

Борьба с каждой чашку: владельцы столичных кофеен готовятся к высокой конкуренции на рынке

05.10.2018

Рынок кофеен в Москве находится в активной фазе развития, и в ближайшей перспективе станет высококонкурентным. Закрепиться и развиваться на рынке смогут заведения при наличии «сильной» концепции и правильной локации.

К такому выводу пришли законодатели кофейного столицы – владельцы и топ-менеджеры известных московских кофеен и предприятий обжарки кофе – на конкурент-клубе **«Кофейни столицы: аромат кофе и конкуренции»**.

Москву занимает первое место по количеству открытых кофеен среди других городов России, при этом столичный рынок далек от насыщения и продолжит развиваться, считает эксперт рынка, **руководитель проекта PIR-COFFEE Михаил Субботин**.

«Рынок кофеен в Москве далек от насыщения и будет развиваться в разных форматах. Наибольший рост наблюдается в сегменте сетевых кофеен, при этом активно развиваются моно-проекты. От формата кофейни зависит выбор площадей. Для заведения «to go» подходит торговая точка площадью до 12 квадратных метров. Стрит-формату (кофе и снеки) нужно не больше 50 квадратных метров, а кафе с кухней и посадочными местами требует площади от 100 квадратных метров», – рассказал Михаил Субботин.

По его словам, средний чек в московской кофейне составляет 366 рублей, это на 34 рубля больше среднего чека по России.

«Кофеен в столице открывается много и разных, но предпочтения у гостей остаются классическими. На первом месте по количеству заказов – капучино, на втором – большой капучино. Третье место делят кофейные напитки latte, раф, американо и прочие», – добавил Михаил Субботин.

По данным научно-исследовательской компании **«Лаборатория трендов**, на сентябрь 2018 года в Москве работают 2 107 кофеен.

В Москве открывается все большее количество качественных кофеен, предлагающих продукт «specialty», потребитель стал разбираться в продукте, отметил **глава кофейного департамента группы компаний «Шоколадница» Эльбек Газиев**.

«Культура потребления кофейных напитков в Москве за последние годы выросла. Большинство заведений столицы предлагают гостям высококлассный кофе категории «specialty». Конкуренция на фоне роста планки качества, безусловно, увеличивается, работать становится сложнее», – рассказал **Эльбек Газиев**.

Кофейный рынок сегментирован и конкуренция происходит между заведениями, исходя из их форматов. К такому общему выводу пришли участники встречи. Сеть кофеен не может быть конкурентом для моно-проекта.

Если сетевые заведения тяготеют к районам с высокой деловой активностью, то авторские кофейни «заходят» в тихие спальные районы, подтверждает тенденцию своим личным примером **основатель Sezve Coffee Марина Хюппенен**.

«Концентрация кофеен в центре столицы и спальных районах разная. Поэтому наша компания взяла курс на развитие за пределами Третьего транспортного кольца. И это оказалось правильным решением. Кофе варится в турке, это предполагает определенную атмосферу, наличие времени у гостя. Поэтому наши посетители чаще всего приходят в заведение пообедать, на деловую или дружескую встречу», – рассказала про концепцию **Марина Хюппенен**.

При выборе помещений предприниматель руководствуется несколькими принципами – первый этаж, первая линия, либо вторая линия по удаленности от метро, но первая пешеходная линия, большие окна, квадратура до 100 квадратных метров.

«В планах компании - расширение форматов. Пока в Москве работают несколько заведений – кофейня-кондитерская, две кофейни полного цикла (с кухней, десертами и кофе), а также парковый формат «кофе с собой». Сейчас подали заявку на участие в аукционе за право размещения еще одного павильона в одном из городских парков», – поделилась планами **Марина Хюппенен**.

Для успешного масштабирования бизнеса одним из ключевых факторов является умение управлять недвижимостью, подчеркнул основатель и **управляющий партнер сети мини-кофеен «Coffee and the City» Евгений Ларионов**.

«Для успешного масштабирования бизнеса необходимо выработать стандарты кофейни и научиться управлять недвижимостью. Три слагаемых успеха ритейла и HoReCa – локация, локация, локация. Поэтому нужно внимательно изучать договоры аренды и выстраивать грамотные отношения с арендодателем», – подчеркнул Евгений Ларионов.

Анализ рынка с точки зрения конкуренции необходим как внешним экспертам, так и самим участникам рынка, убежден **руководитель Департамента города Москвы по конкурентной политике Геннадий Дёгтев**.

«Конкуренция становится мощнейшим стимулом для развития. Прежде всего, это касается бизнеса. Яркая иллюстрация этого – рынок столичных кофеен. Именно конкуренция заставляет предпринимателей искать креативные концепции и апробировать различные бизнес-модели. Как результат видим мощный рост рынка и, по прогнозам аналитиков, он будет продолжать расти», - сказал Геннадий Дёгтев.

Успех конкретного кофейного заведения во многом зависит от правильного выбора расположения точки. И столице есть, что предложить, считает Геннадий Дёгтев.

«Ежедневно на электронные аукционы Единой торговой площадки Москвы выставляются объекты аренды, находящиеся в собственности города. Сейчас на предложении около 200 объектов аренды, больше половины лотов площадью от 100 квадратов, четверть лотов имеют площадь от 50 до 100 «квадратов», два десятка объектов – до 50 квадратных метров. Расположение лотов позволяет предположить, что их можно приспособить под ритейл – большая часть помещений находится на первых этажах зданий, построенных в 2008-2010 годах, имеется отдельный вход. Безусловно, не все они подойдут под кофейню, но ассортимент помещений, ознакомиться с которым можно на Инвестиционном портале Москвы, достаточно большой и выбрать свое место для бизнеса вполне возможно», – подчеркивает **Геннадий Дёгтев**.

Он обратил внимание на возможность открыть кафе в столичном парке, которая появилась у предпринимателей с прошлого года. «Аукционы за право размещения нестационарных торговых объектов в парках Москвы стартовали в конце 2017 года. За это время на торгах реализованы более 100 лотов с назначением «Общепит». Площади участков под НТО позволяют открыть точку «кофе с собой» или полноценное кафе с посадочными местами», – заметил **Геннадий Дёгтев**.

Справочно

В настоящее время на городские аукционы выставлены два десятка объектов площадью до 50 квадратных метров, 40 объектов площадью от 50 до 100 квадратных метров, более 100 лотов площадью от 100 до 250 «квадратов». Средняя стартовая стоимость 1 квадратного метра в год составляет 6,5 тысяч рублей.

Также ведется заявочная кампания по участию в торгах за право размещения павильонов «Общепит» в Филёвском парке и усадьбе «Алтуфьево». Площадь дотов от 6 до 140 квадратных метров.

Ознакомиться со всеми предложениями можно на Инвестиционном портале города Москвы.

По данным научно-исследовательской компании «**Лаборатория трендов**»:

– 55% занимает кофейный напиток в структуре российской розничной торговли горячими напитками;

По данным проекта **PIR-COFFEE**:

– в среднем 190 чашек в день продает одна кофейня;

– самый распространенный возраст бариста – 23 года.

Всегда на связи!

Отдел по связям с общественностью и СМИ

Департамента города Москвы по конкурентной политике

+7 499 652 60 27

+7 495 957 7500 доб. 57130

Адрес страницы: <http://gbusc44.mos.ru/presscenter/news/detail/7616716.html>

[ГБУ Сервисный центр 44](#)