

КОНЪЮНКТУРА

ИНИЦИАТИВА

Между «Мишленом» и «Трипэдвайзером»

Эксперты Торгово-промышленной палаты обсудили проект пермского ресторанного рейтинга

Юлия Баталина

«Привычка пользоваться услугами индустрии питания идёт у пермяков по нарастающей», — констатировала вице-президент Пермской торгово-промышленной палаты Елена Гилязова, открывая очередное заседание клуба экспертов «Вкусные мысли». «Вкусные мысли» — это встречи в формате мозгового штурма, когда за чашкой чая или кофе эксперты обсуждают актуальные для малого и среднего предпринимательства проекты и проблемы. В последний день февраля клуб собрался в чайной «Грибушин», чтобы обсудить проект пермского «Мишлена» — ресторанного рейтинга и ориентира для гурманов.

Идея создания подобного инструмента возникла в рамках проекта «Покупай пермское»: как пояснила Елена Гилязова, в этом проекте речь идёт о «знаке качества» не только для товаров, но и для предприятий сферы услуг — для всего сегмента B to C. Участников встречи попросили представить соображения по поводу того, как можно было бы организовать систему оценки предприятий общественного питания и как донести эту оценку до потребителя.

Разбившись на четыре команды, предпринимательское сообщество погрузилось в 20-минутный мозговой штурм. Вопросов возникло множество. Как объединить в общей системе up-market ресторан и киоск с шавермой? Оценивать ли только кухню или комфорт, безопасность и качество подачи тоже? Создавать ли экспертный рейтинг, как в гидах Michelin, или народный, как в сервисе TripAdvisor? Как преодолеть «вкусовщину», ведь, как известно, «один любит арбуз, другой — свиной хрящик»?

Разобравшись с вопросами, команды приступили к защите своих кейсов.

Команда №1, которую представляли два товарища, имеющие опыт создания сети кафе быстрого питания, предложила не копировать сервисы типа TripAdvisor — их и без того много — и сосредоточиться на профессиональной оценке сообщества рестораторов. По словам представителей команды, это важно, поскольку для ресторатора это возможность апробировать свою концепцию среди коллег. Оценку предлагается выставлять по трём критериям: кухня, сервис, цена. Рейтинговая система предлагает три звезды, как в «Мишлене», но если в легендарном ресторанном гиде одна звезда — это уже огромное достижение для ресторана, то в данном случае это означает «очень плохо», две звезды — «ничего так» и три звезды — «очень хорошо».

Команда №2 проявила солидарность с коллегами: она тоже предложила рейтинг вроде «мишленовского», тоже рекомендовала профессиональную, а не потребительскую оценку. Правда, ей



Елена Гилязова объявляет начало решения кейсов

показалось мало трёх звёзд — предложила пять. Кроме того, команда рекомендовала издавать еженедельный журнал, чтобы донести информацию до потребителя.

Команда №3, лидерами которой стали генеральный директор консалтинговой компании The Most Сергей Карпов и генеральный директор «Академии ритейла» Ирина Борисова, пошла по другому пути. По мнению этих экспертов, потребителю нужен не столько рейтинг, сколько система ориентиров. Предлагается двухуровневая оценка: потребитель + экспертная группа. Все предприятия сферы питания делятся на четыре категории: ресторан или кафе; кофейня, кондитерская, чайная; столовая самообслуживания или бистро; предприятие стрит-фуда. Спорили, включать ли отдельной категорией бары и пабы, но не достигли единого мнения.

Команда предложила оценивать заведения по ряду критериев и по каждому выставлять до трёх звёзд. Критериев должно быть много, вплоть до того, удобно ли в кафе мамам с детьми и есть ли в нём отдельные комнаты для переговоров. Эта система поможет потребителю сориентироваться в любой ситуации.

Интересно, что команда №3 предлагает не заниматься созданием собственных печатных изданий или даже сайтов, а пользоваться существующими системами, прежде всего 2ГИС. По мнению Сергея Карпова, это может стать взаимовыгодным сотрудничеством.

Наконец, команда №4, которую представляла издатель журнала «Досуг» и жена пермского мэра Елена Самойлова, порадовала присутствующих рядом не-

ожиданных идей. Так, Елена Самойлова «отменила» традиционные звёзды в качестве обозначения оценки и предложила оценивать предприятия общепита в медведях, ведь знак «Покупай пермское!» — именно медведь.

Кроме того, команда предложила ввести в качестве отдельного критерия «пермскость», а также устроить пресс-тур по ресторанам Пермского края за пределами Перми. Критерий оценки один: вкусно — невкусно.

Хотя встреча не предполагала учитывать мнения рестораторов, некоторые на неё всё же проникли. Управляющий ресторанами «Роб Рой» и «Май Тай» Николай Канищев взял слово и высказал важное соображение: участие ресторанов в этой акции должно быть добровольным. Они должны сами захотеть! Кроме того, по его словам, есть ряд заведений, которые «продвинутая» публика и профессионалы оценивают очень высоко, а большинство потребителей не понимает. Поэтому ресторатор предлагает создавать два рейтинга — профессиональный и потребительский.

Тема встречи вызвала активный интерес. Несмотря на то, что объявлений о её проведении в открытых каналах не было, сообщество рестораторов прознало о ней заранее, многие просились присутствовать, но пространство чайной не позволило. Поэтому Торгово-промышленная палата намерена в ближайшие дни собрать круглый стол рестораторов и выслушать профессиональные мнения. Вообще, по словам Елены Гилязовой, это лишь первые подступы к созданию пермского ресторанного гида.



Мозговой штурм в команде Елены Самойловой и Николая Канищева