

Rancho Pizza

горячая смесь Мексики и Италии во франчайзинговом пакете

У ресторанов Rancho Pizza, принадлежащих компании «БАМ», в этом году целых два повода для гордости. Первый – заведения отметили двадцатилетие, доказав устойчивость необычной концепции. Второй – компания объявила о запуске франшизы. Мы поговорили с управляющим партнером компании Сусанной Гомкцян о ближайших планах по развитию Rancho Pizza.

– Сусанна, ваша компания прошла путь длиной в 20 лет. Расскажите, с чего начиналась концепция Rancho Pizza и как менялась?

– Я люблю классику, и мне всегда нравилась кухня из разных регионов Италии – Тоскана, Сицилия. А мой партнер любит острую, яркую еду, он мечтал о мексиканском ресторане. Однажды во время мозгового штурма пришла идея объединить две кухни под одной крышей, создать концепцию, которой на рынке еще не было. В тот момент нам как раз предложили открываться в торговых центрах «Мега Теплый Стан» и XL на Дмитровском шоссе.

С тех пор мы пережили немало трансформаций: прощупывали спрос, настраивали кухню, привозили из путешествий новые рецепты, пробовали вводить аутентичные мексиканские блюда. Как-то раз даже решили отделить «Панчо» от «пиццы» и сделать чисто мексиканский ресторан. Но пришли к тому, что наши гости лучше всего понимают нас и охотно возвращаются, когда мы остаемся собой – Rancho Pizza. Компания гостей приходит, зная, что в меню точно найдет знакомые и любимые блюда благодаря слову «пицца», а в результате кто-то из них попробует мексиканскую классику: буррито, такос или фахитас. За эти годы мы проделали огромную работу, для того чтобы дать потребителю уникальный опыт, чтобы наше предложение всегда было ему интересно.

– Мексиканская часть меню адаптирована?

– Да, некоторые мексиканские специалитеты вызывали вопросы у гостей. Мы сделали так, чтобы вопросов не было. Надо сказать, что все вкусы я утверждаю сама, и, если



Сусанна Гомкцян

мне что-то не нравится, я не буду подавать это гостям. Ни один продукт от поставщиков не может попасть на кухню без моего утверждения. Я почти каждый день ем в своих ресторанах и с удовольствием угощаю семью и друзей.

– Кто ваша аудитория и каков средний чек в ресторанах?

– Это семьи с детьми, компании друзей и тех, кто посещает ресторан по особому поводу, любители гастрономии и путешествий. Также это менеджеры из офисов – к нам довольно часто приходят на деловые обеды и встречи. Большая часть гостей с нами с открытия, они приводят уже своих детей и внуков, что уникально для ресторанов в торговых центрах. Средний чек составляет порядка 2500 руб.

– До того как прийти к собственной франшизе, вы получили огромный опыт, развивая рестораны KFC. Как это повлияло на вас, на компанию?

– Этому бизнесу я лично посвятила больше десяти лет – с 2010 по 2021 год. Одновременно с Rancho

Pizza в 2005 году у нас было порядка 25 ресторанов, на тот момент еще «Ростикс», которые затем мы продали, оставив себе только два объекта, в том числе наш флагман в ТЦ «Метрополис».

В 2012-м, когда произошел полный ребрендинг и сеть превратилась в KFC, мы решили сосредоточиться на работе с этим брендом и дополнительно выбрали для развития Ярославль. Там мы открыли шесть ресторанов KFC в разных районах города.

Побывав на месте франчайзи, я хорошо понимаю, как важна поддержка сильного бренда. Мы серьезно углубились в этот бизнес: рестораны требовали большого объема инвестиций и колоссального внимания.

Но Rancho всегда оставался моим любимым детищем. Каждый уголок интерьера, каждое блюдо в меню мы создавали с большой любовью. Для меня было важно все: каждый



день я контролировала качество, вкус и тогда представить себе не могла, как можно это масштабировать до уровня франшизы.

– Что в результате помогло преодолеть этот барьер?

– Все началось с запроса. Как-то раз в ресторане по телефону я услышала вопрос: «Вы продаете франшизу?» Звонил человек из региона, он приезжал в Москву на неделю, жил рядом с Дмитровским шоссе и каждый день ходил к нам. Он сделал нам много комплиментов по поводу качества блюд и сервиса. С одной стороны, это застало меня врасплох, а с другой – побудило задуматься. В этот момент меня очень поддержала команда, показала полную готовность делать все что потребуется. И я должна сказать, что это не просто люди, но носители ДНК бренда. Они работают с нами годами, многие удивляются, что такое вообще возможно в ресторанном бизнесе.

– На каком этапе подготовки вы сейчас?

– Мы завершаем формирование франчайзингового пакета. Систематизируем опыт, который приобрели за все годы работы как в качестве франчайзи, так и управляя собственными ресторанами. Наши будущие партнеры получат готовые решения для старта и операционного управления рестораном полного обслуживания.

– Какие инвестиции потребуются для открытия?

– Для ресторана площадью 350–400 кв. м необходимо около 60 млн руб. Точный размер инвестиций просчитывается для конкретной локации и зависит от состояния помещения. Паушальный взнос – 3 млн руб., роялти – 5%. Важный момент – мы не взимаем маркетинговый взнос с франчайзи, при этом помогаем партнерам с локальным маркетингом.

– Кого вы видите своими партнерами?

– Это люди бизнеса, причем необязательно из ресторанной сферы. Я много думала о том, готова ли работать с предпринимателями, которые не являются

Гости знают, что в меню точно найдут любимые блюда благодаря слову «пицца», а в результате знакомятся и с мексиканской классикой

рестораторами, и в конце концов поняла, что да. Я видела много хороших ресторанов, открытых людьми из других отраслей, и понимаю, что это те, кому интересно учиться, развивать себя в других сферах. Если человек умеет делать бизнес и брать на себя ответственность, он будет успешен в любом проекте. Главное – понимать, что ресторанный бизнес требует очень много внимания и личного присутствия, он становится эффективным, когда для предпринимателя это действительно дело жизни. Подытожу: я рассматриваю в качестве франчайзи и рестораторов, и людей, которые приходят из другого бизнеса.

– Ваши рестораны много лет успешно работают в крупнейших торговых центрах. Но с учетом текущих трендов рассматриваете ли вы ТЦ для развития по франшизе?

– Все очень сильно зависит от региона и конкретной локации. Если это топовый ТЦ с хорошим наполнением по брендам, гарантированным трафиком – почему нет. Но я бы сказала, что в первую очередь нам интересен деловой центр города, где много офисов. Бизнес-аудитория составляет значительную часть наших гостей в будни. Также интересны центральные локации в стрит-ритейле.

– В каких городах, на ваш взгляд, может успешно работать ваша концепция?

– В приоритете для развития Rancho Pizza – города-миллионники, областные центры и северные города. Мы также будем рады потенциальным франчайзи из Москвы и Санкт-Петербурга. Считаем, что наша концепция будет востребована, так как на рынке нет франшиз мексиканских ресторанов.

– Есть ли какие-то особые требования к городам открытия франчайзинговых ресторанов?

– Обязателен системный доступ к продуктам, которые мы используем, это будет прописано в договоре.

– Какую поддержку получают ваши франчайзи?

– Они получат полную поддержку и доступ ко всем нашим компетенциям. Наша команда будет сопровождать ресторан от согласования помещения до торжественного открытия. Далее мы обеспечим постоянную поддержку и консультирование франчайзи по всем вопросам функционирования ресторана. Поддержим в построении локального маркетинга, в работе с меню. Поможем адаптировать нашу концепцию к особенностям региона. Обязательно будут обучение и аттестация персонала, обучение управленческой команды партнера. И, разумеется, постоянный мониторинг качества, подключение к нашей программе лояльности, наши специальные условия у поставщиков. Абсолютно полный комплекс поддержки на всех этапах.

+ 7 903 961 56 70

Susanna@plazainvest.ru

www.t.me/pancho_msc



РЕКЛАМА