

О Т Р А С Л Е В О Й   О Б З О Р

Д Е М О В Е Р С И Я

# РЫНОК ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РОССИИ 2022 ГОДА

Текущее состояние. Перспективы развития

**i**INFO *Line*

информационное агентство

information agency

- ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ ОТРАСЛИ
- ФИНАНСОВОЕ СОСТОЯНИЕ ДОМОХОЗЯЙСТВ
- NEW ▪ ОМНИКАНАЛЬНОСТЬ
- NEW ▪ РЕЙТИНГ СЕТЕЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ
- NEW ▪ ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РФ

**КОМПЛЕКС ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ INFOLine: "РЫНОК ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РОССИИ"**



**Мониторинг событий –  
услуга "Тематические  
новости"**

**База "600 сетей  
общественного питания  
России 2022 года"**

**Отраслевой обзор "Рынок  
общественного питания России  
2022 года"**

**СОДЕРЖАНИЕ**

- ★ **Пленарная дискуссия "ОБЩЕПИТ и ТОЧКА: динамика и тенденции развития отрасли в 2022 году"**
  
- ★ **Часть I. Текущее состояние общественного питания в России**
  - ★ 1.1. Основные показатели рынка общественного питания
  - NEW 1.2. Структура рынка общественного питания по сегментам
  - NEW 1.3. Региональная структура рынка общественного питания
  - 1.4. Демография и миграция
  - 1.5. Рынок труда в общественном питании
  - 1.6. Взаимодействие с арендодателями
  
- ★ **Часть II. Ключевые события отрасли**
  - NEW 2.1. Государственное регулирование: ключевые изменения, вступившие в силу в 2021-2022 гг.
  - 2.2. Государственная поддержка отрасли
  - 2.3. Ключевые события отрасли: деятельность отраслевых ассоциаций
  - NEW 2.4. Новая экономическая парадигма: компании, приостановившие деятельность в России
  - 2.5. Крупнейшие сделки M&A: общепит
  - 2.6. Крупнейшие сделки M&A: поставщики
  - NEW 2.7. Отставки и назначения
  
- ★ **Часть III. Потребительское поведение**
  - ★ 3.1. Динамика доходов и расходов населения
  - 3.2. Потребительские расходы
  - 3.3. Динамика цен в заведениях общественного питания
  - 3.4. Средний чек в общепите и продовольственных магазинах

- ★ **Часть IV. Омниканальность**
  - ★ 4.1. Омниканальность в общественном питании
  - 4.2. Мультиформатность
  - 4.3. Фудтраки
  - 4.3. Готовая еда
  - 4.4. Партнерство сетей FMCG и ресторанов
  
- ★ **Часть V. Food Delivery**
  - ★ 5.1. Доставка готовой еды
  - 5.2. Деятельность агрегаторов
  - 5.3. Яндекс Еда
  - 5.4. Delivery Club
  - 5.5. Объединение сервисов
  - 5.5. Dark Kitchen
  - 5.6. Доставка продуктовых наборов и рационов питания



- раздел представлен в краткой версии  
- раздел частично представлен в демоверсии

NEW - Новый или дополненный раздел

**СОДЕРЖАНИЕ****★ ЧАСТЬ VI. РАЗВИТИЕ ОСНОВНЫХ ФОРМАТОВ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ**

- 6.1. Сегментация форматов общественного питания
- 6.2. Развитие форматов общественного питания: QSR
- 6.3. Характеристика формата: Fast Food
- 6.4. Характеристика формата: Пиццерия
- 6.5. Характеристика формата: Суши-шоп
- 6.6. Развитие форматов общественного питания: TSR
- 6.7. Характеристика формата: Кофейня полного цикла
- 6.8. Характеристика формата: Fast Casual
- 6.9. Характеристика формата: Casual Dining и Fine Dining
- 6.10. Развитие форматов общественного питания: Grab&Go
- 6.11. Характеристика формата: Пекарня
- 6.12. Характеристика формата: Кофейни Grab&go
- NEW** 6.13. Характеристика формата: Кафе при АЗС
- NEW** 6.14. Питание в образовательных учреждениях: детские сады
- NEW** 6.15. Питание в образовательных учреждениях: школы
- NEW** 6.16. Питание в образовательных учреждениях: вузы

**★ Часть VII. Крупнейшие сети общественного питания в РФ**

- 7.1. Рейтинг сетей общественного питания
- 7.2. Бизнес-справка McDonald's / Вкусно – и точка
- 7.3. Бизнес-справка KFC
- 7.4. Бизнес-справка BURGER KING
- 7.5. Бизнес-справка Dodo Brands

- 7.6. Бизнес-справка ГК "Шоколадница"
- 7.7. Бизнес-справка ГК "Теремок"
- 7.8. Бизнес-справка "Тануки"
- 7.9. Бизнес-справка ГК "Росинтер"
- 7.10. Бизнес-справка Domino's Pizza
- 7.11. Бизнес-справка Starbucks / Stars Coffee

**■ ЧАСТЬ VIII. Перспективы развития общественного питания РФ**

- 8.1. Разработанные INFOline сценарии развития общественного питания России
- 8.2. Перспективы развития рынка общественного питания

- Пояснительная записка к обороту общественного питания
- Используемая INFOline классификация сетей общественного питания
- Список сокращений
- Соглашение об использовании информации
- Об авторе – информационно-аналитическом агентстве INFOline



- раздел представлен в краткой версии  
- раздел частично представлен в краткой версии

**NEW**

- Новый или дополненный раздел

## ПЛЕНАРНАЯ ДИСКУССИЯ "ОБЩЕПИТ и ТОЧКА: ДИНАМИКА И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ В 2022 ГОДУ"



- **22 сентября 2022 г.** состоялась пленарная дискуссия "**ОБЩЕПИТ и ТОЧКА: динамика и тенденции развития отрасли в 2022 году**". Мероприятие являлось частью деловой программы выставки **WorldFood Moscow 2022**. Выступая партнером деловой программы крупнейшей продуктовой выставки, эксперты **INFOLine** обсудили с представителями отрасли сильные и слабые стороны бизнеса в текущей ситуации.
- В пленарной дискуссии приняли участие: управляющий партнер **Coffee Like Антон Макаров**; управляющий директор "**Додо Пицца**" **Иван Тихов**, вице-президент **ФРИО Никита Трофимов**, директор дивизиона **EFKO FOOD Professional (ГК "ЭФКО") Федор Могутнов**. В роли модераторов встречи выступили **Иван Федяков**, глава аналитического агентства **INFOLine** и **Светлана Силенина**, руководитель направления "Потребительский рынок" **INFOLine**.
- Участники пленарной дискуссии обсудили **состояние отрасли, потребительское поведение, взаимодействие с государством, развитие омниканальности, стратегии развития в новой реальности** и дали свои прогнозы на 2023 г.
- Посмотреть видео пленарной дискуссии можно **[ЗДЕСЬ](#)**. Скачать доклад **INFOLine [ЗДЕСЬ](#)**.

Пленарная дискуссия "ОБЩЕПИТ и ТОЧКА: динамика и тенденции развития отрасли в 2022 году"



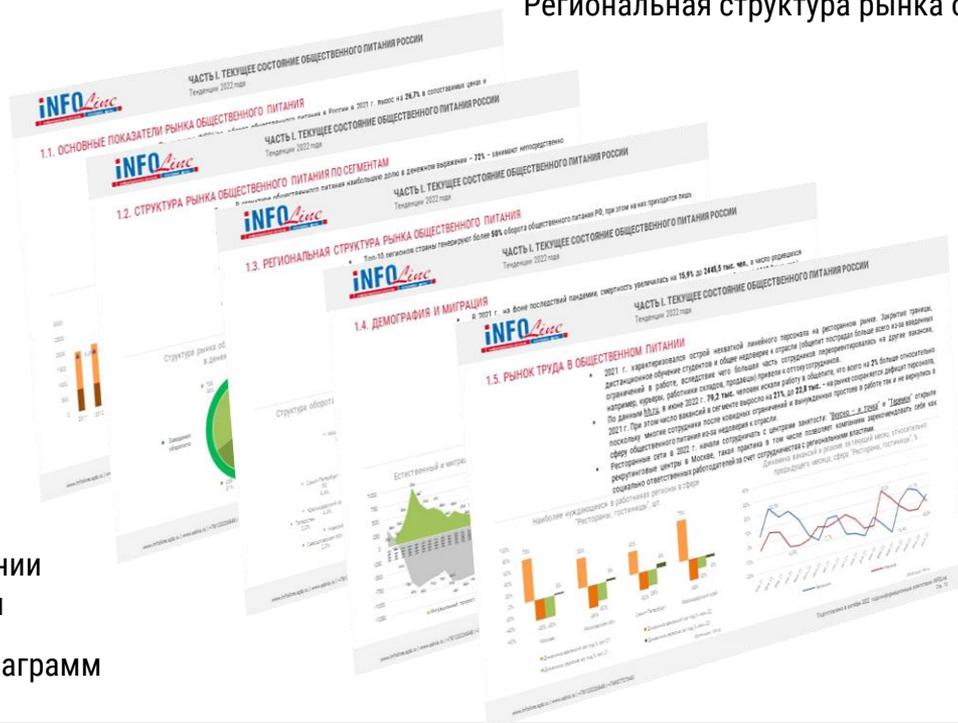
Аналитика о ритейле и HoReCa от INFOLine в нашем TG-канале



## ЧАСТЬ I. ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РОССИИ

В полной версии исследования **"РЫНОК ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РОССИИ 2022 ГОДА"**

Основные показатели рынка общественного питания  
Структура рынка общественного питания по сегментам  
Региональная структура рынка общественного питания



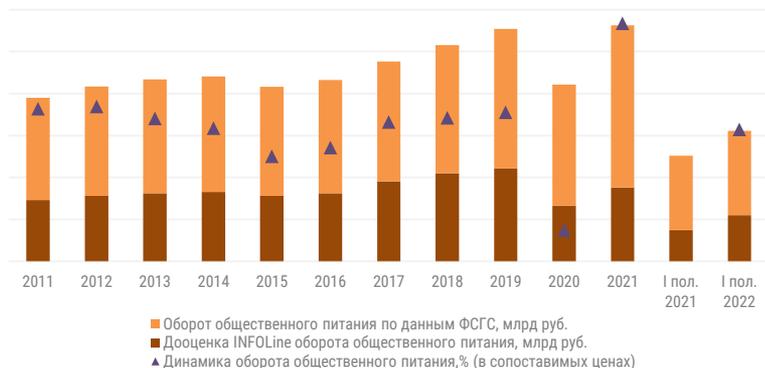
Демография и миграция  
Рынок труда в общественном питании  
Взаимодействие с арендодателями

В полной версии – 9 слайдов, 18 диаграмм

## 1.1. ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РЫНКА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

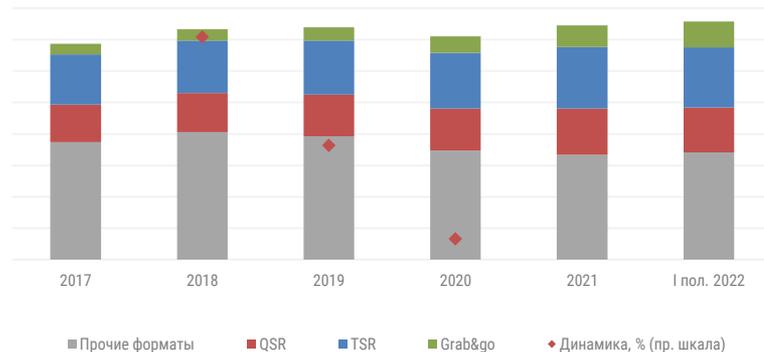
- По оценкам INFOLine, оборот общественного питания в России в 2021 г. вырос на **\*\*\*%** в сопоставимых ценах и составил **\*\*\* трлн руб.** Главными вызовами отрасли в 2021 г. были рост стоимости блюд при росте стоимости продуктов питания, арендных ставок и ФОТ, сохранение действующих и привлечение новых кадров в условиях высокой конкуренции на рынке труда и снижения престижа профессии.
- По данным ФСГС, оборот заведений общепита в 2021 г. составил **\*\*\* трлн руб.** INFOLine считает, что емкость рынка недооценена в силу особенности методологии ФСГС, которая не учитывает продажи питания в образовательных учреждениях, на предприятиях и в других заведениях общественного питания ([пояснения INFOLine](#)).
- В 2022 г. отрасль столкнулась с новым кризисом: экономическая ситуация в стране принимает экстраординарный характер на фоне геополитической ситуации. Новый кризис негативно сказывается на доходах населения и на динамике отрасли: по оценке INFOLine, в I пол. 2022 г. отрасль общественного питания выросла лишь на **\*\*\*%** до **\*\*\* трлн руб.**

Динамика оборота общественного питания



Источник: ФСГС, оценка INFOLine

Общее количество объектов общественного питания в РФ



Источник: INFOLine по данным "ЗГИС" без учета объектов в образовательных учреждениях

## 1.2. СТРУКТУРА РЫНКА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ ПО СЕГМЕНТАМ

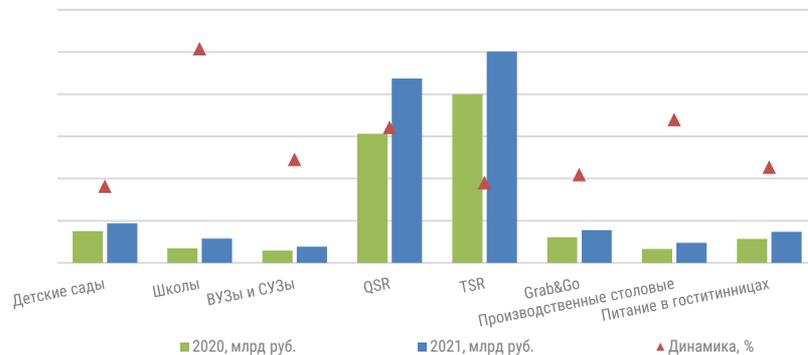
- В структуре общественного питания наибольшую долю в денежном выражении – \*\*\*% – занимают непосредственно заведения общественного питания, как сетевые, так и независимые.
- Сегмент TSR (table service restaurant / рестораны полного обслуживания) занимает доминирующее положение (\*\*\*%), однако QSR (quick service restaurant / рестораны быстрого обслуживания) в 2021 г. вырос до \*\*\*%. Grab&Go (еда с собой или на ходу) также рос активно, в том числе на фоне жаркого лета и снятия ковидных ограничений.
- Вторым крупным сегментом является "питание в учебных заведениях", на долю которого, по оценке INFOline, приходится \*\*\*% оборота общественного питания. В прошлом году данный сегмент продемонстрировал рост на \*\*\*%, на фоне возобновления очного обучения и увеличения финансирования программы "Горячее питание в школах".
- Рынок общепита в России все еще слабо консолидирован, в 2021 г. доля TOP-10 крупнейших сетей общественного питания не изменилась относительно предыдущего года и составила \*\*\*%. В Московском регионе сосредоточен \*\*\*% сетевых заведений, в Санкт-Петербурге и Ленобласти – \*\*\*%.

Структура рынка общественного питания 2021 г. в денежном выражении



Источник: оценка INFOline

Сегменты общественного питания



Источник: INFOline по данным "2ГИС"

## ЧАСТЬ II. КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ ОТРАСЛИ

В полной версии исследования **"РЫНОК ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РОССИИ 2022 ГОДА"**



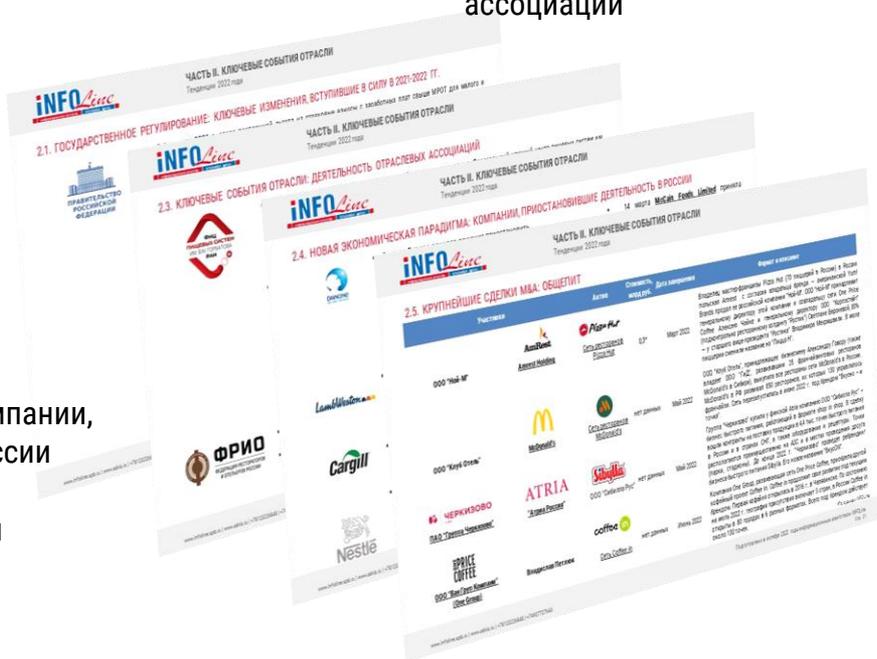
Новая экономическая парадигма: компании, приостановившие деятельность в России  
Крупнейшие сделки M&A: общепит  
Крупнейшие сделки M&A: поставщики  
Отставки и назначения

В полной версии – 19 слайдов

Государственное регулирование: ключевые изменения, вступившие в силу в 2021-2022 гг.

Государственная поддержка отрасли

Ключевые события отрасли: деятельность отраслевых ассоциаций



## 2.1. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ: КЛЮЧЕВЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ, ВСТУПИВШИЕ В СИЛУ В 2021-2022 ГГ.



- **С 1 января 2021 г.** стала постоянной льгота на страховые взносы с заработных плат свыше МРОТ для малого и среднего бизнеса (текст документа). Льготная ставка 15% действует с 1 апреля 2020 г. и распространяется на часть заработной платы, превышающей МРОТ, а ставка по страховым взносам на часть зарплаты, равную МРОТ, составляет 30%. Если выплаты в пользу физлица превышают МРОТ, то к части суммы сверх МРОТ применяются пониженные тарифы: 10% на обязательное пенсионное страхование, 5% – на обязательное медицинское страхование и 0% – на обязательное страхование на случай временной нетрудоспособности в связи с материнством.

# ДОСТУПНО В ПОЛНОЙ ВЕРСИИ ОБЗОРА

**ЧАСТЬ III. ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ**

В полной версии исследования **"РЫНОК ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РОССИИ 2022 ГОДА"**

Динамика доходов и расходов населения  
Потребительские расходы  
Динамика цен в заведениях общественного питания  
Средний чек в общепите и продовольственных магазинах



В полной версии – 4 слайда, 10 диаграмм

## 3.1. ДИНАМИКА ДОХОДОВ И РАСХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ

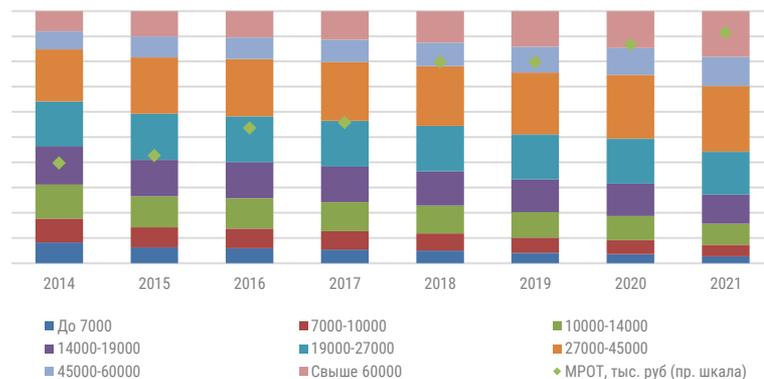
- За 2021 г. реальная начисленная заработная плата выросла на \*\*\*\*% до \*\*\* тыс. руб. Реальная заработная плата населения в 2021 г. выросла на \*\*\*\*% (в 2020 г. – на \*\*\*\*%).
- В 2021 г. совокупные денежные доходы населения в номинальном выражении выросли на \*\*\*\*% до \*\*\*трлн руб., а расходы – на \*\*\*\*% до \*\*\* трлн руб. Сбережения населения увеличились на \*\*\*трлн руб. (в 2020 г. – на \*\*\* трлн руб.).
- В 2021 г. среднедушевые доходы населения выросли на \*\*\*\*% до \*\*\* тыс. руб. Реальные денежные доходы за 2021 г. – на \*\*\*\*%, а реальные располагаемые доходы – на \*\*\*\*%.
- На фоне нового экономического кризиса с 1 июня 2022 г. пенсии неработающим пенсионерам, МРОТ и прожиточный минимум повышены на \*\*\*\*%. Пенсии для неработающих пенсионеров в среднем по стране выросли до \*\*\* руб., МРОТ – до \*\*\* руб., прожиточный минимум на душу населения составил \*\*\* руб., для трудоспособного населения – \*\*\* руб., для детей – \*\*\* руб., для пенсионеров – \*\*\* руб. Всего на эти цели из федерального бюджета выделено \*\*\* млрд руб. Из них \*\*\* млрд руб. пойдёт на индексацию пенсий.

Динамика реальной зарплаты и реальных доходов населения, %



Источник: ФСГС

Распределение населения по величине среднедушевых доходов, %

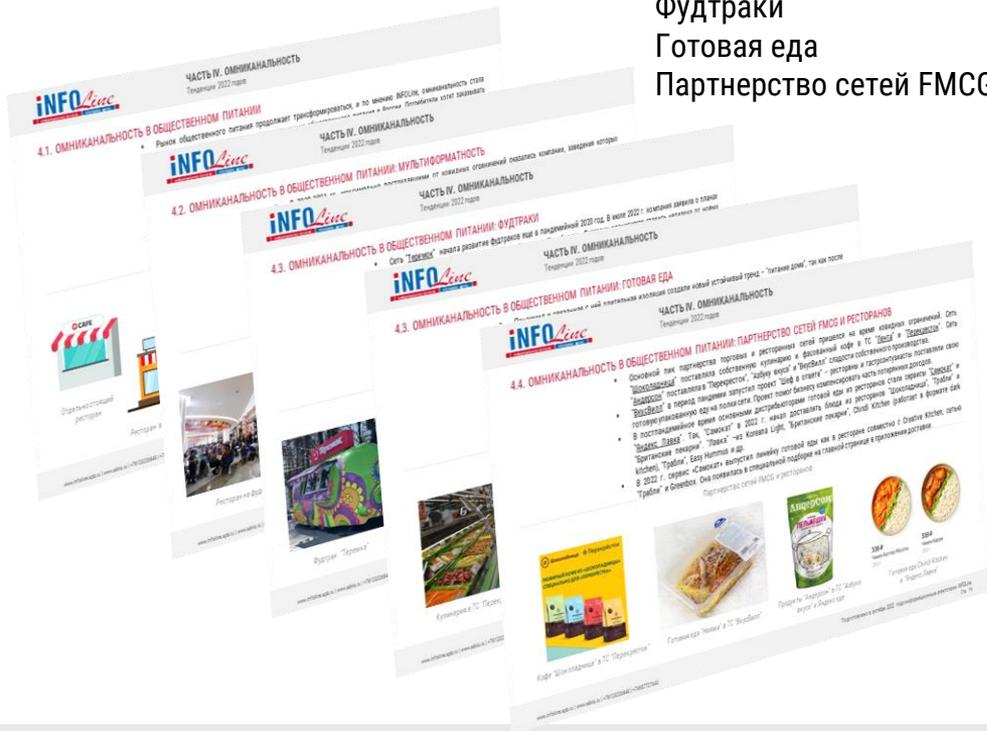


Источник: ФСГС (новая методика)

**ЧАСТЬ IV. ОМНИКАНАЛЬНОСТЬ**

В полной версии исследования **"РЫНОК ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РОССИИ 2022 ГОДА"**

Омниканальность в общественном питании  
Мультиформатность  
Фудтраки  
Готовая еда  
Партнерство сетей FMCG и ресторанов



В полной версии – 6 слайдов

### 4.1. ОМНИКАНАЛЬНОСТЬ В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ

- Рынок общественного питания продолжает трансформироваться, и по мнению INFOLine, омниканальность стала ключевым фактором развития участников рынка общественного питания в России. Потребители хотят заказывать еду в любом месте и в любое время, и омниканальность обеспечивает согласование всех каналов продаж, их совместную работу и поддерживает единый имидж бренда. Омниканальность также расширяет аудиторию ресторана: у потребителя есть возможность поехать в зале, заказать доставку на дом и в офис, или взять еду на вынос.
- К омниканальности INFOLine относят не только проникновение ресторанов в Интернет и организацию доставки, но и мультиформатность заведений, коммуникацию с потребителем через мобильное приложение, агрегаторы, соцсети, киоски самообслуживания, функции click&collect, qr-меню и др.
- Крупнейшие компании отрасли развивали омниканальность и ранее, однако пандемия подтолкнула и средние, и малые предприятия к выходу в новые каналы продаж: выход на полки крупнейших ритейлеров брендированной продукции, открытие заведений на территории магазинов, банков и др., установка вендинговых аппаратов и др.

#### Омниканальные стратегии в общественном питании



Отдельно стоящий ресторан



Ресторан в ТЦ, магазине



Еда на вынос



Рестораны на транспортных узлах



Доставка

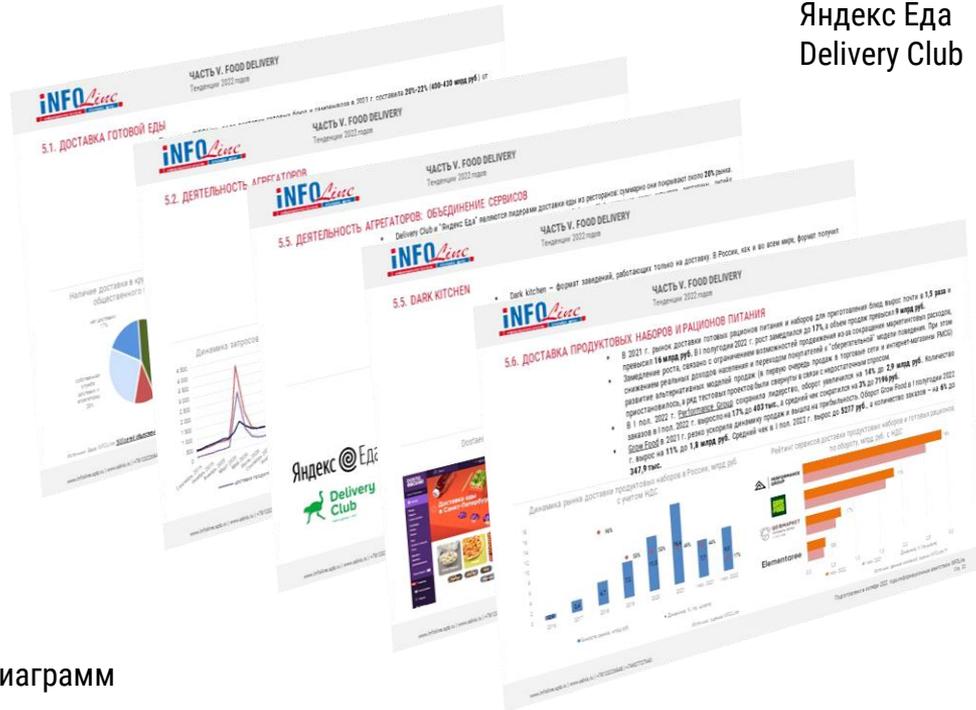


Рестораны в точках досуга

**ЧАСТЬ V. FOOD DELIVERY**

В полной версии исследования **"РЫНОК ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РОССИИ 2022 ГОДА"**

Доставка готовой еды  
Деятельность агрегаторов  
Яндекс Еда  
Delivery Club



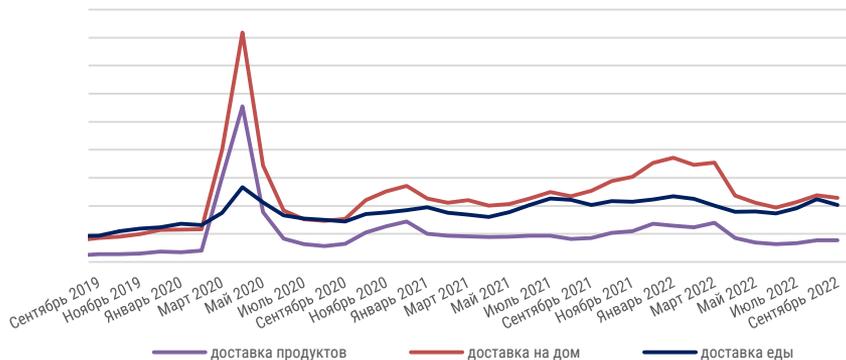
Объединение сервисов  
Dark Kitchen  
Доставка продуктовых наборов и рационов питания

В полной версии – 7 слайдов, 5 диаграмм

### 5.2. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ АГРЕГАТОРОВ

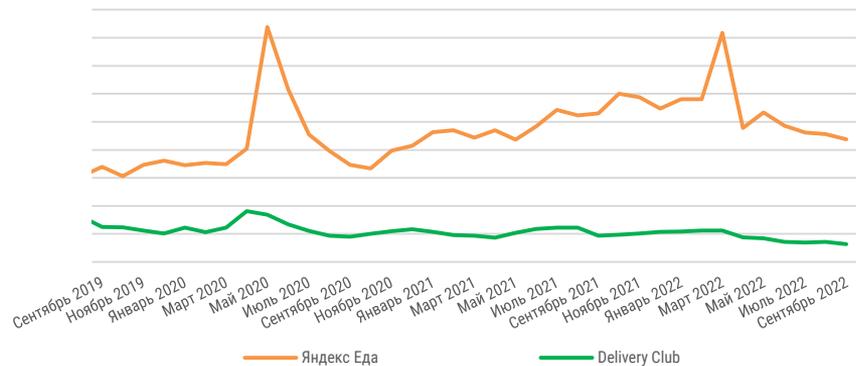
- Пандемия стала одним из факторов стремительного развития игроков доставки еды из заведений общепита. Главными выгодоприобретаемыми стали агрегаторы Delivery Club и Яндекс.Еда, успех которых сподвиг другие сервисы выйти на рынок доставки из ресторанов или представлять их продукцию.
- "ВкусВилл" запустил доставку еды из ресторанов Osteria Mario в апреле 2022 г. "СберМаркет" также запустил собственную службу доставки из ресторанов и кафе: первым партнером в октябре 2022 г. стала сеть KFC.
- В январе 2022 г. в ассортименте сервиса доставки "Самокат" появилась готовая еда из сети ресторанов "Шоколадница" и "Грабли", а также сервисов доставки готовой еды Justfood, Creative Kitchen и др.
- Маркетплейсы начали не только доставлять еду из ресторанов, но и поставлять продукты в сами рестораны. Так, в декабре 2021 г. Ozon Express запустил экспресс-доставку специальных продуктов для сегмента HoReCa в течение двух часов. Специальный ассортимент включает **\*\*\* тыс.** наименований, в том числе продуктов в больших упаковках. "Сбермаркет" также запланировал запустить в тестовом режиме доставку блюд и товаров из ресторанов и кафе.

Динамика запросов в поисковых системах, тыс. запросов



Источник: wordstat.yandex.ru

Динамика запросов в поисковых системах, тыс. запросов



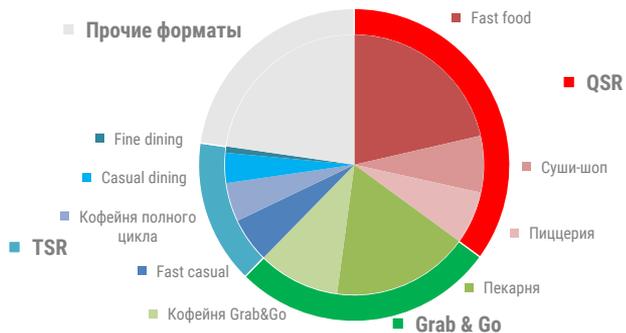
Источник: wordstat.yandex.ru



## 6.1. СЕГМЕНТАЦИЯ ФОРМАТОВ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

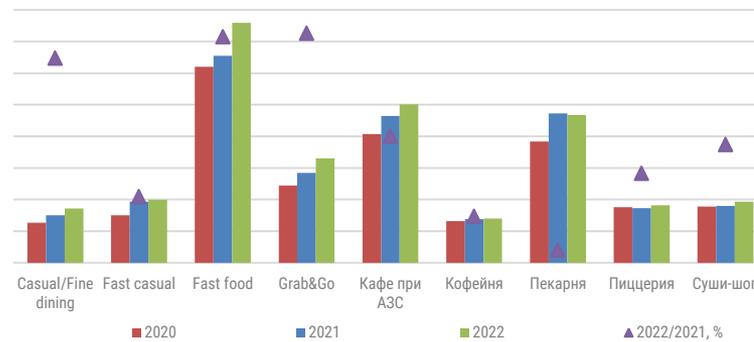
- INFOLine объединяет близкие между собой форматы общественного питания в зависимости от тех потребностей, которые они преимущественно удовлетворяют: **QSR** (quick service restaurant / рестораны быстрого обслуживания), **Grab&Go** (еда с собой или на ходу) и **TSR** (table service restaurant / рестораны полного обслуживания).
- Форматы Fast Food, Пиццерия и Суши-шоп входят в сегмент **QSR**: заведения этих форматов, в первую очередь, призваны закрыть базовую потребность в еде – накормить быстро, сытно и недорого.
- В сегмент **TSR** входят рестораны формата Fast Casual, Casual Dinning, Fine Dinning и Кофейни полного цикла. Помимо базовой потребности в еде они удовлетворяют еще и эмоциональную: приятный интерьер, качественное обслуживание, возможность провести время с семьей и / или с друзьями.
- В сегмент **Grab&Go** входят пекарни и кофейни формата Grab & Go. Миссия этих заведений – обеспечить потребителя едой, которую он может взять с собой или употребить на месте.
- Самыми растущим форматами по итогам 2021 г. стали кофейни Grab&Go (+\*\*\*\*%) и Fast Food (+\*\*\*\*%).

Сегментация сетей общественного питания, количество точек на начало 2022 г.



Источник: База INFOLine "600 сетей общественного питания России 2022 года"

Сетевые рестораны по форматам, количество заведений



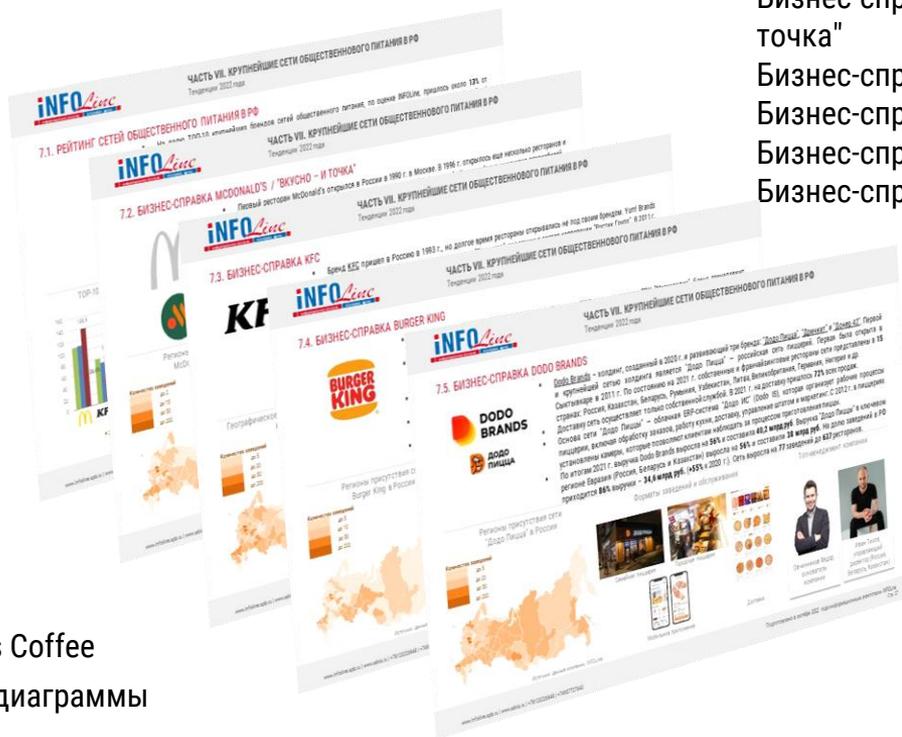
Источник: База INFOLine "600 сетей общественного питания России 2022 года"

## ЧАСТЬ VII. КРУПНЕЙШИЕ СЕТИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В РФ

В полной версии исследования **"РЫНОК ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РОССИИ 2022 ГОДА"**



Бизнес-справка ГК "Теремок"  
 Бизнес-справка "Тануки"  
 Бизнес-справка ГК "Росинтер"  
 Бизнес-справка Domino's Pizza  
 Бизнес-справка Starbucks / Stars Coffee  
 В полной версии – 22 слайда, 3 диаграммы



Рейтинг сетей общественного питания  
 Бизнес-справка McDonald's / "Вкусно – и точка"  
 Бизнес-справка KFC  
 Бизнес-справка BURGER KING  
 Бизнес-справка Dodo Brands  
 Бизнес-справка ГК "Шоколадница"

## 7.5. БИЗНЕС-СПРАВКА DODO BRANDS



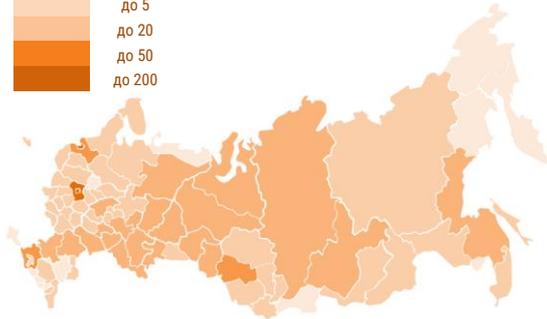
- Dodo Brands – холдинг, созданный в 2020 г. и развивающий три бренда: "Додо Пицца", "Дринкит" и "Донер 42". Первой и крупнейшей сетью холдинга является "Додо Пицца" – российская сеть пиццерий. Первая была открыта в Сыктывкаре в 2011 г. По состоянию на 2021 г. собственные и франчайзинговые рестораны сети представлены в \*\*\* странах: Россия, Казахстан, Беларусь, Румыния, Узбекистан, Литва, Великобритания, Германия, Нигерия и др.
- Доставку сеть осуществляет только собственной службой. В 2021 г. на доставку пришлось \*\*\*% всех продаж.
- Основа сети "Додо Пиццы" – облачная ERP-система "Додо ИС" (Dodo IS), которая организует рабочие процессы пиццерии, включая обработку заказов, работу кухни, доставку, управление штатом и маркетинг. С 2012 г. в пиццериях установлены камеры, которые позволяют клиентам наблюдать за процессом приготовления пиццы.
- По итогам 2021 г. выручка Dodo Brands выросла на \*\*\*% и составила \*\*\* **млрд руб.** Выручка "Додо Пиццы" в ключевом регионе Евразия (Россия, Беларусь и Казахстан) выросла на \*\*\*% и составили \*\*\* **млрд руб.** На долю заведений в РФ приходится \*\*\*% выручки – \*\*\* **млрд руб.** (+\*\*\*% к 2020 г.). Сеть выросла на \*\*\* заведений до \*\*\* ресторанов.

Регионы присутствия сети "Додо Пицца" в России

Форматы заведений и обслуживания

Топ-менеджмент компании

Количество заведений



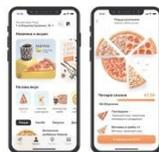
Источник: данные компании, INFOline



Семейная пиццерия



Городская пиццерия



Мобильное приложение



Доставка



Овчинников Федор,  
основатель  
компании



Иван Тихов,  
управляющий  
директор (Россия,  
Беларусь, Казахстан)

## 7.5. БИЗНЕС-СПРАВКА DODO BRANDS

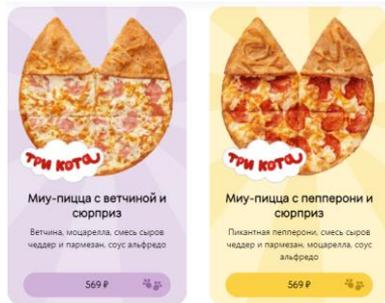


- В 2021 г. компания запустила функцию заказа в зале ресторанов через приложение "Додо Пицца", которое установлено у миллионов клиентов. Сейчас можно быстро и удобно сделать заказ через приложение еще на подходе к пиццерии, чтобы быстро забрать свой заказ. Приложение является альтернативой киосков самообслуживания – не нужно стоять в очереди, можно заказать на ходу.
- В 2022 г. сеть "Донер 42" (\*\*\*) шт.), входящая в состав Dodo Brands, начала продавать франшизу в России и Казахстане. За 2022 и 2023 гг. сеть планирует запустить \*\*\* заведений в Санкт-Петербурге и других регионах России и Казахстане.
- В 2022 г. компания начала разрабатывать систему, которая будет управлять производством и доставкой. Система будет автоназначать заказы (подбирать курьеров по виду транспорта и расстоянию от пиццерии), перебрасывать заказы между пиццериями в пределах одного города, а также управлять трекингом заказов.
- По итогам I пол. 2022 г. выручка сети в России выросла на \*\*\*% и составила \*\*\* млрд руб. Согласно консервативным финансовым прогнозам, выручка всей сети Dodo Brands в 2022 г. составит более \*\*\* млрд руб.

### Ассортимент "Додо Пицца" в России

	2021 г.	2022 г.*
Пицца	*** SKU	*** SKU
Салат	*** SKU	*** SKU
Закуски	*** SKU	*** SKU
Десерты	*** SKU	*** SKU
Напитки	*** SKU	*** SKU
Комбо	*** SKU	*** SKU

### Коллаборация "Додо Пицца" и "СТС"



Миу-пицца в форме кота + 2 игрушки с героями мультфильма "Три кота"

### Новые концепты от Dodo Brands



Цифровая кофейня Дринкит



Сеть донер-кафе быстрого питания - Doner 42

\*данные на август 2022 г.

## ЧАСТЬ VIII. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РФ

В полной версии исследования "РЫНОК ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РОССИИ 2022 ГОДА"

Разработанные INFOLine сценарии развития общественного питания России  
Перспективы развития общественного питания



В полной версии – 2 слайда, 1 диаграмма

## ИСПОЛЬЗУЕМАЯ INFOLINE КЛАССИФИКАЦИЯ СЕТЕЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ



#FARШ



ЛЮДИ ЛЮБЯТ

- Fast food** – формат предполагает наличие торгового зала для посетителей, где покупатель делает заказ, оплачивает его и потом его получает, в том числе упакованным на вынос. Часто заведения специализируются на монопродукте, например, бургеры, хот-доги и т.д. Кроме того, как правило, используются готовые ингредиенты массового производства (замороженные булочки и приправы, замороженные котлеты, предварительно вымытые / нарезанные овощи и т. д.). Используется только одноразовая посуда.

Хотя особенностью формата является обслуживания за прилавком, некоторые сети стали проводить эксперимент по обслуживанию посетителей за столиками.
- Fast casual** – "быстрый и демократичный". Этот формат находится между Fast food и Casual dining и является наиболее быстро растущим сегментом в индустрии общественного питания. Fast casual отличают демократичные цены и быстрая подача блюд.

Часто рестораны этого формата позиционируются как заведения со здоровой кухней. В формате используется многоразовая посуда (хотя в последнее время рестораны начинают использовать картонную и даже пластиковую посуду).
- Столовая** – формат подразумевает свободное перемещение гостей по залу с возможностью самостоятельного выбора блюд. Заведения специализируются на заранее приготовленных блюдах "домашней кухни".
- Кафе при АЗС** – формат встроен в автозаправочные станции. Кафе при АЗС развиваются как под брендом АЗС, так и с привлечением готовой концепции "под ключ". Например, концепция Sibylla "Shop in shop", которая помимо блюд предлагает оборудование, поддержку, обучение персонала и широкий набор маркетинговых инструментов.
- Пекарня** – формат, специализирующийся на хлебобулочных и кондитерских изделиях. Формат кафе-пекарни подразумевает наличие торгового зала со столиками, стульями и прилавком с витринами, а также возможность забрать продукцию с собой. Пекарни могут производить продукцию как из полуфабрикатов, так и иметь полный цикл производства и различаться по ценовым сегментам.

## ИСПОЛЬЗУЕМАЯ INFOLINE КЛАССИФИКАЦИЯ СЕТЕЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ



Шоколадница

- **Кофейня** – заведения, специализирующиеся на кофе и кофейных напитках. Помимо главного пункта в меню – кофе, в кофейне представлены кондитерские изделия, холодные и горячие закуски.



COFIX

- **Grab&Go** – сеть быстрого питания, где напитки и готовая еда в индивидуальной упаковке ограниченным ассортиментом продаются навынос. Для формата свойственна политика фиксированной цены, например, все по 60 руб. и т.д.



- **Суши-шоп** – сеть быстрого обслуживания, представляет собой магазин-кафе азиатской кухни. Формат предполагает покупку еды на вынос, в заведениях обычно есть пара столов и барная стойка. Формат особо популярен в спальных районах, рядом с жилыми домами.



- **Пиццерия** – сеть быстрого обслуживания, специализирующаяся на блюдах итальянской кухни. Представляет собой одну из самых демократичных и распространённых на ресторанном рынке концепций. Формат находится между Fast food и Casual dining. В связи с ростом популярности доставки наблюдается развитие формата dark kitchen (локальные фабрики-кухни, где повара готовят только для служб доставки).



Маргеллине

- **Casual dining** – формат, который по ценовой политике является демократичным, а по ресторанному дизайну, качеству сервиса и уровню и подаче блюд находится в сегменте премиум-класса. Часто позиционируется как семейные рестораны.



NOVIKOV  
GROUP OF COMPANIES  
SINCE 1991

- **Fine dining** – рестораны премиум класса, отличаются дорогим интерьером, профессиональным персоналом, кухней от шеф-поваров, продуманной концепцией, большим ассортиментом напитков.
- Большинство ресторанов формата Fine dining в России фактически не являются сетью, а развиваются управляющей компанией. УК развивает несколько концепций, различающиеся кухней, названием, ценовой политикой.

## ИСПОЛЬЗУЕМАЯ INFOLINE КЛАССИФИКАЦИЯ СЕТЕЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Формат	Средний чек	Уровень цен	Площадь зала, кв. м	Система обслуживания	Доставка
<b>Fast food</b>	около 350	низкий	от 55	от прилавка	через агрегаторы
<b>Fast casual</b>	около 600	средний	от 200	смешанная	смешанная
<b>Столовая</b>	около 300	низкий	от 180	от прилавка	нет
<b>Кафе при АЗС</b>	около 500	средний	от 20	смешанная	нет
<b>Пекарня</b>	около 100	низкий	от 50	от прилавка	смешанная
<b>Кофейня</b>	около 600	средний	от 120	смешанная	через агрегаторы
<b>Grab &amp; Go</b>	около 170	низкий	от 5	от прилавка	через агрегаторы
<b>Пиццерия</b>	около 600	средний	от 100	смешанная	смешанная
<b>Суши-шоп</b>	около 350	низкий	от 15	от прилавка	смешанная
<b>Casual dining</b>	около 2000	средний+	от 200	за столиками	смешанная
<b>Fine dining</b>	около 3500	высокий	от 250	за столиками	смешанная

Источник: База INFOLine "600 сетей общественного питания России 2021 года"

## СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ

- FMCG (Fast Moving Consumer Goods) – товары повседневного спроса
- Food – продовольственные товары
- HoReCa - (рус. Хóрeкá) – термин, обозначающий сегмент сферы услуг индустрии гостеприимства (общественного питания и гостиничного хозяйства) и канал сбыта товаров с непосредственным потреблением продукции в месте продажи.
- IFOAM – (лат. The International Federation of Organic Agriculture Movements) – Международная федерация движений за органическое сельское хозяйство
- QSR (quick service restaurant) - рестораны быстрого обслуживания
- TSR table service restaurant) - рестораны полного обслуживания
- USDA - The United States Department of Agriculture (Министерство сельского хозяйства США)
- Агрегаторы (интернет-платформы) доставки готовой еды расширяют выбор и удобство, позволяющее клиентам заказывать у множества ресторанов с помощью как мобильного телефона так и компьютера (и других устройств).
- АКОРТ – Ассоциация компаний розничной торговли
- ВОЗ - Всемирная организация здравоохранения
- ВЦИОМ - Всероссийский центр изучения общественного мнения
- ГК – Группа компаний
- ЕГАИС - Единая государственная автоматизированная информационная система
- ЗОЖ – Здоровый образ жизни
- ИВРР (Индекс возобновления работы ресторанов России) - является показателем восстановления ресторанов России после вынужденного прекращения своей работы, связанной с пандемией COVID-19.
- ИЦП - Индекс потребительских цен
- МСП - Малое и среднее предпринимательство
- FAO/ВОЗ по внедрению кодекса стандартов и правил по пищевым продуктам
- ОАО – открытое акционерное общество
- Продэмбарго - российское продовольственное эмбарго
- РТО – розничный товароборот
- РФ - Российская Федерация
- СТМ – Собственные торговые марки (Private label)
- Суперфуд - условное обозначение питательных и полезных для здоровья продуктов
- США - Соединенные Штаты Америки
- ТР/ТС – Технический регламент Таможенного союза
- FAO (FAO, Food and Agriculture Organization of the United Nations) – Продовольственная и сельскохозяйственная Организация Объединенных Наций
- ФОМ – Фонд "Общественное мнение"
- ФОТ – Фонд оплаты труда
- ФСГС – Федеральная служба государственной статистики
- ФТС – Федеральная таможенная служба
- ЦБ РФ – Центральный банк Российской Федерации

## БАЗА «600 СЕТЕЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РОССИИ 2022 ГОДА»

Дата выхода: **октябрь 2022**Язык отчета: **Русский**Формат предоставления:  Стоимость: **55 000 руб.****ПОЛУЧИТЬ ОПИСАНИЕ 5 СЕТЕЙ ИЗ  
БАЗЫ****Состав информации по сетям**

- Формат сети, бренд сети, основное операционное юридическое лицо, менеджмент сети,
- Наличие франшизы, наличие и тип доставки
- Количество точек всех видов на начало 2020-2022
- Региональная представленность, столицы регионов присутствия
- Контакты компании: адрес офиса, раб. телефон, e-mail, сайт, соц. сети

**В Базе представлены**

- Fast food (более **7500** шт.)
- Fast casual (более **2000** шт.)
- Пекарня (более **4600** шт.)
- Кофейня (более **1400** шт.)
- Grab&Go (более **3300** шт.)
- Пиццерия (более **1800** шт.)
- Суши-шоп (более **1900** шт.)
- Кафе при АЗС (более **5000** шт.)
- Casual dining и Fine dining (более **1700** шт.)
- Столовые (более **300** шт.)

А также информация о крупнейших компаниях формата Dark Kitchen, службы доставки продуктовых наборов.

**ОТРАСЛЕВОЙ ОБЗОР «РЫНОК ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РОССИИ 2022 ГОДА»**

Дата выхода: **28.10.2022**

Кол-во страниц: **100**

Язык отчета: **Русский**

Формат предоставления: **PDF + MS Excel**

Стоимость: **85 000 руб.**



При покупке исследования - База  
"600 сетей общественного питания России  
2022 года" со скидкой 50%

**Содержание исследования:****Часть I. Основные показатели отрасли**

- Основные показатели рынка общественного питания
- Структура рынка общественного питания по сегментам
- Региональная структура рынка общественного питания
- Демография и миграция
- Рынок труда в общественном питании
- Взаимодействие с арендодателями

**Часть II. Ключевые события отрасли**

- Государственная поддержка отрасли
- Крупнейшие сделки M&A
- Отставки и назначения

**Часть III. Потребительское поведение**

- Динамика доходов и расходов населения
- Потребительские расходы
- Динамика цен в заведениях общественного питания
- Средний чек в общепите и продовольственных магазинах

**Часть IV. Омниканальность** (мультиформатность, фудтраки)**Часть V. Food Delivery** (доставка готовой еды, и наборов деятельность агрегаторов, dark kitchen)**Часть VI. Крупнейшие сети общественного питания в РФ** (рейтинг и бизнес-справки)**Часть VII. Развитие основных форматов сетей общественного питания**

- Сегментация форматов общественного питания
- Развитие форматов общественного питания: QSR, TSR, Grab&Go
- Развитие на АЗС полноценных заведений общепита
- Питание в образовательных учреждениях

**Часть VIII. Перспективы развития общественного питания РФ****Часть IX. База "Топ-50 крупнейших сетей общественного питания РФ" (MS Excel)**

## ТЕМАТИЧЕСКИЕ НОВОСТИ: «РЫНОК ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РФ»



Периодичность: **2 раза в неделю (среда, пятница)**

Язык отчета: **Русский**

Формат предоставления: MS Word, PDF, EML

Стоимость: **6 000 руб./мес.**

**ЗАПРОСИТЬ ТЕСТОВОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ**

**Оперативная информация о состоянии рынка общепита**

- Государственное регулирование
- **Общие новости общественного питания**
- **Новости сетей общественного питания**
- **Новости сетей формата Fast Food**
- **Новости сетей формата Fast casual**
- **Новости сетей формата Суши-шоп**
- **Новости сетей формата Пекарни и кондитерские**
- **Новости сетей формата Фуд-холл**
- **Новости сетей формата Fine dining**
- **Прочие форматы**
- **Новые форматы и ребрендинг**
- **Вендинг и Foodtech**
- **Новости торговой недвижимости**

**Периодичность – 2 раза в неделю (среда и пятница)**

- ✓ **Информация по России в целом и по округам**
- ✓ **Контактные данные участников рынка**
- ✓ **Ключевые материалы выделены графикою**
- ✓ **Более 5 000 анализируемых источников**
- ✓ **Уникальные технологии сбора и предоставления информации**

## СОГЛАШЕНИЕ ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ИНФОРМАЦИИ

- Подписчик (клиент, покупатель) имеет право хранить и обрабатывать предоставляемую информацию.
- Дальнейшее распространение, перепродажа, копирование и публикация информации запрещены.
- Ни одна из информационных частей или вся предоставляемая информация полностью не может распространяться в локальной сети, транслироваться и передаваться в любом виде и любыми средствами, включая электронные, механические, фотокопировальные, записывающие или другие, без предварительного согласия с INFOLine.
- Запрещается передача информации любым другим организациям: дочерним, предприятиям с долевым участием, любым другим юридическим лицам, а также передача информации структурным подразделениям без образования юридического лица, расположенным по другому физическому адресу, в том числе филиалам, отделениям и любым иным структурным подразделениям в коммерческих или некоммерческих целях.
- Срок исполнения своих обязанностей по настоящему соглашению 10 лет с момента предоставления информации.
- Подписчик не может передавать или иным образом уступать, полностью или частично, свои права и обязанности по данному Соглашению без предварительного письменного согласия с INFOLine.
- Подписчик несет полную имущественную ответственность за невыполнение своих обязательств по Соглашению в соответствии законодательства Российской Федерации.

*Предоставляемая информация является сообщениями и материалами информационного агентства INFOLine (зарегистрировано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) за номером ИА № ФС 77 – 37500).*

## ОБ АВТОРЕ - ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ АГЕНТСТВО INFOLINE



В настоящее время для компаний как никогда остро встал вопрос необходимости проведения мониторинга и анализа отраслевых и общеэкономических событий в РФ и мире. Решение данной задачи не представляется возможным без профессионального и высокоэффективного информационного отдела.

Агентство INFOLine — это **ваш информационный отдел**, который будет работать на пользу и развитие вашего бизнеса, услугами которого смогут воспользоваться все сотрудники вашей фирмы.

Агентство INFOLine является независимой компанией и работает на рынке исследований различных отраслей РФ с 2001 г. Проведенные в 2001–2022 гг. исследования инвестиционных процессов в различных отраслях промышленности **специалистами агентства INFOLine являются лучшими на рынке**, что признано многочисленными клиентами и партнерами.

199155, Санкт-Петербург, пр. КИМа, 28

[www.infoline.spb.ru](http://www.infoline.spb.ru) | [www.advis.ru](http://www.advis.ru) | +78123226848 | +74957727640

[mail@advis.ru](mailto:mail@advis.ru)

**Спасибо за внимание!**