

## Общественное питание в магазинах

Рынок ритейла и общественного питания развиваются в связке друг с другом. В исследовании **«Рынок общественного питания: прогноз на 2013-2016 гг.»** отмечается один из совместных трендов двух рынков – появление зоны питания в торговом зале магазина или за кассами. Дополнительные сервисы (бытовые услуги, питание) в супермаркетах, гипермаркетах и даже магазинах у дома становятся их конкурентными преимуществами перед другими торговыми точками.

Зачастую, зона питания в магазине выполняет рекламную функцию: посетители могут на месте попробовать кулинарную продукцию и принять решение о покупке. Концепция зоны зависит как от расположения, так и от формата самого магазина – просто кофейня, кафе самообслуживания или точка полноценного питания, в случае, если рядом нет фуд-корта, слабо развита инфраструктура питания.

Наиболее известным примером можно считать рестораны и фаст-фуд зоны ИКЕА. В магазинах по две такие точки: первая – быстро без посадочных мест, где можно купить хот-доги, мороженое, безалкогольные напитки, вторая – ресторан самообслуживания, рассчитанный на 500-700 посадочных мест. Любопытно, что в ресторане ИКЕА половину ассортимента разрабатывает головной офис в Швеции, таким образом, эти блюда являются обязательными по всему миру (например, шведские фрикадельки с брусничным соусом). Часть блюд меню формируется в зависимости от предпочтений покупателей в каждом конкретном регионе.

График. Доля магазинов с точками питания в структуре торговой сети, %



Источник: расчеты Intesco Research Group на основе данных FoodService

Кроме IKEA, зоны общественного питания также представлены во всех магазинах Глобус и Реал.

Кроме IKEA, зоны общественного питания также представлены во всех магазинах «Глобус» и «Реал» - 100%. В то же время, лишь 5-10% супермаркетов (как «Перекресток») имеют такие форматы. Это связано с расположением и наличием спроса: кафе может быть открыто лишь в том месте, где существует большой поток покупателей, заинтересованных в покупке готовой к употреблению пищи. Полноценная ресторанный зона будет востребована в магазинах на проходимых центральных улицах, в крупных торговых центрах (MEGA), в элитных жилых и деловых кварталах, рядом с учебными заведениями, на крупных транспортных развязках.

Данный формат продолжает развиваться, и в будущем, ввиду дефицита времени у населения крупных городов, зоны питания, в том или ином виде будут появляться в крупных строительных, спортивных гипермаркетах, а также небольших супермаркетах районного масштаба.

Более подробную информацию вы можете узнать из исследований компании **Intesco Research Group**.