

Bright Kitchen, проект Floo family, запустил кулинарию для кофеев

Тематика: **Консалтинг и B2B-услуги**
Статьи и исследования

Дата публикации: 3.10.2022

Дата мероприятия / события: 3.10.2022

г. Москва

Bright Kitchen расширяет свое присутствие в одном из самых сложных и вместе с тем перспективных ресторанных сегментов в b2b – мелкооптовые поставки еды для кофеев Москвы. Одним из первых заказчиков кулинарии в Bright Kitchen стала сеть Даблби.

В конце сентября проект Bright Kitchen запустил поставки кулинарии для кофеев, у которых нет собственной кухни. Производство под брендом Bright Kitchen стартовало в октябре 2021 года. В течение года до сентября 2022-го компания поставляла в кофейни хлеб, выпечку и десерты, теперь ассортимент пополнился сэндвичами, круассанами, салатами и сырниками собственного производства. В планах по расширению ассортимента Bright Kitchen на ближайшие месяцы также запуск завтраков — в кофейни планируется поставлять каши, творожки и йогурты. Bright Kitchen работает с заказами для кофеев и небольших сетей в Москве – минимальная сумма заказа для бесплатной доставки в центре Москвы начинается от заказа на 3000 р, в пределах МКАД — от 5000 р, за пределами 10 км от МКАД — от 8000 р.

Изначально производство Bright Kitchen было запущено, чтобы закрывать потребности заведений группы Floo family — флагманскую кофейню Floo и городское кафе Сойка напела, оба заведения оснащены собственной кухней и остальные позиции из меню здесь готовятся на месте. В апреле 2022 года Floo family запустила новый формат — маленькие городские кофейни с десертами и готовой едой под брендом Tine. Для обеспечения новой сети в Bright Kitchen стали отлаживать направление кулинарии, ориентированное на классические и авторские блюда из натуральных продуктов. За разработку рецептов у каждого из направлений — десертов, хлеба и кулинарии, в компании отвечает отдельный шеф.

— Bright Kitchen — проект, в котором мы в первую очередь ориентируемся на заведения собственной группы Floo family, а после того, как оттачиваем процессы под себя, масштабируем их на весь московский рынок, — говорит Станислав Коротецкий, сооснователь группы Floo family и генеральный директор Bright Kitchen. — Мы отработываем рецептуры, выбираем поставщиков сырья, тестируем упаковку, которая максимально долго сохраняет качество и позволяет перевозить продукты без потери товарного вида, работаем с заготовками. Прежде всего мы заинтересованы в том, чтобы обеспечить стабильное качество, оптимальные цены и минимизировать списания в наших же кофейнях — эффективность процессов в Bright Kitchen, строго говоря, влияет на выручки всей Floo family.

В нише, которую занимает Bright Kitchen, весьма непросто выйти на прибыльность, такой бизнес работает только на длинной дистанции, отмечает Станислав. Так, до настоящего момента Bright Kitchen фактически был убыточным направлением Floo family, в лучшем случае работали в ноль. Теперь, благодаря запуску кулинарии для внешних заказчиков, в компании планируют выход проекта на операционную прибыль до конца года. Большинство стартапов на этом рынке к такой долгой работе без прибыли оказываются не готовы. Кроме того, это весьма сложный бизнес, в котором нужно предусмотреть массу нюансов пищевого производства, логистики, коммуникаций. Обычно у стартапов уже в течение первого года жизни страдает либо качество, либо финмодель,

иногда — и то, и другое, и они чаще всего теряют клиентов и прогорают. В итоге конкуренция в нише низкая. Время от времени появляются энтузиасты, предлагающие свою продукцию в кофейни, но обычно они специализируются на чем-то одном — либо десерты, либо выпечка, либо кулинария. Кофейням приходится работать с разными поставщиками, постоянно отслеживать качество разных поставок, планировать более сложную логистику. Для работы же с крупными поставщиками, которые могут гарантировать оптимальные цены, стабильное качество и понятную логистику, кофейням и небольшим сетям обычно не хватает объема — таким поставщикам не интересны маленькие заказы кофейен daily формата.

При этом еда в небольших кофейнях — по сути уже необходимость. Формат монокофейни без еды в России не прижился: выход на операционную прибыль у кофейен чаще всего обеспечивается именно за счет продаж готовой еды и десертов. Поэтому стабильные поставки кулинарии для небольших кофейен сегодня — вопрос выживания.

Справка о компании

Bright Kitchen — сервис по производству и доставке десертов, выпечки, ремесленного хлеба и кулинарии в структуре заведений Floo family. Работает на рынке Москвы и Московской области с октября 2021 года.

Группа Floo family основана предпринимателями Дмитрием Бородаем (также является основателем компании The Welder Catherine) и Станиславом Коротецким. В группу входят сеть Tine, кофейня Floo и городское кафе «Сойка напела». Сеть небольших городских кофейен под брендом Tine — новый формат группы Floo family, который позволяет держать оптимальные цены на напитки и еду, за счёт централизации производства, стандартизации процессов и связи финансовой модели Tine с другими форматами Floo family.

Постоянная ссылка на материал: <http://smi2go.ru/publications/146993/>