

# KFC расширяют из торгцентров

Развивать рестораны сети будет «Гарант-Инвест»

17.04.2018

**ФПК «Гарант-Инвест» заключила с Yum! Brands Russia трехлетнее соглашение об открытии новых ресторанов KFC в Москве, первое заведение должно быть запущено до конца мая. Сегмент фастфуда — главный драйвер роста рынка питания вне дома, но новым игрокам будет сложнее работать на рынке из-за сужения резервов для дальнейшего развития.**

О том, что ФПК «Гарант-Инвест» стала владельцем франшизы ресторанов быстрого питания KFC, “Ъ” рассказал один из консультантов на рынке торговой недвижимости. В Yum! Brands Russia (развивает рестораны KFC и пиццерии Pizza Hut) подтвердили эту информацию. Там добавили, что трехлетнее соглашение с ФПК «Гарант-Инвест» предусматривает открытие новых ресторанов KFC в Москве. Первое заведение должно быть запущено до конца мая 2018 года, других подробностей в Yum! Brands не сообщили. Представитель «Гарант-Инвеста» заявил, что комментарии по этой теме преждевременны.

«Гарант-Инвест» специализируется на развитии одноименного банка и девелоперской компании (управляет десятью торговыми центрами в Москве общей площадью 125 тыс. кв. м). Кроме того, включает продовольственную сеть «Мой магазин» (на февраль 2018 года в Москве было 15 супермаркетов общей торговой площадью около 7,9 тыс. кв. м). На рынке недвижимости «Гарант-Инвест» связывают с Алексеем Панфиловым, основным владельцем одноименного банка (в 2017 году, по данным «Интерфакса», этот банк занимал 167-е место по объему привлеченных средств частных лиц — 4,632 млрд руб.).

По собственным данным, на февраль 2018 года сеть KFC представлена в России и СНГ более чем 650 ресторанами, в Москве — около 270 заведений. В 2016 году российское подразделение KFC показало рост выручки на 33%, что стало максимальным годовым показателем среди всех регионов присутствия бренда в мире, сообщила Yum! Brands. В 2017 году продажи бренда KFC Россия и СНГ выросли на 24%. Согласно отчетности Yum! Brands, выручка глобального дивизиона KFC за этот период снизилась с \$3,22 до \$3,11 млрд. На российский бизнес приходится 4% общей выручки KFC.

В феврале 2017 года Yum! Brands Russia сообщила о планах в течение двух лет сократить число собственных ресторанов KFC в России почти в 3,5 раза, продав до 180 точек нынешним и будущим франчайзи, а себе оставить не более 50 заведений. Рефранчайзинг в России — часть новой глобальной стратегии Yum! Brands Inc., в рамках которой доля ее франчайзинговых ресторанов в мире должна вырасти с 93% до 98%. Условия франшизы KFC предполагают паушальный сбор в \$48,4 тыс., роялти в 6%, отчисления в маркетинговый фонд в 4% и локальные расходы на маркетинг — это 1% от оборота. Затраты на открытие одного ресторана in-line (заведение с собственным залом) в KFC оценивают примерно в \$700 тыс. На февраль 2017 года у Yum! Brands было 38 франчайзинговых партнеров в России и СНГ. Крупнейшие — AmRest (более 100 ресторанов), The Caspian International Restaurants Company и «Сити ресторантс» (у каждого — свыше 30 заведений).

В начале 2018 года «Гарант-Инвест» утвердил новую стратегию, по которой фокус развития сетевого ритейла будет смещен на сферу общественного питания, сообщила компания. Так, сеть «Мой магазин» будет переведена в формат «экспресс» и «магазин у дома», а от супермаркетов в торговых центрах планируется отказаться. «Неформатные» магазины будут постепенно закрываться, в ряде объектов по соседству появятся рестораны быстрого питания, заявили в ФПК.

Сегодня сегмент фастфуда — главный драйвер рынка питания вне дома, сообщили в российском отделении NPD. С марта 2017-го по февраль 2018 года этот сегмент вырос на 12% в денежном выражении, тогда как весь рынок в целом увеличился за тот же период на 3%. По данным Росстата, в 2017 году оборот предприятий общепита вырос на 2,5%, до 1,42 трлн руб. На фастфуд приходится 43% всего рынка, оценили в NPD. В компании отмечают, что фастфуд развивается благодаря увеличению трафика, в частности, в новые заведения, которые активно открывают операторы. KFC — достаточно сильный бренд, который уверенно чувствует себя на рынке, считает исполнительный директор Restcon Андрей Петраков: «Если в формате бургерных в России работают две крупных сети (McDonald`s и Burger King. — “Ъ”), то у куриных ресторанов KFC конкурентов в масштабах страны нет». Но работать новым франчайзи с каждым годом будет все сложнее, количество подходящих помещений ограничено, а вовлеченность россиян в фастфуд почти максимальная, предупреждает господин Петраков.

*Анатолий Костырев*