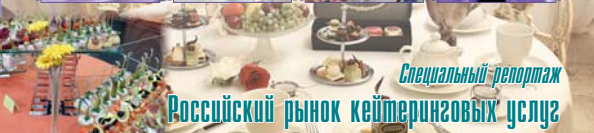


A Special Report on The Russian catering services market



Специальный репортаж Российский рынок кейтеринговых услуг

Information Supporters/
Информационная поддержка

Discovery Research Group
Growth Technologies
Research Techart
Rosstat

Step by Step Group
TRMC System

General Sponsors/
Генеральные спонсоры

Anturaj Center
ChanteCler

Partners/
Партнеры

Global Ventures Group (CIS) LLC
Chrisbon Translation Services

Project Experts/Эксперты проекта

Catering Consulting
Dellos Catering
Mega Catering

Report authors/Авторы обзора

Special projects Department/
Отдел специальных проектов

The Russian catering services market: beginning and progress so far achieved



Российский рынок кейтеринга: начало и достигнутый прогресс

Today's Russian catering market differs much from the market of 20 years ago, when the first catering companies started to appear in the country. Though some experts claim that even representatives of business communities in some regions have yet to really familiarize themselves with modern catering services, today, catering, however, is no

longer seen as an exotic business in most parts of Russia. At least, as it was at the beginning of the 1990s, when it started establishing itself on the ruins of the demised Soviet empire as one of the new capitalist business models for post-Soviet Russia.

At that time, the appearance of catering was connected with the huge demand for profes-

Сегодняшний российский рынок кейтеринга немного отличается от рынка образца 20-летней давности, когда первые кейтеринговые компании появились в стране. И хотя эксперты утверждают, что в некоторых регионах даже представители деловых сообществ зачастую еще не знакомы с этим термином, кейтеринг

сегодня уже не экзотика в большей части страны.

По крайней мере, как это было в начале 1990-х, когда он зародился на руинах рухнувшей Советской империи в качестве одного из направлений капиталистической бизнес-модели экономического хозяйствования в новой, постсоветской России.

sional international standard services for corporate events and private holidays. Hence, catering's "key subject areas," in a broader sense, include organization and servicing foods and drinks at receptions, picnics, team-building events and other corporate entertainment events. These can be a one-time event, like weddings, jubilees or daily services, such as the provision of meals to companies' staffs in offices.

Commenting on these and other current trends in this

of business processes. Other advantages include lower production costs, which as a consequence leads to much lower prices for services.

Another advantage is flexibility, as catering companies can organize events for thousands of guests as well as for small family parties. One more feature is that demand is highly characterized by 'strongly marked seasonality,' a reality that is always taken into consideration by both customers and service providers. For instance, the

Тогда его появление связано со спросом на профессиональные услуги выездного обслуживания корпоративных мероприятий и частных праздников на уровне мировых стандартов. Отсюда предметами «изучения» науки «кейтеринг» при более широкой расшифровке являются организация и обслуживание фуршетов, пикников, тимбилдингов и других корпоративно-развлекательных мероприятий. Это могут быть разовые торжественные мероприятия, такие как свадьбы, юбилейные даты, или каждодневные

сегодня в отрасли много непрофессиональных игроков. Почему-то все, кто умеет хоть немного готовить еду, думают, что им нужно заниматься кейтерингом или открывать рестораны. Поэтому сегодня рынок очень разнотипный, так как переполнен, как высокопрофессиональными, так и низкокавалифицированными игроками» (см. полное интервью в рубрике «Взгляд эксперта»).

По мнению директора компании «Технологии Роста» Тамары Решетниковой, одним из основных

“In terms of physical size and annual turnover, today's Russian catering market compares favorably with similar markets in Central Europe, but still very much lags far behind top EU countries.”

industry, Oksana Eremenko, the CEO of the Anturaj Center catering company, noted that the industry as a whole has grown and developed by leaps and bounds since the early 1990s. “However, today, there are many non-professional players on our market. This is because, for some reasons, everyone that knows how to cook something, thinks he/she can open a catering or restaurant business. Therefore, this market is ambivalent today, as it is full of both highly professional and nonprofessional players.” (see this expert's full interview in the Expert's Corner rubric).

One of the main advantages of catering, in comparison with classical restaurants, according to Tamara Reshetnikova, the CEO of Growth Technologies, a market research firm with extensive coverage of the Russian eatery services market, is its scalability and replication

industry's so-called 'peak business periods' as a rule, account for up to 25–30% of most companies' annual sales.

One more advantage of catering, from the point of view of chartering new businesses, is in its relatively low initial investment outlay. For instance, at the initial stage, one only needs about have \$50,000–\$100,000 to acquire the required equipment, rent

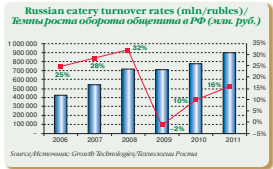
«По общему уровню развития и годового оборота, отечественный кейтеринг уже сравним с аналогичными рынками стран Центральной Европы, но все еще заметно отстает от ведущих стран ЕС».

услуги, к примеру, обеспечение сотрудников компаний едой в офисах и т.д.

Комментируя эти и другие сложившиеся в этой индустрии тенденции, гендиректор кейтеринговой компании «Антураж-Центр» Оксана Еременко отметила большой скачок и прогресс на этом рынке, особенно при сравнении с ситуацией в 1990-е. «Однако должна отметить, что

преимуществ кейтеринговых операторов, по сравнению с классическими заведениями общепита, является масштабируемость и тиражируемость их бизнес-процессов. Среди других преимуществ кейтеринга – отсутствие издержек, а как следствие – более низкие цены на предлагаемые услуги аналогичного уровня качества».

Еще одно преимущество – гибкость, так как кейтеринговые фирмы способны проводить как мероприятия на тысячах человек, так и небольшие семейные вечеринки. Более того, спрос на кейтеринг характеризуется явным выраженной сезонностью, которая всегда учитывается как заказчиками, так и поставщиками услуг. На так называемый пик «горячего периода», как правило, приходится до 25–30% годовых продаж для профильных компаний.





This photo was supplied by Dellos Catering/Деллос катеринг специально для Dellos Catering

premises, salary fund, etc. Sometimes even less is needed when a part of the work, for example, the cooking, is done by the 'newly minted entrepreneur' in his own apartment, with relatives taking an active part in running the family business.

There are several business growth driving factors in the industry. These include the growing prosperity of companies and individuals, increased business activities, as well as accelerated lifestyle regimes, ongoing changes in Russians' mentality with marked orientation towards Western-styles consumer

behavioral patterns, which includes a more rational use of time.

Characterizing the Russian catering industry, Anastasia Ptukha, the board chairperson of Step by Step Group, a market research agency, noted that the Moscow and St. Petersburg market segments have almost fully recovered from the economic crisis. "The growth rate has also increased across the industry, hovering at the moment at about 7–10%. The most expensive events, however, are still held in Moscow and St. Petersburg." (see the *Market growth rates over the past three years*).

Еще одно преимущество кейтеринга, с точки зрения создания нового бизнеса, это относительно невысокие стартовые инвестиции. На начальном этапе достаточно иметь \$100тыс на закупку необходимого оборудования, аренду помещения, ФОТ и пр. Еще меньший стартовый капитал требуется, особенно, когда часть работы, к примеру, приготовление блюд, делается самим кейтерером в своей квартире и с активной помощью родственников.

Факторов роста бизнеса в отрасли много. Среди них повышающееся благосостояние компаний и граждан, возросшая

деловая активность, все более ускоряющийся темп жизни, изменение менталитета россиян с ориентацией на западный тип потребительского поведения, необходимость более экономного использования времени и пр. По данным аналитиков ГК Step by Step, на данный момент рынка Москвы и Санкт-Петербурга уже оправились от кризиса. В целом по России темпы роста также увеличились, на данный момент рост составляет порядка 7–10%. Самые дорогие мероприятия все еще проводятся именно в Москве и Санкт-Петербурге (см. *Темпы роста российского рынка за последние 3 года*).

This stems from the fact that the catering market is most developed in Moscow and St. Petersburg, while the so-called 'million resident cities' that serve as the regional administrations' political

but also in the regions. "Today, there are clear leaders on this market that specialize in off-premises service and developing in different areas," he added. "Companies also try to segment the market among

"In general, the growth rate has increased across this industry, hovering at the moment at about 7–10%. The most expensive events, however, are still held mostly in Moscow and St. Petersburg."

capitals or their economic centers, where the main industrial power is concentrated, are at far-placed second position.

Commenting on these trends, Alexander Burian, managing partner at the ChanteCler catering company, also noted the market's rapid growth rates over the past several years, not only in Moscow,

themselves, differentiating themselves from one another or specializing exclusively in large-scale events (see this expert's full interview in the *Expert's Corner* rubric).

At the moment, catering has become an integral part of many business processes, especially in big cities. This is confirmed by lots of analytical data, which say up 90% of

Эти факторы объясняют то, что на сегодняшний день рынок кейтеринга особенно развит только в Москве и Санкт-Петербурге, а во втором эшелоне идут так называемые города-миллионники, которые являются политическими столицами областных администраций или их

не только в Москве, но и в регионах. «Сейчас наметились явные лидеры, которые именно специализируются на выездном обслуживании и развивают его в различных направлениях», продолжал он. «Так же компании пытаются сами сегментировать рынок, заявляя о своих отличиях друг

«В целом по России темпы роста также увеличились, на данный момент он составляет порядка 7–10%. Однако самые дорогие мероприятия все еще проводятся именно в Москве и Санкт-Петербурге».

экономическими центрами, где сосредоточена основная индустриальная мощь.

Комментируя эти тенденции, управляющий партнер кейтеринговой компании ChanteCler Александр Буриан особо отметил стремительно высокие темпы роста рынка

от друга или специализации на масштабных праздниках» (см. *полное интервью данного эксперта в рубрике «Взгляд эксперта»*).

На данный момент, особенно в крупных городах, кейтеринг стал неотъемлемой частью любого делового



The legend of Russian hospitality

Opened in 2005 after a glorious renovation the Savoy Hotel offers a favorable level of luxury and comfort. Rich in history and traditions, the 1912 art deco property boasts one of the smartest addresses in the fashionable heart of present-day Moscow.

67 comfortable guestrooms and suites;

24-hours Room Service;

Savoy Restaurant (Russian & European cuisine);

Hermitage Lobby-lar;

Meeting & Event facilities;

Fitness facilities & Swimming pool;

Business center & Travel services;

IP-Telephony;

Wi-Fi Internet;

Laundry & Dry cleaning;

On-site parking.

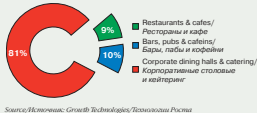
Y/6, b. 1, Roshdestvenka, Moscow, 109012, Russia
tel: +7 (495) 620-83-55, 620-83-55, fax: +7 (495) 620-86-65
reservations@moscow.savoy.ru

orders usually come from corporate customers and event management agencies. One of the industry's development features is that there are now specialized internet-portals, devoted solely to the subject of catering. One of these is CateringConsulting.ru, the first professional site in Russia and CIS devoted to the catering industry, tracking events in the industry, and offering a platform for the market participants to exchange ideas and opinions. There are also annual specialized industrial events, such as the Catering Director Business Forum and the Catering Expo.

There is even an annual awards ceremony for handing the industry 'Oscar statues' to outstanding companies. The first phase of this event, the Annual Russian Professional Caterers Award Ceremony, took place last year, when the most worthy representatives of the industry won different prizes in different nominations (see *Russia's Best Catering Companies*). Besides, with each passing year, the subject of catering is becoming more and more interesting for business journals, such as *The Russia Corporate World*, a business magazine, which regularly publishes reviews of this market, including this edition in your hand.

Commenting on the progress so far achieved by this Russian market, Kirill Pogodin, the director of CateringConsulting.ru, noted, as a comparative analysis, that in terms of overall level of development, annual turnover size, etc., the Russian catering market compares favorably with similar markets in Central and Eastern Europe.

The Russian catering industry structure, by types/ Структура российского общепита по типу



"However, it still very much lags far behind top EU countries, such as Germany, France and the Great Britain.

Potential of the Russian segment of the world catering market

Catering has grown to occupy a definite niche in the global economy as an integral element of all key events attended by world business and political elite. Experts' most conservative estimations put the volume of this market at about \$100bln. More precise data are, for obvious reasons, very hard to come, partly due to the sheer size of this industry, opacity and marked immaturity of some national markets.

However, the size of the "true, but yet to be potential capacity" of the Russian market, according to several

процесса. Это подтверждается данными аналитиков, согласно которым до 90% заказов поступает от корпоративных клиентов, и другими важными событиями в отрасли. Одно из этих событий – то, что сегодня уже есть специальные интернет-порталы, эксклюзивно посвященные тематике кейтеринга, такие как CateringConsulting.ru, первый в России и СНГ профессиональный сайт, посвященный кейтеринг-индустрии, который освещает события в отрасли, представляя площадку для обмена опытом между участниками рынка.

Есть и свои отраслевые ежегодные специализированные деловые мероприятия, такие как «Бизнес-форум Catering Director» и «Catering Expo-Show».

Также существует своя ежегодная торжественная

церемония вручения статуэток «Оскара». Мероприятие «Российская премия профессиональных кейтерингов» впервые состоялось в прошлом году, когда самые достойные представители индустрии были отмечены в различных номинациях (см. *Лучшие кейтеринговые компании России*).

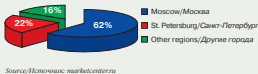
Кроме того, тематика «кейтеринг» из года в год становится все более интересной для многих деловых изданий, в частности, для делового журнала TRCW, который регулярно делает отраслевые обзоры данного рынка, в том числе данный выпуск.

Комментируя достигнутый за последнее время прогресс на российском рынке, руководитель проекта CateringConsulting.ru Кирилл Погодин, в качестве сравнительного анализа, отметил, что по общему уровню развития, размеру годового оборота и пр., отечественный кейтеринг уже сравним с аналогичными рынками других стран Центральной и Восточной Европы. «Но пока заметно отстает от ведущих стран ЕС, в частности, Германии, Франции и Великобритании».

Потенциал российского сегмента на мировом рынке кейтеринга

Кейтеринг давно занимает определенную нишу в глобальной экономике как неотъемлемый спутник всех ключевых мероприятий с участием представителей мировой деловой и политической элиты. Согласно данным экспертов, объем данного рынка составляет по самым консервативным подсчетам около \$100млрд. Более точных цифр, свидетельствующих об истинном размере этой индустрии,

Regional spread of the Russian catering market/ Распределение рынка кейтеринга по регионам



Искусство сервиса



Банкеты • Фуршеты • Корпоративные праздники • Свадьбы

7 (495) 787-00-37
www.chantecler.ru



This photo was supplied by Moscow catering company Anturazh Center / Фотография предоставлена кейтеринговой фирмой «Антураж-Центр»

expert analytical companies, including the Discovery Research Group and Trans-regional Marketing Centers System, has been estimated at \$10bln. About a half, or approximately \$4bln–\$5bln of this sum is attributable to Moscow, which underlines the Russia capital's "absolute hegemony" on this market, and consequently, its "astounding attractiveness" for the industry's biggest players.

Then, about a quarter of this potential is attributable to St. Petersburg, which also makes Russia's "northern capital" "an attractive harbor" for locating catering businesses, a factor also used by the industry leaders, who consider an expansion to this city on the Neva a natural logical extension of their business development strategies from their bases in the capital. The rest is distrib-

uted among the other Russia mega-cities (See *Regional structure of the Russian market diagram*).

Actual size of the today's Russian market

According to Rosstat, the Russian official statistics agency, there are currently over 50,000 food services companies in the country with a gross revenue turnover of RUR903,3bln in 2011. Traditional restaurants and cafes, in terms of number, account for about 90% of this market, while catering companies makes up about 10%. However, the latter's share, in monetary terms, is much higher, according to Growth Technologies' data (see *Dynamics and Growth Rates of the Russian Catering Market*).

However, in practice, the market's annual total turn-

over, по известным причинам, посчитать трудно, в первую очередь, из-за глобальности отрасли и непрозрачности, а кое-где и недоразвитости национальных рынков.

Однако, по данным ряда экспертных аналитических компаний, в том числе Discovery Research Group и «Системы межрегиональных маркетинговых центров», потенциальная емкость российского сегмента мировой индустрии составляет около \$10млрд. Около половины, примерно \$4–5млрд, из этой суммы приходится на Москву, что подчеркивает ее «абсолютную гегемонию» на этом рынке, а, следовательно, и ее «неземную» привлекательность для крупнейших игроков.

Далее – около четверти приходится на Санкт-Петербург, что также делает «северную

столицу» «заманчивой гаванью» для базирования кейтерингового бизнеса. Этим и пользуются лидеры отрасли, которые после налаживания бизнеса в первопрестольной, считают экспансию в город на Неве естественным логическим продолжением стратегической концепции развития бизнеса в стране, а остатки распределяются по городам-миллионикам (см. диаграмму «Региональная структура российского рынка»).

Фактический размер сегодняшнего российского рынка

По данным Росстата, в России сегодня работает более 50тыс предприятий общепита, совокупный оборот которого, по итогам прошлого года, составил около 903,3млрд руб. Основную часть рынка, в количественном соотношении, занимают

over is very modest, standing at \$600–750mln, according to different data. For example, Research Techart assesses it at about RUR18bln (about \$600mln), and Growth Technologies estimates the volume of the corporate catering segment at RUR100–110bln. Moscow accounts for almost 20%, or about RUR17–20bln, market domination attributable to the high concentration of businesses, including foreign ones, business-centers and a large number of catering companies (see the Russian Market's Annual Turnover Figures, in mln USD).

Like the global industry, the market's exact size also defies precise calculus because of their unprecedented geographic scale; after all, the country occupies almost 1/6th of the world's land area, uneven development of catering services across the

country and glaring immaturity of the market in some far-flung regions.

Commenting on the lack precise data and widespread opacity of operations in this industry, Victoria Polovnikova, the director of Mega Catering, noted the industry's players' traditional habit of keeping their financial data 'close to their hearts.' 'Unfortunately, the financial indicators of this industry as a whole are rather vague, a practice that stems from the fact that that catering companies usually keep their annual turnover secret.' (see this expert's full interview in the Expert's Corner rubric).

According to different experts data, about 60% Moscow and St. Petersburg companies use catering services, and about one third of companies provide their staffs with meals in-house, whilst

рестораны и кафе открытого типа, а доля кейтеринга составляет около 10%. Однако, согласно «Технологиям Роста», в денежном выражении их доля значительно больше (см. Динамика и скорость прироста оборота рынка российского общепита).

Как показывает практика, суммарный годовой оборот сегодняшнего российского рынка сегодня скромнее, и составляет, согласно разным данным, от \$600млн до \$750млн. К примеру, Research.Techart оценивает его в около 18млрд руб., а компания «Технологии Роста» оценивает объем рынка корпоративного питания в 100–110млрд руб. Значительный объем столичного рынка объясняется высокой концентрацией предприятий (в том числе, – зарубежных) и бизнес-центров, и, следовательно, большим количеством

кейтеринговых операторов (см. Объем годового оборота российского рынка (в \$/млн)).

Как и глобальный рынок, посчитать точный размер отечественного рынка также трудно, в первую очередь, из-за его географической масштабности (все-таки 1/6 части суши), разномасштабности развития услуг по стране или подчеркнутой недоразвитости рынка в некоторых регионах. Комментируя эти тенденции, директор Mega Catering Виктория Половникова отметила закрытость финансовых данных игроками отрасли. «К сожалению, показатели отрасли в целом являются достаточно распыленными. Это связано с тем, что у кейтеринговых компаний годовой оборот держится в секрете». (см. полное интервью в рубрике «Взгляд эксперта»).



This photo was supplied by Moscow catering company ChanteCler/Фотография предоставлена кейтеринговой группой ChanteCler

almost a quarter of companies current do not provide their staffs with lunches. This means that such employees go out for lunch or bring their food with them.

Another interesting finding is that only 15% of companies' staffs eat meals prepared by professional caterers, whilst almost half of them, or about 46.6 %, of such employees are not satisfied by the services they receive. Some of the reasons for this dissatisfaction include monotonous menus, quality degradation, etc. Such trends mean "an untapped field" for catering companies to expand or consolidate their positions in the industry.

Main types of catering services

To cover all the aspects of catering, service providers specialize in three priority segments: off-premises services, or so-called event catering, stationary service and so-called "air catering," or the provision of food on airlines. However, the most profitable among these is off-premises service.

According to the Discovery Research Group's data, the profitability of this service hovers around 25–30%, but for some players it even goes up to 75%. A similar index is much lower in the office meals delivery segment, standing at about 10–15%. According to experts' data, the prices services in the Moscow market premium segment rarely fall below \$250 per person, similar services in restaurants attract a check of \$50–80, in business centers about \$5–7, in private companies about \$4–5, while it is rarely above \$3 in most state institutions.

Russian market annual turnover (\$/mln)/ Объем годового оборота рынка РФ (\$/млн)

	2008	2009	2010	2011
млн. долл.	400	440	528	581

Source/Источник: FK Step by Step

According to Growth "Technologies" data, the main part of the office catering market, the so-called "white catering," is concentrated mostly in Moscow, whilst the lion's share of industrial catering, so-called "blue catering" is concentrated in industrially developed regions. In addition, the latter has a much bigger potential for development (see the *Structure of the Russian Food Services Market, by type of institution*). Commenting on this trend, Yevgenia Parmukhina, director of Research Techart, said the so-called "business segment" is growing at the highest rate, whilst the so-called "social catering" currently has the lowest growth rates.

This reality explains why professional catering services are having difficulties find their ways to state institutions. For

Согласно данным экспертов, около 60% клиентов в Москве и Санкт-Петербурге сегодня охвачено кейтерингом, а примерно треть компаний сами обеспечивают сотрудников едой. Однако около четверти никем не обеспечивается: сотрудники обедают, где получится, или приносят с собой еду. Еще одно любопытное открытие: только 15% сотрудников компаний в рабочее время получают еду, подготовленную кейтерингом, а почти половина из них, а именно 46,6%, не удовлетворена получаемой услугой. Среди причин неудовлетворенности – однообразие меню, ухудшение качества и пр. Все это открывает всем игрокам отрасли поле для увеличения или консолидации своих позиций.

Catering industry's corporate and individual clients/ Заказы от юрлиц и частные клиенты



Source/Источник: <http://www.gazmarketa.net>

Основные виды кейтеринговых услуг

Чтобы охватить все аспекты кейтеринга, поставщики услуг специализируются в трех приоритетных сегментах: выездное обслуживание, или так называемый событийный кейтеринг, стационарное обслуживание, и «воздушный кейтеринг», в частности, обеспечение питанием на борту авиакомпании.

Но самое прибыльное среди них – выездное обслуживание. По данным агентства Discovery Research Group, рентабельность этой услуги достигает 25–30%, а для некоторых игроков – даже до 75%. Аналогичный показатель в сегменте по доставке обедов в офисы ниже – около 10–15%. По данным специалистов, цены операторов в премиальном сегменте в Москве редко опускаются ниже \$250 на персону, в ресторанном кейтеринге аналогичный счет составляет \$50–80, в бизнес-центрах – около \$5–7, в частных компаниях – \$4,5, а в госучреждениях – редко бывает выше \$3.

По данным компании «Технологии Роста», основная часть офисного рынка кейтеринга (т.н. white catering) сосредоточена в Москве, а львиная доля индустриального кейтеринга (blue catering) сосредоточена в промышленно развитых регионах. При этом последний сейчас имеет гораздо больший потенциал для развития (см. *структура рынка российского общества по типу заведения*). Комментируя данную тенденцию, руководитель Research Techart Евгения Пармухина отметила, что наибольшими темпами растет т.н. «бизнес-сегмент», а наименьшими – социальный кейтеринг.



кейтеринговая компания
Антураж - Центр

VIP – мероприятия

Какое бы событие Вы ни планировали:

- Частное или корпоративное;
- Деловое или торжественное;
- Камерное или масштабное;
- Банкет, буфет или коктейль;
- В помещении или на открытом воздухе;

...Вы всегда вправе рассчитывать на исключительный уровень!

Мы позаботимся о том, чтобы Ваше мероприятие стало превосходным:

- Индивидуальный менеджер, сопровождающий мероприятие от первичного запроса до ухода последнего гостя;
- Неординарное и изысканное меню;
- Стильная посуда и столовый текстиль;
- Особое внимание ко всем Вашим пожеланиям;
- Полный контроль над ситуацией;

...мы сделаем все, чтобы превзойти Ваши ожидания!



Сайты:

www.anturajcatering.ru
www.aueda.ru
www.антураж-центр.рф

Адрес:

Тел.:
+ 7 (495) 776-64-85,
+7 (495) 743-01-82

г. Москва,
ул. Верхняя Красносельская,
д. 2/1, стр. 1

example, only last year the Russian Army hired catering services for the first time in its history. The result is that today several catering firms are serving military units. However, despite this success, the rest of state institutions are still closed to catering.

Besides the traditional institutional restrictions, the state sector on its own is not very attractive for catering due to the low service tariff that the government agencies are ready to. For example, the state allocates less than 100 rubles per person a day, and to make business profitable in this segment, a minimum of at least 150–200 rubles per person is needed per day, experts noted.

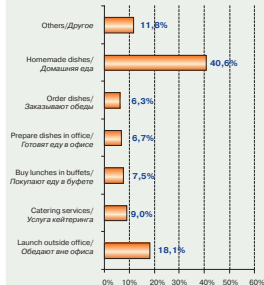
New areas for business expansion

One of the new areas of catering service expansion today is high school graduation parties as the number of school graduation ceremonies being served by catering is increasing every year. For instance, if in 2007, only 15% of high schools used catering, this number increased to 42% in 2011 and over 65% in 2012.

According to experts' data, today, this sphere is generating between RUB500mln and RUB750mln for catering and event-companies. However, experts have called these figure "most conservative data," noting that a more realistic estimate would be over a billion US dollars, if the price tags of so-called "super-expensive graduation parties" organized by the oligarchs' children, usually denominated in 6- and 7-digits are tallied up.

The billion ruble revenue includes the graduation expenses of only a part of the so-called "gilded golden youth"

Moscow firms' employees eating methods Способы питания сотрудников фирм Москвы



Source/Источник: <http://www.rbc.ru>

that has for reasons opted celebrate this special date in Russia, rather than at their parents' "foreign cottages" on the Cote d'Azur, Swiss Alps, or in the Billionaire Bar in Sardinia near the exclusive estate of the former Italian Prime Minister Silvio Berlusconi, or other entertainment facilities for extremely wealthy people.

The costs of events organized by this category of Russians at owned or rented yachts, private castles, etc., where the price of only one bottle of elite Champagne starts from a thousand euros, often defy mathematical calculus. For instance, the average budget of such "super-parties", as one Moscow elite corporate event

though be 150–200 rubles in a day.

Новое направление

Одним из новых направлений экспансии услуг кейтеринга сегодня стало обслуживание школьных выпускных вечеров. С каждым годом выпускники школ все чаще прибегают к данной услуге. Если в 2007г. за кейтерингом обращались 15% школ, то в прошлом году этот показатель вырос до 42%, а в текущем году – еще выше – более 65%.

По данным экспертов, это направление уже сегодня приносит кейтеринговым и инвенткомпаниям от 500–750млн руб. Эта цифра, согласно аналитикам, самая консервативная, а в противном случае, эксперты озвучивают заоблачные цифры, выходящие за миллиарды рублей, учитывая, что «супер выпускные пати» у отпрысков олигархов по случаю окончания школы измеряется 6- и 7-значными цифрами.

В указанную сумму в миллиард рублей, скорее всего, включили только ту часть так называемой «золотой молодежи», которая, по каким-то причинам, отмечает этот особый день в пределах отчизны, а не на «зарубежных дачах» своих родителей на Лазурном берегу, швейцарских Альпах или в «Баре для миллиардеров» на Сардинии рядом с поместьем бывшего премьер-министра Италии Сильвио Берлускони или прочих заведений для сверхсостоятельных в финансовом отношении лиц.

Стоимость мероприятий с участием этой категории россиян на арендованных яхтах, закрытых замках и т.д., где цена только одной

Этим и объясняется тот факт, что кейтерингу трудно пробивать себе дорогу в госучреждения. Только в прошлом году Российская армия впервые допустила к себе кейтеринг. Результат – сегодня в воинских частях работают кейтеринговые фирмы, а остальные госучреждения пока остаются закрытыми для этой индустрии бизнеса. Кроме ведомственных организаций, госсектор не очень привлекателен для кейтеринга ввиду низкого тарифа обслуживания. К примеру, государство выделяет менее 100 рублей в сутки на человека, а чтобы бизнес в этом сегменте был рентабельным, необходимо

bestcourier

Delivery of bills, periodicals,
advertisement materials and invitations
Доставка счетов, периодических изданий,
рекламных материалов, приглашений



7 (495) 507-54-04

7 (495) 788-39-87

Moscow, Moscow Region,
Other Regions, CIS
Москва, Подмосковье,
регионы, СНГ

www.bestcourier.ru
info@bestcourier.ru

management executive delicately noted, is quite comparable to the annual budget of a medium-sized town in central Russia. The task of top market catering companies is to allure this category of deep-pocketed customers to celebrate their events in Russia.

Similarly, there is an activation of air catering development in industry already dominated by such brands as Aeropir, Aeromar, Aerofood, Transpit, Domodedovo Air Service and Vnukovo Restaurants. A unique feature of this segment is absence or minimum competition due to the mono- or oligopolistic nature and the "high level of personification" of business services between companies and their main customers, which practically exclude the appearance of new players without the 'right connections with the right people' in and outside industry.

This probably explains while, Dellos Air Service, a subsidiary of the famous Maison Dellos Holding, became a major newsmaker this spring, when it announced its entrance into this "elitist market segment" to serve business aviation flights between Russia and the United States. The potential of this market segment is very huge, with the monthly market turnover averaging about RUR45mln, according to the Dellos Air Service's assessment.

Lidia Varlamova, the CEO of Dellos Catering, commenting on her company's affairs, noted the rebranding process that has changed the corporate name to Dellos Catering. "Today, our catering has become a separate area. Our catering concept is much broader than of a single restaurant. Dellos is now a truly international brand. In March,

a Dellos restaurant was opened in New York, with London and Paris next in line (see the interview of Dellos Catering CEO in the Expert's Corner rubric).

This view is shared by the key players in the market, who have said that the potential of this segment has not been fully mastered, and is therefore very promising. This is especially true, taking into consideration the expected openings of a new terminal at Sheremetyevo and several other airports throughout Russia to service the Winter Olympics-2014 in Sochi, the World Cup in 2018 and other events of international scales scheduled to take place in the country over the next decade. All these positive developments will open up more business opportunities for catering companies.

бутылки элитного шампанского начинается от тысячи евро, не поднимается под счет. Средний бюджет такой «суперпарты», как деликатно отметил один московский ивент-менеджер, вполне сравним с годовым бюджетом среднего размера города в центральной России. Задача кейтеринговых компаний – заманить и эту часть клиентуры на празднование своих торжеств в России.

Аналогично идет активизация освоения «воздушного кейтеринга». В этом сегменте специализируются такие бренды, как «Аэропир», «Аэромар», «Аэрофуд», «Транспит», «Домodedovo Эр Сервис» и «Рестораны Внуково». Конкуренция в

этом сегменте почти нулевая, ввиду почти моно- или олигополизма и «высокой степени персонализации» бизнеса с основными заказчиками услуг, что почти исключает появление новых непрошенных игроков.

Однако главным ньюсмейкером этой весной стала компания Dellos Air Service, которая в мае начала обслуживать рейсы российской бизнес-авиации между РФ и США. Сейчас, по оценке Dellos Air Service, оборот рынка составляет около 45млн руб. в месяц. Комментируя деятельность компании, Lidia Varlamova – гендиректор фирмы «Dellos Catering», дочерей компании холдинга Maison Dellos, обратила внимание на проведенный ребрендинг, в результате которого название стало Dellos Catering.

«Сегодня наш кейтеринг стал совершенно отдельным направлением. Концепция кейтеринга гораздо шире концепции одного ресторана. «Деллос» – это действительно международный бренд. В марте открылся ресторан в Нью-Йорке, на очереди открытие в Лондоне и Париже (см. интервью гендиректора Dellos Catering в рубрике «Взгляд эксперта»).

По мнению игроков, потенциал данного сегмента еще полностью не освоен, а потому очень перспективен, особенно с учетом ожидаемых открытий нового терминала в «Шереметьево» и ряда аэропортов по всей России по мере приближения Сочинской Олимпиады-2014, ЧМ-2018 и прочих мероприятий международного масштаба. Все это открывают возможности для более мощного развития современного кейтеринга.

Fusion Plaza
restaurant - bar - club

Authentic Indian Restaurant
As well as selection of popular Continental dishes
Full A la Carte menu
Special Lunch Buffet from 790 Rubles
Monday to Friday 12.00 till 17.00
Ideal for business lunch meetings
Great value and quality

Night Club Every Friday from 21.00 to 5.00
Popular DJs and other show
programmes through the night
Book Fusion Plaza for Weddings,
Corporate and Birthday parties and
get 15% discount as a subscriber of TBCN

Ресторан «Деллос» с 1 января переехал
Поздравляем и благодарим за сотрудничество TBCN

World Trade Center Level 2
Krasnoprospektovskaya Nab 12
Tel: 467-09796

ДЕЛОВОЙ

СЕТЬ ОФИСНЫХ ЦЕНТРОВ



1. Ищите современный комфортабельный офис 15-30 кв.м.?

Готовые офисы класса В+ в Бизнес Центре "Омега Плаза". Все включено: мебель, охрана, контроль доступа, секретарь - без дополнительных затрат.

Звоните: +7 (495) 988-55-58
omega@delovoy.su



2. Аренда готовых офисов 15-60 кв.м.

БЦ класса А "Алексеевская Башня" 10 минут пешком от м. ВДНХ, полностью готовые новые офисные помещения. Рабочие места. Юридический адрес.

Подробности по тел.: +7 (495) 988-77-97
tower@delovoy.su



3. Где провести переговоры, видеоконференции?

Оборудованные залы для деловых мероприятий с почасовой оплатой в центре Москвы, Гостиный Двор, м. Площадь Революции 5 минут пешком. Секретарь, услуга виртуальный офис, видеоконференции.

Звоните: +7 (495) 988-20-08
info@delovoy.su

www.delovoy.su



This photo was supplied by Mega Catering/Фотография предоставлена Mega Catering

Competition in capital cities at "cutthroat" level

Today, players on the catering market, like in other economic sectors, are facing tough competition. To attract new and retain old clients, they undertake a series of marketing measures. The key elements of the ongoing battle for clients' "mouths," rather than their "wallets," are visible everywhere in the industry, from external designs and decorations of events, the halls, waiters' uniforms to musical accompaniment. Besides, companies often have to vary their menus by introducing so-called "cyclic dishes" as a means of preventing the so-called "catering

fatigue" that usually results from a long-term monotonous menu.

However, the general competition trend is towards reduction of prices that started at the end of 2008 and still continues till date. This trend, according to Reshetnikova, stems from the fact that catering services providers are ready to serve clients' economy-budgeted events because their main aim today is to have customers at all costs. This negative trend, in tandem with the ever growing competition in the industry, and especially in major capital cities, has led to a noticeable decrease in profitability.

Under such circumstances, some companies that are

Конкуренция в столичных городах дошла до «точкой кипения»

Сегодня на рынке кейтеринга, как и в других отраслях экономики, идет жесткая, порой нечестная конкурентная борьба. Для привлечения новых или удержания регулярных клиентов кейтеринговые компании предпринимают целый комплекс мер. Тут элементы борьбы за «рты», а вернее «кошельки» клиентов, можно также увидеть во внешнем оформлении мероприятий – дизайне зала, униформе официантов, музыкальном сопровождении и т.д. Кроме того, компании часто разнообразят меню, вводя «циклическое меню»

для профилактики так называемой «кейтеринговой усталости», возникающей при длительном однообразном меню.

Однако общая тенденция на понижение средних цен, которая началась в конце 2008г., продолжается и сейчас. В этой связи, по мнению Решетниковой, операторы кейтеринга готовы рассматривать возможность и более экономичного обслуживания, так как главной целью маркетинговой политики становится приобретение постоянных заказчиков любой ценой. Эта негативная тенденция, в tandem с постоянно растущей конкуренцией, особенно в столичных городах, привела к ощутимому

unable to cope with competition often have to exit the market or change their specialties.

significantly increased over the last five years, fueled by "price competition bordering

"One of the main advantages of catering, in comparison with classical restaurants, is scalability and mass-oriented nature of its business processes."

"Annually about 10 new companies enter the market, and about the same amount also exit, being unable to withstand the cutthroat competition or due to the sustainability and profitability of their business models", Research Techart's Parmukhina noted. She attributed this tendency to the fact that market competition has

on price wars" and reduced profitability.

However, some catering services providers, on the contrary, are mounting an aggressive struggle against competitors to survive, using all available means, including price dumping strategies. The negative side is that these companies often become the victims of these price dump-

с снижению рентабельности бизнеса.

В таких условиях часть компаний, не справившихся с конкуренцией, уходит с рынка или меняет профиль или специализацию. «На

себя», – отметила Пармухина (из Research Techart), объяснив эту тенденцию тем, что на рынке за последние пять лет значительно усилилась конкуренция, что заставило участников рынка вступить

«Одним из основных преимуществ кейтеринговых операторов, по сравнению с классическими заведениями общепита, является масштабируемость и тиражируемость их бизнес-процессов».

рынок кейтеринга ежегодно выходит около 10 различных компаний. Примерно столько же уходят с рынка, не выдержав конкуренции или признав бизнес нерентабельным для

в «ценовую конкуренцию», снизив рентабельность.

А другая часть операторов, чтобы выжить, наоборот, ведут агрессивную борьбу с конкурентами, используя все доступные

HOTEL
★★★★ **MARCO POLO PRESNJA** ★★★★★

*Her Imperial Highness
Grand Duchess Maria Vladimirovna's Choice*

MARCO POLO PRESNJA
Hotel & Restaurant
Address: Spiridonovskiy Per., 9,
123104, Moscow, Russia
Tel.: 7(499) 244-36-31, 7(495) 695-60-61 Fax: 7(495) 626-54-02/04
Email: marcopolo@presnja.ru
Internet Site: <http://www.presnja.ru>



This photo was supplied by Mega Catering/Фотография предоставлена Mega Catering

ing strategies, when top industry players accept such challenges. Others very often develop parallel businesses that enable them to reduce expenses on raw materials, and also to compensate decrease in profitability in one business with robust operations in the other ventures.

In addition to competition with "peers," caterers' lives are also complicated by the traditional restaurants that are actively catering as additional services. This is very profitable for traditional restaurants as such a diversification of business also allows them to minimize

risks and expenses. Apart from restaurants, catering also faces strong competition from hotels, especially the five-star facilities. Their main 'competitive trump card' is the opportunity to offer all MICE services in one package with big discounts, subject to holding such events in their premises, a policy that usually works wonders. It is one thing to organize a corporate event in some cultural centers, but it is quite another class if the same event is held at a five-star hotel.

Commenting on all these and other trends, Anna Krasavtseva, an analyst from Business Port,

способы, в том числе демпинг цен. Однако они иногда сами становятся жертвами своей ценовой политики, когда более крупные игроки принимают данный вызов. Другие часто развивают параллельный бизнес, что позволяет им снизить затраты на сырье, а в случае падения прибыли на одном направлении, выживать за счет других. Другими словами, они охотно используют положительный компенсирующий эффект от диверсификации основного бизнеса.

Помимо конкуренции с другими кейтеринговыми

компаниями, жизнь игроков отрасли осложняет и активное освоение кейтеринга традиционными ресторанами. Им это очень выгодно, ведь диверсификация бизнеса также позволяет им значительно минимизировать риски и издержки. Кроме ресторанов, еще одним сильным конкурентом являются гостиницы, особенно пятизвездочные отели. Их главный конкурентный козырь – возможность предлагать все MICE-услуги одним пакетом с большими скидками при условии проведения

an investment firm, noted the ongoing consolidation of the Russian catering market that resulted from the crisis. "Today's market has become more consolidated, as many players under the influence

crisis strategies plan to retain it as a constant supplementary service or even fully focus on it as the main business venture. This is because catering is cheaper to run, as it does not require renting a permanent

мероприятий в гостинице, что безотказно действует на заказчиков. Ведь одно дело – устроить деловое мероприятие в каком-то ДК, а совершенно иной класс престижа, если такое же мероприятие будет организовано в пятизвездочном отеле.

зиса. «Сегодняшний отечественный рынок стал более консолидированным, поскольку многим игрокам под воздействием последствий кризиса пришлось уйти с занимаемой арены, а вообще и с рынка, – подчеркнула она. – С другой стороны, многие рестораны

“According experts, only 15% of companies' staffs eat meals prepared by professional caterers, and almost half of whom are not satisfied with the food. Some of the reasons for dissatisfaction include monotonous menus, quality degradation.”

of the consequences of crises had to annul their halls lease agreements, or even exited the market as a whole,” she added. “On the other hand, many restaurants that have introduced catering as a part of their anti-

space, while overall head costs are also much lower.”

Key problems in the industry

The industry has lots of problems, from bureaucratic

«По данным экспертов, сегодня только 15% сотрудников компаний получают еду, подготовленную кейтерингом, а почти половина из них ею не довольна. Среди причин неудовлетворенности – однообразность меню и ухудшение качества».

Комментируя все эти тенденции, аналитик ИК «Бизнес-Порт» Анна Красавцева отметила идущую консолидацию российского рынка под воздействием кри-

в рамках антикризисных стратегий ввели кейтеринг как дополнительную услугу, либо, сосредоточились на нем, как на основном направлении, поскольку здесь не требует-



This photo was supplied by Dellos Catering/Фотография предоставлена Dellos Catering

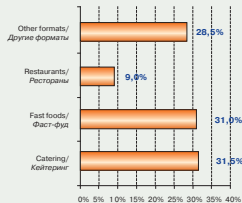
hurdles to frequent staff turn-overs, lack of development in urban infrastructure to huge traffic jams that complicate order delivery logistics. In this regard, the most costly expenditure, especially for small companies, is transport and logistics for timely orders deliveries, industry experts said.

Thus, commenting on frequent staff turnovers issue, the Anturaj Center's Eremenko said it is vital to note that the most important things in catering business are human factor and personnel management capability. "There are employees that had left us to work somewhere, and then later came back. Usually, I don't take back all such employees, but those that are rehired, have always remained with us, becoming more dedicated to their jobs and our company."

At times, logistics is so complicated that some catering companies, especially smaller ones, often have to refuse orders, other experts noted. Another common problem is corporate clients' inconstancy as they sometimes suddenly annul existing contracts without any cogent reasons, stop subsidizing the employees' meals or adopt some other forms of compensation for employees' meal expenses.

Experts recommend market participants to resort to a full-scale diversification of their businesses and put main focus on such promising areas as airline and railway catering services. In other words, diversification should target the provision of related services that can be performed using the companies' existing production resources.

Share of catering on the European eatery market/ Доля кейтеринга на рынке общепита Европы



Source/Источник: www.marketcenter.ru

All these trends are expected to fast-track the ongoing active development of catering services in Russia. The latent potential, and hence, profitable future prospects of this market is evident in the fact that only 30% of all Russian companies currently outsource organization of corporate events and staff-feeding services to professional caterers or event managers. This is infinitesimally small, compared to similar indices in more developed countries, for example, in the United States, which currently hover around 90%.

This means a huge, but yet-to-be tapped potential of the Russian catering industry. Consequently, this opens up a "big business operations field" for companies, which means a really bright future for the industry's top and serious leaders with realistic business offers for clients in this segment of the Russian economy. ■

ся аренда зала и издержки меньше».

Проблемы отрасли

В отрасли имеется масса проблем — от бюрократических препон до текучести кадров, неразвитости городской инфраструктуры и пробок, что осложняет логистику. В этой связи, основной статьей затрат, особенно для небольших компаний, являются транспорт и вся логистика доставки заказов.

Комментируя проблему текучести кадров, Еременко из компании «Антураж-Центр», отметила, что важно знать то, что самое главное в этом бизнесе — это человеческий фактор и умение руководить людьми. «Бывают, что сотрудники уходят, работают где-то, а потом возвращаются обратно. Я не всех беру обратно, но тех, которых беру, оставляю навсегда, становясь преданными своему делу и компании».

Логистика иногда бывает настолько сложной, что некоторым кейтеринговым компаниям, особенно мелким, приходится отказываться от заказов. Еще одна общая проблема — непостоянство клиентов, которые иногда без причин вдруг приостанавливают подписанные договоры, прекращают полностью дотировать питание сотрудников или переходят на иную форму компенсации сотрудникам расходов на питание.

Эксперты рекомендуют участникам рынка полномасштабную диверсификацию бизнеса и фокусирование внимания на таких перспективных сферах, как авиа- и железнодорожный кейтеринг. Другими словами, целью диверсификации должно стать оказание смежных услуг, которые можно предоставлять, используя уже имеющиеся ресурсы компаний.

Все это должно обуславливать дальнейшее активное развитие кейтеринговых услуг. Кроме того, о потенциале и перспективности данного рынка свидетельствует и тот факт, что только лишь 30% всех российских юридических лиц сегодня передают на аутсорсинг работу по обслуживанию корпоративных мероприятий или организации питания сотрудников, тогда как в других, более развитых странах, к примеру, в США, этот показатель сегодня достигает более 90%.

Что означает огромный, но пока латентный потенциал российского рынка кейтеринга. Следовательно, большое поле действий для компаний отрасли, а это значит безоблачное будущее для серьезных и ведущих игроков в этом важном секторе российской экономики. ■

Анастасия Короткова прикладывает редактованную версию текста данной статьи.

Contemporary catering market via experts' eyes



Сегодняшний рынок кейтеринга глазами экспертов

"I've banned the use of all kinds of chemicals such as cubes, broths, etc. in our kitchens, so as to ensure that our dishes are as close as homemade food as much as possible."

Our expert in this report, Oksana Eremenko, the CEO of the Anturaj-Center catering company, one of the leaders on the Russian catering market, speaks about the current and future industry trends, her company, its plans and unique services.



«Я на производстве запретила использование всякого рода химии и кубиков, бульонов и пр. Мы стараемся делать нашу еду приближенную к домашним блюдам».

Наш эксперт в этой отрасли Оксана Еременко, гендиректор кейтеринговой компании «Антураж-Центр», одного из лидеров на этом рынке, поделилась своим мнением о текущих тенденциях в индустрии, своей компании, ее планах и услугах.

How would you assess the current state of the Russian catering services market?

The catering industry as a whole is growing and developing. However, there are many nonprofessional players on the market. This is because, for some reasons, everyone that knows how to cook, thinks he/she can open a catering or restaurant business. Therefore, today, this market is ambivalent, as it is full of both highly professional and nonprofessional players as already noted above. And, of course, the

latter is hurting everyone as they entice clients via dumping prices and cheap services, thus spoiling the reputation of professional caterers. Today there is no professional organization that would have solved these types of problems and other issues in the industry.

Why has someone like you, who by nature is a socially active person, and one of the leading players in the industry, has not thought about setting up such organization?

As far as I know, there have been several such attempts,

Как могли бы вы оценить нынешнее состояние российского рынка кейтеринга?

Сегодняшний рынок кейтеринга растет и развивается. Однако, должна отметить, что в отрасли много непрофессиональных игроков. Почему-то все, кто умеет хоть немного готовить еду, решил, что им нужно заниматься кейтерингом или открывать рестораны. Поэтому сегодня рынок очень разнородный, так как переполнен, как высокопрофессиональными, так и низкоквалифицированными игроками. И, безусловно, последние очень мешают всем,

переманивают клиентов демпингом и дешевизной услуг, портят профессиональным игрокам репутацию. Проблема отягощается тем, что сегодня нет профессионального отраслевого сообщества, которое решило бы подобные и другие вопросы.

Почему вы, будучи по природе социально активным человеком, а также одним из ведущих игроков в данной отрасли, не стали организатором подобного сообщества?

Насколько я знаю, подобные попытки были, но дальше чем «на бумаге» нигде не продвину-

but no significant progress other than "paper declaration" was made. This is probably because our business is highly competitive. When one comes up with something unique, the idea is quickly copied by competitors, and this hinders joint actions. For example, we often monitor market offers,

For instance, I've banned the use of all kinds of chemicals such as cubes, broths, etc., so as to ensure that our food is as close as homemade dishes as much as possible. I try to make such that I'm not ashamed of the quality of my dishes. This is the first key to success. Besides, my grandfather used to say that

"Indeed, the most important thing in our business is the human factor and personnel management capability."

where we frequently see our unique new products on competitors' offers. It seems that companies are just stealing business ideas from one another. For example, at an exhibition in Germany I saw a new line of cocktail party table and wanted to do the same in Russia, but I could see it, despite visiting several furniture factories. Then I approached a furniture director with a proposal to design this table. We later named the project 'mobile catering.' And, what do you think, three months had not elapsed, before I saw my 'unique design' in offers of other catering companies. Although, I have banned people from taking pictures at our events or asked them to use only photos with our logo, it seems somehow that some waiters and guests still take photos with their mobile devices.

Today, your company is one of the leaders on this market, a great feat, especially in the conditions of the Russian business environment. How would you explain this huge success?

This is because I work and relate to clients honestly.

'stability is a sign of excellence.' This expression also aptly characterizes our job. I opened my own company in 1998 and since then, there are employees, who have working with me all these years. For example, one porter has been working with for over 11 years. Indeed, the most important thing in our business is the human factor and personnel management capability. There are employees

нулись. Это, наверное, потому, что наш бизнес – очень конкурентный. Стоит придумать одной компании что-то уникальное, как эту идею берут на вооружение конкуренты. Такая нечистоплотность мешает совместным действиям. К примеру, часто провожу мониторинг предложений рынка, и вижу наши уникальные новинки у конкурентов. Они просто воруют идеи. К примеру, на выставке в Германии увидела новую фуршетную линию и захотела в России сделать

нию в коллекции предложений другой компании. Хотя запрещаю на мероприятиях фотографировать и разрешаю использовать фотографии только с нашими подписями, похоже, есть некоторые официанты и гости, которые все равно делают снимки на мобильные устройства.

Сегодня ваша компания – один из лидеров рынка, что в условиях российской бизнеса является большим достижением. Как вы объясняете причины такого успеха?

«На самом деле в нашем бизнесе самое главное – человеческий фактор и умение правильно руководить людьми».

что-то подобное, обошла несколько мебельных фабрик, но ничего подобного не нашла. Тогда я разработала с директором одной из фабрик этот проект, который мы называли «мобильным кейтерингом». И, что вы думаете, не прошло трех месяцев, как увидела свою уникальную фуршетную ли-

Я работаю честно по отношению к клиентам. На производстве запретила использование всякого рода химии и кубиков, бульонов и пр. Мы стараемся делать нашу еду приближенную к домашней. Чтобы не было стыдно, в первую очередь, самой перед собой. Это первый залог успеха. Мой



that had left us to work somewhere, and then later came back. I don't take all such employees back, but those that are rehired, have

Yes, indeed, there is and not just one. To start with, I've to note that I'm very proud of all our events. For example, two years ago,

"In general, my motto is 'work with 'high' and 'drive.' The drive is when serving about 3,500 guests, and fun is when serving 25 guests. But in all cases, we always try to do a perfect job."

always remained with us, becoming more dedicated to their jobs and company. This category of employees is always pleasant to work with because they have moved up and down across a range of companies and able to see what differentiates working with us from working for competitors.

Is there an event organized by your firm that has become a source of special pride for you?

there was an order from the Lumiere Brothers Center of Photography to serve a big prizes award ceremony. This event, by our standards, was not very big, with only 200 guests in attendance. We made new thematic dishes and received personal gratitude from the Russian energy minister. However, if we talk about standard large-scale events, we often serve events featuring 3,500 or more guests. On the other

дедушка часто говорил, что «стабильность – это признак мастерства». Это выражение очень точно характеризует и нашу работу. Я открыла свою компанию в 1998г. и с тех пор есть сотрудники, которые со мной все это время работают. К примеру, уже 11 лет работает один грузчик. В нашем бизнесе самое главное – человеческий

му, что они прошли по целому ряду компаний и увидели то, что отличает работу у нас от работы у конкурентов.

Есть ли мероприятие, которое провела ваша компания, ставшее для вас и всего коллектива предметом особой гордости?

Да, было и ни одно. Вообще я очень горжусь всеми нашими

«Мой девиз – работать с „кайфом“ и „драйвом“. Драйв – это когда обслуживаешь 3,5 тыс гостей, а кайф – 25 человек. Но и там, и там мы всегда делаем ювелирную работу».

фактор и умение руководить людьми. Бывают, что сотрудники уходят, работают где-то, а потом возвращаются обратно. Я не всех беру обратно, но тех, которых беру, остаются навсегда, становясь преданными своему делу и компании. Всегда приятно работать с этой категорией сотрудников, пото-

мероприятиями. К примеру, два года назад был заказ от «Центра фотографии им. братьев Люмьер». Там состоялась церемония вручения премий. Мероприятие было немасштабное, по нашей шкале, всего человек 200. Мы выступили с новыми тематическими блюдами, получили личную признательность министра энергетики России. Если говорить о масштабных мероприятиях, то мы обслуживаем 3,5 тыс человек. С другой стороны, бывают и поменьше заказы. К примеру, мы организовали мероприятие, посвященное 70-летию одного из профессоров Московского ожогового центра. Там был банкет на 25 человек, но он для меня был равнозначен самым масштабным проектам. Вообще мой девиз – надо работать с «кайфом» и «драйвом». Драйв – это когда обслуживаешь 3,5 тыс гостей, а кайф – 25 человек. Но и там и там мы всегда делаем ювелирную работу.

Каковы главные конкурентные преимущества вашей компании в этой отрасли?

Во-первых, это опыт работы на этом рынке – 13 лет. Это уже говорит о многом. Второе – уровень развития и ресурсы компании. Третье –



hand, there are also smaller orders. For example, we organized an event marking the 70th birthday of one of the Moscow Burns Center. This was a banquet for 25 guests, but for me it is equal in importance to our biggest and most ambitious projects. In general, my motto is "work with 'high' and 'drive'." The drive is when serving about 3,500 guests, and fun is when serving 25 guests. But in all cases, we always try to do a perfect job.

What are your company's main competitive advantages in this industry?

First and foremost, this is our experience on this market spanning over 13 years. This speaks for itself. The second is our company's level of development and resources. Third – these are recommendations from clients, who are constantly returning for new orders, a very illustrative and important indicator of our job's quality. Well, of course, the style, design, excellent service, delicious



Often, businesspeople work in spite of, and not because of the prevailing trends. But, if speaking hypothetically, my ideal business model in this industry would be: the

рекомендации клиентов и их постоянное обращение к нам с новыми заказами. Это существенный показатель качества нашей работы. Ну, и, конечно, стиль, дизайн, отличное обслуживание.

Сегодня в нашей системе не может быть идеальной модели, так как много от предпринимателей не зависит. Часто мы работаем вопреки, а не благодаря. Но

"My grandfather used to say that 'stability is a sign of excellence.' This expression also aptly characterizes our job."

«Мой дедушка часто говорил, что «стабильность – это признак мастерства». Это выражение очень точно характеризует и нашу работу».

food, etc. These features, in my opinion, are supposed to be in all catering services, but in today's market, they are often listed by companies as their competitive advantages.

How would formulate your ideal business model for this market?

In our today's economic system, there cannot be an ideal business model, because lots of things don't depend on entrepreneurs.

existence of an ideal landlord, perfect staff, ideal political and economic environment in our country, as well as ideal graduates from technical catering schools that fully know what to do, rather than those who are on the job market today that do not know anything. And, of course, an ideal company CEO. A combination of these factors will make an ideal business model in the industry. ■

живание, вкусная еда. Все это, на мой взгляд, должно быть само собой разумеющимся и должно входить в обязательный набор любого кейтерингового мероприятия, но в условиях сегодняшнего рынка, эти факторы часто выносятся некоторыми компаниями в качестве своих конкурентных преимуществ.

Как могли бы сформулировать вашу идеальную модель бизнеса на этом рынке?

если гипотетически, идеальная бизнес-модель в этой отрасли должна выглядеть так: наличие идеального арендодателя, идеальных сотрудников, идеальной политической и экономической среды в стране, а также идеальных выпускников профильных техникумов, которые все умеют, а не те, которые сегодня приходят на работу и ничего не умеют. И естественно, идеальный генеральный директор. ■

“Our success on this market is the result of our everyday’s work. Of course, it consists of different factors, but I would particularly like to note our work team for this success.”

Our expert in this report, Alexander Burian, the managing partner of catering company ChanteCler, one of the Russian catering market leaders, speaks about the current industry trends, his company and its services.



«Залог нашего успеха на этом рынке – это, прежде всего, наш ежедневный труд, который складывается из многих факторов. Особенно я бы хотел отметить работу всей команды».

Наш эксперт в этой отрасли Александр Бурьян, управляющий партнер кейтеринговой компании ChanteCler, одного из лидеров на российском рынке кейтеринга, поделился своим мнением о тенденциях в индустрии, своей компании и ее услугах

How would briefly describe the level of catering services development in Russia today?

The Russian catering services market is growing rapidly both in Moscow and other regions. Representatives of regional companies often come to the capital and even seek advice in large catering companies. Characteristically, in the past catering was seen as a secondary kind of business, but today some industry leaders are specializing exclusively on catering and developing it in different directions. Also, companies are trying to segment the market among themselves, highlighting their differ-

ences from one another, by positioning themselves as specialists in handling large-scale events or as elite VIP-services providing firms, and consequently, the rates are also high, etc.

What is your growth forecast for this market in 2012 and in the near future?

According to our calculations, the market's average growth rate in the last two years has been about 20% per annum. Going forward, I don't expect this rate to change soon, if the economic and political situation remains stable.

Today, your company is one of the market leaders, a great feat, considering the

Как могли бы Вы охарактеризовать современный российский рынок услуг кейтеринга?

Российский рынок кейтеринга сегодня развивается стремительно высокими темпами. Причем не только в Москве, но и в регионах. Представители региональных компаний, часто приезжают в столицу, и даже обращаются за консультациями в крупные кейтеринговые рестораны. И что характерно, если раньше кейтеринг был, скажем так побочным, не основным видом бизнеса во многих компаниях, сейчас наметились явные лидеры, которые именно специализируются на выездном обслуживании и развивают его в

различных направлениях. Так же компании пытаются сами сегментировать рынок, заявляя о своих отличиях друг от друга, например, VIP обслуживании, и цены соответственно VIP, или специализация на масштабных праздниках и пр.

Каков Ваш прогноз роста данного рынка в 2012г. и в ближайшем будущем?

Последние два года мы, согласно нашим расчетам, оцениваем темпы роста рынка кейтеринга в Москве в среднем, как 20% в год. Я думаю, что если экономическая и политическая ситуация останется более менее стабильной, то такие темпы сохранятся и на ближайшее время.

general conditions under which businesses function in Russia. What is the secret of this success?

First of all, our success is the result of our everyday's work. Of course, it consists of different factors, but I would particularly like to note our work team. We understand that every employee is very important, and this is why we always strive to work so

of course, the Sberbank celebrations held in 2007 that were attended by over 10,000 people.

The clientele of catering is varied, from organizers of private parties to large corporation's anniversaries. In this regard, how would characterize your category of clients?

Most of our clients are event management agen-

"I see our main growth points in further development of services and finding different 'narrow niches,' where we can take leading positions by using our existing resources."

as improve each employee's skills and team spirit. This is because we are working in services industry, where the human factor plays the greatest role, and we are proud that many employees have been working in our company for over 4–5 years. They are the basis of our experience and the key to the success of our business.

Is there a special catering event organized by your company that you are particularly proud of?

Of course, there is, and this is not just a single event. Often, we measure the significance of events and achievements of new heights in catering by their scales. Today, we are specialists in organizing banquets and buffets designed for thousands of people. So, we are proud of every event, which is attended by 3,000–4,000 guests. Examples include the corporate events we organized for the mobile services operator MTS, Nanotechnology International Forum, organized by Rusnano Corp., and,

Сегодня Ваша компания – один из лидеров рынка, что в условиях функционирования российского бизнеса, является большим достижением. Если коротко, чем Вы объясните столь оглушительный успех?

Наш успех – это, прежде всего наш ежедневный труд и, конечно, он складывается из многих факторов. Особенно

работают в компании более 4–5 лет, именно они являются основой опыта и залогом успеха ресторана.

Есть ли у вас такое мероприятие, которое ваша компания провела для клиента, которое стало для Вас предметом особой гордости?

Конечно, такое мероприятие есть и оно не одно. Часто мы измеряем значимость меро-

«Основные точки роста я вижу в развитии услуги. Мы находим различные узкие ниши, в которых не так велика конкуренция, либо, где мы можем занять лидирующее положение, используя уже имеющиеся ресурсы».

я бы хотел отметить работу коллектива, мы понимаем, как для нас важен и ценен каждый сотрудник, и стремимся работать, как над развитием специалистов в отделе, так и над совершенствованием командного духа. Ведь мы работаем в сфере услуг, где человеческий фактор играет наибольшую роль, мы гордимся тем, что многие сотрудники

приятия и достижение новых высот кейтеринга масштабом праздника. Сегодня мы являемся специалистами по проведению многотысячных банкетов и фуршетов. Поэтому каждое мероприятие, на котором присутствует более 3тыс–4тыс гостей, считается предметом гордости, например, корпоративные праздники компании МТС,



number of guests, meaning that if a client wishes, we can organize a banquet even for two guests. It is noteworthy that our menu is so varied that even the most demanding gourmets will find something new for themselves.

Today, competition is very high, as catering services are provided by a wide range of different players. In this regard, what would describe as your main competitive advantages?

As I had noted above, our vast resources and experi-

dishes, as well as management decisions, marketing and promotion of the company.

Put briefly, how did modern catering originate and develop into a separate business unit in Russia?

The current standards of running business in this industry originated in the early 1990s, when foreign companies and restaurant holdings started coming to Russia. It was then that the first catering companies, which started differentiating their services from those of

международный форум нанотехнологий корпорации «РОСНАНО», и конечно, праздник для «Сбербанка», на котором в 2007 г. присутствовало более 10 тыс человек.

Клиентура кейтерингового бизнеса – разнообразная – от организаторов частных праздников до юбилеев огромных корпораций. В этой связи, хотелось бы узнать категорию ваших клиентов?

Наши клиенты, в основном это праздничные event-агентства и крупные корпорации, как

постоянно развиваемся во всех направлениях, как в области сервиса, так и в разработке новых блюд, управленческих решений, и даже маркетинге и продвижении компании.

Если очень коротко, как зарождался в России «современный кейтеринг» как отдельная отрасль бизнеса?

Нынешние стандарты ведения бизнеса и отрасли зародились в начале 1990-х годов, когда в Россию пришли иностранные ресторанные холдинги и компании. Именно тогда, стали

“Our vast resources and experienced employees are our main competitive advantages. Besides, we are not standing still, but constantly developing our business in different directions.”

enced employees are our main competitive advantages. In addition, we are not standing still, as we are constantly developing our business in different directions, both in terms of services, development of new

traditional restaurants. It is a known fact that such services were initially provided by restaurants. Even today, lots of restaurants still offer catering as additional services, but they can no longer compete in terms of scale, responsive-

«Наши конкурентные преимущества – это наши ресурсы и опытные сотрудники. Кроме этого, мы не стоим на месте, а постоянно развиваемся во всех направлениях».

российские, так и международные. Хотя за последний год, появилось несколько постоянных частных клиентов, что говорит о росте этого сегмента. Поэтому, я могу утверждать, что мы работаем со всеми категориями клиентов, в силу того, что наше предложение соответствует потребностям, как частных, так и корпоративных клиентов. Например, у нас нет ограничения на количество гостей, по желанию, мы можем обслужить даже банкет на двоих. А меню настолько разнообразно, что, даже самые разборчивые гурманы, могут найти что-то новое для себя.

Конкуренция в отрасли сегодня очень высокая, т.к. на этом рынке представлен весь спектр возможных игроков. В этой связи, каковы ваши конкурентные преимущества?

Как я уже отмечал выше – это ресурсы и опытные специалисты. А кроме этого, наверное, то, что мы не стоим на месте,

появляться кейтеринговые компании, выделяя выездное обслуживание из обычного ресторанного. Хотя изначально, конечно, эту услугу предоставляли рестораны, впрочем, у многих ресторанов и сейчас есть направление кейтеринга, но они уже не могут соперничать по масштабу, скорости реагирования и сервису с крупными кейтерингами.

Активность рынка услуг кейтеринга очень тесно связана с общим состоянием экономики. В этой связи, как Вы оценили бы влияние экономического кризиса на вашу отрасль?

Мне кажется, что говорить про кризис, это уже дурной тон, т.к. прошло несколько лет и о нем уже забыли, а наоборот рассуждают о новом витке нестабильности. Поэтому, я считаю, что необходимо всегда быть готовым к трудностям. Одна из стратегий нашей компании – развитие новых направлений, что и помогает нам удерживать лидирующие



ness to orders and quality of services with the largest catering firms.

The level of activities on the catering services market is very closely linked with the general state of the economy. In this regard, how would you assess the impacts of the global economic crisis on your industry?

In my opinion, talking about crisis has become a bad tone because several years had passed and people had forgotten about it, that is why I would rather talk about the new wave of instability. In this regard, I believe that one needs to be always prepared for difficulties. One of the strategies of our company is developing new directions, and this helps us to maintain our leading positions on this market. So, today, apart from event catering services, we also offer bar services, corporate catering, consulting and venues for hosting banquets, etc.

What are your plans for further expansion of your business in this industry?

I see our main growth points in further development of services and finding different "narrow niches," where we can take leading positions by using our existing resources 100%. This is how the brand "Coffee.com" was developed. It is operating in the corporate segment in a lobby bar format inside large companies' offices. This is the same way that we are successfully developing catering consulting.

Briefly put, how would you, based on your personal experience and taking into account the unique business



conditions in Russia, describe as an ideal business model in this industry?

In fact, the barriers for entering our market are quite low, but the hardest thing is to survive and become a leader. This is why to ensure success, one needs to have experience in restaurant business management, able to proactively monitor international trends that always take time to reach Russia. Of course, one needs to build own resources, minimize rental, other expenses and constantly improve the quality of services, which is one of the main components for building the image and reputation of a catering company. ■

This text was translated from Russian to English by Anastasia Korotenko and edited by Christian Business Services Agency (www.chrisbun.ru)

позиции на рынке. Так сегодня, кроме событийного кейтеринга, мы представляем услуги барного обслуживания, корпоративного питания, консалтинг банкетных площадок и т.д.

Каковы ваши планы дальнейшего расширения вашего бизнеса в данной отрасли?

Основные точки роста я вижу в развитии услуги. Мы находим различные узкие ниши, в которых не так велика конкуренция, либо, где мы можем занять лидирующее положение, используя уже имеющиеся ресурсы, чтобы использовать их на 100%. Так, у нас получил развитие бренд Coffee.com, который работает в корпоративном сегменте в формате лобби бара внутри офисов крупных компаний. Так же, например, мы успешно развиваемся в сфере кейтерингового консалтинга.

Если коротко и, опираясь на собственный опыт, и с учетом особой российской специфики, как Вы могли бы сформулировать идеальную модель успешного бизнеса в этой отрасли?

На самом деле барьеры входа в наш рынок достаточно низкие, но вот удержаться на плаву и быть в лидерах оказывается сложнее. Поэтому для ведения успешного бизнеса необходимо обладать опытом работы в ресторанном бизнесе, отслеживать западные новинки и тренды, которые всегда приходят в Россию с опозданием, наращивать собственные ресурсы, минимизировать аренду, другие затраты, а так же постоянно работать над качеством услуги. Ведь именно сервис является одной из главных составляющих имиджа и репутации кейтеринговой компании. ■

“Last year, our company got a diploma in the “Best Service Price-to-Quality Ratio Nomination within the Catering of the Year ceremony, the first-ever National Professional Caterers Award in Russia.”

Our expert in this report, Victoria Polovnikova, the director of Mega Catering, shared her opinion about the current market tendencies, her company and its services.



«В прошлом году наша компания получила диплом в номинации «Лучшее соотношение цена – качество» на первой общероссийской Премии профессиональных кейтерингов «Кейтеринг Года».

Наш эксперт в этой отрасли директор компании Mega Catering Виктория Половникова поделилась своим мнением о тенденциях рынка, своей компании и ее услугах.

How would you characterize modern Russian catering services market?

This market is growing and developing dynamically and new companies debuting on the market. Also, restaurants, entertainment complexes, permanent banquet rooms and hotels, using their production facilities as a base, have started offering catering services. With competition increasing at this rate, it has become necessary for us to introduce novelties, think up some new interesting offers, new ways of serving meals, table decorations, etc. So to summarize, I can say that today's Russia catering market is growing by "leaps and bounds" as it follows the steps of the more mature and older European and U.S. markets.

How would you estimate the volume of the industry's annual turnover in general, and the Moscow segment in particular?

Unfortunately, the financial indicators of this market as whole are very vague, as market researchers usually don't analyze this industry, partly because of its opacity. This stems from the fact that most companies in the industry usually keep their annual turnovers secret. However, according to some marketing research agencies' data, the annual market size is about \$250mln, while the annual growth rate is about 15–20%. However, the potential capacity of this market is about \$10bln.

Based on your experience, is catering a competitor to traditional restaurant business or its special variety?

Как вы могли бы охарактеризовать современный российский рынок услуг кейтеринга?

Рынок растет, динамично развивается, на рынке появляются все новые компании. Так же к данному рынку постепенно присоединяются рестораны, развлекательные комплексы, стационарные банкетные залы и гостиницы, которые на базе своих производственных мощностей начинают оказывать услуги выездного обслуживания. При таком росте конкуренции нам просто необходимо внедрять новинки, придумывать новые интересные предложения, способы подачи блюд, декор столов и т.д. И рынок кейтеринга спешит семимильными шагами за своими более зрелыми и старшими европейскими и американскими «товарищами».

Как вы оцениваете объем годового оборота отрасли в целом и московского сегмента в частности?

К сожалению, показатели данной отрасли в целом являются достаточно распыляемыми так как российский рынок пока не анализируется маркетологами активно в открытом доступе. Это связано с тем, что у кейтеринговых компаний годовой оборот держится в секрете. По данным некоторых маркетинговых исследований, в России объем рынка составляет порядка \$250млн, а рост – 15–20% в год. Однако потенциальная емкость этого рынка оценивается в порядке \$10млрд.

Исходя из вашего опыта, является ли кейтеринг конкурентом традиционного ресторанного бизнеса или его особой разновидностью?

People will never stop going to restaurants, and consequently, there are no reasons for traditional restaurant industry operators to worry about competition with catering. The need for catering usually arises in places, where there are no

I think catering market will grow, become more mature, as it follows the footsteps of other countries, where this industry has long been in operations and developing successfully. Specifically, I think the market will develop more actively in regions and cities with over

“In 2011, the CEO of Mega Catering came fourth in a rating of the Top 50 Best Caterers in Russia compiled by the Career publication.”

restaurants or in situations, when even the most upscale restaurant can't satisfy clients' demands and fantasies, while catering can meet such aspirations. Indeed, catering initially was mainly focused on customer's wishes, events' venue specificities and scenarios. Catering can operate on an abandoned plant, desert, plane, forest, in other words, in practically any place in the world, while clients' wishes are, as a rule, limited by the choices of menus, event standards, etc. However, there also lots of advantages, as classical pastime in restaurant will always be in great demand.

What is your forecast of market growth rate in 2012 and in near future?

My forecast is very optimistic.

one million residents, as there are still such locations where such services do exist. Besides, foreign companies are actively investing in production business in Russia, building plants and factories, etc. All this means that the demand for organization of corporate events – from business lunches to large corporate celebrations – will only grow in the future. In terms of growth rate, my forecast for the Moscow market is about 15–20% per year, while for St.Petersburg and other big cities, this could reach 40–50%. ■

This text was translated from Russian to English by Tatyana Galyshko and edited by Chrisbon Business Services Agency (www.chrisbon.ru)

Люди никогда не перестанут ходить в рестораны, поэтому у ресторанной индустрии нет никакого повода переживать по поводу конкуренции. Потребность в кейтеринге возникает обычно там, где нет ресторана, либо когда даже самый изысканный ресторан не воплотит твои фантазии в реальность, а кейтерингу это под силу. Кейтеринг изначально

Мой прогноз оптимистичен. Я думаю, что рынок кейтеринга будет расти, становиться более зрелым, ориентируясь на те страны, где данный рынок давно сформирован и успешно работает. Особенно активно, думаю, рынок будет развиваться в регионах и городах-миллионниках так как еще много городов, где данной услуги просто нет. Кроме

«В 2011г. по версии журнала «Карьера» в списке 50-ти ведущих кейтереров России руководитель компании Mega Catering занял 4-ое место».

ориентирован на пожелания клиента, особенности площадки и сценарий мероприятия. Это может быть заброшенный завод, пустыня, самолет, лес, то есть по сути, любая точка земного шара. В ресторане, как правило, клиент ограничен выбором меню и стандартом мероприятия. Но в этом так же, безусловно, много плюсов и на классическое времяпровождение в ресторане всегда будет спрос.

Каков ваш прогноз роста данного рынка в 2012г. и в ближайшем будущем?

того, иностранные компании активно инвестируют в производство в России, строят заводы и фабрики, а это значит что и спрос на организацию мероприятий – от бизнес-ланчей до крупных корпоративных праздников – будет только расти. В Москве думаю, средний годовой темп роста в конце года достигнет 15–20%, а в Санкт-Петербурге и других крупных городах рост может достигнуть и до 40–50%. ■

Татьяна Галышко приняла участие в редактировании текста данного интервью.



“Our business growth strategy envisages an active expansion, but this will be achieved via increasing our ‘basket of proposals’ in the market’s premium segment.”

Our expert in this industry, Lidia Varlamova – the CEO of Dellos Catering, a subsidiary of the Maison Dellos Holding and one of the leaders on the Russian catering services market – shares her views on the current industry trends and her company’s plans on this market.



«Расширение планируется и достаточно активно за счет увеличения «корзины» предложений в сегменте «премиум».

Наш эксперт в этой отрасли, Lidia Varlamova – гендиректор кейтеринговой компании «Dellos Catering», дочерней компании холдинга Maison Dellos, являющейся одним из лидеров на российском рынке кейтеринга – поделилась своим мнением о текущих тенденциях в индустрии и планах своей компании в этой отрасли.

What are your growth forecasts for this market in 2012 and in the near future?

The size of this market can only be calculated roughly, therefore, it is very difficult to give accurate predictions regarding its possible future growth rates. Moreover, this market is highly dependent on both the general economic and political situations in our country and across the world. In case of general economic growth,

this market grows even more rapidly than the average growth rate of the economy. However, in case crisis, market collapse is swift: the size of an average check nosedives, companies in the upper market segment take a plunge or leave the market. The luxury segment is less volatile, however, its size, in terms of the overall financial capacity of the market, is negligible.

What are your business plans for further expand-

Как вы прогнозируете рост данного рынка в 2012г. и в ближайшем будущем?

Измерить этот рынок можно только приблизительно, поэтому давать точные прогнозы по темпу его роста очень трудно. Более того, он весьма зависим и от общеэкономической, и от общеполитической ситуации в стране и мире. В случае общего экономического роста, рост рынка растет даже несколько быстрее, чем средние показатели экономики. В случае кризиса сполывание рынка происходит стремительно:

размер среднего чека снижается в разы, высокие сегменты финансируются вниз или уходит. Меньше подвержен колебаниям сегмент Luxury, но с точки зрения общей финансовой емкости рынка он незначителен.

Каковы ваши планы дальнейшего расширения вашего бизнеса в данной отрасли?

Расширение планируется и достаточно активно за счет увеличения «корзины» предложений в сегменте «премиум».

Нужны ли компании внешние инвестиции для разви-

ing your operations in this industry?

Our business growth strategies envisage active expansion, but this will be achieved via increasing our basket of proposals in the market's premium segment.

Does your company need external investments for development, and if it does, under which conditions?

“We would be interested in JVs, but we would only do this with foreign companies that are similar to Dellos Catering, so as to expand our market reach, share experiences and so on.”

Our company is part of a larger holding, Maison Dellos, and the issues of investment are not on our agenda.

Is Dellos Catering interested in entering into joint ventures (JVs) with other companies in this industry, and if so, under what conditions?

Yes, we would be interested in JVs, but we would only do this with foreign companies that are similar to us, so as to expand our market reach, share experiences and so on.

Does your company have any plan to acquire competitors, and if yes, which are the probable targets and under what conditions?

At the moment we are not considering the acquisition of peer companies, as our most of our investments are now focused on developing and expanding our own businesses.

What is your position on this market and what are your future plans?

At this moment, Pushkin Catering is coming to an end. We have started to rebrand it and it is now called Dellos Catering. Today, our catering has become a separate area that only has indirect relations with Pushkin Cafe restaurant. The catering concept is much broader than that of a single restaurant. Dellos is now a truly international brand. In March, a Dellos

restaurant was opened in New York, with London and Paris next in line. We expect that Dellos Catering will soon become a multi-format company that operates in different market segments, offering the most relevant service formats. ■

тия, а если да, то на каких условиях?

Наша компания является частью большого холдинга Maison Dellos и вопросы инвестиций не рассматривает.

Готовы ли компания создать совместные предприятия (СП) с другими компаниями в отрасли, а если да, то на каких условиях?

СП можно было бы создать с аналогичной зарубежной компанией, дабы расширить рынок, обменяться опытом и прочее.

Готовы ли ваша компания приобрести конкурентов, а если да, то кого и на каких условиях?

На данный момент мы не

Какова ваша позиция на этом рынке и какие планы на будущее?

Сейчас «Кейтеринг Пушкин» завершает свою историю. Мы начали ребрендинг, теперь компания называется Dellos Catering. Сегодня наш кейтеринг стал совершенно отдельным направлением, которое имеет к ресторану «Кафе Пушкинъ» весьма опосредованное отношение. Концепция кейтеринга гораздо шире концепции одного ресторана. А «Деллос» – это действительно международный бренд. В марте открылся ресторан в Нью-Йорке, на очереди открытие в Лондоне и Париже. Мы

«СП можно было бы создать с аналогичной Dellos Catering зарубежной компанией, дабы расширить рынок, обменяться опытом и прочее.»

рассматриваем вопрос приобретения других конкурентных компаний, так как сейчас основные инвестиции направлены на развитие и расширение собственного бизнеса.

планируем, что Dellos Catering в скором времени станет мультиформатной компанией, которая будет работать в разных сегментах рынка, предлагая наиболее актуальные форматы. ■

