыс. рублей (без учета заведений фастфуда). Количество посетителей выросло при этом на 10%, в основном за счет демократичных заведений (до 1000 рублей) — это различные бургерные, пиццерии. Трафик в более дорогих ресторанах рос медленнее — примерно на 4–5%».

**СТАБИЛЬНАЯ ДОЛЯ** За период с января по август 2017 года оборот общественного питания, по данным Петростата, составил 46,5 млрд рублей, что на 3,7% больше, чем за тот же период 2016 года.

По данным JLL, за последний год доля кафе и ресторанов в структуре арендаторов торговых центров не изменилась и составляет 5%. В третьем квартале 2017 года среди новых открытий наибольший интерес к торговым центрам проявили сети McDonald's, Pizza Hut, Burger King, «Все вместе». Их доля в общем объеме открытий общепита составила от 7 до 14%.

Владислав Фадеев, руководитель отдела исследований компании JLL в Санкт-Петербурге, указывает, что среди новых открытых объектов стрит-ритейла на основных торговых коридорах города лидируют кафе и рестораны. «В июле и августе текущего года их доля от общего количества новых объектов составила 38%, что на 5 п. п. больше, чем за аналогичный период прошлого года. Ротация кафе и ресторанов в 2017 года не изменилась и составила 6%, что немного ниже, чем в среднем по рынку», — говорит он. В третьем квартале 2017 года начали работу такие кафе и рестораны, как Mio и Bread & Meat на Большой Колюшениной улице, CoffeeShop на Каменноостровском проспекте, BV Burgers, Greenbox и Cofix на Невском проспекте, MOX, Waff & Love, Subzero и «Анонимное общество усердных дегустаторов» на улице Рубинштейна.

«Из характерных особенностей, присутствующих в стране, стоит отметить смещение пользовательских приоритетов в сторону более доступных заведений питания, что вполне объяснимо снижением покупательского спроса населения. Стали крайне популярны небольшие кафе площадью 150–250 кв. м с относительно недорогим чеком. Большое распространение стали получать заведения самообслуживания, имеющие высокую пропускную способность, что позволяет им компенсировать относительно невысокую торговую маржу. Открылось большое количество всевозможных бургерных и тому подобных заведений, которые также имеют высокую посещаемость, что позволяет им показывать неплохие финансовые результаты. Из характерных особенностей петербургского общепита мы бы выдели-

ли две. Во-первых, в рамках проводимого ребрендинга сеть «Кофе Хауз» продолжает закрывать свои наименее рентабельные точки, сейчас в городе осталось только около тридцати кофеен этой сети. Во-вторых, в связи с значительным притоком китайских туристов в городе открывается большое количество ресторанов восточной и, в частности, китайской кухни. По крайней мере, по темпам открытия китайских ресторанов Северная столица заметно опережает другие крупные города. Только за последнее время были открыты такие заведения, как «Москва — Пекин» на Аптекарской набережной, «Китайская грамота» на набережной Мойки, «Нихао» по соседству с БДТ, «Мари Vanna», «Сули-Гули» в ТРК «Порт Находка» в Рыбацком», — перечисляет господин Корнев.

Впрочем, чаще всего жители Петербурга отдают предпочтение ресторанам европейской кухни. Их доля за последние три года неуклонно растет и в 2017 году достигла 36,8%, приводит статистику господин Шнуров.

**ИМИДЖ — ВСЁ** Андрей Лукашевич, управляющий директор Delivery Club, отмечает: «Самый бурный рост, особенно в обеих столицах, показали так называемые fast casual заведения. Причина проста: рестораторы понимают, что спрос на фастфуд огромный и он только растет, но имидж у фастфудной категории не самый лучший, что не позволяет ни привлечь средний класс, ни поднять средний чек. Поэтому решением стала «переупаковка» фастфуда в премиум. И это сработало. Причем эффект получился сразу во всех направлениях — такие рестораны стали популярны не только офлайн, но и в доставке».

Господин Шнуров отмечает, что еще одна очевидная тенденция 2017 года — интерес публики к нишевым заведениям с оригинальной концепцией — гастробарам, крафтовым барам, необычным национальным ресторанам. «Например, по нашей статистике, неплохо «выстрелили» сербская и мексиканская кухни, хотя в целом в Петербурге таких ресторанов попрежнему очень мало», — говорит он.

«В целом можно сказать, что люди продолжают экономить, а уж если тратят деньги на поход в ресторан, то хотят попробовать что-нибудь новое — потребитель

становится более профессиональным и взыскательным. Этим, в частности, объясняется некоторый спад у традиционных лидеров рынка, которые работают в сложившихся форматах», — резюмирует господин Шнуров. Так, по его данным, падение потока посетителей в заведениях одного из самых известных в городе ресторанных холдингов упало на 5%.

Инга Микаелян, руководитель аналитической группы РБК «Исследования рынков среди трендов на рынке общепита», отмечает, что наряду с нежеланием переплачивать в ресторанах гости предъявляют повышенные требования к уровню сервиса, а также к меню, что значительно усложняет и так непростую жизнь рестораторов. «Многие игроки рынка отмечают, что справедливое стремление россиян к получению услуги, соответствующей соотношению цены и качества перерастает в плоскость потребительского экстремизма», — говорит госпожа Микаелян.

Основатель и управляющий сети ресторанов «Теремок» Михаил Гончаров с ней согласен: «Ключевые тенденции на рынке общественного питания Петербурга за девять месяцев — стагнация рынка и падение посещаемости ресторанов как следствие падения доходов населения. Для потребителя характерен более рациональный подход к тратам. Растет интерес к скидкам и специальным предложениям. Мы замечаем и изменения ожиданий покупателей: они становятся все более требовательными к качеству блюд, а также к качеству и скорости обслуживания. В 2017 году потребители не готовы тратить в заведениях столько же, сколько два-три года назад, но в то же время рассчитывают на постоянное улучшение качества еды и обслуживания. Для рестораторов ситуация непростая».

Среди трендов в Санкт-Петербурге можно отметить растущий уже несколько лет интерес к здоровой пище. Сейчас самый востребованный продукт в Европе — овощи. Это способствует увеличению числа суп-баров, салат-баров и заведений для вегетарианцев. Еще одно модное веяние — открытая кухня. «Многие рестораны стали использовать эту „фишку“ в гонке за доверием гостей, предоставив им возможность лично наблюдать за приготовлением блюд», — говорит господин Гончаров. → 26