HORECA ПОШЛА: КАК ПЕТЕРБУРГ РАЗВИВАЕТ ГАСТРОТУРИЗМ

ПЕТЕРБУРГ НАРАЩИВАЕТ СВОИ МОЩНОСТИ КАК СТОЛИЦА ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА. ПО ОЦЕНКЕ КОМИТЕТА ПО РАЗВИТИЮ ТУРИЗМА, КАЖДЫЙ ШЕСТОЙ ГОСТЬ СЕВЕРНОЙ СТОЛИЦЫ НАЗЫВАЕТ ГАСТРОНОМИЮ ВАЖНОЙ ПРИЧИНОЙ СВОЕЙ ПОЕЗДКИ. ГОРОД РАЗВИВАЕТ ТУРЫ, ГДЕ ПЕТЕРБУРГСКАЯ КУХНЯ СТАНОВИТСЯ ОСНОВНОЙ «ФИШКОЙ». РЕАГИРУЯ НА СПРОС, РЕСТОРАННЫЕ СЕТИ РАСШИРЯЮТ СВОЕ ПРИСУТСТВИЕ, А ЧИСЛО КОФЕЕН СТАБИЛЬНО РАСТЕТ. КАКИЕ РЕШЕНИЯ ВЫБИРАЮТ НА ФОНЕ РАСТУЩЕЙ КОНКУРЕНЦИИ РЕСТОРАТОРЫ, РАЗБИРАЛСЯ GUIDE. КСЕНИЯ АХМЕТЖАНОВА



АЛЕКСАНДР КОРЖОВ

ЗА ПОСЛЕДНИЕ ДВА ГОДА ГОРОД СТАЛ БОЛЬШЕ ФОКУСИРОВАТЬСЯ НА ГАСТРОНОМИЧЕСКИХ МЕРОПРИЯТИЯХ

СЕТИ ПОШЛИ В РОСТ По состоянию на 1 января 2025 года в сегменте общественного питания в Петербурге занято 9777 предприятий. Из них около 2000 ресторанов, 3800 кафе, 900 баров. По данным комитета по промышленной политике, инновациям и торговле города, в прошлом году оборот общепита составил 314,3 млрд рублей, что в сопоставимых ценах на 34,8% больше, чем в 2023 году (210 млрд рублей). За первые четыре месяца оборот общественного питания уже демонстрирует в сравнении с прошлым годом рост. По оценкам Смольного, он составил 104 млрд рублей, что на 4,5% больше, чем в соответствующем периоде прошлого года.

По данным аналитиков, в Петербурге за последний год выросло число сетевых заведений (у которых в активе от десяти точек). По оценке Infoline, рост составил 3%, до 3,7 тыс. штук (без учета кафе при АЗС). Еще 29% заведений в городе входят в сети или ресторанные группы. При этом активнее всего рос формат кофеен (+32%, до 191 заведений). Формат casual dining вырос на 19%, до 345 заведений. Так, к примеру, Beer House Brothers Company открыла 21 заведение. Формат fast casual вырос на 8%, до 480 заведений. В кулинарном сегменте сохраняется устойчивый спрос на грузинские и паназиатские рестораны. Так, сеть «Пхали Хинкали» увеличилась на пять заведений, «Чито Гврито» — на четыре, а «Дед Хо» прибавил семь точек.

По итогам 2024 года сокращение количества точек показали столовые (–3%), суши-шопы (–4%) и кофейни формата grab & go (–5%).

МАГНИТ ДЛЯ ГОСТЕЙ Как отмечают в городском комитете по развитию туризма, благодаря наличию гастрономического бренда Петербург получает большую популярность: среднегодовой прирост сегмента гастрономического туризма как дополнительной цели туристской поездки составляет более 125%. С 2023 года наш город официально носит статус кулинарной столицы России. Кроме того, он единственный в стране является креативным городом ЮНЕСКО в номинации «Гастрономия».

«Гастрономия стала неотъемлемой частью нашего туристического предложения и мощным магнитом для гостей. Петербургская кухня — это уникальный стиль, это то, за чем к нам едут гости из других регионов и стран. Еда в Петербурге — это не просто способ насытиться, это язык, на котором город разговаривает со своими гостями»,— комментируют в пресс-службе комитета по развитию туризма. По их оценкам, доля приезжающих специально для гастрономических открытий, выросла в 2024 году с 0,5 до 2%. Примерно каждый шестой гость Петербурга называет гастрономию основной или важной дополнительной причиной своей поездки, в том числе деловой.

Сейчас гастрономические турпродукты предлагают 78 туркомпаний. Наиболее популярный сегмент — это однодневные экскурсии, на которые приходится 45% от общего предложения гастротуров.

За последние два года город стал больше фокусироваться на гастрономических мероприятиях. Например, в направлении «Новой туристской географии» Петербурга акцент сделан на гастропространства. Помимо ставших уже традиционными Праздника корюшки и Рождественской ярмарки, путешественники приезжают в город на Неве за «петербургским завтраком», который предлагают в основном гостиницы. Он включает в себя «розовые блины Арины Родионовны», знаменитые пышки и гурьевскую кашу.

К ШЕФАМ ЗА СПЕЦИАЛИТЕТАМИ Творчество шефов — это первый очевидный атрибут гастрономического направления, отмечает глава представительства Федерации рестораторов и отельеров в Санкт-Петербурге и Ленобласти Александр Марков.

«Мы уже давно укоренились как столица гастрономии за счет шефов, которые у нас работают,— подчеркивает господин Марков.— Многие приезжают к ним учиться. Этот статус мастера подтверждают многочисленными премиями и званиями. И мы по праву боремся с Москвой за звание кулинарно-гастрономической столицы России. Причем москвичи посодействовали тому, что мы такое звание носим, потому что первыми внутренними массовыми туристами были жители столицы. Их называли „москвичи выходного дня“, поскольку они приезжали на уикенд, чтобы походить по нашим барам и ресторанам, а заодно посетить музеи и выставки».

Петербург формирует и особую гастрономическую атмосферу, задавая направления, которые подхватывают другие регионы, подчеркивает управляющий директор сервиса «Нетмонет» Игорь Феркалюк. В частности, в Северной столице зародилась мода на эстетичные пекарни и продуманный хлебный концепт — тренд, который ушел в Москву через проекты Aster или Zoe.

«Безусловно, Петербург имеет свой стиль, этот город очень патриотичен и деликатно встречает новых гостей, и в ресторанном мире здесь тоже абсолютно свой сценарий, свой портрет гостя и потребления,— считает PR-директор «ЯсноРестораны» (владеет брендом «Хочу Пури») Лана Васильева.— Открывая уже третий ресторан по франчайзингу, мы заметили, что именно в Петербурге большое внимание гости уделяют атмосфере ресторана, уюту и деталям интерьера. Именно для этого города мы вносили изменения и добавили маркетинговые активности, соответствующие характеру города».