

Дайджест СМИ

23.11.2021

Оглавление

- [Статистика](#)
- [Додо Пицца](#)
- [Новости конкурентов](#)
- [Новости отрасли](#)

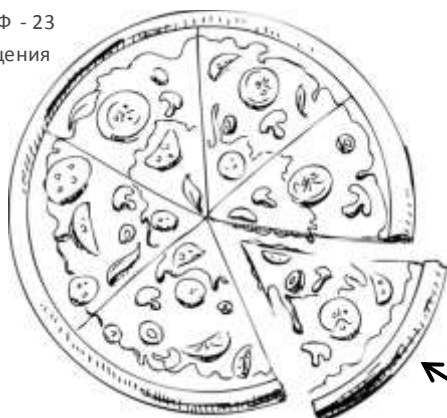
Методология

Дайджест подготовлен на основе баз СМИ Медиалогия и Factiva, в отчет вошли публикации за 23 ноября 2021 года. В дайджест включены все упоминания Додо Пицца в СМИ РФ и зарубежных СМИ, ключевые упоминания конкурентов в СМИ РФ, а также ключевые новости отрасли из ведущих СМИ РФ.

Статистика

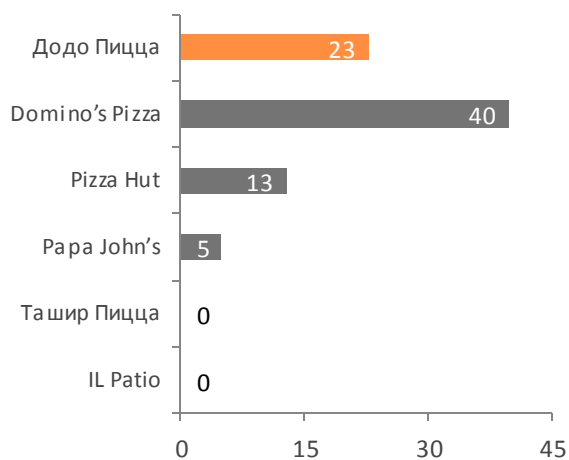
Общее количество упоминаний Додо Пицца

СМИ РФ - 23
сообщения



Зарубежные СМИ - 6
сообщений

Количество упоминаний (СМИ РФ)



Додо Пицца

«Додо пицца» сконцентрировала внимание на рынке Великобритании

Основатель торгового знака «Додо Пицца» и группы Dodo Brands Федор Овчинников на своей странице в Facebook сообщил о том, что летит в Англию, чтобы провести неделю в экспериментальной пиццерии в городе Лимингтон. Первая пиццерия под вывеской Dodo Pizza в Великобритании действует в Брайтоне с 2017 года. Впоследствии появились еще три заведения, работающие по модели франчайзинга: одно в Ковентри и два в Уолсолле. В конце 2020 года компания заявила о намерении создать ресторан в Royal Leamington Spa, но из-за ограничений, связанных с пандемией COVID-19, запустить проект фаст-гурмэ удалось только весной. Экспериментальная пиццерия стала первым в Великобритании заведением, которым управляет не франчайзи, а Dodo Brands. Концепция предполагает сочетание ресторанного качества продукта с экспресс-доставкой. Федор Овчинников отметил, что за последние четыре года «Додо пицца» получила опыт в США и ушла со слишком сложного и затратного рынка Китая, чтобы сфокусироваться на рынке Великобритании.

meat-milk.ru

[Перейти к оглавлению](#)

«ДОДО ПИЦЦА» ОТКРЫЛА В МИНСКОЙ ЛОШИЦЕ РЕСТОРАН В НОВОЙ КОНЦЕПЦИИ

23 ноября в Лошице открывается пиццерия известной сети «Додо Пицца». Новый ресторан станет тридцатым рестораном сети в Белоруссии.

ecopress.by

Аналогичные публикации: Vhate.by; ecopress.by; VMinske.by; Vbiznese.by; vendee.by;

[Перейти к оглавлению](#)

REAL BARRACUDA от компании «РЕАЛ» - новый киберклуб для жителей Зацаревья!

Компания «РЕАЛ» открывает компьютерный клуб нового уровня REAL BARRACUDA в Зацаревье. Открытие состоится 4 декабря. В программе - яркое мероприятие с конкурсами и призами от партнеров, среди которых сеть пиццерий «Додо Пицца».

astrakhan.ru

Аналогичные публикации: astrahan.bezformata.com; astrakhan-24.ru; news.myseldon.com; ast-news.ru; astrahan.bezformata.com; astrakhan-news.net; kaspynfo.ru; real.su;

[Перейти к оглавлению](#)

Логистические центры для крупных торговых сетей

Хабаровский край наращивает логистические мощности, что должно помочь привлечь в регион крупные торговые сети. В краевом центре уже работают четыре хаба, которые предоставляют полный цикл услуг по хранению, обработке, информационному учету товаров и их перевозке. Самые крупные из них - «Продимпорт» (логистический парк «Камышовый») и хладокомбинат «Хабаровский» («Айсхаб»). Последний является резидентом ТОР «Хабаровск» и пользуется преференциями, предусмотренными для этой территории. Среди арендаторов «Додо Пицца».

Тихоокеанская звезда

Аналогичные публикации: news.myseldon.com; news.myseldon.com; habarovsk.bezformata.com; dalqazeta.ru; profile-biznesa.ru; toz.su;

[Перейти к оглавлению](#)

Курс Потапенко

Гостем передачи «Курс Потапенко» стал основатель холдинга Buldozer Group («Бульдозер Групп»), сооснователь сети ресторанов японской кухни «Тануки» Александр Орлов, который рассказал о реалиях ресторанного бизнеса в условиях пандемии, мишленовских звездах, инвестициях в отрасль, выходе на IPO и франчайзинге. Д. Потапенко упомянул о «последнем условном скандале на рынке франчайзинга — с компанией «Додо Пицца». Федор Овчинников разошелся с одним из своих франчайзи в оценке по стандартам».

[Эхо Москвы](#)

[Перейти к оглавлению](#)

Франчайзер Torqun разошелся в франчайзи без конфликта

Упоминание конфликта основателя «Додо Пицца» со своим франчайзи из Ярославля. Их спор вылился в общественные дебаты на YT-канале.

[buybrand.ru](#)

[Перейти к оглавлению](#)

Зима не только время года

Второклассники гимназии № 8 г. Ангарска поучаствовали в литературной игре -путешествии. Спонсор игры - «Додо Пицца».

[cbs-angarsk.ru](#)

[Перейти к оглавлению](#)

Digital Challenge

В Точке кипения Сургутского государственного университета 20-21 ноября прошел хакатон «Digital Challenge». 24-часовой интенсив объединил на одной площадке студентов СурГУ и сургутских школьников. Организаторами цифровых соревнований выступила Лаборатория научно-технического творчества СурГУ «ArtLab». Спонсором мероприятия стала «Додо Пицца Сургут».

[surgu.ru](#)

Аналогичные публикации: [surgut.bezformata.com](#);

[Перейти к оглавлению](#)

19 ноября в МБУ «СШ» г. Усинска состоялся Муниципальный этап Семейного Фестиваля ВФСК «ГТО»

19 ноября в МБУ «СШ» г. Усинска состоялся муниципальный этап семейного фестиваля ВФСК «ГТО». Организаторы мероприятия выражают благодарность спонсорам фестиваля, в том числе, команде «Додо Пицца».

[Администрация МО городского округа Усинск \(администрация-усинск.рф\)](#)

[Перейти к оглавлению](#)

Новости конкурентов

Мосбиржа планирует 1 декабря допустить к торгам акции еще 80 иностранных компаний

Московская биржа планирует 1 декабря допустить к торгам акции еще 80 иностранных компаний, среди которых Domino's Pizza.

[Прайм](#)

[Перейти к оглавлению](#)

В Челябинске закрылась пиццерия, проработавшая 17 лет

В Челябинске после 17 лет работы закрылась пиццерия «Пиццбург». О временной остановке работы старожил городского общепита объявил в своих соцсетях и объявлении на дверях заведения. Среди возможных причин закрытия эксперты называют устаревший формат и последствия пандемии коронавируса. Помимо «Пиццбург» среди других закрывшихся в Челябинске с начала года пиццерий - Domino`s Pizza.

74.ru

[Перейти к оглавлению](#)

Люди в 2020 боялись ходить в заведения, особенно сильно спад был заметен в крупных городах: Москве, Санкт-Петербурге и других. Но есть они точно не перестали

Управляющий российским подразделением сети пиццерий Papa John's Кристофер Уинн рассказал, что ввиду того, что их бизнес всегда был сфокусирован больше на доставке, им удалось наверстать потерю доходности сети в период пандемии. В интервью он рассказывает об итогах 2020 года, размышляет об антикризисных мерах для адаптации к работе в условиях пандемии и о том, как пандемия и ковидные ограничения сказались на финансовых показателях компании.

marketing.rbc.ru

[Перейти к оглавлению](#)

Лучшие франшизы для бизнеса в России: какую купить и что учесть?

Франчайзинг как сфера развития бизнеса присутствует в России уже почти 30 лет. В 1992 году в гостинице «Россия» было открыто первое кафе по франшизе компании Baskin Robbins. Авторы статьи проанализировали, что изменилось с тех пор. В частности, упоминается, что сейчас стоимость известных российских франшиз сопоставима с ценой франшиз популярных международных брендов. Эта тенденция глобальная, и объясняется она локальной высокой популярностью определенных региональных брендов, которая может быть даже выше, чем у победителей рейтинга топ-100 франшиз от Entrepreneur's. Отмечается, что паушальный взнос при покупке франшизы международной сети пиццерий Papa John`s составляет 17 500 долларов плюс роялти 6% от выручки.

kp.ru

[Перейти к оглавлению](#)

Мобильные приложения стали наиболее распространенным способом заказа доставки готовой еды

Пандемия поспособствовала не только росту рынка доставки, но и ускорила изменение модели коммуникации рестораторов, служб доставки и их клиентов. Согласно результатам опроса, проведенного в рамках подготовки отчета «Российский рынок доставки готовой еды 2021», в августе 2021 года, лишь 26,3% опрошенных россиян продолжали заказывать готовую еду по телефону, в то время как годом ранее подобным образом оформляли доставку 39,1% респондентов. Операторы рынка также фиксируют снижение доли заказов через колл-центры и переток части заказов на digital-каналы коммуникации. В частности, в компании Pizza Hut подобное изменение в поведении клиентов стало тотальным. «Наш колл-центр упал почти в 5 раз, люди стали заказывать исключительно через онлайн-каналы. Это было достаточно необычно», - отмечает Александр Нигматуллин, генеральный директор Pizza Hut Russia. Подобные изменения в поведении россиян, заставили оператора в феврале 2021 года отказаться от колл-центра и перевести все продажи в онлайн.

marketing.rbc.ru

[Перейти к оглавлению](#)

По данным INFOLine, четверть рынка отечественного общепита приходится на Москву

Рынок общественного питания продолжает оправляться после фатального для него 2020 года, однако в связи с делегированными регионам полномочиями по введению коронавирусных ограничений на работу предприятий состояние отрасли на карте России выглядит неравномерно. Крупнейшие операторы рынка в своих стратегиях продолжают придерживаться вектора регионального развития. Yum! Brands Russia (KFC и Pizza Hut) пошла в малые и средние города России с камерным (до 120 кв. м) форматом и усеченным меню. До 2022 года компания планирует открыть тридцать ресторанов на Дальнем Востоке.

Infoline.spb.ru

[Перейти к оглавлению](#)

Новости отрасли

Performance Group построит крупнейший комбинат готовой еды

Performance Group, российский лидер по производству и доставке готовых рационов питания, сообщает о начале строительства крупнейшего в России комбината по производству готовых блюд. Новый производственный комплекс площадью 26 тысяч квадратных метров будет выпускать порядка 400 тысяч готовых блюд в сутки для жителей Москвы, Подмосковья и городов Центрального региона России.

cre.ru

[Перейти к оглавлению](#)

29-я международная выставка «Продэкспо-2022» состоится 7-11 февраля 2022 года

29-я международная выставка продуктов питания, напитков и сырья для их производства «Продэкспо-2022» пройдет 7-11 февраля 2022 года в «Экспоцентре» на Красной Пресне. Выставка входит в десятку крупнейших мировых смотров продовольственной тематики. «Продэкспо» играет стратегическую роль в формировании и развитии продовольственного сектора российской экономики, представляет все отрасли продовольственного рынка и является эффективной площадкой для встреч с закупщиками федеральных и региональных сетей, розничной торговли и профессионалами ресторанного бизнеса.

sfera.fm

[Перейти к оглавлению](#)

«Eat Market Смоленка»: фуд-пространство будущего с собственной экосистемой

В торгово-офисном центре «Смоленский пассаж 2» открывается фуд-пространство Eat Market — это 2700 кв м. пространства с 33 ресторанными концепциями и стильной посадкой, собственным сервисом доставки, 3 этажами парковки и смежной шопинг-инфраструктурой.

restoran.ru

[Перейти к оглавлению](#)

Эксперт: ввод ТЦ в России в 2021 году вернется к допандемийным уровням

Эксперты международной консалтинговой компании Knight Frank подвели предварительные итоги 2021 года на рынке торговой недвижимости регионов России. Согласно данным аналитиков, в 2021 году в городах РФ (за исключением Москвы) было введено 16 объектов торговой недвижимости с суммарной арендопригодной площадью 486,9 тыс. кв. м. «В 2021 году мы продолжаем ощущать сильное влияние пандемии на отрасль. Во многих регионах вход в торговые центры возможен только по QR-коду, что сказывается на трафике и оборотах, а после крайне тяжелого 2020 года это все очень болезненно для бизнеса. При этом есть позитивные тренды – открытие новых объектов торговой недвижимости, выход

новых брендов, быстрый возврат людей в ТЦ после снятия ограничений и другие. Все это позволяет надеяться на то, что как только ситуация с пандемией будет взята под контроль, рынок торговой недвижимости сможет восстановиться в течение года», - прокомментировала Евгения Хакбердиева, региональный директор департамента торговой недвижимости Knight Frank Russia.

realty.ria.ru

[Перейти к оглавлению](#)

Наталья Кошелева: в РФ сферу услуг ждет стагнация из-за роста инфляции

Одна из причин, которая приведет к стагнации российской сферы услуг, - это падение покупательской способности населения. Об этом 22 ноября заявила вице-президент Ассоциации малоформатной торговли, член «Партии роста» Наталья Кошелева. Так она прокомментировала информацию о том, что в РФ в октябре 2021 года вырос индекс деловой активности. «Индекс деловой активности включает в себя анализ продаж, инвестиций, кадров, финансирования, - сказала Кошелева. - По сравнению с предыдущими периодами идет рост продаж в стоимостном выражении, так как растут цены на сырье и материалы. Предположу, что сферу услуг, скорее всего, ждет стагнация, роста ожидать, наверное, не стоит еще и в связи со спадом покупательской способности, инфляции и продолжением ковидных ограничений. В производстве индекс деловой активности будет выше, но все же в связи с ростом цен, а не количества выпускаемой продукции».

dairynews.ru

[Перейти к оглавлению](#)

Володин поручил комитетам ГД организовать обсуждение законопроектов о QR-кодах

Работу по правительственным законопроектам о QR-кодах нужно выстроить так, чтобы к их рассмотрению в первом чтении депутаты получили полный срез общественных предложений. Об этом заявил спикер Госдумы Вячеслав Володин. Кабмин 12 ноября внес в Думу законопроекты о QR-кодах. Посещать массовые мероприятия, культурные учреждения, заведения общепита и непродовольственные магазины, пользоваться железнодорожным и авиационным транспортом граждане смогут при наличии QR-кода о прививке, документа, подтверждающего перенесенный COVID-19, или медицинского отвода от вакцинации. Переходный период продлится до 1 февраля - для получения услуг можно будет предъявить отрицательный ПЦР-тест.

dni.ru

[Перейти к оглавлению](#)

Новые меры поддержки бизнеса в пандемию

Поддержка малого и среднего предпринимательства остается одним из приоритетов государства в области экономики. И роль такой поддержки многократно возрастает в периоды вынужденных ограничений, связанных с пандемией коронавируса, когда во многих отраслях бизнес практически замирает. О новых мерах, разработанных Правительством в помощь малому и среднему бизнесу, а также о том, как быстро и эффективно ими воспользоваться, рассказывает совместный материал РИА Новости и Минэкономразвития РФ.

[РИА Новости](http://ria.ru)

[Перейти к оглавлению](#)

Мишустин пообещал подумать о QR-кодах для «неофициально» перенесших COVID - РБК

Премьер-министр России Михаил Мишустин обещал рассмотреть предложения о выдаче QR-кодов тем, кто переболел коронавирусом и имеют высокий титр антител, но не обращались к врачу и не привились. Об этом он заявил на заседании координационного совета по борьбе с COVID-19. Выдавать QR-коды таким гражданам на совещании предложил губернатор Амурской области Василий Орлов. Он отметил, что разработка такого правила на федеральном уровне позволит снизить негативную реакцию россиян и общественный резонанс вокруг темы вакцинации. По словам Орлова, решение о выдаче QR-кодов этой категории граждан помогло бы разгрузить систему здравоохранения и сократить расходы бюджета.

[РИА РБК](#)

[Перейти к оглавлению](#)

Собянин заявил о «минимальном уроне» для бизнеса из-за нерабочих дней - РБК

Мэр Москвы Сергей Собянин в интервью заявил, что московский бизнес не понес больших убытков из-за нерабочих дней, которые прошли в городе с 28 октября по 7 ноября. Мэр подчеркнул, что жесткие ограничительные меры вводятся в городе только при крайней необходимости. Во время нерабочих дней в Москве работали только аптеки и магазины с долей товаров первой необходимости не меньше 30%. Заведения общепита могли продавать еду на вынос, а музеи и театры начали принимать посетителей только с QR-кодами.

[РИА РБК](#)

[Перейти к оглавлению](#)

Власти Петербурга обсуждают отсрочку введения QR-кодов для общепита и ретейла

Фонтанка со ссылкой на три источника, знакомых с ходом подготовки корректировок в 121-е коронавирусное постановление, сообщает, что введение системы QR-кодов для допуска в рестораны и магазины в Петербурге могут отложить. Предполагается, что обновленный документ продлит большинство действующих запретов (сейчас они установлены до 28 ноября). Однако сфера общественного питания и ретейл, где QR-коды должны заработать с 1 декабря, могут получить отсрочку.

[fontanka.ru](#)

[Перейти к оглавлению](#)

Тексты публикаций

[meat-milk.ru](#) > 23.11.2021 >

«Додо пицца» сконцентрировала внимание на рынке Великобритании

Сегодня основатель торгового знака «**Додо пицца**» и группы **Dodo Brands** Федор Овчинников на своей странице в Facebook сообщил о том, что летит в Лондон, чтобы провести неделю в экспериментальной пиццерии, расположенном в курортном городе Лимингтон (Англия).

Первая пиццерия под вывеской **Dodo Pizza** в Великобритании действует в Брайтоне с 2017 года. Впоследствии появились еще три заведения, работающие по модели франчайзинга: одно в Ковентри и два в Уолсолле. В конце прошлого года компания заявила о намерении создать ресторан в Royal Leamington Spa, но из-за ограничений, связанных с пандемией COVID-19, запустить проект фаст-гурмэ удалось только весной. В мае-октябре продажи выросли с ?45 000 до ?58 644. Экспериментальная пиццерия стала первым в Великобритании заведением, которым управляет не франчайзи, а **Dodo Brands**. Концепция предполагает сочетание ресторанного качества продукта с экспресс-доставкой. Посетителям предложили принципиально новый продукт - римскую пиццу.

Федор Овчинников отметил, что за последние четыре года «**Додо пицца**» получила опыт в США и ушла со слишком сложного и затратного рынка Китая, чтобы сфокусироваться на рынке Великобритании. Он будет подробно освещать свою деловую поездку в Instagram-блоге «Сила ума».

© Независимый портал для специалистов мясной индустрии «Мясной Эксперт»

[Ссылка на источник](#)

[Вернуться к списку публикаций](#)

[ecopress.by](#) > 23.11.2021 >

«ДОДО ПИЦЦА» ОТКРЫЛА В МИНСКОЙ ЛОШИЦЕ РЕСТОРАН В НОВОЙ КОНЦЕПЦИИ

«**Додо Пицца**» открыла в минской Лошице ресторан в новой концепции

Сегодня в Лошице открывается пиццерия известной сети «**Додо Пицца**». Новый ресторан появится на ул. Гошкевича, 3 в здании Евроопт Prime и станет 30-м рестораном сети в Беларуси.

Пиццерия открывается в обновленном дизайне: светлые тона, мебель с округлыми элементами, природные материалы и смелая графика. Из приятных мелочей за каждым столом в ресторане предусмотрены розетки и USB-разъемы для зарядки гаджетов.

В новой пиццерии можно выпить кофе и позавтракать: в меню есть сырники и горячие рулетики, а также десерты: чизкейк, вишневый пирог, шоколадные маффины и фонданы. Из закусок в новой пиццерии будут представлены паста, салаты и особенные Стартер и Додстер, а в обеденное время в ресторане можно приобрести пиццу кусочками.

Цены на пиццу в **Додо** начинаются от 5,9 рублей. В меню есть разные варианты: с мясом, с рыбой, с овощами и грибами. Можно выбрать не только тесто (тонкое и традиционное), но и состав пиццы. Гости могут убрать некоторые ингредиенты и добавить желаемые, а также дополнить вкус пиццы с помощью сырного бортика.

В честь открытия до конца ноября при заказе на сумму от 16 рублей можно получить пиццу «Пепперони» в подарок.

Ресторан будет работать ежедневно с 11.00 до 23.00 часов. Как и в других пиццериях сети, на кухне будут установлены веб-камеры, благодаря которым за работой пицца-мейкеров можно наблюдать онлайн на сайте или в приложении.

«**Додо Пицца**» - международная сеть пиццерий, основанная в России, которая состоит из более чем 650 ресторанов в 14 странах мира, включая США, Китай и Великобританию. В Беларусь «**Додо Пицца**» пришла в 2018 году, и к настоящему моменту ее сеть насчитывает уже 30 пиццерий, которые расположены в 10 городах страны.

[Ссылка на источник](#)

[Вернуться к списку публикаций](#)

[astrakhan.ru](#) > 23.11.2021 > Боровская Людмила

REAL BARRACUDA от компании «РЕАЛ» - новый киберклуб для жителей Зацаревья!

Отличная новость для любителей сетевых сражений - «РЕАЛ» открывает компьютерный клуб нового уровня REAL BARRACUDA в зацаревье. Теперь не нужно ездить ближе к центру города, чтобы поиграть с друзьями. Приходи играть уже сейчас на Адмирала Нахимова, 131Б (недалеко от Дома офицеров). А, может быть, именно вы создадите новую киберспортивную команду, которая покажет крутые результаты?!

Клуб REAL BARRACUDA предлагает игрокам новый уровень комфорта и оснащен современным оборудованием, а именно:

Общий зал - 16 ПК с RTX 3060

VIP-зал на 4 ПК с RTX 3060

Обязательно приходи на открытие! Оно состоится 4 декабря в 11 утра. Тебя ожидает яркое мероприятие с конкурсами и, конечно же, призами от наших партнеров: сети пиццерий №1 в России «**Додо пицца**»; магазина «Цифровой» - продажа профессиональной фото/видео техники, ноутбуков, компьютеров, комплектующих; оператора связи «РЕАЛ» и «Торнадо» - бренда безалкогольных энергетических напитков! Также в этот день ты сможешь поиграть бесплатно до 18:00. Попробуй топовые мониторы, аксессуары, геймерские кресла и видеокарты в деле!

Сегодня лучшие киберспортсмены зарабатывают большие деньги, которые сложно заработать на обычной работе. В Астрахани уже сложилось плотное «комьюнити» по ряду игровых дисциплин. Сменяются поколения и дело за молодыми игроками - они умнее, шустрее, с малых лет тренируют свои «скиллы». Компания «РЕАЛ», организовав еще один киберклуб с топовым железом и высокоскоростным интернетом, хочет дать шанс молодым игрокам в нашем городе реализовать свой потенциал.

Генеральный директор компании «РЕАЛ» Владимир Лимонов: «Мы поддерживаем киберспорт в Астрахани с 2006 года. За это время состоялось бесчисленное количество турниров, а киберспорт стал официальным видом спорта в России. В декабре прошлого года мы открыли совместный клуб с сетью FANGS - REAL FANGS ARENA в Жилгородке, а сейчас решили сделать подарок для жителей зацаревья. Количество игроков увеличивается, движение набирает популярность, поэтому компания «РЕАЛ» развивается, в том числе, в этом направлении. Ждем вас в гости в нашем новом киберклубе REAL BARRACUDA!»

REAL BARRACUDA Адмирала Нахимова, 131Б

66?84?23 Работает круглосуточно уже сейчас. Официальное открытие: 4 декабря в 11:00

[Ссылка на источник](#)

[Вернуться к списку публикаций](#)

Тихоокеанская звезда > 23.11.2021 >

Логистические центры для крупных торговых сетей

Хабаровский край наращивает логистические мощности, что должно помочь привлечь в регион крупные торговые сети. В краевом центре уже работают четыре хаба, которые предоставляют полный цикл услуг по хранению, обработке, информационному учету товаров и их перевозке. Самые крупные из них - «Продимпорт» (логистический парк «Камышовый») и хладокомбинат «Хабаровский» («Айсхаб»). Последний является резидентом ТОР «Хабаровск» и пользуется преференциями, предусмотренными для этой территории. Только в этом центре обрабатывается до 500 тонн продукции в сутки. Чтобы оценить перспективы развития логистической инфраструктуры в регионе, хабы посетил министр промышленности и торговли Игорь Фомин.

- Развитие логистического направления повлечет за собой положительную экономическую трансформацию всего региона. Появление логистических центров международного уровня позволит создать новые рабочие места, здоровую конкурентную среду, улучшить инвестиционный климат. Наличие разветвленной сети подобных центров также может способствовать снижению цены продукта для конечного потребителя,- прокомментировал министр.

В регионе отрасль еще развивается и остается перспективным направлением. Сегодня хабы заняты поиском новых крупных контрагентов по всей стране. Большинство продуктов в край завозится из других регионов. Логистические центры полностью берут на себя ответственность и обеспечивают доставку, разгрузку, хранение продукции, комплектование груза и его доставку.

Наши мощности позволяют сохранять качество и свежесть различных продуктов, даже летом выдерживать температуру до -22 градусов. Мы также тщательно следим за соблюдением сроков годности,- пояснил коммерческий директор ООО «Хладокомбинат «Хабаровский»

Руслан Межевов.

Предприятие было создано год назад. Сейчас там трудятся более 50 сотрудников. При полной загрузке мощностей логистический центр предоставит еще 150 рабочих мест.

Всего в мультитемпературных камерах хранится более 10 тысяч тонн товаров. Среди арендаторов: KFC, «ДОДО Пицца», «Мираторг», «Вимм-Биль-Данн», «Индилайт», «Русагро», McDonald's, «Скиф». Правительство края продолжит оказывать поддержку в реализации подобных инвестиционных проектов, также включая их в число резидентов ТОСЭР.

[Вернуться к списку публикаций](#)

Эхо Москвы > 23.11.2021 > *Потапенко Дмитрий*

Курс Потапенко

В гостях: Александр Орлов основатель холдинга Buldozer Group («Бульдозер Групп»), сооснователь сети ресторанов японской кухни «Тануки» Дм. Потапенко: У меня сегодня в гостях Александр Орлов - основатель «Бульдозер Групп» и сооснователь сети ресторанов японской кухни «Тануки». Поскольку Вы человек в отрасли древний, вот за последние 2-3 года как Вы оцениваете, что происходило с ресторанной отраслью, не только с Вашей сетью, а в целом? Может, QR-коды для вас хорошо, а работа навынос дала вам колоссальную прибыль вдруг?

А. Орлов: Последние два года лихорадило отрасль не только в этой стране, но и во всем мире. Удивительно, что не закончилось. Видно, что не закончится. Мы сначала думали, что это будет длиться полгода, год, сейчас я вижу, что это будет длиться очень долго. Все сильно удивляет и демотивирует,

факторы, с которыми невозможно бороться. Понятное дело, что те проекты, которые уже были заточены на доставку, например, доставка «Тануки», они растут, все хорошо. Но есть рестораны, которые априори атмосферные, туда гости приходят за атмосферой, и ее доставкой никак не заменить, поэтому в этом вопросе все очень тяжело и непросто.

Дм. Потапенко: Я периодически встречаюсь с чиновниками, они говорят: «Да нет, что вы, все рестораны просто должны доставлять свои блюда, и будет им счастье». Объясните, почему это не так, почему не все блюда можно доставить? Я слабыми своими силами поддерживаю вашу сетку, на Профсоюзной периодически забираю доставку, но это капля в море, которая нужна вам для того, чтобы существовать.

А. Орлов: Практически все можно доставить, нельзя доставить атмосферу. Во-вторых, этот опыт показал нам, что люди некомфортно себя чувствуют в самоизоляции. Мы думали, что они уйдут на самоизоляцию и не захотят потом ходить в рестораны, будут постоянно заказывать еду и, вообще, все рестораны можно закрыть и оставлять только доставку. Когда все закончилось, то мы увидели обратную картину, что люди с радостью выходят куда-то, появилось больше ажиотажа. Мы такие существа, к счастью, что нам всегда нужно где-то быть, показывать себя и на других смотреть. Человек -- абсолютно социальное существо, которому необходимо быть в социуме и постоянно общаться. С этой точки зрения ресторанный бизнес очень актуален. Если мы будем жить в изоляции или периодически закрываться на локдаун, эта отрасль совсем ляжет на лопатки.

Дм. Потапенко: По итогу этого года средний чек упал или вырос по ресторанам сети? Я бы даже сказал больше - в товарных единицах. Что вы видите по отрасли и по себе любимым?

А. Орлов: Я не могу ничего сказать такого. Смотря где смотреть, в каком сегменте.

Дм. Потапенко: Если смотреть масс-маркет.

А. Орлов: Масс-маркет чуть упал. Понимаете, себестоимость растет, в том числе и себестоимость доставки. Чем больше доставки, тем больше себестоимости и меньше прибыли. Доставка -- это материалы, упаковка, очень дорогие сотрудники, именно из сферы IT, это очень большие расходы на персонал, зарплату, курьеров. Сейчас рынок курьеров стремительно растет. Курьеры некоторые зарабатывают сейчас так же, как директора. Плюс на бензин, на сервис для автомобилей и так далее. Расходы, правда, большие на доставке, а прибыль все меньше и меньше.

Дм. Потапенко: У вас под управлением достаточно разнообразное меню. По кухням Вы можете разнести, что, например, японская кухня хороша, паназиатская чуть хуже. В плане доставки и потребления?

А. Орлов: В плане доставки на первом месте японская и пицца. Дальше идет все остальное: бургеры и еще что-то.

Дм. Потапенко: Александр, Вы упомянули об одной из важнейших предпринимательских издержек -- это рост цены на сотрудников. На Ваш взгляд, если разбить их по группам, насколько произошел рост стоимости?

А. Орлов: Я так не могу сказать. Смотря на какие группы их разбивать. Сейчас очень высоко ценятся специалисты из сферы IT. Именно которые фудтех, да и не только. Специалисты высокооплачиваемые. Рост зарплат произошел в два раза. А что касается линейных специалистов - курьеры, доставка, менеджеры, сборщики, это тоже очень сильно растет, где-то в два раза по сравнению с тем, что было 2-3 года назад.

Дм. Потапенко: Связана ли эта история только с коронавирусом или здесь есть часть миграционной политики?

А. Орлов: Частично связана с коронавирусом, потому что в этот период времени доставка во всех сферах выросла. Исходя из этого, конечно, увеличилась потребность в таких сотрудниках. Конечно, все растет очень сильно. Все, что связано с IT, доставкой, оно все сильно растет во всем мире. Нехватка людей тотальная. За границей, например, в огромных количествах открывается дарк китчен и там не хватает поваров. Что они сделали? Они просто берут туда обычный персонал: уборщиц, швейцаров, садовников, которые в жизни никогда ничего не готовили. Им онлайн какой-то шеф показывает алгоритм, как готовить, куда и что класть, сколько времени запекать. И они работают на дарк китченах, в итоге качество тоже не

самое лучшее, когда люди без опыта начинают работать в этой сфере. Многие корпорации создают такие алгоритмы, что невозможно ошибиться. Тебе надо положить кусок мяса на кусок хлеба, все засунуть в печку и через 5 минут печка сама откроется, все надо вытащить, положить в упаковку и отдать курьеру. Все к этому и идет -- минимизировать человеческий фактор, люди становятся как роботы.

Дм. Потапенко: А может быть, это следующий этап перехода к мишленовским звездам? Из людей, которые никогда не готовили, появятся мишленовские повара?

А. Орлов: Нет, точно нет.

Дм. Потапенко: То есть это сложная история - стать мишленовским поваром? А. Орлов: Конечно.

Дм. Потапенко: Как Вы оцениваете получение вашими коллегами мишленовских звезд? А. Орлов: Все шансы есть, у нас много талантливых шефов появляется, которые понимают, что пойти работать шефом - это не самый надежный путь заработать деньги. Это возможность серьезного карьерного роста.

Дм. Потапенко: Если говорить о мишленовских звездах. Я знаю, что не только рестораны получают их, есть даже закусочная паназиатской кухни, которая получила мишленовскую звезду. Хотели бы Вы...

А. Орлов: Я давно высказывался на эту тему. Мне абсолютно все равно. Мне лично как потребителю и как бизнесмену. Я не люблю мишленовские рестораны, для меня эта кухня перегружена. Не люблю, когда мне не дают выбора, потому что там обычно сет меню, поэтому я не хожу никогда в мишленовские рестораны вообще.

Дм. Потапенко: Излишний пафос?

А. Орлов: Нет, это усложнение, которое мне не нравится. Но при этом я считаю, что приход «Мишлена» в Россию - это неплохо для нашей отрасли и в перспективе привлечет туристов. Это неплохо, но я лично отношусь к этому спокойно.

Дм. Потапенко: Всякие оценки типа TripAdvisor'a... Это влияет на посещаемость? Или люди меньше смотрят на это?

А. Орлов: Да.

Дм. Потапенко: То есть это аналог народного «Мишлена»?

А. Орлов: Да, все верно.

Дм. Потапенко: Программа развития, то, что вы видите по отрасли, отрасль планирует развиваться, открываться или сейчас все больше ждут новых ограничений?

А. Орлов: Очень активно все растет и развивается в нашей отрасли, мы открываем новые рестораны. Очень все активно.

Дм. Потапенко: На что расчет? Расчет на то, что локдаун снимут, потребитель вернется?

А. Орлов: Потребитель, по сути, не пропал. Те страны, где нет локдауна, там все нормально, а где есть ограничения, там не все нормально.

Дм. Потапенко: В каких странах Вы имеете в виду?

А. Орлов: Россия, Москва, например, слава богу, без локдауна живет, без QR-кодов. Остальные регионы по-разному, там посещаемость резко упала, потому что, к сожалению, есть очень много наших сограждан, которые до сих пор не хотят делать прививку. Есть другие страны... Австрия, Германия, Франция, которые периодически туда-сюда в локдаун, поэтому... Гонконг абсолютно закрыт, вообще весь Китай закрыт для туристов. Много пока что ограничений, я не вижу вообще горизонта, когда это закончится, поэтому наша отрасль будет чувствовать себя неуверенно и периодически будет попадать в какие-то проблемы, в неприятные финансовые ситуации.

Дм. Потапенко: Одна из частей любого ресторанного бизнеса -- это инвестиции. На Ваш взгляд, где правильно их разыскивать и насколько инвесторы готовы идти в эти проекты, в эту отрасль?

А. Орлов: Инвесторы готовы идти. Самое главное -- открывать успешные проекты. Когда ты открыл 1-2 успешных проекта, то сразу появляется инвестор, автоматически.

Дм. Потапенко: Инвесторы склонны к риску?

А. Орлов: Конечно, когда они инвестируют, они должны поверить в то, во что они инвестируют. Там тоже есть риск. Если этот проект не пойдет, то все потеряют деньги. Инвестор потеряет деньги. А ресторатор - прибыль и репутацию.

Дм. Потапенко: Поскольку у вас есть в вашем наборе управления как сетевые структуры, так и структуры атмосферные или высокой кухни. С точки зрения инвестора, инвестору привлекательнее сетевая структура или вот эта атмосферная высокая кухня?

А. Орлов: Тут нет разницы.

Дм. Потапенко: Инвестор не рассматривает сетевую структуру как более устойчивую?

А. Орлов: Инвестору важна доходность, возврат инвестиций. Ему неважно, будет это сетевая структура или нет. Если он видит, что там все работает, то будет инвестировать и дальше. Если он проинвестировал в один проект, а ему ничего не вернулось, конечно, потом он не будет дальше идти.

Дм. Потапенко: Периодически в кругах управленцев возникает дурацкий посыл -- выйти из операционки. На Ваш взгляд, поскольку все, что касается ресторанной области, я считаю, что это не операционка, а жизнь. На Ваш взгляд, можно отойти от операционки?

А. Орлов: Да, нужно найти человека и отойти.

Дм. Потапенко: Еще в Российской империи, чтобы приказчик не воровал.

А. Орлов: Есть такое, случается.

Дм. Потапенко: Что ж, это прям удачный пример.

А. Орлов: Там надо дать такую мотивацию, чтобы было невыгодно воровать. Дм. Потапенко: По сути, это партнерство?

А. Орлов: Да.

Дм. Потапенко: Когда Вы говорите про атмосферность, вы ставки делаете на открытие сетевки или на атмосферность?

А. Орлов: И то, и то.

Дм. Потапенко: Если разделить все-таки в процентах. От 100 процентов 30 -- это атмосфера, например?

А. Орлов: Сейчас 30% - это сетевые проекты, а все остальное - какие-то более концептуальные.

Дм. Потапенко: Почему? Они ближе вам по духу управления?

А. Орлов: Это в моей компании, в разных странах в моем лице. У нас там много разных проектов.

Дм. Потапенко: Это исторически сложилось так?

А. Орлов: Да. С «Тануки» мы стараемся держать темп, который мы сейчас задали. Это 10 ресторанов в год.

Дм. Потапенко: Сколько у вас сейчас суммарно?

А. Орлов: 80 с чем-то.

Дм. Потапенко: Есть планы на IPO?

А. Орлов: Пока не планируем.

Дм. Потапенко: Никакого внешнего размещения, даже на внебиржевых рынках? А. Орлов: Нет.

Дм. Потапенко: А с чем это связано? Какая-то консервативная модель развития? А. Орлов: Мы хотим целиком владеть компанией, не хотим видеть неизвестных нам акционеров. Мы не хотим получить совет директоров, нами не назначенный, контроль над нами и так далее. Мы хотим быть самостоятельными.

Дм. Потапенко: Да, не могу не согласиться. Это серьезный переход. Франшиза -- это способ развития или гибель для потенциального франчайзи или для компании, которая продает эту франшизу?

А. Орлов: Развиваем по франшизе, только мы управляем сами.

Дм. Потапенко: То есть ваша логика -- это привлечение финансового партнера? А. Орлов: Да.

Дм. Потапенко: Почему такая модель?

А. Орлов: У нас везде разные партнеры и инвесторы, но при этом мы управляем сами, чтобы наш бренд не размылся, не было ошибок, не попали в управление люди некомпетентные.

Дм. Потапенко: Чтобы не разрушались стандарты?

А. Орлов: Да.

Дм. Потапенко: Последний условный скандал на этом рынке -- с компанией «Додо Пицца». Федор Овчинников разошелся с одним из своих франчайзи в оценке по стандартам. На Ваш взгляд, стандарт в зависимости региона может гулять?

А. Орлов: Он гуляет только в ценовом сегмента. Все остальное нет.

Дм. Потапенко: Только цена? Тогда логично следующий вопрос. Как удерживать ценовую политику с учетом того, что растут ингредиенты?

А. Орлов: Инфляция, цены на продукты, зарплаты на сотрудников -- постепенно и плавно поднимать цены.

Дм. Потапенко: Поскольку вы работаете в зоне паназиатской и японской кухни, насколько удастся найти хорошую рыбу?

А. Орлов: Есть рыба хорошая. Есть в Мурманске наши заводы, там есть лосось, которого, правда, на всех не хватает. Мы пользуемся еще и на Фарерских островах. У них сейчас много заводов, хорошо идут дела.

Дм. Потапенко: Касаемо высшего топ менеджмента и, по сути, офиса, насколько люди за последние два-три года с Вами поменялись, остались теми же, с кем Вы начинали бизнес?

А. Орлов: Все сильно меняются. Кто со мной начинал, может, пара человек остались. Все новые, потому что все движется. Я вообще считаю, что надо людей менять, ротировать периодически. Конечно, иногда попадаются управленцы, про которых думаешь: «Вот повезло». Есть у меня пара, на которых смотришь и думаешь, что это большое везение и этого человека надо хранить, холить и лелеять. Есть несколько таких сотрудников, которые растут вместе с компанией, саморазвиваются, которые движутся вперед, от которых много идей, креатива, но таких людей мало. Всех остальных надо периодически менять. Как правило, всегда находишь лучше.

Дм. Потапенко: Ваши творческие планы, поскольку мы определили, что у вас есть такой уклон больше в авторскую кухню. Вы ориентируетесь на конкретный бренд, на какого-то шефа или страну? На что вы будете делать упор в будущем?

А. Орлов: Мы сейчас активно развиваемся в разных странах. Такого развития, которое сейчас у меня есть, у меня не было никогда в жизни. Много проектов открываем в РФ, много открываем проектов в Эмиратах. Развиваемся в Казахстане, открываемся в Великобритании. Мы в Россию привозим два больших международных бренда -- Siriani и GAIA. Мы открываемся с ними в следующем году. Также мы на рынке СНГ довольно активно развиваемся. Это Украина, Узбекистан, Казахстан. Поэтому очень много проектов, больше 30 одновременно.

[Ссылка на источник](#)

[Вернуться к списку публикаций](#)

buybrand.ru > 23.11.2021 >

Франчайзер Торгун разошелся в франчайзи без конфликта

Но это не мешает расходиться по обоюдному согласию

«Это нормальная практика - расходиться, если франчайзи не выдерживает моего напора в борьбе за качество. Мы долго работали с брендом и имеем на это право», - рассказал в интервью Buybrand.ru основатель бренда Торгун Алексей Локонцев, комментируя закрытие франчайзинговой точки на Пудовкина, 7.

Теперь салон здесь работает под вывеской «Барбершоп 1985» и оказывает те же услуги.

Алексей рассказал, что, если франчайзи приходит и рассказывает, что не может соблюдать требования по качеству и сервису, если у него нет задолженности по роялти, команда Торгунспокойно отпускает его в свободное плавание. Такие случаи происходят не часто, за 2021 год это первый кейс, и, скорее всего,

подобных закрытий наберется не больше трех. Но это связано с тем, что в 2020 году у Локонцева была массовая кампания по очищению проекта. Он закрыл 25 салонов.

По словам франчайзера, это были точки, которые «разрушали систему и тянули ее на дно».

Напомним, что расставания франчайзера и франчайзи не всегда проходят мирно. Главной темой прошлой недели был конфликт основателя «**Додо Пицца**» со своим франчайзи из Ярославля. И спор вылился в общественные дебаты на УТ-канале.

Если вы выбираете франшизу и сомневаетесь, у нашей эко-системы EMTG есть направление консалтинговой поддержки. Отставить заявку вы можете в форме обратной связи>>

[Ссылка на источник](#)

[Вернуться к списку публикаций](#)

[cbs-angarsk.ru](#) > 23.11.2021 >

Зима не только время года

У второклассников гимназии № 8 вызвало неподдельное удивление, что есть в Иркутской области еще и такой город. В Зиме они «побывали», продолжая литературно-краеведческое путешествие вместе с ЛитИркушей.

Ребята узнали, что первопоселенцем земли Зиминской был ямщик, которому в 2015 году в центре города местные жители установили памятник. Особенно заинтересовали детей герб и флаг Зимы, выполненные в бело-голубых тонах, где название города зашифровано в образе зимней снежинки, в припорошенных снегом елях.

Путешествие завершилось чтением сказки Веры Козарь «Зимняя бабочка». Ребята нарисовали к ней иллюстрации.

Спонсор литературной игры-путешествия - ООО «Сибпрофит». Торговое наименование «**Додо Пицца**». Марина Федорова 12+ Отдел краеведения Центральной городской библиотеки

[Ссылка на источник](#)

[Вернуться к списку публикаций](#)

[surgu.ru](#) > 23.11.2021 >

Digital Challenge

В Точке кипения Сургутского госуниверситета 20-21 ноября прошел хакатон «Digital Challenge». 24-часовой интенсив, который переводится как «цифровой вызов», состоялся в очном формате и объединил на одной площадке студентов СурГУ и сургутских школьников. Организаторами двухдневных цифровых соревнований выступила Лаборатория научно-технического творчества СурГУ «ArtLab» под руководством заведующего кафедрой информатики и вычислительной техники Дмитрия Федорова.

Напомним, до старта хакатона эксперты университета провели для участников мастер-классы, которые помогли им эффективно подготовиться к предстоящим соревнованиям: «MYSQL GET STARTED» (лектор: кандидат технических наук, доцент кафедры АиКС Дмитрий Кузин), «Презентация проекта: питч + харизма» (лектор: профессор кафедры государственного и муниципального управления и управления

персоналом, карьерный консультант, коуч ICF, член-корреспондент Академии имиджологии Оксана Чуланова); «Простой телеграм-бот на Python» (лектор: выпускник СурГУ, призер хакатонов «Цифровой прорыв» и «Хантатон» Евгений Живайкин); «Быстрый старт frontend приложения» (лекторы: Александр Румянцев, выпускник СурГУ, призер хакатонов «Цифровой прорыв» и «Хантатон»); «Формат презентации» (лектор: Антон Осипов, выпускник СурГУ, призер хакатонов «Цифровой прорыв» и «Хантатон»).

За звание сильнейшей команды боролись 13 команд, из них 10 студенческих и 3 школьных. Участники решали следующие кейсы: «Чеки CloudLinux», «Календарь событий университета», «Верификация документов пользователя», «Электронное расписание учебных занятий», «Совместные затраты бот», «Умный дом», «Бронирование времени посещения ЦОДа».

Результаты студенческого зачета:

- 1-е место у команды «Soft Next Door» (Даниил Александров, Павел Бардаков, Алексей Алексеев, Андрей Гуртовенко, Николай Сиренко).
- 2-е место - команда «418team» (Светлана Варавина, Алексей Ишимов, Владислав Разин, Ильсур Гильмутдинов, Руслан Динуллин).
- 3-е место - команда «Th1efs « raf» (Руслан Динуллин, Сергей Кацур, Даниил Петренко, Ростислав Сазиков, Эдмон Тунян).

Результаты школьного зачета:

- 1-е место у команды «Nonsenticus» (Аркадий Савельев, Савелий Грушин, Екатерина Липская, Татьяна Ташикина, Иван Штарев).
- 2-е место - команда «Кодеры_Пеп8» (Александр Баишев, Дмитрий Вольхин, Федор Иванов, Яна Смехова, Сергей Струихин).
- 3-е место - команда «feedback» (Владимир Ешимов, Юсиф Гаджиев, Софья Жорова, Леонид Хадасевич, Дарья Хохлова).

Капитан команды «Soft Next Door» Аркадий Савельев, учащийся Сургутского естественно-научного лицея, поблагодарил организаторов за прекрасную возможность проявить себя и свои компетенции в области информационных технологий. «Мы решали кейс «Совместные затраты бот». И остались очень довольны результатами своей работы, все было круто!», - не без гордости рассказал он.

Андрей Гуртовенко из команды «Soft Next Door», ставшей лидером студенческого зачета, раскрыл секрет их успеха. «Благодаря командному духу и каждой отдельной личности в команде мы одержали эту победу. Не будь хоть одного из участников, мы бы не победили, и это правда! Каждый из нас хорошо выполнил свою часть работы. И в итоге мы представили классный продукт. Мы работали с кейсом «Чеки CloudLinux». Задача стояла сделать именно рабочий проект с красивой обложкой, потому что люди в России привыкли к хорошему дизайну как на сайтах, так и в приложениях, поэтому это очень важно. Уникальным решением было одновременно сделать не только сайт, но и мобильное приложение, и даже чат-бот», - прокомментировал четверокурсник группы 609-81 направления «программная инженерия» Политехнического института СурГУ.

Старший преподаватель кафедры информатики и вычислительной техники Павел Заикин, говоря об этом хакатоне, отметил творческий энтузиазм, с которым ребята брались за решение предложенных кейсов. «Проекты получились разными, какие-то очень мощными, технологичными, какие-то попроще. Все команды молодцы! Со своей стороны хочу поддержать ребят, выбравших наш кейс, - это первое место «Soft Next Door», третье место команда «Th1efs « raf». Их решения получились емкими, универсальными и, возможно, подойдут для многих компаний. Было сложно сделать выбор, кто же лучше. Отрадно видеть, что в Сургуте есть такие талантливые школьники и студенты, готовые к созданию реальных продуктов! Желаю всем командам удачи», - резюмировал Павел Владимирович.

Мы заинтересовались у команды «Th1efs « raf», чего не хватило для главной победы. «Это был хороший опыт. Мне понравилось разрабатывать продукт в ограниченный срок, что великолепно тренирует умение сконцентрироваться и распределять силы и задачи. Думаю, до первого места нам не хватило правильного тайм-менеджмента, ну и опыта, конечно. Однако мы настроены завоевать его в следующий раз. И опыт,

полученный на этом хакатоне, поможет нам в этом», - уверенно заявил студент 3-го курса направления «информационные системы и технологии» Политехнического института СурГУ Сергей Кацур.

«Отличное мероприятие состоялось благодаря людям, которые находятся рядом и болеют за общее дело! Это выпускники и преподаватели Политехнического института СурГУ - Павел Заикин, Евгений Живайкин, Антон Осипов, Артур Валиев, Никита Новичков, Александр Румянцев, Алексей Кучин, Дмитрий Кузин, Максим Алексеев, Виталий Татьянкин. Руководство, службы университета, ППС и сотрудники СурГУ: Иван Даниленко, Дарья Мялковская, Андрей Порошин, Денис Колов, Марина Лобанова, Виталий Абабий, Оксана Чуланова, Людмила Климович, Руслан Ахметов, Анна Ахметова. У нас собралась большая эффективная команда, которая готова менять мир в лучшую сторону. После каждого организованного мероприятия состав пополняется новыми участниками», - подытожил заведующий кафедрой информатики и вычислительной техники Дмитрий Федоров.

Все участники получили дипломы и приятные подарки. Так, команда «Going merry» (Алексей Батуев, Камиль Керимов, Ринат Курбанов, Данил Хабибуллин, Илья Цигвинцев), не заняла призовое место, но получила отдельную оценку от индустриального партнера - их проект будет завершен и внедрен в деятельность компании. Студенты пройдут стажировку в CloudLinux Inc и завершат начатое на хакатоне. Экскурсией в IXcellerate и памятными подарками отмечены команды «feedback» и «418team», а также Денис Байбулатов из команды «sheeesh».

Поздравляем участников с отличными результатами! Вы доказали, что и цифровые вызовы вам по плечу. Справка:

Партнеры - проект «Предпринимательский университет», реализуемый АНО «Интеллектуальный клуб» при поддержке Фонда президентских грантов. Индустриальные партнеры: ООО «IXcellerate», Cloudlinux inc, ИП «Осипов Антон Олегович», ООО «Папапи», ООО «Системы умных городов». Спонсор: сеть пиццерий № 1 в России «**Додо Пицца** Сургут».

Автор: Дарья Вейраух

[Ссылка на источник](#)

[Вернуться к списку публикаций](#)

Администрация МО городского округа Усинск (администрация-усинск.рф) > 23.11.2021 >

19 ноября в МБУ «СШ» г. Усинска состоялся Муниципальный этап Семейного Фестиваля ВФСК «ГТО»

Семья - самое главное в жизни каждого человека. Очень приятно видеть, что комплекс ГТО набирает свои обороты не только среди детей, но и их родителей.

Очень приятно, что благодаря комплексу ГТО такие привычные слова, как «спорт», «здоровый образ жизни», «физкультура» обретают более высокую ценность, становятся трендами жизни современных россиян, задают тон и вектор развития нашего с вами будущего.

Участников фестиваля приветствовал глава муниципального образования городского округа - руководитель администрации городского округа «Усинск» Николай Такаев.

В Фестивале приняли участие 9 семей города Усинска!

Места распределились следующим образом:

I МЕСТО - Семья Гайдеек;

II МЕСТО - Семья Минины-Баланюк;

III МЕСТО - Семья Сухенко.

Организаторы мероприятия выражают благодарность спонсорам фестиваля:

- команде «**ДОДО ПИЦЦА**»,
- магазину «IDEAL HOME»,
- Ольге Александровне Луцца,
- магазину детских игрушек «Хвастунишка».

Этот яркий спортивный праздник запомнится всем надолго, так как он проходил в семейной атмосфере. А когда твоя семья команда - это всегда здорово и интересно!

[Ссылка на источник](#)

[Вернуться к списку публикаций](#)

Прайм > 23.11.2021 >

Мосбиржа планирует 1 декабря допустить к торгам акции еще 80 иностранных компаний

МОСКВА, 23 ноя - ПРАЙМ. Московская биржа планирует 1 декабря допустить к торгам акции еще 80 иностранных компаний, среди которых бумаги Nasdaq, Airbnb, **Domino's Pizza**, Gartner, Motorola Solutions, говорится в сообщении торговой площадки.

В результате число акций и депозитарных расписок иностранных компаний, с которыми инвесторы могут совершать сделки на Московской бирже, достигнет 521. В дальнейшем Московская биржа продолжит расширять перечень доступных иностранных ценных бумаг с учетом спроса со стороны банков, брокерских, управляющих компаний и их клиентов, также говорится в сообщении.

Торги акциями иностранных компаний на Московской бирже стартовали 24 августа 2020 года. Сделки с бумагами можно заключать на основной и вечерней торговых сессиях. Расчеты по ним осуществляются в российских рублях в рамках инфраструктуры Московской биржи с участием квалифицированного центрального контрагента и учетом ценных бумаг в центральном депозитарии (НРД). Дивиденды по акциям начисляются в валюте номинала - по американским бумагам в долларах.

Все акции иностранных компаний, допущенные к торгам на Московской бирже, доступны инвесторам, в том числе физическим лицам, в рублях и в валюте первоначального листинга, прежде всего долларах. Национальный клиринговый центр (НКЦ, входит в группу «Московской биржи») принимает ценные бумаги иностранных компаний в качестве обеспечения по сделкам на рынках Московской биржи.

С 6 декабря торги на рынке акций Московской биржи будут проходить с 6:50 до 23:50 по московскому времени. В утренние часы инвесторы смогут совершать сделки с акциями из индекса Мосбиржи, а также с наиболее ликвидными иностранными акциями и расписками.

Московская биржа

Московская биржа

РТС

[Ссылка на источник](#)

[Вернуться к списку публикаций](#)

74.ru > 23.11.2021 > Скрипова Алла

В Челябинске закрылась пиццерия, проработавшая 17 лет

Владельцы «Пиццбурга» задолжали арендодателю 2,8 миллиона рублей В Челябинске после 17 лет работы закрылась пиццерия «Пиццбург» О временной остановке работы старожил городского общепита объявил в своих соцсетях и объявлении на дверях заведения в районе железнодорожного вокзала. Среди возможных причин закрытия эксперты называют устаревший формат и последствия пандемии коронавируса. Но это еще не все. Подробности - в нашем материале.

Временно или навсегда?

В разгар дня двери заведения, расположенного недалеко от Привокзальной площади, на замке, крыльцо занесено снегом.

- Сначала пиццерия сократила время работы - до 20 часов, а теперь, похоже, совсем накрылась, - предположили наши читатели.

- Извините, у нас временно закрыто, - такое объявление появилось в аккаунтах пиццерии в соцсетях на прошлой неделе. А если подойти поближе ко входу заведения, расположенного на улице Степана Разина, 2, можно разглядеть объявление с аналогичным содержанием.

«Пиццбург» - один из старожилов общественного питания в Челябинске. Пиццерия на Привокзальной площади открылась в сентябре 2004 года. Заведение вмещало 60-70 гостей. Основателем «Пиццбурга» был предприниматель Леонид Варданян, а управляла заведением его жена Ирина. Поначалу основной акцент делали на пиццу, причем «Пиццбург» славился сытностью предлагаемых блюд. Представители заведения всегда подчеркивали, что готовят пиццу в дровяной печи, как в Италии. Пиццерия пользовалась популярностью. Поэтому появился филиал «Пиццбурга» в Тракторозаводском районе - на улице Комарова, 127а. Кстати, территория здесь была побольше - 58 мест в основном зале и 36 мест в кальянной зоне.

После смены собственников в 2015 году начались эксперименты с европейской и даже вегетарианской кухней. Ассортимент постоянно расширялся - от бургеров, роллов, кебабов и наггетсов до пасты, фахитос, пирогов и десертов. Средний чек составлял 500-700 рублей. Три года назад в меню появились бизнес-ланчи, а также организовали доставку горячих обедов в офисы. А второе заведение на ЧТЗ то закрывали, то снова открывали. Последний раз пиццерия на Комарова распахнула двери накануне пандемии - в конце февраля 2020 года. Но по понятным причинам проработала недолго.

Компания ООО «Пиццбург-Урал» (управляет пиццерией «Пиццбург») создана в июне 2015 года. Основное направление - деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания. В штате числится 10 сотрудников. По данным сервиса «Контур.Фокус», основным владельцем (90% уставного капитала) является Евгений Гудилин, еще 10% - доля ООО «Пиццбург-Урал». Евгений Гладилин выступает совладельцем ООО «Пиццбург» (78,5714%) и ООО ЧОП «Смерш» (25%), а также директором «дочки» ММК - компании «Промсырье», которая занимается обработкой отходов и лома черных металлов.

«Освободите помещение» Руководители пиццерии, одного из старожилов рынка общепита в Челябинске, не ответили на звонки и запросы 74.RU. По всем телефонам звучала одна и та же фраза: «Абонент временно недоступен». На сообщения в соцсетях никто не ответил.

Между тем, судя по данным арбитража, наиболее вероятной причиной закрытия пиццерии мог послужить конфликт между арендатором - ООО «Пиццбург-Урал» и арендодателем - АО «Железнодорожная торговая компания». Сейчас в Арбитражном суде Оренбургской области рассматривается сразу несколько встречных исков.

В апреле «Пиццбург-Урал» подал иск в Арбитражный суд Оренбургской области к АО «Железнодорожная торговая компания» - о понуждении арендодателя заключить дополнительное соглашение об отсрочке уплаты арендной платы за 2020 год. В августе владельцы пиццерии обжаловали односторонний отказ АО «Железнодорожная торговая компания» от исполнения договора аренды. В конце сентября арендодатель потребовал в суде обязать «Пиццбург-Урал» освободить незаконно занимаемое помещение и взыскать

задолженность по аренде 2,8 миллиона рублей. Суд принял иски к производству, объединил их в одно дело и назначил предварительное судебное заседание на 21 декабря.

74.RU попросил представителей АО «Железнодорожная транспортная компания» прокомментировать, в чем суть дополнительного соглашения к договору по аренде, которое предлагали подписать ООО «Пиццбург-Урал». А также с чем связано требование к арендатору освободить занимаемые площади - долгом за аренду или планами по продаже помещения.

На момент публикации материала АО «Железнодорожная транспортная компания» не ответило на запрос. Мы опубликуем ответ, как только получим.

«Жалеть не о чем» Среди возможных причин закрытия эксперты называют устаревший формат и последствия пандемии.

- Общее впечатление - «закрылись и закрылись». На самом деле формат этого заведения устарел если не при открытии, то очень быстро после этого. Пицца там была, на мой взгляд, так себе - «обнять и простить». Очень провинциальный формат - жалеть тут не о чем, - категорично заявил гендиректор консалтинговой компании в сфере общепита Артур Андреев. - В Челябинске есть более сильные игроки, они делают действительно похожую на итальянскую пиццу. Это и «Подди-Пицца», и Mariage в «Роднике», еще несколько заведений. Вот если они закроются, тогда будет жалко.

Главным залогом долгожительства «Пиццбурга», по словам эксперта, было местоположение. Пиццерия располагалась напротив железнодорожного вокзала города-миллионника. Это обеспечивало хороший трафик не очень требовательных посетителей.

- Но в нынешних условиях, похоже, уже и этих факторов мало, - добавил Артур Андреев. - Конечно же, тут наверняка наложились кризисные условия из-за коронавирусных ограничений.

Из-за локдауна выручка челябинских рестораторов упала на 40-50 процентов, сообщили на прошлой неделе в региональном Минэкономразвития. При этом власти отказались отменить запрет на работу ресторанов после 23 часов. А с 1 декабря в общепит пустят только с QR-кодом. Ограничение будет действовать как минимум до 9 января.

Пиццерии считаются одним из развивающихся сегментов быстрого питания. В Челябинске, по данным 2ГИС, действует 130 заведений, в меню которых есть пицца.

- Затраты в этом секторе относительно невелики, спрос стабилен, а доходы находятся на приемлемом уровне даже в кризисные периоды. Срок выхода на окупаемость пиццерии оценивается в 3-6 лет. Сейчас особенно востребованы пиццерии, работающие только на доставку. Такие компании обходятся лишь кухней и курьерами, экономя на отсутствии затрат на зал и обслуживание посетителей, - отметил аналитик компании «Финам» Алексей Коренев.

В то же время низкая стоимость входа приводит к большой конкуренции в этой сфере. Поэтому рынок постоянно в движении - уходят старые игроки, появляются новые. И ничего удивительного в этом нет, добавил эксперт.

Что происходит с рынком общепита в Челябинске Эксперты подсчитали, что доходность заведений за время коронакризиса упала на 20-30%. На ресторанном рынке Челябинска наблюдается бум продаж и закрытий.

Кроме того, челябинские владельцы точек общепита считают, что в скором времени в заведениях могут ввести QR-коды. По их мнению, это добьет многих бизнесменов, которые пытались из последних сил оставаться на плаву. Ранее в регионе из-за коронавируса ввели электронные сертификаты на посещение мероприятий в помещениях.

В январе с ресторанной карты исчез один из старожилов - TITANIC. Потом закрылась легендарная кофейня «Апельсин». Рынок покинули представители пиццерии **Domino`s Pizza**.

Первое заведение паназиатской кухни в Челябинске - ресторан Karma - также объявило о грядущем уходе с рынка.

Признана банкротом старейшая пивоварня «Крист». Другой пивной ресторан - «Дабл Эль» - выставили на продажу. Следом начали искать покупателей для бара «Шишка».

Но, как ни страшен ковид и связанные с ним ограничения, в Челябинске продолжают открываться новые заведения. В этом году в центре города запустили сразу два заведения с акцентом на русскую кухню: в апреле заработал ресторан «Буфет на Большой», а чуть позже на первом этаже «Челябинск-Сити» появилось заведение «Легенда». Напротив областного правительства открылся гастробар.

В июне запустили ресторан грузинской кухни «Манана Мама», он занял место ресторана TITANIC.

В августе по франшизе заработал грузинский ресторан «Хачапури тетушки Марико». Он разместился в помещении бывшего узбекского Bazar, закрытого в пандемию.

Кроме того, интересным явлением лета-2021 стало освоение дворики, прилегающих к пешеходной Кировке.

Ранее 74.RU подсчитал, сколько заведений не пережили коронакризис, подробности - в нашем обзоре.

[Ссылка на источник](#)

[Вернуться к списку публикаций](#)

marketing.rbc.ru > 23.11.2021 >

Люди в 2020 боялись ходить в заведения, особенно сильно спад был заметен в крупных городах: Москве, Санкт-Петербурге и других. Но есть они точно не перестали

Ввиду того, наш бизнес всегда был сфокусирован больше на доставке, нам удалось наверстать эту потерю, рассказывает президент «Папа Джонс Россия и Восточная Европа» - Каковы итоги 2020 года? Насколько сильно пандемия и ковидные ограничения сказались на финансовых показателях компании? Какие антикризисные меры были предприняты для адаптации к работе в условиях пандемии COVID-19?

- В условиях пандемии каждый бизнес понимает, что у него нет шансов пережить кризис, если не быть гибким и не адаптироваться к ситуации. Бренды, которые легче адаптируются и не пропадают из информационного поля, более вероятно удержат свои позиции, а в длительной перспективе - выигрывают в этот сложный период. Под гибкостью я имею в виду возможность увидеть, как меняются инсайты аудитории, чем она руководствуется, когда принимает решения, что сейчас нужно людям. Кроме этого, есть и другие ограничения кризиса - работники (наш главный ресурс, те люди, та движущая сила, благодаря которой мы можем зарабатывать деньги), не поступиться с качеством продукта и много-много других. И вот тут время немного пофилософствовать, остановиться на секунду и определиться - «А что дальше?». Когда устаешь, ты не думаешь о далеких шагах, и тут очень важно понять, что каждый может сделать еще 1 шаг, даже когда силы на исходе. И следующий выход за мной - мотивировать команду, построить и перестроить процессы так, чтобы каждый элемент сложного механизма компании с несколькими тысячами сотрудников начали работать по-другому, не так как раньше. Ведь если я это осознаю этого так мало. Необходимо сделать так, чтобы в эту идею поверили все! Именно все. А не некоторые. Только тогда нас ждет успех, только тогда мы сможем доказать в первую очередь себе, что мы добились результата, цели, что мы победили себя.

В этот год каждый сотрудник моей команды показал, что действительно можно делать больше с меньшими ресурсами. Это далось не просто всем. Весь офис ушел в поля, мы создали прекрасную систему кураторства территорий (групп ресторанов), и все, и каждый объезжали рестораны и помогали в различных ситуациях.

Вообще, я бы сказал, что в работе с людьми очень важно проявлять эмпатию и стараться быть чуткими. У всех в жизни одна цель - достичь счастья, благополучия. У каждого свои проблемы и страхи, но в итоге наши цели на 100% совпадают.

Мы очень много разговаривали с каждым сотрудником, от водителей до директоров. Мы старались разложить бизнес на простые слагаемые, на ингредиенты. Чтобы было понятно, как А и Б.

Мы в первую очередь пицца-компания и создаем очень простой продукт: круглая пицца в квадратной коробке.

Так давайте попробуем так же выстроить и другие процессы, чтобы они были понятны и удобны всем и каждому, кто работает в команде, чтобы люди стали вкладывать максимум своих возможностей в процесс приготовления пиццы, потому что они его понимают и согласны с этой философией.

Мне бы хотелось, чтобы мои люди понимали, что они своего рода художники, которые могут создавать свои шедевры на рабочем месте. Один строит лучшую команду, другой делает идеальную пиццу быстрее всех, третий не имеет конкурентов в доставке пиццы и так далее.

Качественные продукты, качественные люди в команде.

И каждый должен задавать себе вопрос: зачем я это делаю? И моя задача сделать так, чтобы мы все отвечали очень похоже - чтобы быть счастливыми!

- Как вы оцениваете результаты работы в первом полугодии 2021 года? Насколько новые антиковидные меры, введенные в июне, сопоставимы по эффекту с локдауном?

- Из-за ограничений, которые введены для борьбы с ковидом, мы потеряли серьезную долю выручки в dine in (продажи в зале), это около 15-20%. Ввиду того, наш бизнес всегда был сфокусирован больше на доставке, нам удалось наверстать эту потерю именно в этом сегменте продаж, в доставке. Рентабельность восстанавливается. По результатам первых 7 месяцев по всей России, мы прибавили 15% по отношению к like-for-like продажам прошлого года, но все за счет доставки, конечно.

- Какими государственными и региональными мерами поддержки вам удалось воспользоваться с начала пандемии? Насколько они оказались эффективными?

- Мы воспользовались новыми программами господдержки: льготный кредит для пострадавшего бизнеса на возобновление деятельности и льготный кредит на поддержку и сохранение занятости.

- Как изменилось поведение гостей? Какие потребительские тренды актуальны для ресторанной индустрии и для вашего сегмента, в частности? Какие из них получат развитие в ближайшие 2-3 года?

- Люди в 2020 боялись ходить в заведения, особенно сильно спад был заметен в крупных городах: Москве, Санкт-Петербурге и других. Но есть они точно не перестали. Побаловать себя вкусной едой в сложной жизненной ситуации человек психологически хочет еще сильнее, поэтому спрос был и есть. К счастью, наша задача доставлять горячую вкусную пиццу быстро и за адекватные деньги. Как я уже говорил в другом интервью, я вижу насколько русские люди сильные. Они стойко проходят разные испытания. Многие во время пандемии потеряли в доходах, но пиццу заказывать продолжили, хотя средний чек упал примерно на 10% по нашему сегменту рынка. Главная тенденция рынка на настоящий момент - это доставка еды, который набирает обороты еще сильнее сейчас.

- Пандемия COVID-19 ускорила процесс диджитализации бизнеса. Какие действия в этой сфере были предприняты в вашей компании и каковы их результаты?

- Мы всегда ставили диджитал в приоритет, поэтому свой курс на диджитализацию взяли давно. Автоматизация внутренних процессов для упрощения и ускорения деятельности работы отделов и внешние очень важные инструменты: сайт, приложение. Мы разработали еще до пандемии приложение для водителей, чтобы обеспечить информированность курьеров и контроль времени доставки. Несколько лет назад создали программу для аудитов в ресторанах. Этот инструмент тоже очень помог нам выстроить систему контроля качества.

- Первые волны коронавируса поспособствовали стремительному развитию рынка доставки. Ожидаете ли Вы дальнейшего роста доставочного бизнеса и его доли в обороте вашей компании? Как намерены развивать данное направление и на какие тренды в сфере доставки Вы будете ориентироваться?

- Да, рынок доставки действительно стремительно вырос, а вместе с ним выросли и ключевые затраты в бизнесе. Существенно выросли ставки оплаты труда для курьеров, и это связано в первую очередь с тем, что очень сильно увеличился спрос на доставку. Компания напрямую работающим с доставкой очень

сложно справляться с новой реальностью. Дефицит курьеров просто катастрофический. Еще одна новая реальность - повышение ставок агрегаторов, и это тоже очень непростой момент. Это все прямое увеличение затрат, которое сильно ударило по нашему бизнесу. Но развитие доставки само по себе главный тренд сейчас, поэтому мы, конечно фокусируемся именно на доставке сейчас.

- Очевидно, пандемия препятствует расширению сетевого бизнеса, в том числе и за счет снижения интереса потенциальных франчайзи. Как вы привлекаете новых партнеров? Какую поддержку оказываете франчайзи в столь сложных условиях? Насколько успешно они работали в условиях пандемии?

- Спад был очень серьезный в 2020 году, когда кажется многие замерли, и не было понимания у будущих предпринимателей и действующих инвесторов какой шаг правильнее совершить, но тем не менее некоторые рестораны мы успешно открыли. А в этом году мы, наоборот, увеличили темпы развития франшизы. Уже открыли 6 ресторанов: в Норильск (это уже второй ресторан в городе), Новокузнецк (тоже второй ресторан в городе), 11-тый ресторан в Новосибирске, Коммунарка в Московской области, Саранск и ресторан в самом центре Сочи совсем недавно открыл свои двери! Впереди еще Ростов-на-Дону, Ижевск, Брянск, Благовещенск, Геленджик и многие другие. Откроем не менее 15 ресторанов до конца года по РФ.

У нас очень прозрачная модель работы и сильное обучение. Мы глубоко вовлечены в работу каждого партнера и прорабатываем вместе любые ситуации, стараемся оказать максимальную поддержку. Команда франчайзинга - это люди, у которых очень большой операционный и управленческий опыт, они могут делиться прикладными знаниями, что очень помогает в сложные моменты. Наши партнерские рестораны по всей России показывают положительную динамику по отношению к прошлому году.

- Как COVID-19 повлиял на темпы открытия новых заведений? Корректировали ли вы стратегию развития сетевого бизнеса на 2021-2022 гг.?

- В следующем году у нас в планах от 30 новых открытий. Может быть, в сравнении с какими-то сетевыми брендами это не так много, но наш подход к бизнесу, очень детальный и глубокий, нам важно выбрать правильного партнера, который сможем вовлечься в культуру бренда и стать именно тем, кто хочет доставлять клиенту отличный продукт, как говорится в нашем слогане: лучше ингредиенты и лучше пиццу. Если говорить об изменении стратегии, то я бы сказал главное изменение, это то, что мы ушли от больших помещений и залом с большой посадкой в пользу небольшого уютного зала и еще больше сосредоточились на доставке.

- На какие финансовые показатели вы ожидаете выйти по итогам 2021-2022 гг.? Что для этого намерены предпринять? Планируется ли увеличение количества заведений и расширение представленности сети?

- По итогам 21 года, мы рассчитываем на 7,2 млрд рублей, а 2022 - уже увеличить до 9 миллиарда рублей. Начинаем за счет выхода на маленькие города с населением от 20 000 чел.овек.

- Ожидаете ли вы возврата ресторанного рынка (посещаемости, размера и глубины среднего чека) на допандемийный уровень в 2021 году? Если нет, то когда это, по вашему мнению, произойдет?

- Я уверен, что ресторанный бизнес вернется к прежним показателям и даже увеличит свою долю. Люди всегда любили вкусно есть и проводить время с друзьями и близкими, это неразделимо с едой. Исторически люди делили хлеб со своим окружением, поэтому культура питания в компании других людей всегда будет с нами. Сейчас, кстати, тренд еще больше идет в сторону заказа еды для группы людей, для совместного проведения времени где-то, просмотра фильмов или просто приятного вечера в компании семьи или друзей. Многие пока побаиваются ходить в рестораны так, как раньше, да и ограничения пока не дают этого сделать. Но я верю, что эта традиция восстановится и люди так же будут продолжать посещать рестораны офлайн.

[Ссылка на источник](#)

[Вернуться к списку публикаций](#)

kr.ru > 23.11.2021 >

Лучшие франшизы для бизнеса в России: какую купить и что учесть?

Франчайзинг как сфера развития бизнеса присутствует в России уже почти 30 лет. В 1992 году в гостинице «Россия» было открыто первое кафе по франшизе компании Baskin Robbins. Что изменилось с тех пор? Перед начинающим бизнесменом, планирующим свой стартап, сегодня почти всегда встает вопрос: как работать - с франшизой или без? И в случае, если эта дилемма решается в пользу франшизы, возникает вопрос номер два: какая франшиза лучшая?

Из истории франчайзинга. Изначально понятие «franchise» обозначало некие преференции для предпринимателей на ведение определенного вида бизнеса: проведение ярмарок, виноделие, охоту и прочее. В средние века обладателями таких прав являлись французские короли, которые перепродавали их (права) соответствующим просителям. Первым современным вариантом франчайзинга можно назвать предоставление пивоварами Германии лицензий тавернам на право эксклюзивно продавать пиво и использовать имя пивоварни в названии питейного заведения (середина XIX века).

Началом новой истории франчайзинга стало завершение Второй мировой войны, рост экономики и потребительский бум в США и позднее в Европе. Идея «выстрелила» в создание американской корпорации McDonald's и заключалась в продаже «формата бизнеса». Рэй Крок, автор данной франшизы, - создатель не столько сети фастфуда, сколько концепции «как продавать фастфуд». Франшиза McDonald's и сегодня одна из самых популярных и дорогих в сфере фастфуда. Идея была быстро растиражирована и охватила все направления бизнеса.

Болезнь роста дала о себе знать в 60-70-х годах: хаотичные продажи франшиз завершились несколькими скандалами и банкротствами несостоятельных франчайзи. Идея франчайзинга была частично дискредитирована и затем компенсирована созданием международных и национальных ассоциаций франчайзинга, которые в настоящее время регламентируют франчайзинговые отношения в современной экономике. В настоящий момент франчайзинг - зрелая и состоявшаяся бизнес-технология.

Структура франчайзинга. Франчайзинг - возмездная передача лицензии на использование имени компании и технологий ведения бизнеса. Правообладателем выступает франчайзер, правопробретателем - франчайзи.

На заметку. Договор франчайзинга должен быть заключен в письменном виде и зарегистрирован в Роспатенте (ст. 1028 ГК, п. 5.2 Положения, утвержденного постановлением правительства, от 16 июня 2004 г. № 299). Если одно из этих условий не соблюдено, соглашение считается ничтожным.

Виды франчайзинга по характеру деятельности. Товарный (торговый) франчайзинг - франшиза на право продавать определенный товар. Наиболее распространен в сфере розничной торговли. Франчайзи использует в названии торговой точки наименование производителя и обязуется продавать только продукцию франчайзера. Франшизы такого рода наполняют на 90% моллы по всему миру - в их числе Zara, H&M, Baldinini и прочие.

Производственный франчайзинг - право на производство товаров. Франчайзер продает товарный знак и бизнес-технологии, а также в некоторых случаях обеспечивает поставки сырья. Яркие примеры производственного франчайзинга: The Coca-Cola Company, PepsiCo, ХимRussia и другие.

Деловой франчайзинг - право на открытие бизнеса в структуре франчайзера. Франчайзи получает возможность использовать имя и технологии франчайзера, может обучать персонал при поддержке материнской компании и т. д. Данный вид наиболее распространен в сфере услуг, общепита, в гостиничном бизнесе и других секторах экономики: Hilton, Yves Rocher, «ИНВИТРО».

Виды франшиз. Прямая франшиза - непосредственная передача права от франчайзера к франчайзи. Удобна для регионального или национального франчайзера. В случае если речь идет о транснациональном франчайзинге, франчайзер предпочитает предлагать мастер-франшизу, если обосуждается первичное предложение на новом национальном рынке.

Мастер-франшиза - когда все эксклюзивные права по выдаче франшиз от правообладателя получает региональный франчайзи. Он регулирует выдачу франшиз на определенной территории и определяет бизнес-стратегию в соответствии с интересами франчайзера: закрывает выдачу франшиз при переизбытке предложения, отслеживает соответствие ведения бизнеса требованиям договора франчайзинга.

Достоинства и недостатки франчайзинга Выживаемость одиночного малого и даже среднего бизнеса в России не слишком высока, что во многом обусловлено чрезмерным законодательным регулированием, самые популярные рынки товаров и услуг стабильны и заполнены. Затраты на раскрутку собственного стартапа могут быть сравнимы с покупкой франшизы, риски при этом несопоставимы, тем более в сегодняшних условиях экономики.

Так, по данным экспертов, в первые пять лет разоряются около 85% новых компаний, среди франчайзи этот показатель составляет 14-15% [1]Бударина Н. А., Криллова А. Н. Тенденции франчайзинга в современной России. International Journal of Humanities and Natural Sciences, vol. 9-1 (48), 2020. URL: .

Практика показывает, что наибольшую выживаемость во время экономических кризисов и периода пандемии показывают франчайзинговые проекты, особенно в сфере быстрого питания и - тенденция последних лет - в сфере услуг. Так, сети Subway, «Шоколадница», **Papa John's**, Cofix, «Хеликс», «ФИТ Автосервис» и многие другие были не только стабильны, но и открывали новые предприятия.

Таблица. Преимущества и недостатки франчайзинга для компаний-участников. Преимущества и недостатки Для франчайзи Для франчайзера Преимущества Защита от рисков начального этапа.

Оптимизация затрат на рекламу («раскрученный» бренд, собственные рекламные кампании франчайзера, фирменная упаковка, презентационные материалы).

Поддержка со стороны франчайзера (помощь в обучении персонала, поддержка при кредитовании и прочее).

Быстрое внедрение на новые рынки при минимальных вложениях.

Минимизация рисков (они ложатся франчайзи).

Экстенсивное развитие бренда, рост его узнаваемости.

Доходы от продажи франшизы, роялти.

Недостатки Свобода и инициатива бизнеса ограничены условиями франшизы.

Затраты на покупку франшизы.

Зависимость от стабильности/нестабильности франчайзера.

Выделение франчайзинга (развитие, менеджмент, контроль франчайзи) в отдельное направление работы компании.

Потеря конфиденциальности, проблемы с сохранением коммерческой тайны.

Потребность в унификации программ учета, управления.

Затраты на обучение персонала франчайзи, контроль за исполнением условий франшизы.

Как франчайзи, так и франчайзер понимают, что наиболее перспективный бизнес - тот, который предлагает нечто уникальное для рынка, но при этом поддается стандартизации и унификации. Отсюда сложности в оформлении и развитии франчайзинга образовательных, дизайнерских, финансовых, юридических услуг - для бизнеса такого рода предпочтителен интенсивный путь развития.

Самые лучшие франшизы О «лучших» франшизах можно говорить довольно условно. Правильнее выделить популярные у покупателей и наиболее выгодные франшизы. Рейтинг последних летом 2021 года опубликовал Forbes. На основе анализа нескольких сотен российских франчайзеров, начавших работать по франшизе не меньше трех лет назад и имеющих как минимум 50 точек, эксперты выделили 30 наиболее эффективных проектов. При этом аналитики оценивали срок окупаемости новых проектов, рентабельность, среднюю годовую выручку точек, ROI. В 2021 году методология составления рейтинга была скорректирована с учетом условий пандемии - эксперты не стали принимать во внимание количество закрытых точек в 2020 году.

На заметку ROI (от англ. Return On Investment - возврат инвестиций) - коэффициент рентабельности инвестиций, иллюстрирующий уровень доходности или убыточности бизнеса, учитывая сумму сделанных в этот бизнес инвестиций. ROI обычно выражается в процентах, реже - в виде дроби [2]Wikipedia. URL: .

В топ-5 списка компаний, франшиза которых предполагает инвестиции от 5 млн рублей, вошли «ФИТ Автосервис», «2ГИС», Sun School, **Papa Johns**, Fix Price. Лидерами в списке предприятий, чья франшиза предусматривает вложения от 1 млн до 5 млн рублей, стали IQ 007, «Этажи», «ПОЛИГЛОТИКИ», «ПОЗИТРОНИКА», «Хеликс». Первые позиции среди самых недорогих франшиз (инвестиции в открытие точки не превышают 1 млн рублей) заняли KIBERone, «Чемпионика», Gelateria Plombir, «Юниор», Ozon [3]Forbes. 30 самых выгодных франшиз - 2021. Рейтинг Forbes. URL: .

Однако нужно понимать, что ни один рейтинг не гарантирует новоиспеченному франчайзи успеха в делах. Чем руководствоваться при выборе франшизы? На начальном этапе важно проанализировать условия потенциального франчайзера, размер инвестиций (не забыв о паушальном взносе и роялти), предполагаемый срок окупаемости. Не стоит мерить все компании, занимающие первые строчки в рейтингах, одной меркой: если изучить условия покупки их франшиз, становится понятно, насколько они неодинаковы - размеры первоначальных и ежемесячных выплат могут различаться в разы, как и требования к помещениям и другие условия франчайзеров.

Стоимость известных российских франшиз сопоставима с ценой франшиз популярных международных брендов. Эта тенденция глобальная, и объясняется она локальной высокой популярностью определенных региональных брендов, которая может быть даже выше, чем у победителей рейтинга топ-100 франшиз от Entrepreneur's. Например, открытие франшизы сети кофеен «Шоколадница» потребует 2,5 млн рублей (паушальный взнос) и 7% (роялти) [4]Каталог франшиз Topfranchise. URL: . А паушальный взнос при покупке франшизы международной сети пиццерий **Papa John`s** составляет 17 500 долларов (около 1,26 млн рублей) плюс роялти 6% от выручки [5]Каталог франшиз Topfranchise. URL: .

Franshiza.ru (*данные на октябрь 2021 г.) [6] Специфика российского франчайзинга такова, что не все отечественные франшизы соответствуют стандартам мирового франчайзинга. Сотрудничество такого формата расплывается до дилерства или продажи бизнес-идей. Договор франчайзинга может быть заменен договором поставки товаров и оборудования. Также следует отметить определенную лояльность российских правообладателей и их умеренную настойчивость в борьбе за чистоту бренда. Это дает определенную свободу для франчайзи с одной стороны, но и дискредитирует бренд в глазах потребителя - с другой.

При приобретении франшизы важно учитывать множество ключевых моментов, взвесить все за и против, начиная от предполагаемого объема инвестиций и заканчивая собственным представлением о параметрах будущего бизнеса. Определенную помощь в этом могут оказать магазины франшиз - профессиональные брокеры, которые имеют права представления того или иного бренда. Такие организации также предлагают услугу подбора франшизы, исходя из пожеланий приобретателя, проверку подлинности бренда, подготовку документов, аудит франшизы. Но чаще всего они представляют собой обычные каталоги франшиз, ориентированные на рекламирование товарного знака на специализированном интернет-ресурсе.

Рейтинги - дело хорошее, но успех бизнеса зависит от взвешиваемого подхода к выбору партнера. Если взвешенно подойти к этому важному моменту, есть шанс, что вложения окупятся даже в трудные времена локдаунов и кризисов.

Франшиза в сфере строительных решений В структуре предложений российских франшиз 4% приходится на компании, работающие в сфере строительства и производства. Один из примеров таких франчайзеров - предприятие . Об особенностях его схемы работы рассказал руководитель направления франчайзинга и развития центров продаж компании Василий Асташкин: «Поскольку производства готовых строительных решений - сфера серьезная и требующая солидных вложений, мы предложили новую бизнес-модель для своих партнеров, создав Центр профессиональных строителей CEDRUS.market. Такое сотрудничество не

предполагает уплаты паушального взноса и роялти, для нас важнее получить сильных партнеров в крупных российских городах, а также в небольших городах с населением от 300 тысяч.

Наши франчайзи получают не только готовую схему бизнеса и узнаваемый на рынке фирменный стиль, но и уже готовый интернет-магазин, стенды с образцами материалов и решений и центр колеровки готовых продуктов - станцию, которая позволяет колеровать краски и декоративные штукатурки более чем в 1200 оттенков. Все это входит в стартовый пакет для партнеров компании «Седрус». Такой подход позволяет начинающим партнерам находить новых клиентов и увеличивать ассортимент, продавать готовые решения как конечным потребителям, так и строительным бригадам, расширять каналы продаж и территорию рынка сбыта.

Мы составляем для франчайзи поэтапный план развития бизнеса, обеспечиваем прямым контрактом с заводом и устанавливаем выгодные закупочные цены. Программа поддержки новых партнеров предусматривает также обучение торгового персонала и прямую компенсацию рекламы».

P.S. Компания «Седрус» на рынке строительных решений уже 20 лет. География ее продаж охватывает свыше 60 российских регионов, торговые марки компании представлены и в странах ближнего зарубежья.

* Материал не является публичной офертой. Информация о стоимости указана для ознакомления и актуальна на ноябрь 2021 года.

[Ссылка на источник](#)

[Вернуться к списку публикаций](#)

[marketing.rbc.ru > 23.11.2021 >](#)

Мобильные приложения стали наиболее распространенным способом заказа доставки готовой еды

Пандемия поспособствовала не только росту рынка доставки, но и ускорила изменение модели коммуникации рестораторов, служб доставки и их клиентов.

Согласно результатам опроса, проведенного в рамках подготовки отчета «Российский рынок доставки готовой еды 2021», в августе 2021 года, лишь 26,3% опрошенных россиян продолжали заказывать готовую еду по телефону, в то время как годом ранее подобным образом оформляли доставку 39,1% респондентов.

Операторы рынка также фиксируют снижение доли заказов через колл-центры и переток части заказов на digital-каналы коммуникации. В частности, в компании **Pizza Hut** подобное изменение в поведении клиентов стало тотальным. «Наш колл-центр упал почти в 5 раз, люди стали заказывать исключительно через онлайн-каналы. Это было достаточно необычно», - отмечает в интервью для «РБК Исследований рынков» Александр Нигматуллин, генеральный директор **Pizza Hut Russia**. Подобное изменение в поведении россиян, заставили оператора в феврале 2021 года отказаться от колл-центра и перевести все продажи в онлайн.

На сегодняшний день происходит трансформация и в структуре digital-каналов, а именно переключение пользователей с web-страниц на мобильные приложения служб доставки. К слову, последние уже лидируют. Согласно результатам опроса «РБК Исследований рынков», за прошедший год популярность мобильных приложений для оформления заказов готовой еды выросла на 7 п.п. В июле 2021 года чуть более 60% опрошенных россиян признались в том, что обычно используют мобильные устройства для заказа готовой еды.

Рост мобильной аудитории происходит на фоне падения популярности web-сайтов ресторанов и служб доставки: за июль 2020 - июль 2021 гг. доля россиян, заказывающих доставку готовой еды через интернет, снизилась с 65% до 57%. Изменения приоритетности каналов продаж заставляют рестораторов более внимательно относиться к онлайн-коммуникации и уделять большие усилия и бюджеты на актуализацию сайтов и мобильных приложений под текущие запросы клиентов.

[Ссылка на источник](#)

[Вернуться к списку публикаций](#)

[Infoline.spb.ru > 23.11.2021 >](#)

По данным INFOline, четверть рынка отечественного общепита приходится на Москву

Рынок общественного питания продолжает оправляться после фатального для него 2020 года, однако в связи с делегированными регионам полномочиями по введению коронавирусных ограничений на работу разного рода организаций и предприятий состояние отрасли на карте России выглядит неравномерно.

В целом, по данным обзора INFOline «Рынок общественного питания России 2021 года. Перспективы развития до 2023 года. Расширенная версия», на столичный регион приходится четверть рынка отечественного общепита, на Санкт-Петербург - 5%. В первый год пандемии Москва потеряла около 15% оборота ресторанов, кафе и закусочных, падение выручки заведений в Санкт-Петербурге оказалось более глубоким - более 25%. С наименьшими потерями коронавирусный кризис переживает Южный федеральный округ, где благодаря внутреннему туризму оборот общепита в начале 2021-го составлял почти 90% год к году.

Крупнейшие операторы рынка в своих стратегиях продолжают придерживаться вектора регионального развития. Yum! Brands Russia (KFC и **Pizza Hut**) пошла в малые и средние города России с камерным (до 120 кв. м) форматом и усеченным меню. До 2022 года компания планирует открыть тридцать ресторанов на Дальнем Востоке. В том же регионе завоевывает позиции и McDonald's, а вот сеть ресторанов «Стейк & бургер», которую развивает АПХ «Мираторг», нацелился на освоение северо-запада страны.

По данным специалистов INFOline, формирующих услугу «Тематические новости: Рынок общественного питания РФ», кондитерская сеть «Север», основанная в Санкт-Петербурге более века назад, откроет первые две точки в Москве, которые будут работать под брендом «Север-Метрополь».

Ресторанный холдинг «Тигрус» планирует открыть двадцать одно новое заведение Osteria Mario, «Швили» и Bar BQ Cafe. Партнером проекта выступит Алексей Шматок, известный как соинвестор ресторанов холдинга White Rabbit Family. Инвестиции в проект оцениваются в 735 млн руб.

Источник: база «600 сетей общественного питания России 2021 г.».

Около тысячи ресторанов, кофеен, пиццерий и т. д. по состоянию на середину текущего года описали специалисты INFOline в базе «600 сетей общественного питания России 2021 г.» . Представленные там сети, по оценкам экспертов, покрывают более половины рынка как в денежном, так и в физическом выражении. Отдельный раздел базы представляет собой реестр заведений, закрывшихся в течение 2020 года и первой половины 2021-го. В него включена следующая информация: наименование владевшей объектом ресторанной группы, бренд сети, региональная локация, наличие франчайзеров, контакты владельцев.

Запросить описание пяти компаний из базы «600 сетей общественного питания России 2021 года».

Добавим, что в региональном разрезе отрасль общественного питания страны интересна для наблюдения и с кадровых позиций. Нынешний год характеризуется острой нехваткой линейного персонала в

ресторанном бизнесе. Специалисты INFOLine подчеркивают: закрытые границы, дистанционное обучение студентов и общее недоверие к самой пострадавшей от пандемии отрасли привели к оттоку сотрудников. По данным обзора INFOLine «Рынок общественного питания России 2021 года. Перспективы развития до 2023 года. Расширенная версия», к сентябрю 2021 года больше всего в персонале нуждались Московский регион, Санкт-Петербург и Краснодарский край. В качестве антикризисной меры рестораторы предложили кабинету министров РФ внести изменения в миграционное законодательство: владельцы бизнеса готовы оплачивать расходы мигрантов, требующиеся для получения разрешений на работу, в обмен на упрощение процедуры выдачи разрешений.

Максимально полную информацию о состоянии отрасли можно почерпнуть из обзора INFOLine «Рынок общественного питания России 2021 года. Перспективы развития до 2023 года. Расширенная версия». Уникальная подборка данных за последние десять лет, экспертных описаний, расчетов и оценок поможет всем заинтересованным операторам в поиске клиентов и партнеров, в повышении эффективности сбытовой деятельности, в подготовке к переговорам, бенчмаркинге, разработке стратегий и прогнозировании собственного потенциала на региональных рынках.

Запросить демо-версию обзора «Рынок общественного питания России 2021 года. Перспективы развития до 2023 года».

Добавим, что в расширенную версию отраслевого обзора «Рынок общественного питания России 2021 года. Перспективы развития до 2023 года» включена база «600 сетей общественного питания России 2021 г.».

Отраслевой обзор INFOLine «Рынок общественного питания России 2021 года. Перспективы развития до 2023 года. Расширенная версия» содержит следующие разделы:

Описание текущего состояния общественного питания в России

Ключевые события рынка общественного питания (господдержка отрасли, изменения в законодательстве, сделки M & A, отставки и назначения, взаимодействие с поставщиками, деятельность отраслевых ассоциаций)

Динамика посещения заведений общепита, потребительские предпочтения

Развитие омниканальной стратегии игроками отрасли, доставка готовой еды, Click & collect

Рейтинг и описание крупнейших игроков отрасли

Развитие основных форматов и рейтинги компаний

Актуальные тренды на рынке общественного питания и стратегии ведущих игроков отрасли в России и мире

Перспективы развития рынка до 2023 года

База «600 сетей общественного питания РФ 2021 года»

Получить демо-версию обзора «Рынок общественного питания России 2021 года. Перспективы развития до 2023 года»

Чтобы всегда держать в поле зрения информационное поле отрасли, прямо сейчас подпишитесь на услугу INFOLine «Тематические новости: Рынок общественного питания РФ».

На все вопросы о продуктах агентства INFOLine с удовольствием ответят наши специалисты.

Тел.: +7 (812) 322-68-48, +7 (495) 772-76-40, retail@infoline.spb.ru .

Источник: INFOLine

[Ссылка на источник](#)

[Вернуться к списку публикаций](#)

[cre.ru](#) > 23.11.2021 >

Performance Group построит крупнейший комбинат готовой еды

Performance Group приступает к строительству крупнейшего в стране комбината по производству готовой еды. Площадь нового производственного комплекса составит 26 тыс кв. м.

Performance Group, российский лидер по производству и доставке готовых рационов питания, сообщает о начале строительства крупнейшего в России комбината по производству готовых блюд. Новый производственный комплекс площадью 26 тысяч квадратных метров будет выпускать порядка 400 тысяч готовых блюд в сутки для жителей Москвы, Подмосковья и городов Центрального региона России. Новость сообщает пресс-служба компании.

«Последние несколько лет компания растет двукратными темпами. Я уверен, что сопоставимые темпы роста сохранятся ближайшие несколько лет. Для того, чтобы рост был подкреплён возможностями производства, мы инвестируем порядка 1,5 млрд рублей в создание новой производственной площадки. Вместе с комбинатом, который был запущен два года назад, новые мощности станут единым производственно-складским комплексом, а также самым современным в отрасли логистическим хабом, который позволит сортировать и отгружать заказы в автоматическом режиме. Новое производство станет самым крупным в стране с потенциалом выпуска не менее 150 млн готовых блюд в год. Рассчитываю, что первую продукцию новый комбинат выпустит уже к концу следующего года», - комментирует Артур Зеленый, основатель Performance Group.

В настоящее время завершаются проектные работы. Начало строительства нового производства намечено на январь 2022. На первом этапе к существующим производственным площадям добавится 3 тысячи квадратных метров, на которых будет размещено кондитерское производство, а также упаковочный и сборочный цеха. Одновременно с этим начнется застройка 16 тысяч квадратных метров, в которых расположится ультрасовременное производство рационального питания.

«Основная задача - максимально эффективно использовать каждый метр производственной площади. При проектировании нового комбината мы учли накопленные знания и практический опыт, а также передовые разработки в области организации пищевых производств. Особое внимание уделялось экологической составляющей проекта с максимальным уклоном в сторону разделения и переработки отходов. Сведен к минимуму ручной труд: весь производственный цикл будет контролировать создаваемая под нужды компании IT-платформа. Это обеспечит высокий уровень качества каждого блюда и повысит управляемость производственным циклом. Также мы нацелены значительно повысить эффективность работы персонала, а также более рационально использовать ресурсы, прежде всего, воду и электричество», - говорит Ольга Мишина, исполнительный директор Performance Group.

Крупнейшее в стране производство готовой еды будет ежедневно перерабатывать до 30 тонн сырья, среди которых 15 тонн мяса и рыбы и 8 тонн овощей и фруктов. Планируемая численность сотрудников комбината составит порядка 700 человек.

Холдинг Performance Group - крупнейший по выручке и объему выпускаемой продукции производитель готовых рационов питания. Компания основана в 2015 году. Сегодня Холдинг управляет четырьмя брендами питания с доставкой: Performance Food, Level Kitchen, My Food и Chef at Home. Сервисы компании представлены в 13 городах: Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Краснодаре, Ростове-на-Дону, Челябинске, Ярославле и др. Ассортимент блюд насчитывает порядка 7 тыс. позиций. В конце 2019 года Performance Group стала частью «O2O Холдинга», совместного предприятия между Сбербанком и Mail.ru Group в сфере цифровых технологий для рынков продуктов питания и транспорта.

[Ссылка на источник](#)

[Вернуться к списку публикаций](#)

sfera.fm > 23.11.2021 >

29-я международная выставка «Продэкспо-2022» состоится 7-11 февраля 2022 года

29-я международная выставка продуктов питания, напитков и сырья для их производства «Продэкспо-2022» состоится в привычные сроки — 7-11 февраля 2022 года в «Экспоцентре» на Красной Пресне.

Вы еще можете забронировать стенд на официальном сайте выставки. Не упускайте возможность занять достойное место на крупнейшем, по данным общероссийского рейтинга выставок, отраслевом мероприятии России, превалирующем по размеру выставочных площадей, профессиональному интересу и охвату рынка.

Выставка входит в десятку крупнейших мировых смотров продовольственной тематики.

«Продэкспо» играет стратегическую роль в формировании и развитии продовольственного сектора российской экономики: представляет все отрасли продовольственного рынка и является эффективной площадкой для встреч с закупщиками федеральных и региональных сетей, розничной торговли и профессионалами ресторанного бизнеса.

В 2021 году выставка «Продэкспо» объединила 1 554 компании из 44 стран и 50 280 посетителей из 95 стран и 86 субъектов Российской Федерации. По отзывам участников, выставка превзошла ожидания, порадовав широкой географией закупщиков, количеством деловых встреч и новых контактов.

«Продэкспо» проводится АО «ЭКСПОЦЕНТР» при поддержке Министерства сельского хозяйства Российской Федерации, под патронатом Торгово-промышленной палаты Российской Федерации и организована на высоком профессиональном уровне с соблюдением требований Роспотребнадзора.

Зачем участвовать?

На этот вопрос лучше всего ответят участники.

Петр Чекмарев, экс-заместитель председателя Кабинета министров Чувашской Республики: Выставка необходима для продвижения продукции, которую нужно презентовать, чтобы продвигать как по стране, так и за ее пределами. Эта площадка очень важна и интересна для Чувашской Республики. Она позволяет выставить здесь лучшие товары.

Франческо Пенсабене, директор Московского представительства Агентства ИЧЕ: Выставка «Продэкспо» — это самое главное событие для итальянских поставщиков на российском рынке. Кроме того, продовольственный сектор очень важен для Италии, поэтому мы не могли не принять участие в этом важном мероприятии. Российский потребитель — это потребитель утонченный, с высокими запросами. Именно поэтому он ценит итальянскую продукцию — красивую, добротную.

Лианна Абемян, заведующая отделом международных проектов Фонда виноделия и виноградарства Армении: Мы стараемся постоянно участвовать в выставке «Продэкспо», поскольку наши винодельческие компании имеют большую заинтересованность в рынке России. Мы используем «Продэкспо» для расширения и повышения узнаваемости наших марок. Здесь очень много импортеров, дистрибьюторов, ретейлеров, которые находят своих клиентов. У нас были удачные договоры после выставки. Выставка также привлекает высокой культурой ее организации.

92% экспонентов удовлетворены результатами и подтверждают высокую коммерческую результативность «Продэкспо». В числе основных целей, которые преследуют участники выставки — заключение контрактов, подписание соглашений (80%), расширение географии сбыта, выход на новые рынки (68%), увеличение объема продаж (66%).

Подробнее со статистикой 2021 года можно ознакомиться на официальном сайте выставки. Отзывы гостей и участников смотрите на YouTube-канале выставки.

Зачем посещать?

Если ваша сфера деятельности — ретейл или HoReCa, то «Продэкспо» — выставка для вас. По статистике, 96% посетителей удовлетворены качеством экспозиции.

Отзывы посетителей смотрите на YouTube-канале «Продэкспо».

На «Продэкспо-2022» ожидаются премьеры: новые компании, новые бренды, торговые марки (в 2021 году, по статистике, их было 18%). Выставка представит много интересных открытий закупщикам торговых сетей и ресторанного бизнеса.

29-я международная выставка продуктов питания, напитков и сырья для их производства «Продэкспо-2022» пройдет с 7 по 11 февраля 2022 года в Москве, в «ЭКСПОЦЕНТРЕ» на Красной Пресне.

[Ссылка на источник](#)

[Вернуться к списку публикаций](#)

restoran.ru > 23.11.2021 >

«Eat Market Смоленка»: фуд-пространство будущего с собственной экосистемой

Новый фуд-холл компании Zemskiy Group, чьи проекты меняют формат гастрономических маркетов по всей стране.

Eat Market в торгово-офисном центре «Смоленский пассаж 2» — это 2700 кв. м. пространства с 33 ресторанными концепциями и стильной посадкой, собственным сервисом доставки, 3 этажами парковки и смежной шопинг-инфраструктурой.

Eat Market не вписывается в стандарт фуд-моллов. Обилие гастрокорнеров уже не удивляет, а вот трехэтажный паркинг, близость с Садовым кольцом, дизайнерский зал, удобное приложение с доставкой к столу или домой без сторонних сервисов — явление уникальное. «Запатентованный» формат заказа в Eat Market — через общее меню всех корнеров и единый чек на всю компанию. Для тех, кто спешит или предпочитает модель фуд-маркета — сохранена возможность оплаты и выбора за стойкой приглянувшегося корнера.

новый фуд-молл Eat Market Смоленский пассаж 2 Zemskiy Group открытие новых ресторанов в ноябре Всего ожидается 33 концепции с кулинарной географией всего мира: кофейни со speciality зерном, кондитерские, проекты с меню от известных шеф-поваров, стрит- и фастфуд, паназиатская кухня. В первые дни открытия уже появятся более 15 видов эклеров от Lavanda Eclair; итальянский кофе с вековой историей от Diemme Caffè; звезда азиатского инстаграма — вегетарианский бабл-ти от Nova Bubble Tea с шариками тапиоки, фруктовыми желе и пудингами; Asia Gourmet с том ямом, пад таем, утиными спринг-роллами, рисовыми чипсами и другим ведомым и неведомым азиатским стритфудом; Pho Dat Viet с жареными роллами, фо га и вьетнамскими бао; шаурма Амираана Сардарова в «Шаурму х@чу»; проект «правильным мясом» LET'S MEAT; поке-конструктор Poke Wave и энциклопедия подводных вкусов от ресторана «Рыба мечты» и шеф-повара Александра Ибрагимова (для полного погружения — авторская винная карта и «акватория» в виде собственного аквариума с океаническими гадами).

новый фуд-молл Eat Market Смоленский пассаж 2 Zemskiy Group открытие новых ресторанов в ноябре Объемная гастроструктура занимает целый этаж «Смоленского пассажа 2». Из сопутствующих бонусов, помимо парковки и близости к центру — возможность полноценной вечеринки в баре Eat Market в честь удачных покупок: на территории торгово-офисного центра расположился трехэтажный универмаг «Стокманн» с акцентом на лимитированные и капсульные коллекции мировых брендов.

Контакты Адрес: Смоленская площадь, 5 Телефон: +7 (939) 839-62-12

[Ссылка на источник](#)

[Вернуться к списку публикаций](#)

[realty.ria.ru > 23.11.2021 >](#)

Эксперт: ввод ТЦ в России в 2021 году вернется к допандемийным уровням

МОСКВА, 23 ноя - РИА Недвижимость. Объем ввода новых торговых центров в России по итогам 2021 года может вернуться к допандемийным показателям, сообщила региональный директор департамента торговой недвижимости Knight Frank Russia Евгения Хакбердиева.

Аналитики компании подвели предварительные итоги 2021 года на рынке торговой недвижимости России, исключая Москву. Согласно полученным данным, объем предложения пополнился 16 новыми торговыми объектами с суммарной арендопригодной площадью 486,9 тысячи квадратных метров. При этом суммарный объем нового предложения в конце года, по данным компании, может составить 644,8 тысячи квадратов, что на 88% выше аналогичного показателя 2020 года и на 1% выше введенных в 2019 году торговых площадей.

«Позитивные тренды этого года - открытие новых объектов торговой недвижимости, выход новых брендов, быстрый возврат людей в ТЦ после снятия ограничений. Все это позволяет надеяться на то, что как только ситуация с пандемией будет взята под контроль, рынок торговой недвижимости сможет восстановиться в течение года», - сказала она.

Аналитик уточнила, что согласно заявленным планам девелоперов, суммарный объем нового ввода торговой недвижимости в России в 2022 году может достичь 869,9 тысячи квадратных метров.

[Ссылка на источник](#)

[Вернуться к списку публикаций](#)

[dairynews.ru > 23.11.2021 >](#)

Наталья Кошелева: в РФ сферу услуг ждет стагнация из-за роста инфляции

Одна из причин, которая приведет к стагнации российской сферы услуг, - это падение покупательской способности населения. Об этом 22 ноября заявила вице-президент Ассоциации малоформатной торговли, член «Партии роста» Наталья Кошелева.

Так она прокомментировала информацию о том, что в РФ в октябре 2021 года вырос индекс деловой активности.

«Индекс деловой активности включает в себя анализ продаж, инвестиций, кадров, финансирования, - сказала Кошелева. - По сравнению с предыдущими периодами идет рост продаж в стоимостном выражении, так как растут цены на сырье и материалы. Предположу, что сферу услуг, скорее всего, ждет стагнация, роста ожидать, наверное, не стоит еще и в связи со спадом покупательской способности, инфляции и продолжением ковидных ограничений. В производстве индекс деловой активности будет выше, но все же в связи с ростом цен, а не количества выпускаемой продукции».

[Ссылка на источник](#)

[Вернуться к списку публикаций](#)

[dni.ru > 23.11.2021 >](#)

Володин поручил комитетам ГД организовать обсуждение законопроектов о QR-кодах

Работу по правительственным законопроектам о QR-кодах нужно выстроить так, чтобы к их рассмотрению в первом чтении депутаты получили полный срез общественных предложений. Об этом заявил спикер Госдумы Вячеслав Володин.

Правительственные законопроекты разосланы для обсуждения в регионы, Совет Федерации и Общественную палату, напомнил Володин. Полученные отзывы помогут парламентариям принять взвешенное решение, отметил он.

Володин поручил профильным комитетам ГД по безопасности и противодействию коррупции, по охране здоровья и по транспорту и развитию транспортной инфраструктуры внести графики и предложения по обсуждению законопроектов.

Работу необходимо выстроить таким образом, чтобы к рассмотрению правительственных инициатив в первом чтении у депутатов был полный срез предложений от общества и экспертных оценок, подчеркнул Володин.

По его словам, на заседания комитетов и фракций необходимо пригласить представителей правительства. Речь идет о вице-премьере Татьяне Голиковой и министрах транспорта и здравоохранения.

Спикер попросил полномочного представителя кабмина в ГД Александра Синенко довести эту информацию до официального представителя правительства по этим законопроектам и профильных министров.

«Давайте мы будем обсуждать вопросы с правительством, потому что иначе мы будем заложниками социальных сетей, ток-шоу, а самое плохое - от этого могут пострадать люди. Поэтому должна быть официальная позиция экспертов, министерств, на основе которой мы будем выработать решения», - сказал Володин.

Кабмин 12 ноября внес в Думу законопроекты о QR-кодах. Посещать массовые мероприятия, культурные учреждения, заведения общепита и непродовольственные магазины, пользоваться железнодорожным и авиационным транспортом граждане смогут при наличии QR-кода о прививке, документа, подтверждающего перенесенный COVID-19, или медицинского отвода от вакцинации. Переходный период продлится до 1 февраля - для получения услуг можно будет предъявить отрицательный ПЦР-тест.

[Ссылка на источник](#)

[Вернуться к списку публикаций](#)

[РИА Новости > 23.11.2021 >](#)

Новые меры поддержки бизнеса в пандемию

Как ими воспользоваться

Поддержка малого и среднего предпринимательства (МСП) остается одним из приоритетов государства в области экономики. И роль такой поддержки многократно возрастает в периоды вынужденных ограничений, связанных с пандемией коронавируса, когда во многих отраслях бизнес практически замирает. О новых мерах, разработанных правительством в помощь малому и среднему бизнесу, а также о том, как быстро и эффективно ими воспользоваться, расскажет совместный материал РИА Новости и Минэкономразвития РФ.

Учитывая опыт предыдущих периодов ограничений, власти озаботились проблемами малого бизнеса заранее. Предложения правительства по поддержке предпринимателей были одобрены президентом

России 20 октября, а 22 октября первый вице-премьер Андрей Белоусов провел совещание по антикризисным мерам, где анонсировал запуск второго этапа программы льготного кредитования ФОТ 3.0, а также рассказал о механизме грантовой поддержки бизнеса. Новые меры поддержки вступили в силу с 1 ноября после подписания премьером Михаилом Мишустиным соответствующих постановлений.

Результаты двух недель работы новых мер
По данным Минэкономразвития, за две недели работы второго этапа программы ФОТ 3.0 в банки было подано более 23,5 тысяч заявок от предпринимателей на общую сумму 92,3 миллиарда рублей. При этом, по данным блокчейн-платформы ФНС, на 15 ноября 2021 года банками уже выдано около 20 миллиардов рублей. Таким образом, с начала ноября бизнес и СОНКО (социально ориентированные некоммерческие организации) подали заявки на треть потенциального объема льготных кредитов по данной программе. Для сравнения, по Программе ФОТ 3.0 первого этапа было заключено около 16 тысяч кредитных договоров на общую сумму 57,35 миллиарда рублей.

Заместитель министра экономического развития Татьяна Илюшникова:

«Уже можно говорить, что программа работает на интересы не крупного бизнеса. Наибольший объем запрашивают малые (почти 50%) и микро (почти 40%) предприятия, а средний чек одобренных кредитов составляет 2,5 миллиона рублей. Среди лидеров по объемам подтвержденных кредитов - Сбербанк, Промсвязьбанк и Совкомбанк».

С 15 ноября для бизнеса и СОНКО также начались выплаты безвозмездных грантов в размере 1 МРОТ на 1 сотрудника. По программе бизнесу уже указана помощь в размере 13,2 миллиарда рублей.

Всего в ФНС России с 1 по 15 ноября заявления подали более 385 тысяч субъектов МСП и СОНКО, с общим числом сотрудников более 1,6 миллионов человек. На эту меру поддержки бизнеса правительством было выделено 38,5 миллиарда рублей. Организации и ИП из отраслей, определенных правилами предоставления субсидий, а также СОНКО могут подать заявление в ФНС России до 15 декабря 2021 года.

«Что касается грантов, то 9% от общего числа заявлений поступило от московских предпринимателей, 6% - из Московской области и Санкт-Петербурга, 5% и 4% - из Краснодарского края и Свердловской области соответственно. Среди предприятий, подавших заявления на грант, более 50% составляют ИП без наемных сотрудников, еще 20% - ИП с сотрудниками, 26% - юридические лица и 2% - СОНКО», - рассказала Татьяна Илюшникова.

Программа льготного кредитования ФОТ 3.0

Льготные кредиты для сохранения занятости предоставляются предпринимателям не впервые. Отличие второго этапа программы ФОТ 3.0 от первого в том, что существенно расширен список получателей кредита, а также увеличен срок кредитования (до 18 месяцев) и срок погашения кредита (с 6 до 12 месяцев). Новая программа действует с 1 ноября по 30 декабря 2021 года.

Девушка держит чашку с чаем

Кредит выдается из расчета один минимальный размер оплаты труда (МРОТ - 12792 рубля) на каждого сотрудника на 12 месяцев. Ставка кредита - 3% годовых. Важно, что в первые полгода можно ничего не платить - ни процентов, ни основного долга, а затем в течение 12 месяцев погашать заем равными долями с учетом процентов. При этом 75% кредита обеспечены поручительством ВЭБ.РФ.

Главное условие получения льготного кредита осталось прежним - предприятию необходимо сохранить 90% работников от их числа, зафиксированного на блокчейн-платформе ФНС России на момент заключения кредитного соглашения.

Кому дадут льготный кредит

Получить поддержку смогут представители 17 наиболее пострадавших отраслей (в рамках первого этапа программы ФОТ 3.0 их было 11). По просьбе бизнеса в список добавлены такие сферы деятельности, как дополнительное образование детей и взрослых, услуги по дневному уходу за детьми, бытовое обслуживание, услуги химчисток, стоматологий, парикмахерских и салонов красоты.

ПОЛНЫЙ СПИСОК ОТРАСЛЕЙ:

- бытовое обслуживание

- дополнительное образование детей и взрослых
- стоматология
- стирка и химчистка
- парикмахерские и салоны красоты
- дневной уход за детьми
- гостиничный бизнес
- общепит
- туризм
- творческая деятельность, искусство, развлечения
- спорт и отдых
- демонстрация кинофильмов
- организация конференций и выставок
- санаторно-курортная деятельность
- музеи
- зоопарки
- физкультурно-оздоровительная деятельность

Мастер ногтевого сервиса делает маникюр клиентке в спа салоне.

Получателями льготного кредита могут стать участники программ ФОТ 2.0/ФОТ 3.0 (первого этапа), включенные в Единый реестр субъектов МСП по состоянию на 10 июля 2021 года, а также начинающие предприятия, созданные и включенные в Единый реестр в период с 1 июля 2020 года по 1 июля 2021 года.

Беговые дорожки в фитнес-клубе

Получить кредит могут и крупные предприятия, если они участвовали в программе ФОТ 2.0/ФОТ 3.0 (первого этапа) и работают в сферах общественного питания и культуры. Льготное кредитование предусмотрено и для СОНКО, участвовавших в программе ФОТ 2.0/ФОТ 3.0 (первого этапа) и включенных в Реестры СОНКО и НКО Минэкономразвития РФ (по состоянию на 1 июля 2021 года).

Кто выдает кредиты

Льготный кредит можно получить в одном из 30 уполномоченных банков, которым предоставлены субсидии из федерального бюджета на возмещение недополученных ими доходов по кредитам. Среди них как крупнейшие российские банки, так и небольшие региональные. Ранее Андрей Белоусов отмечал, что ограничения в регионах могут вызвать падение доходов предпринимателей, и задача новых мер поддержки - позволить бизнесу быстрее восстановиться.

СПИСОК АККРЕДИТОВАННЫХ БАНКОВ:

МСП Банк, Сбербанк, ВТБ, Совкомбанк, Банк «Ак Барс», ГПБ, РНКБ, Промсвязьбанк, Альфа-Банк, Банк «Кузнецкий», Банк «Кубань Кредит», Банк «Хлынов», Банк «Акцепт», Банк «Центр-инвест», Енисейский объединенный банк, Челиндбанк, Датабанк, Челябинвестбанк, Россельхозбанк, Банк «Куб», Банк «Санкт-Петербург», Владбизнесбанк, Росбанк, СДМ-Банк, Энерготрансбанк, Банк СГБ, НБД-Банк, Райффайзенбанк, Банк Казани, Генбанк, Энергобанк, Алмазэргиэнбанк, Банк «Левобережный», Банк «Россия», Банк «Открытие».

Ряд банков объявили предварительный прием заявок еще в конце октября.

Банки-участники программы ФОТ 3.0 отмечают высокий интерес бизнеса к этому инструменту поддержки во всех федеральных округах.

Председатель правления МСП Банка Петр Засельский:

«В период борьбы с продолжающейся пандемией МСП Банк, как институт развития, старается оказывать максимальную поддержку бизнесу. С 9 марта мы начали выдавать льготные кредиты для МСП в рамках государственной программы ФОТ 3.0 (первого этапа - прим. ред.) под 3% годовых. Данные меры позволили предоставить кредиты предпринимателям из пострадавших отраслей на общую сумму более 231 миллиона рублей. Программа поддержки уже помогла многим сохранить свое дело. Банковское финансирование получили компании, осуществляющие свою деятельность в таких отраслях, как услуги

(79%), торговля (12%), перевозки и логистика (7%). Все наши клиенты успешно выполнили условия программы, сохранили количество рабочих мест.

Такие результаты не могут не мотивировать МСП Банк продолжать льготное финансирование и оказывать бизнесу максимально возможную поддержку.

Надеемся, что второй этап программы, в рамках которого в список пострадавших отраслей по просьбам бизнес-сообщества были добавлены 6 новых сфер деятельности, поможет предпринимателям сохранить и продолжить свое дело».

В дополнение к ФОТ 3.0 Корпорация МСП совместно с Банком России перезапустили с 1 ноября программу льготного кредитования предприятий малого и среднего бизнеса, работающих в одной из 28 наиболее пострадавших отраслей. Кредит на любые цели по ставке не выше 8,5% годовых можно получить в 60 банках-партнерах, их полный список есть на сайте Корпорации МСП.

Также программа предполагает возможность реструктурировать уже имеющийся кредит по более низкой ставке.

Генеральный директор Корпорации МСП Александр Исаевич:

«Предприниматели смогут не только получить новые заемные средства по низкой ставке, но и реструктурировать уже имеющиеся кредиты по ставке ниже 8,5%. Это возможно за счет того, что часть рисков за предпринимателей берет на себя Корпорация. Что важно: господдержку могут получить и предприятия непродовольственной торговли».

К наиболее пострадавшим отраслям относятся 28 видов деятельности (ОКВЭД), указанные в утвержденном правительством перечне. Это гостиницы, общепит, парикмахерские и салоны красоты, химчистки, стоматологии, кинотеатры, санаторно-курортные организации, музеи, зоопарки.

Также поддержка распространяется на компании в сфере туризма, искусств и развлечений, спорта и фитнеса, дополнительного образования, присмотра за детьми, проведения конференций и выставок, мелкого бытового ремонта.

Помимо этого, в перечень вошли несколько видов розничной торговли непродовольственными товарами, автовокзалы и автостанции, предприятия по пассажирским и автогрузоперевозкам.

Ранее Банк России выделил 60 миллиардов рублей на обеспечение до конца года льготного кредитования банками малых и средних предприятий, пострадавших от пандемии коронавируса. В рамках этого лимита уполномоченные банки по программе стимулирования кредитования субъектов МСП смогут привлечь кредиты Банка России под поручительства Корпорации МСП под 4% годовых на срок до 1,5 лет.

Сотрудница в защитной маске в одной из парикмахерских Симферополя.

Гранты для бизнеса и СОНКО в нерабочие дни

По поручению президента РФ Владимира Путина на время ограничений, связанных с распространением новой коронавирусной инфекции, правительством было выделено 38,5 миллиарда рублей на выплату бизнесу безвозмездных грантов. Подать заявление в ФНС на грант можно с 1 ноября по 15 декабря 2021 года. Выплаты в размере одного МРОТ (12792 рубля) на каждого сотрудника осуществляются в течение 8 рабочих дней со дня направления заявления.

КТО ПОЛУЧИТ ГРАНТ

Получателем единовременного гранта может стать субъект МСП, включенный в Единый реестр (по состоянию на 10 июля 2021 года), а также СОНКО, включенные в Реестры СОНКО и НКО Минэкономразвития РФ (по состоянию на 1 июля 2021 года).

Гранты выдаются представителям следующих отраслей:

- гостиничный бизнес
- общественное питание
- туризм
- творческая деятельность, искусство и организация развлечений
- спорт и отдых
- ремонт компьютеров, бытовой техники

- пассажирские автомобильные перевозки
- грузовые автомобильные перевозки
- внутренний водный пассажирский транспорт
- деятельность автовокзалов и автостанций
- демонстрация кинофильмов
- организация конференций и выставок
- образование дополнительное детей и взрослых
- стоматологическая практика
- деятельность санаторно-курортных организаций
- дневной уход за детьми
- музеи
- зоопарки
- стирка и химчистка
- парикмахерские и салоны красоты
- физкультурно-оздоровительная деятельность

Как получить грант

Шаг 1. Проверить включена ли организация в Единый реестр субъектов МСП или в Реестры СОНКО и НКО Минэкономразвития России (Реестр №1 и Реестр №2)

Шаг 2. Проверить входит ли организация на 1 июля 2021 года в перечень отраслей - получателей грантов - по основному ОКВЭД

Шаг 3. Заполнить и отправить заявление любым из способов:

- через личный кабинет юридического лица или индивидуального предпринимателя на сайте nalog.gov.ru;
- через сервис на сайте nalog.gov.ru заполнить форму заявления, сформировать его и отправить в электронном виде по ТКС;
- через сервис на сайте nalog.gov.ru заполнить форму заявления, сформировать его, распечатать и отправить по почте в налоговый орган: для юрлиц - по месту нахождения организации, для ИП - по месту жительства.

Грант не смогут получить компании, находящиеся в процессе ликвидации или в процедуре банкротства, а также компании, в отношении которых принято решение о предстоящем исключении из ЕГРЮЛ.

Запрет на получение выплат установлен также для компаний или ИП, которые по состоянию на 1 июля 2021 года имеют задолженность по налогам и страховым взносам более 3 тысяч рублей.

Блюда традиционной японской кухни - суши, приготовленное из риса и различных морепродуктов.

Бизнес о новых мерах поддержки

Алексей Войтов, сооснователь и владелец международной франшизы суши-баров «Капибара»:

Алексей Войтов, сооснователь и владелец международной франшизы суши-баров «Капибара»:

«В самом начале пандемии выручки наших точек упали тотально, но через 4-8 недель мы адаптировались и стали увеличивать оборот, который на сегодня уже на 43% превысил допандемийный уровень. При этом мы выполняем все требования, связанные с ковид-ограничениями. На данном этапе мы готовимся расширять команду.

О новых мерах поддержки узнал из инстаграм-аккаунта центра «Мой бизнес» в Смоленске и телеграм-каналов о бизнесе. Мы воспользовались и кредитом под 3%, и программой ФОТ 3.0. и уже получили первые транши. С точки зрения документов и оформления, получение было максимально простым, без бюрократии и делительных сроков. Кредитные деньги мы использовали для модернизации производства и амортизации действующего оборудования.

Коллегам рекомендую как можно быстрее воспользоваться новыми инструментами поддержки, так как это реальная помощь деньгами.

Ведь даже кредит под 3% - это, по сути, доход в чистом виде, учитывая инфляцию в 7%. Меры поддержки - это реальная помощь, а в каких-то случаях - «буст» для бизнеса. Основная проблема - это недоверие

предпринимателей к мерам поддержки, ввиду низкой информированности. Считаю, что необходимо привлекать больше локальных лидеров мнений для популяризации мер поддержки».

Елена Бриненко, руководитель имидж-студии «Краски Времени», создатель первого коммерческого салона в Калужской области, член областного совета ТПП:

«В бизнесе красоты я с 1994 года. Руководителем и собственником являюсь более 20 лет, за которые пережила несколько экономических кризисов. Однако эпидемиологический кризис рушит все представления о том, как предпринимателю выжить. Поэтому в начале пандемии 2020 года я стала омбудсменом Ассоциации предпринимателей индустрии красоты (АПИК) по Калужской области, что позволило сразу узнавать о новых инструментах господдержки и быстро их применять. Также информация о поддержке становится доступней благодаря ТПП Калужской области, которая к тому же оказывает предпринимателям неоценимую юридическую помощь.

Сокращения сотрудников не планировала, но за год состав коллектива изменился. Так как я соблюдаю все ковид-ограничения в индустрии красоты, кто-то из мастеров не захотел сидеть дома, кто-то не захотел сделать прививку. И они решили уйти в серую зону.

Меры поддержки считаю своевременными: государство реально хочет помочь бизнесу красоты.

ФОТ 3.0 не решилась воспользоваться, так как правила взятия субсидии могу не исполнить из-за постоянно меняющейся экономической обстановки. А вот грант получить было легко: этот путь нами был уже пройден в первую волну: 2 ноября подали заявку в личном кабинете налогоплательщика, а уже 10 ноября деньги поступили на счет. Эта сумма, конечно, поможет, так как у меня микро-бизнес. Коллегам хочу посоветовать в сегодняшних реалиях вести легальный бизнес - это даст возможность не остаться наедине со своими бедами».

Алексей Кучмин, создатель группы компаний АИР, член генерального совета «Деловой России», член совета предпринимателей Москвы:

«Группа компаний АИР уже более 12 лет работает в сфере дорожно-аэродромного строительства, внедряя в отрасль инновационные инженерные решения для оснащения дорог и аэропортов. Так сложилось, что в 2020 году мы открыли новую производственную площадку на базе московского технопарка «Мосгормаш». В настоящее время этот производственный комплекс, организованный в Москве в период пандемии, по-прежнему является самым крупным подразделением нашей компании, значительно превышая по размерам и по мощности показатели других наших площадок, которые были запущены ранее, еще до появления новых реалий для бизнеса.

В 2020 году ковид-ограничения казались нам неопределимым препятствием, однако в дальнейшем практика показала, что в пандемию бизнес можно не только сохранить, но и развить. И в 2021 году мы встречали ограничения уже без страха потерять прежние темпы работы и не опасались сокращения штата работников.

Каждый предприниматель рано или поздно сталкивается со сложностями при получении дополнительных кредитных средств, а между тем без банковских продуктов предприятиям развиваться сегодня очень трудно. Рост количества проектов и объема заказов не всегда соразмерен собственной оборотной динамике предприятия, поэтому своевременное кредитование в рамках госпрограмм по своей природе является очень актуальной помощью для отечественного бизнеса.

К сожалению, сфера деятельности группы компаний «АИР» как производителя не была включена в перечень пострадавших отраслей, однако есть постоянные инструменты поддержки бизнеса, которые реализуются в рамках национальных проектов и работы Корпорации МСП. Благодаря им группе компаний АИР удалось получить дополнительный банковский кредит на сумму порядка 700 миллионов рублей на исполнение текущих контрактов. Мы стараемся постоянно отслеживать информацию относительно новых мер поддержки, доступных для бизнеса, поэтому, когда в 2020 году было утверждено постановление правительства РФ № 696, мы без промедления обратились за помощью, и нас услышали: тогда нашей компании удалось привлечь еще порядка 3 миллионов рублей.

Стоит отметить, что благодаря поддержке со стороны Корпорации МСП и МСП Банка выручка компании «АИР Магистраль», которая входит в группу компаний «АИР», выросла на 85%, а количество сотрудников увеличилось с 36 до 70 человек.

Я бы рекомендовал предпринимателям, еще не использующим меры господдержки, начать действовать. Вижу, что далеко не все владеют полной информацией о доступных инструментах помощи бизнесу. К сожалению, ряд предприятий продолжает работать в парадигме уверенности, что от государства помощи ждать не приходится, хотя это неверно: инструменты сформированы, и они работают. Бизнесу стоит более активно изучать информационные правительственные ресурсы и участвовать в профильных мероприятиях делового сообщества России».

Виталий Сулов, индивидуальный предприниматель, Центр неформального образования для детей и взрослых «Шаг за шагом»:

«Наш центр занимается медико-педагогической диагностикой и реабилитацией детей с ограниченными возможностями здоровья в возрасте до 14 лет. С 2017 года мы стремились к объединению медицины и педагогики, и в 2020 году у нас это получилось. Однако на момент открытия нашего нового центра в 2020 году в стране начали вводить ограничения из-за распространения коронавируса.

Мне говорили, что дело потерпит провал, столько средств вложено в ремонт арендованного помещения, нужно платить аренду, зарплату сотрудникам. Ограничения тоже сыграли свою роль. Я не стал никого слушать и начал действовать. Обзвонил все возможные инстанции для получения помощи.

Банки помогли первыми - одобрили кредит под 3% годовых по программе льготного кредитования ФОТ 3.0. Параллельно подал заявление в ФНС России на грант. И получил дополнительную поддержку в размере 1 МРОТ на каждого работника.

Конечно, сумма небольшая, но это все равно лучше, чем ничего. Любая поддержка от государства очень нужна социальным предприятиям. Все условия по кредиту ФОТ 3.0 мы выполняем. В компанию приходят новые сотрудники, мы растем. Если на начало 2020 года среднесписочная численность работников в компании составляла 17 человек, то теперь наша команда уже 26 человек. Еще одного сотрудника планируем принять в ноябре.

О программах господдержки для малого и среднего бизнеса узнал еще с 2020 году, когда искал помощи. Сегодня информацию я уже получаю от банков, где общиваюсь. Также рассылки приходят от центра «Мой бизнес» и Минэкономразвития. У меня отличная команда. Документы на подачу подготовили за 1 час. Согласование у банка длится примерно 2 недели. Штат сотрудников у меня расширяется, я аккумулирую новые методы работы с детьми и, соответственно, нужны люди. Предварительно мне уже согласовали поддержку: новые заемные средства планируем направить на зарплату сотрудникам, аренду помещения и коммунальные платежи.

Сегодня очень много информации и новых возможностей лежат на поверхности. Я бы рекомендовал коллегам не бояться обращаться напрямую в Минэкономразвития - по телефону, по почте, через социальные сети. Важно знать, какая господдержка вам положена и на какую помощь вы можете рассчитывать».

[Ссылка на источник](#)

[Вернуться к списку публикаций](#)

РИА РБК > 23.11.2021 >

Мишустин пообещал подумать о QR-кодах для «неофициально» перенесших COVID - РБК

Премьер-министр России Михаил Мишустин обещал рассмотреть предложения о выдаче QR-кодов тем, кто переболел коронавирусом и имеют высокий титр антител, но не обращались к врачу и не привились. Об этом он заявил на заседании координационного совета по борьбе с COVID-19.

Выдавать QR-коды таким гражданам на совещании предложил губернатор Амурской области Василий Орлов. Он отметил, что разработка такого правила на федеральном уровне позволит снизить негативную реакцию россиян и общественный резонанс вокруг темы вакцинации. По словам Орлова, решение о выдаче QR-кодов этой категории граждан помогло бы разгрузить систему здравоохранения и сократить расходы бюджета.

«Эти предложения мы продумаем», - ответил Мишустин.

12 ноября правительство России внесло на рассмотрение в Госдуму два законопроекта о введении на территории всей страны обязательных QR-кодов для посещения мест массовых мероприятий, культурно-досуговых учреждений, заведений общепита, розничной торговли и поездок на самолетах и поездах.

По планам правительства, система должна заработать с 1 февраля и действовать до 1 июня, говорила вице-премьер Татьяна Голикова. До этой даты при отсутствии QR-кода можно будет предъявить отрицательный ПЦР-тест, после - только подтверждение перенесенного COVID или медотвод. Таким образом власти планируют достигнуть 80-процентного показателя уровня коллективного иммунитета у взрослого населения.

После этого заместитель председателя комитета Госдумы по охране здоровья, депутат ЛДПР Сергей Леонов предложил министру здравоохранения Михаилу Мурашко создать реестр россиян, имеющих антитела к коронавирусу. О том, что подобные инициативы нужно тщательно прорабатывать со специалистами, говорил пресс-секретарь президента Дмитрий Песков.

Количественный показатель наличия антител к COVID-19 не может стать основанием для выдачи QR-кода, отмечала в разговоре с РБК директор Института экономики здравоохранения НИУ ВШЭ Лариса Попович. Она обратила внимание на то, что специалисты должны учитывать качество антител, так как они могут быть не нейтрализующими.

Не оценивать иммунитет к коронавирусу по титру антител призвал и вирусолог, профессор МГУ, доктор биологических наук Алексей Аграновский. По его словам, этот показатель является достаточно условным. Систему по выдаче QR-кодов переболевшим на основе антиген-тестов в начале ноября разработали в Санкт-Петербурге. Решение принимает врачебная комиссия. Если факт перенесенного заболевания подтверждается, данные о пациенте вносят в федеральный реестр, откуда они поступают на портал Госуслуг. Такие же справки с 23 ноября начали выдавать и на Камчатке.

Похожую систему правительству Чувашии поручил разработать глава региона Олег Николаев.

[Ссылка на источник](#)

[Вернуться к списку публикаций](#)

РИА РБК > 23.11.2021 >

Собянин заявил о «минимальном уровне» для бизнеса из-за нерабочих дней - РБК

Московский бизнес не понес больших убытков из-за нерабочих дней, которые прошли в городе с 28 октября по 7 ноября, заявил мэр Москвы Сергей Собянин в интервью «РИА Новости».

«Большая часть из этих нерабочих дней, она уже, собственно, была праздничной, поэтому урон для бизнеса был минимальный», - сказал Собянин и указал на «хороший эффект» от локдауна.

Мэр также отметил, что власти вводили нерабочие дни в Москве только один раз за год, несмотря на «сложные, непростые времена». Он подчеркнул, что жесткие ограничительные меры вводятся в городе только при крайней необходимости.

По словам Собянина, за последнюю неделю заболеваемость COVID-19 в Москве снизилась на 30%, число госпитализаций уменьшилось вдвое. Он подчеркнул, что такая динамика говорит о правильно принятых решениях властей.

Во время нерабочих дней в Москве работали только аптеки и магазины с долей товаров первой необходимости не меньше 30%. Заведения общепита могли продавать еду на вынос, а музеи и театры начали принимать посетителей только с QR-кодами.

После того как Собянин подписал указ о введении локдауна, РБК проанализировал оборот предприятий потребительского сектора в Москве на основе данных Росстата за апрель - май 2020 года, когда в городе также действовал режим самоизоляции.

Оборот продовольственной торговли во время весеннего локдауна 2020 года уменьшился на 14,5% по сравнению с тем же периодом 2019 года, предприятия заработали на 64,4 млрд руб. меньше. Прибыль гостиничного бизнеса сократилась на 86%, сфера понесла убытки в размере 7 млрд руб. Общепит весной прошлого года недополучил 64% от допандемийного достатка - 20,2 млрд руб., на 40% (150,2 млрд руб.) меньше получили предприятия непродовольственной торговли.

Распространение коронавируса Covid-19 в регионах России

Количество подтвержденных случаев заражения

i

[Ссылка на источник](#)

[Вернуться к списку публикаций](#)

fontanka.ru > 23.11.2021 >

Власти Петербурга обсуждают отсрочку введения QR-кодов для общепита и ретейла

Введение системы QR-кодов для допуска в рестораны и магазины в Петербурге могут отложить. Об этом «Фонтанке» рассказали три источника, знакомых с ходом подготовки корректировок в 121-е коронавирусное постановление.

Предполагается, что обновленный документ выйдет до конца этой недели и продлит большинство действующих запретов (сейчас установлены до 28 ноября).

Однако сфера общественного питания и ретейл, где QR-коды должны заработать с 1 декабря, могут получить отсрочку. Окончательное решение не принято, подчеркивают собеседники нашего издания. До какого момента отложат введение ограничений — пока не решено. Но наиболее вероятной выглядит дата 10 января, когда закончатся новогодние каникулы. Это позволит не отпугнуть туристов, которые собирались приехать в город на зимние каникулы, и не омрачить праздник горожанам и бизнесу. Впрочем, меры и сроки могут быть скорректированы в зависимости от того, как будет развиваться эпидемиологическая ситуация.

А вот снятие запрета на ночную работу заведений общепита, о котором попросили бары, по данным «Фонтанки», пока не обсуждается.

Введение QR-кодов для вакцинированных на общественном транспорте Петербурга тоже не рассматривается, заявил глава комитета по транспорту Кирилл Поляков.

Ранее власти Петербурга отчитались о победе над четвертой волной COVID-19. Власти Петербурга также напомнили, где во время новогодних гуляний все-таки потребуются QR-коды.

[Ссылка на источник](#)

[Вернуться к списку публикаций](#)