Любовь и капучино: 14 февраля в кофейнях прошёл буднично

Тематика: **Стиль жизни, отдых**
Статьи и исследования

г. Москва

Дата публикации: 16.02.2023

Дата мероприятия / события: 16.02.2023

Bo Floo family, в которую входят сеть кофеен Tine, кофейня Floo и гастрокофейня “Сойка напела”, рассказали о том, как прошел День всех влюбленных в этом году и как вообще начался год для кофеен и ресторанного бизнеса.

Сценарии относительно Дня всех влюбленных в ресторанной отрасли были осторожными, так как традиции этого праздника в России поддерживают далеко не все, а в текущих условиях потребительский спрос и вовсе сложно прогнозировать. В лучшем случае ожидалось, что количество посетителей и выручка не сильно изменятся в сравнении с прошлым годом. Bo Floo family проанализировали итоги 14 февраля и констатировали, что трафик и выручка остались на прежнем уровне.

Зима – лакмус изменений потребительского поведения в ресторанной отрасли, обычно этот сезон становится итогом работы за прошлый год и задает тренд на новый: в декабре повышенный трафик испытывает на прочность большинство заведений; в январе выясняется, решили ли посетители кафе остаться в городе и какие паттерны им более близки сейчас, как люди отмечают и проводят новогодние праздники — дома, за городом, или за границей; в феврале ситуация стабилизируется и можно делать более-менее долгосрочные прогнозы.

Весь 2022 год был крайне нестабильным в части потребительского поведения. Устойчивым оставался только один основной тренд — ориентация на экономию. Даже те посетители ресторанов и кофеен, чьи доходы не упали, стали стараться тратить меньше на еду вне дома. Поэтому для многих рестораторов новогодние праздники 2022-23 были непредсказуемым периодом — никто точно не знал, чего ждать от этого сезона.

— В конце года мы рассматривали несколько вариантов развития событий, в том числе негативный, поэтому думали над тем, как снизить риски, сохранить и по возможности нарастить выручку, — комментирует Станислав Коротецкий, сооснователь Floo family. — Решили сделать ставку на увеличение среднего чека, поэтому ввели несколько акций и специальных предложений — так, в нашей флагманской кофейне Floo на все каникулы мы ввели новогодние бранчи, в которых мы собрали самые популярные позиции. В результате средний чек в праздники составил 725 рублей, а в течение января — 655. Количество чеков за январь во Floo все же незначительно снизилось в сравнении с 2022 годом — правда, всего на 0,9%. При этом рост среднего чека в праздники составил 17% год к году, а за весь январь — 15%. Подводя итоги января, рады констатировать, что стандартный для этого месяца трафик в целом остался на прежнем уровне, прирост выручки за январь составил 14%. Февраль обычно более активный и прогнозируемый месяц — сейчас трафик стабилизировался и идет в обычном режиме.

По данным сервиса Продажи.рф, кофейни России не отметили снижение выручки и среднего чека как на новогодних праздниках, так и за весь январь: оборот выручки в кофейнях с 1 по 31 января увеличился на 11% в сравнении с этим же периодом 2022 года, а средний чек в январе вырос на 9%. Динамика продаж тоже продемонстрировала небольшой, но рост — количество чеков увеличилось на 2%. Пик роста выручки был зафиксирован 2 января 2023 года — на 19% больше, чем в прошлом году. Из общей положительной динамики

выделяются 8 и 9 января — оборот в эти дни снизился в сравнении с прошлым годом на 13% и 24%. Аналитики отмечают, что снижение выручки, среднего чека и трафика на стыке окончания праздников и начала рабочей недели является традиционным: 8 января 2023 года посещаемость снизилась на 15% относительно прошлого года, но в 2022 году 8 и 9 января входили в праздничную неделю. На размер среднего чека также повлияло начало рабочей недели в обоих годах, в 2023 году он снизился на 29% (с 523 до 370 рублей), что меньше на 8% относительно изменения 2022 года, когда уменьшение достигло 37% (с 523 до 331 рублей). Но уже с середины января трафик и средний чек в кофейнях стабилизировались, а с наступлением февраля положительный тренд продолжился.

— Февраль в наших кофейнях проходит стабильно, нет ни резких всплесков, ни спада, — говорит Станислав Коротецкий. — Показатели трафика и выручек – на уровне прошлого года, при этом дополнительные поводы не становятся причиной для отдельного посещения кафе, во всех заведениях нашей группы количество чеков и выручка 14 февраля сравнимы с обычными буднями. Разве что чуть больше продали бенто-тортов с надписью “I love you”.

Справка о компании

Сеть небольших городских кофеен 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.

Группа Floo family была основана предпринимателями Дмитрием Бородаем (также является основателем компании The Welder Catherine) и Станиславом Коротецким. В группу кроме сети Tine входят кофейня Floo, городское кафе «Сойка напела» и 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.

Постоянная ссылка на материал: http://smi2go.ru/publications/149963/