

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 2021 ГОДА

Перспективы развития до 2023 года
Стандартная версия

iINFO *Line*

информационное агентство

information agency

- ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ ОТРАСЛИ
- ФИНАНСОВОЕ СОСТОЯНИЕ ДОМОХОЗЯЙСТВ
- NEW ▪ ОМНИКАНАЛЬНОСТЬ
- NEW ▪ ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ НА РЫНОК ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ
- NEW ▪ РЕЙТИНГ СЕТЕЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

СОДЕРЖАНИЕ

- **Часть I. Текущее состояние общественного питания в России**

- 1.1. Основные показатели рынка общественного питания
- 1.2. Региональное развитие рынка общественного питания
- 1.3. Влияние пандемии на рынок труда в отрасли общественного питания
- 1.4. Влияние пандемии на недвижимость
- 1.5. Влияние пандемии COVID-19 и экономического кризиса на рынок общественного питания
- 1.6. Рейтинг сетей общественного питания

- **NEW** **Часть II. Ключевые события отрасли**

- 2.1. Государственная поддержка отрасли
- 2.2. Государственное регулирование и законодательные инициативы
- 2.3. Проект ФНС России «Белый общепит»
- 2.4. Ключевые события отрасли: деятельность отраслевых ассоциаций
- 2.5. Крупнейшие сделки M&A
- 2.6. Отставки и назначения

- **NEW** **Часть III. Потребительское поведение**

- 3.1. Потребительское поведение
- 3.2. Потребительские расходы
- 3.3. Средний чек в общепите и продовольственных магазинах
- 3.4. Смена поколений
- 3.5. Потребительское доверие

- **NEW** **Часть IV. Омниканальность**

- 4.1. Омниканальность в общественном питании
- 4.2. Омниканальность в общественном питании: мультиформатность
- 4.3. Омниканальность в общественном питании: фудтраки
- 4.4. Омниканальность в общественном питании: доставка готовой еды
- 4.5. Омниканальность в общественном питании: деятельность агрегаторов
- 4.6. Деятельность крупнейших агрегаторов: Delivery Club
- 4.7. Деятельность крупнейших агрегаторов: Яндекс.Еда

- **Часть V. Перспективы рынка общественного питания**

- 5.1. Перспективы 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

NEW - новый раздел

ЧАСТЬ I. ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РОССИИ

В полной версии исследования **«РЫНОК ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РОССИИ 2021 ГОДА»**



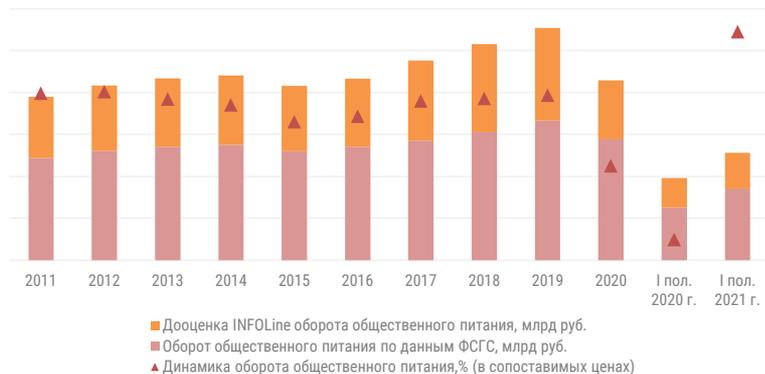
Основные показатели рынка общественного питания
 Региональное развитие рынка общественного питания
 Влияние пандемии на рынок труда в отрасли общественного питания
 Влияние пандемии на недвижимость
 Влияние пандемии COVID-19 и экономического кризиса на рынок общественного питания
 Рейтинги сетей общественного питания

В полной версии – 10 слайдов, 15 диаграммы

1.1. ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РЫНКА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

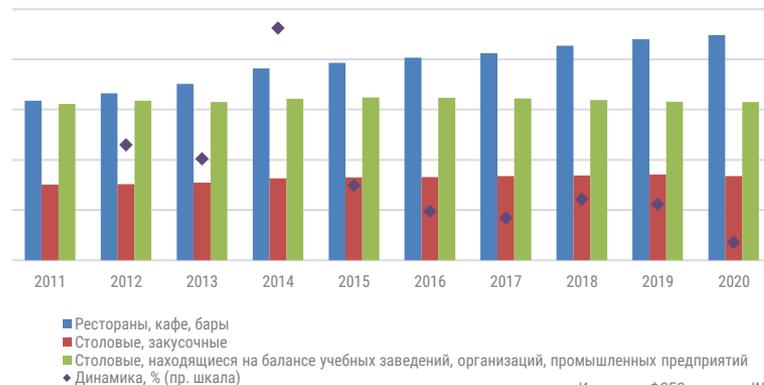
- INFOLine оценивает оборот отрасли общественного питания в России в 2020 г. в ***** трлн руб.** (***% по сравнению с 2019 г.). По мнению аналитиков INFOLine, ФСГС не учитывает около ******* рынка ([пояснения INFOLine](#)).
- Наибольшее падение было зафиксировано в апреле 2020 г. (***), и мае 2020 г. (***), когда рестораны работали только на вынос и на доставку. С июня 2020 г. отрасль начала постепенное восстановление, однако положительной динамики в отрасли удалось достичь лишь к марту 2021 г. (***).
- Помимо введенных локдаунов в регионах РФ, на отрасль серьезное влияние оказали такие факторы, как снижение доходов населения, боязнь заражения и, как следствие, нежелание посещать заведения даже после снятия ограничений. Дефицит линейного персонала (многие мигранты покинули страну, а студенты из регионов, которые подрабатывали вовремя учебы, разъехались по домам) приводит к снижению качества сервиса и еды.
- Оборот общественного питания по итогам I пол. 2021 г., по данным ФСГС, вырос на ******* до ***** млрд руб.** (***** трлн руб.**, по оценке INFOLine) против падения на ******* в аналогичном периоде прошлого года.

Динамика оборота общественного питания



Источник: ФСГС, оценка INFOLine

Количество объектов общественного питания в РФ, тыс. ед.

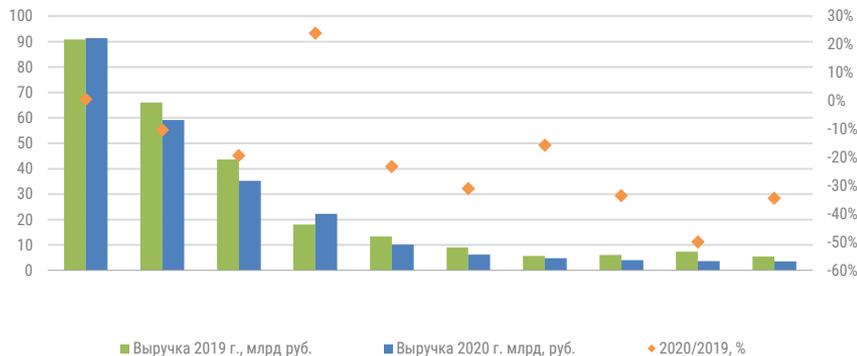


Источник: ФСГС, расчеты INFOLine

1.6. РЕЙТИНГ СЕТЕЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

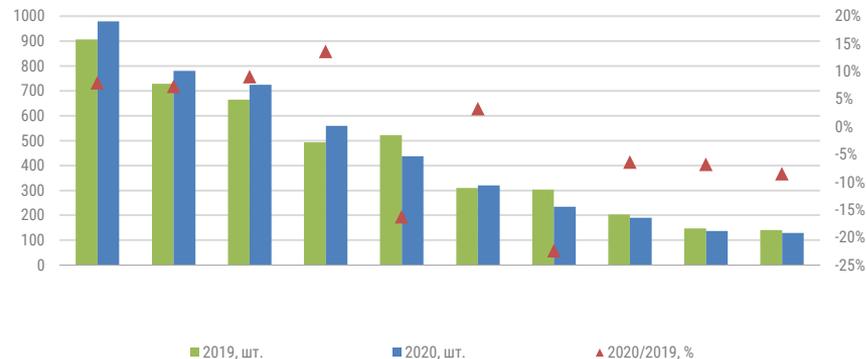
- На долю ТОП-10 крупнейших брендов сетей общественного питания, по оценке INFOline, приходится около *** от оборота отрасли, суммарная выручка превышает *** млрд руб. (***). Сети Fast Food сохранили лидерские позиции, поскольку быстро подстроились к новым реалиям в условиях пандемии и сохранили лояльность клиентов.
- Лидером отрасли остается McDonald's, по оценке INFOline выручка сети по итогам 2020 г. составила более *** млрд руб., оставшись на уровне предыдущего года. Ближайшие конкуренты (KFC и Burger King) показали падение выручки на фоне преобладания ресторанов в ТЦ не смотря на значительный рост сети. Сеть Subway продолжает закрывать рестораны, что также сказалось на выручке бренда (***).
- Значительный рост продемонстрировала «Додо пицца», выручка которой увеличилась на *** до *** (LFL вырос на ***) за счет реализации стратегии омниканальности и открытия новых пиццерий (*** шт. до ***).
- Самое значительное падение продемонстрировал «Росинтер» (*** до ***) на фоне снижения трафика и слабой реализации стратегии омниканальности.

ТОП-10 брендов общественного питания по выручке, млрд руб.



Источник: *оценка INFOline, отчетность компаний

Количество ресторанов ТОП-10 брендов общественного питания

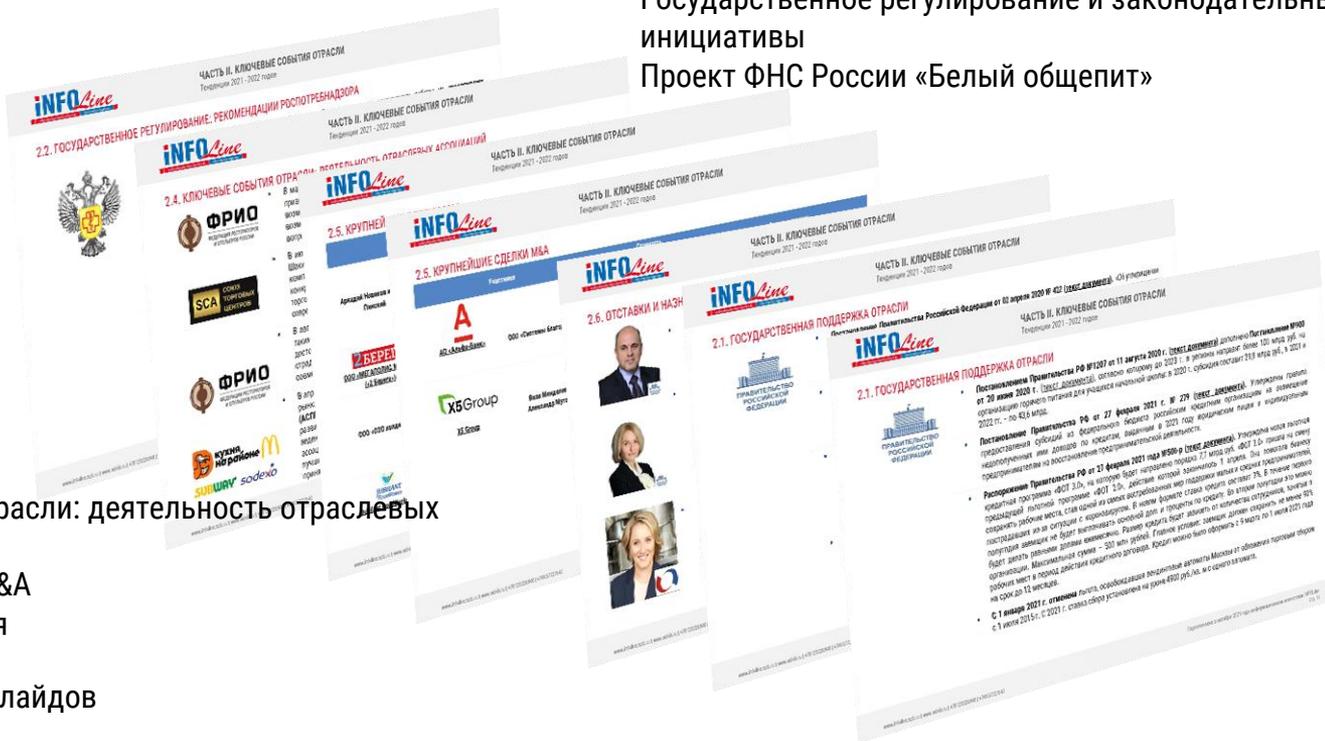


Источник: оценка INFOline, данные компаний

ЧАСТЬ II. КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ ОТРАСЛИ

В полной версии исследования «РЫНОК ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РОССИИ 2021 ГОДА»

Государственная поддержка отрасли
Государственное регулирование и законодательные инициативы
Проект ФНС России «Белый общепит»



Ключевые события отрасли: деятельность отраслевых ассоциаций
Крупнейшие сделки M&A
Отставки и назначения

В полной версии – 14 слайдов

2.1. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ОТРАСЛИ



- **Федеральный закон от 1 апреля 2020 г. № 98-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций» ([текст документа](#))**. Предприниматели получили поддержку в виде приостановки проверок организаций малого и среднего бизнеса вплоть до конца 2020 г. Также предусмотрена возможность введения моратория на возбуждение дел о банкротстве. Закон также позволяет не переоформлять разрешительные документы (лицензии, аккредитации и т. д.). Срок их действия автоматически продлевается. 29 октября 2020 г. Президент предложил продлить мораторий на плановые проверки малого бизнеса на 2021 год, а также продлить на три месяца отсрочку по налогам и страховым взносам для пострадавших на фоне пандемии коронавируса отраслей. **Постановлением от 8 сентября 2021 г. № 1520 ([текст документа](#))** правительство продлила мораторий на банкротство до 2022 г. Мораторий коснется порядка 100 тыс. субъектов малого бизнеса.

ДОСТУПНО В ПОЛНОЙ ВЕРСИИ ОБЗОРА

ЧАСТЬ III. ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ

В полной версии исследования «**РЫНОК ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РОССИИ 2021 ГОДА**»



3.3. СРЕДНИЙ ЧЕК В ОБЩЕПИТЕ И ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ МАГАЗИНАХ
В 2021 г. продолжил перелом, начавшийся в 2020 г. Средний чек в общепите и продовольственных магазинах снизился по сравнению с 2020 г. на 10,5%.

3.4. СМЕНА ПОКОЛЕНИЙ
Одним из выходов на рынок является привлечение молодежи в общепит и продовольственные магазины. В 2021 г. продолжил перелом, начавшийся в 2020 г. Средний чек в общепите и продовольственных магазинах снизился по сравнению с 2020 г. на 10,5%.

3.5. ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ДОВЕРИЕ
По данным Росстата, индекс доверия к брендам в России снизился в 2021 г. по сравнению с 2020 г. на 1,5 пункта.

3.1. ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ
В 2021 г. продолжил перелом, начавшийся в 2020 г. Средний чек в общепите и продовольственных магазинах снизился по сравнению с 2020 г. на 10,5%.

3.2. ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ РАСХОДЫ
Наибольшее снижение потребительских расходов на рестораны и кафе в 2021 г. произошло по сравнению с 2020 г. на 10,5%.

Потребительское поведение
Потребительские расходы
Средний чек в общепите и продовольственных магазинах
Смена поколений
Потребительское доверие

В полной версии – 5 слайдов, 9 диаграмм

3.2. ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ РАСХОДЫ

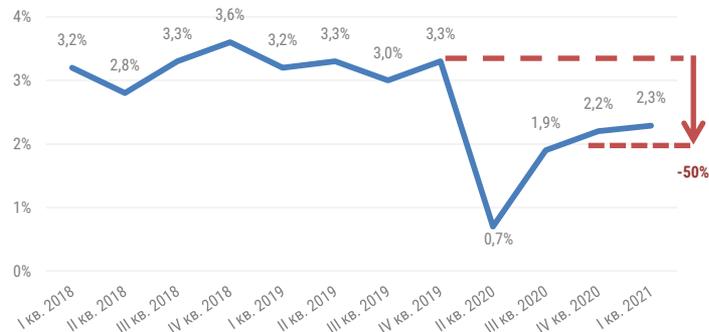
- Наибольшее снижение потребительских расходов на рестораны и кафе, по данным Sberindex, произошло на недели с 22 марта по 5 апреля 2020 г.: **-77,3%** к аналогичной неделе 2019 г., в разгар первой волны COVID-19 и введения локдауна. В этот же период траты россиян на продуктовые магазины выросли на **12,2%**, а на алкомаркеты – на **25,9%**. Потребители замещали отсутствие привычных развлечений в том числе приготовлением еды дома, а отсутствие необходимости ходить на работу и закрытые бары привели к росту потребления алкогольных напитков дома.
- Во время второй волны траты на общепит также сократились (**-53,2%** на 1 ноября 2020 г.), однако траты на алкоголь и продукты оставались умеренными в связи с переходом к сберегательной модели потребления и закупкам впрок. По данным ФСГС, расходы на общепит в I кв. 2021 г. составили **2,3%**, что ниже допандемийного периода на **0,9 п.п.**
- В апреле 2021 г. произошел резкий рост расходов на рестораны и кафе (пиковое значение – **212%** на 4 апреля). Динамика оборота общественного питания в этот месяц показала **124,4%** – регионы начали снимать ограничения. Снижение трат с 28 июня по 16 июля 2021 г. отражает введение QR-кодов для ресторанов Московского региона.

Изменение потребительских расходов в % к соотв. периоду предыдущего года



Источник: Sberindex

Потребительские расходы на питание вне дома, %



Источник: ФСГС

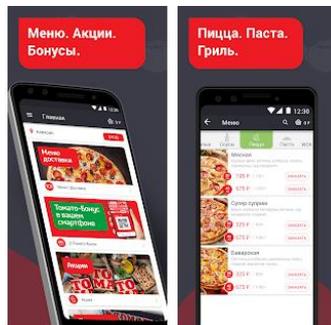
4.1. ОМНИКАНАЛЬНОСТЬ В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ

- Рынок общественного питания продолжает трансформироваться и, по мнению INFOLine, омниканальность стала ключевым фактором развития 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 поесть в зале, заказать доставку на дом или в офис или взять еду на вынос.
- К омниканальности INFOLine относит 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, открытие заведений на территории магазинов и банков, установка вендинговых аппаратов.

Омниканальные стратегии в общественном питании



Доставка через агрегаторы



Мобильное приложение



Киоск заказа



Кафе на территории банка

ИСПОЛЬЗУЕМАЯ INFOLINE КЛАССИФИКАЦИЯ СЕТЕЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ



- **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.

#FARШ



PRIME



Теремок



- **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).



Вилка
и Ложка



ТОДРАКО

- **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.



ЛЮДИ ЛЮБЯТ

- **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



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



- **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).



- **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.



- **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.

КОМПЛЕКС ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ INFOLine: «РЫНОК ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РОССИИ»



Мониторинг событий – услуга
«Тематические новости»



База "600 сетей общественного
питания России 2021 года"



Отраслевой обзор "Рынок общественного
питания России 2021 года. Итоги 2020 года и
перспективы развития до 2023 года".
Стандартная версия / Расширенная версия

ОТРАСЛЕВОЙ ОБЗОР «РЫНОК ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РОССИИ 2021 ГОДА. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ДО 2023 ГОДА»



Дата выхода: **октябрь / ноябрь 2021**

Кол-во страниц: **47 / 150**

Язык отчета: **Русский**

Формат предоставления: **PDF / PDF + MS Excel**

Стоимость: **50 000 руб. / 80 000 руб.**

В расширенную версию обзора входит

База "600 сетей общественного питания России 2021 года"

В Базе представлены более чем **600 сетей (брендов)** общественного питания на территории России, которым принадлежат более **28 тыс. объектов** общественного питания.

В базе представлены **сети следующих форматов:**

Fast food, Fast casual, Пекарня, Кофейня, Grab & Go, Пиццерия, Суши-шоп, A Casual dining, Fine dining, столовые и кафе при АЗС, Dark Kitchen



Содержание **стандартной** версии исследования:

Основные показатели отрасли

- > Основные показатели рынка общественного питания
- > Региональное развитие рынка общественного питания
- > Влияние пандемии на рынок общественного питания
- > Рейтинг сетей общественного питания

NEW Ключевые события отрасли

- > Государственная поддержка отрасли. Государственное регулирование и законодательные инициативы
- > Проект ФНС России «Белый общепит». Ключевые события отрасли: деятельность отраслевых ассоциаций. Крупнейшие сделки M&A. Отставки и назначения

NEW Потребительское поведение

- > Потребительское поведение. Потребительские расходы. Средний чек в общепите и продовольственных магазинах. Смена поколений. Потребительское доверие

NEW Омниканальность

- > Омниканальность в общественном питании. Деятельность крупнейших агрегаторов

Содержание **расширенной** версии исследования:

Содержание **стандартной** версии +

NEW Рейтинг крупнейших игроков отрасли и справки по крупнейшим компаниям

- > Справки по крупнейшим компаниям из рейтинга – ТОП-10

NEW Развитие основных форматов общественного питания и рейтинги компаний

- > Развитие основных форматов: Fast food, Fast casual, Пиццерия, Суши-шоп, Кофейня, Grab&Go, Пекарня

NEW Актуальные тренды на рынке общественного питания и стратегии ведущих игроков отрасли РФ и мира

- > Тренды на открытие фуд-холлов, ЗОЖ в общепите, развитие точек питания (кафе, рестораны) на территории магазинов, ресторанный еда на полках магазинов (сотрудничество), цифровизация и т.д.

NEW Перспективы развития рынка общественного питания до 2023 года

БАЗА "600 СЕТЕЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РОССИИ 2021 ГОДА"



Дата выхода: **октябрь 2021**

Язык отчета: **Русский**

Формат предоставления: **MS Excel**

Стоимость: **50 000 руб.**

ПОЛУЧИТЬ ОПИСАНИЕ 5 СЕТЕЙ ИЗ БАЗЫ

Состав информации по сетям

- Контактная база и операционные показатели по 1000 сетей (брендов) общественного питания
- Более 100 крупнейших ресторанных холдинга (групп)
- Более 300 крупнейших независимых компаний

В Базе представлены

- Fast food – более 6000 объектов
- Fast casual – более 1400 объектов
- Пекарня – более 4800 объектов
- Кофейня – более 1300 объектов
- Grab & Go – более 2800 объектов
- Пиццерия – более 1800 объектов
- Суши-шоп – более 1900 объектов
- а также Casual dining, Fine dining, столовые и кафе при АЗС, Dark Kitchen

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 графико**
- ✓ **Более 5 000 анализируемых источников**
- ✓ **Уникальные технологии сбора и предоставления информации**

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 2001–2021 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 | www.advis.ru | +78123226848 | +74957727640

retail@infoline.spb.ru

Спасибо за внимание!