

КАК МЕНЯЕТСЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКАЯ КАРТА ПЕТЕРБУРГА

О том, как удается реализовывать новые проекты в непростых условиях, рассказывает совладелец ресторанного холдинга Round Table Group (RTG) Дмитрий Петров.

Алла Михеенко |

— Что сегодня представляет собой Round Table Group?

— RTG присутствует на рынке HoReCa около 15 лет. Я и мой партнер Аскар Касимов — выходцы из крупных ресторанных холдингов. Я прошел путь от официанта до управляющего в Ginza Project, а он работал шеф-поваром в сети ресторанов Аркадия Новикова. Первый ресторан мы открыли в Тюмени, а далее расширили географию по регионам. В 2010 году вышли на рынок Петербурга и Москвы. За время существования компании были открыты рестораны Kare, Penthouse, грузинский ресторан Kababi, сеть ресторанов быстрого питания MooMoo Burgers и MooMoo Burgers & Grill, trattoria Ponte, ресторан премиум-класса «МореМясо», расположенный в «Москва-Сити», рыбный ресторан Laggy & Krabs, а также пиццерия 4Pizza и летний проект «Бездельники» в Ижевске. Каждый ресторан имеет оригинальную концепцию.

На сегодняшний день холдинг насчитывает 11 ресторанов, четыре из которых расположены в Петербурге. В ближайшее время запланировано открытие двух ресторанов в Северной столице, к концу 2024 года планируем открыть заведения в Перми. А далее рассматриваем выход на рынок Объединенных Арабских Эмиратов. Сейчас это перспективное направление для многих бизнесов.

— Расскажите об открывающихся ресторанах.

— Сейчас открываем наш флагманский ресторан средиземноморской кухни Gigo в самом центре Петербурга, в Басковом переулке. Площадь ресторана — 300 кв. м, зал оформлен по эксклюзивному современному дизайну. Gigo — многозначное итальянское слово. Оно переводится как «круг общения». Мы вкладывали в концепцию ощущение домашнего круга, окружения друзей. Обстановка подразумевает, что посетители ресторана приходят в заведение как будто к своим друзьям. У нас открытая кухня, никак не отделенная от зала, и можно не только посмотреть, как готовят блюда, а буквально зайти туда. Это придает ощущение домашнего уюта. В интерьере — итальянская мебель, а сервировка включает европейский фарфор, приборы и инвентарь Sambonet. Этот старейший европейский бренд использовался еще в знаменитом поезде «Восточный экспресс». Большие открывающиеся окна добавляют простора и связывают пространство с летней террасой. На ней будут расположены столики с дизайнерскими зонтами и мебелью из Италии. В Петербурге важно иметь террасу. Острую потребность в открытых пространствах мы почувствовали во времена ковидных ограничений. Сейчас это эстетический интерес — обед в окружении прекрасной



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

архитектуры. Еще одно значение Gigo — это «тур, путешествие». Мы подразумеваем раскрытие концепции гастрономического тура. В ресторане будет представлена средиземноморская кухня — продукция из Италии, Испании, Франции, Греции.

В начале мая открываем итальянский ресторан Ponte на улице Рубинштейна. Первый ресторан этой сети на улице Пестеля начал функционировать год назад и очень хорошо себя показал в плане отзывов посетителей. Поэтому решили развивать направление и сейчас открываем заведение в 200 кв. м.

— Сегодня бизнес инвестирует в новые крупные проекты ресторанной сферы очень осторожно. Вас не пугают сложности?

— Безусловно, сегодня открывать новые проекты тяжело из-за действующих санкций. Закупка необходимого оборудования происходит из-за рубежа, а параллельный импорт играет на удорожание и удлиняет время доставки. Работа же с новыми поставщиками из дружественных стран требует времени, необходимо налаживать логистику, смотреть на качество. В данный момент мы реализуем проекты, работа над которыми велась задолго до событий февраля 2022 года. Так, проект флагманского ресторана появился еще в 2021 году, а его открытие планировалось в середине 2022-го, но коррективы внесла экономическая турбулентность, возникшая после внешнеполитических событий. Мы столкнулись с задержкой поставок оборудования, техники, приборов, посуды, в частности фарфора и мебели.

— Почему выбор при дальнейшем развитии пал на ОАЭ, в чем преимущество Арабских Эмиратов перед другими странами?

— В ОАЭ динамично развивается рынок, поэтому российский бизнес внимательно смотрит в эту сторону. Там применяется понятная и несложная система налогообложения, а ставки низкие. Легче проводить банковские операции, в отличие от Турции. В последнее время из-за внешнеполитической и экономической нестабильности постоянно меняются правила игры. Кроме того, за прошедший год в Эмираты переехало огромное количество обеспеченных россиян. Это очень удобный хаб между Европой, США и Азией. Все эти факторы выгодны для организации ресторанного бизнеса.

— С началом санкций ощутили ли вы проблемы с поставками продуктов? Сопоставимо ли качество альтернативных поставщиков из России или незападных стран?

— В условиях ограничения поставок определенных продуктов мы живем с 2014 года. За это время научились работать в условиях санкций. Кроме того, российское производство сильно подтянулось, продукты стали намного качественнее. Лет 15 назад я имел отношение к бизнесу в сфере продуктов глубокой заморозки. В то время 90% говядины ввозилось из-за границы: Парагвай, Уругвай, США. А сейчас львиную долю этого рынка занимает отечественная продукция. Также качественнее стало производство сыров и бакалеи. Конечно, есть некоторые отечественные позиции,

поставки которых хотелось бы улучшить. Это, например, рыба, свежемороженый краб, креветки. Но в принципе, в продуктовой сфере в России все достаточно стабильно и рестораны не испытывают дефицита, есть, конечно, определенная ценовая волатильность, но, как я уже говорил, мы все живем в этой реальности с 2014 года.

— Председатель координационного совета Федерации рестораторов и отельеров России Сергей Миронов в январе сообщал, что цены в ресторанах выросли в среднем на 20%. Как изменился средний чек?

— Безусловно, рост себестоимости продуктов отражается на чеке в ресторане. Нужно учитывать также и инфляционное повышение. Мы стараемся делать повышение ненавязчиво. Например, менять цены в меню не раз в год, но резко, а два-три раза в год, но плавно.

— Почувствовали ли вы снижение трафика? Уменьшилась ли аудитория за счет того, что пул постоянных клиентов релоцировался?

— Это действительно характерная тенденция для Петербурга и Москвы. Мы ощутили две волны спада посетителей — в феврале и в сентябре прошлого года. В регионах ситуация намного стабильнее. Но уже сейчас мы отмечаем, что многие возвращаются. Если не будет сильных потрясений, то трафик стабилизируется.

В этой ситуации нас тревожит не только факт уменьшения числа посетителей. Проблема в том, что релоцировался и персонал. Сейчас большая нехватка грамотных шеф-поваров, поваров и другого линейного персонала. Так как количество персонала на рынке труда снизилось, в условиях повышенного спроса начинается рост требований по заработным платам, что, в свою очередь, приводит к увеличению затрат ресторана. В целом в Петербурге хорошо развита ресторанная сфера: в плане дизайна, уровня обслуживания, компетенций поваров и шеф-поваров, так как бизнес работает в высококонкурентной среде.

— Кроме ресторанного бизнеса, вы развиваете направление гостиничных услуг. В Ижевске, например, у вас есть небольшой бутик-отель. Планируете открывать еще?

— Мы работаем над этим, но ведение гостиничного бизнеса существенно усложнилось, и пока наблюдаются трудности с долгосрочным планированием. Сейчас мы сосредоточены на открытии ресторанов. Ожидаем увеличение туристического потока. В краткосрочной перспективе делаем ставку на ежегодный Петербургский международный экономический форум. В настоящее время активно развиваются взаимоотношения с Китаем, и мы готовы принимать гостей из этой страны.