



Влияние локальной специфики на разработку концепции зоны фуд-корта и ее наполнение

Конференция: Эффективная модель торгового центра. Мир Торговли, Москва, 2005

Фуд-корт: определение понятия

Территория (как в составе объектов недвижимости - торговые и торгово-развлекательные центры, спортивные сооружения и прочее, так и находящаяся вне объекта), на которой размещены в соответствии с единой концепцией стационарные предприятия общественного питания, объединенные общей зоной для приема пищи посетителями и имеющие собственные зоны для размещения кухонь и подсобных помещений.

Фуд-корт: принципы разработки концепции

Концепция торгового центра



Площадь фуд-корта



Операторы фуд-корта

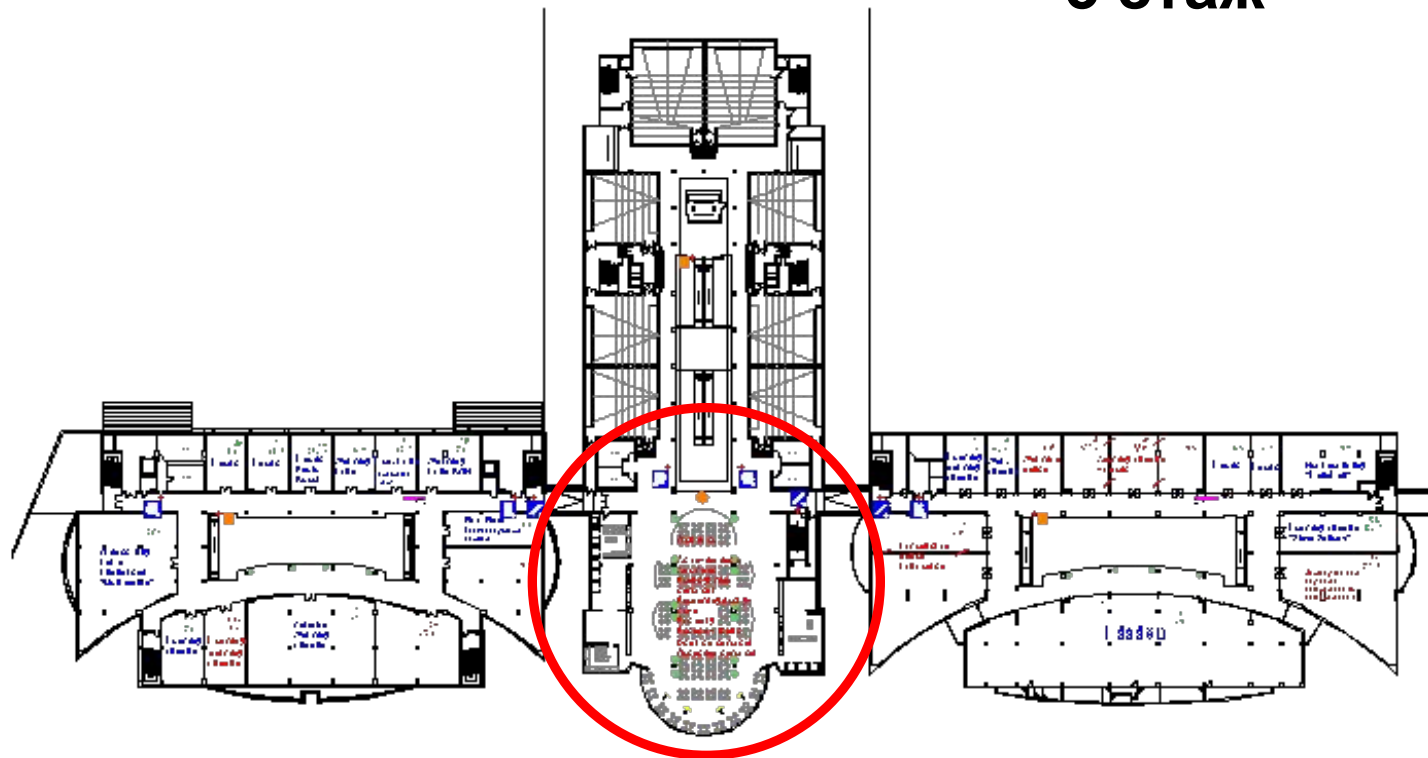
Цели девелоперов

- 1. Управление покупательскими потоками**
- 2. Якорь**



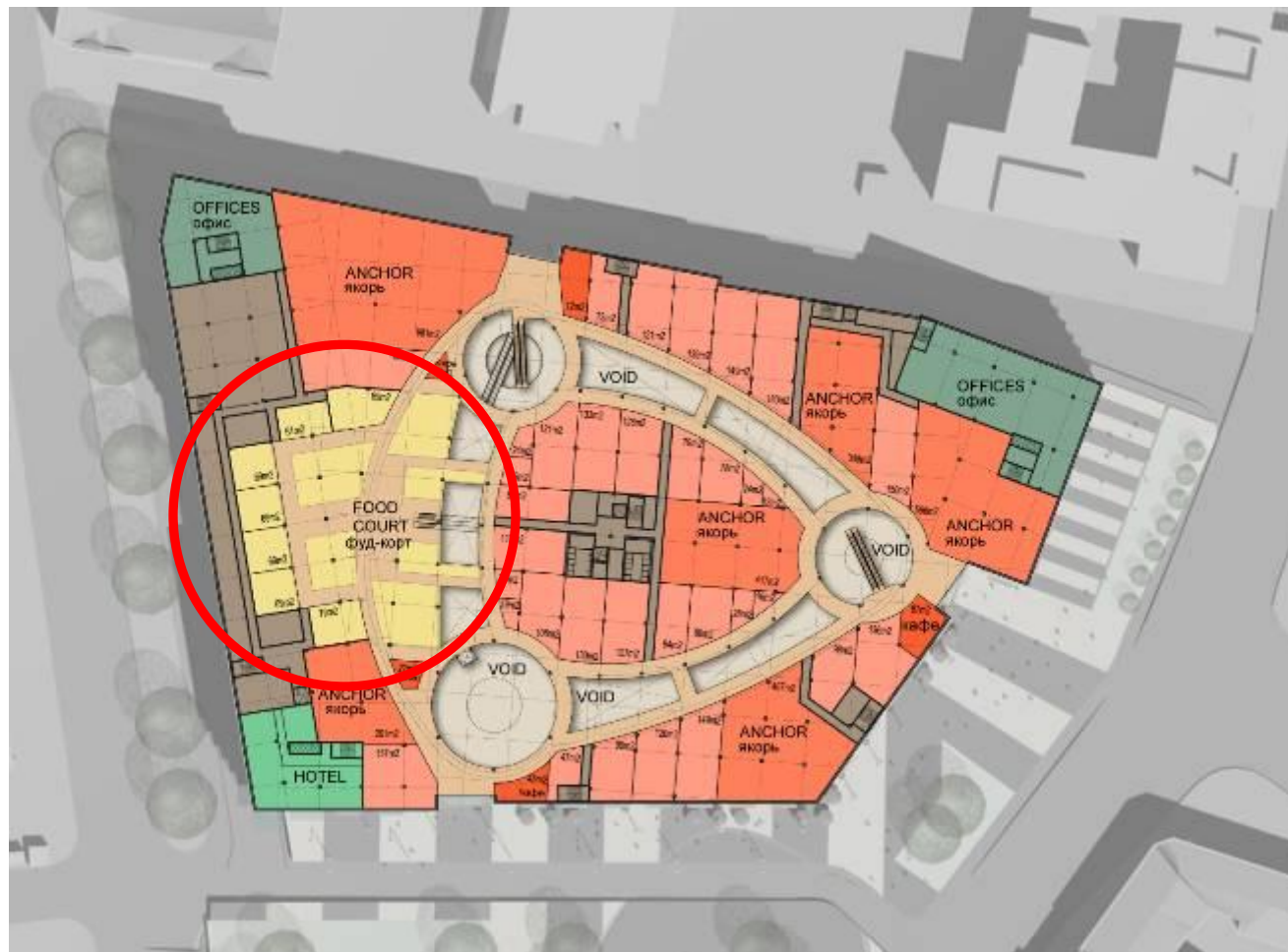
Пример: «Мегакомплекс Московский», Самара

3 этаж



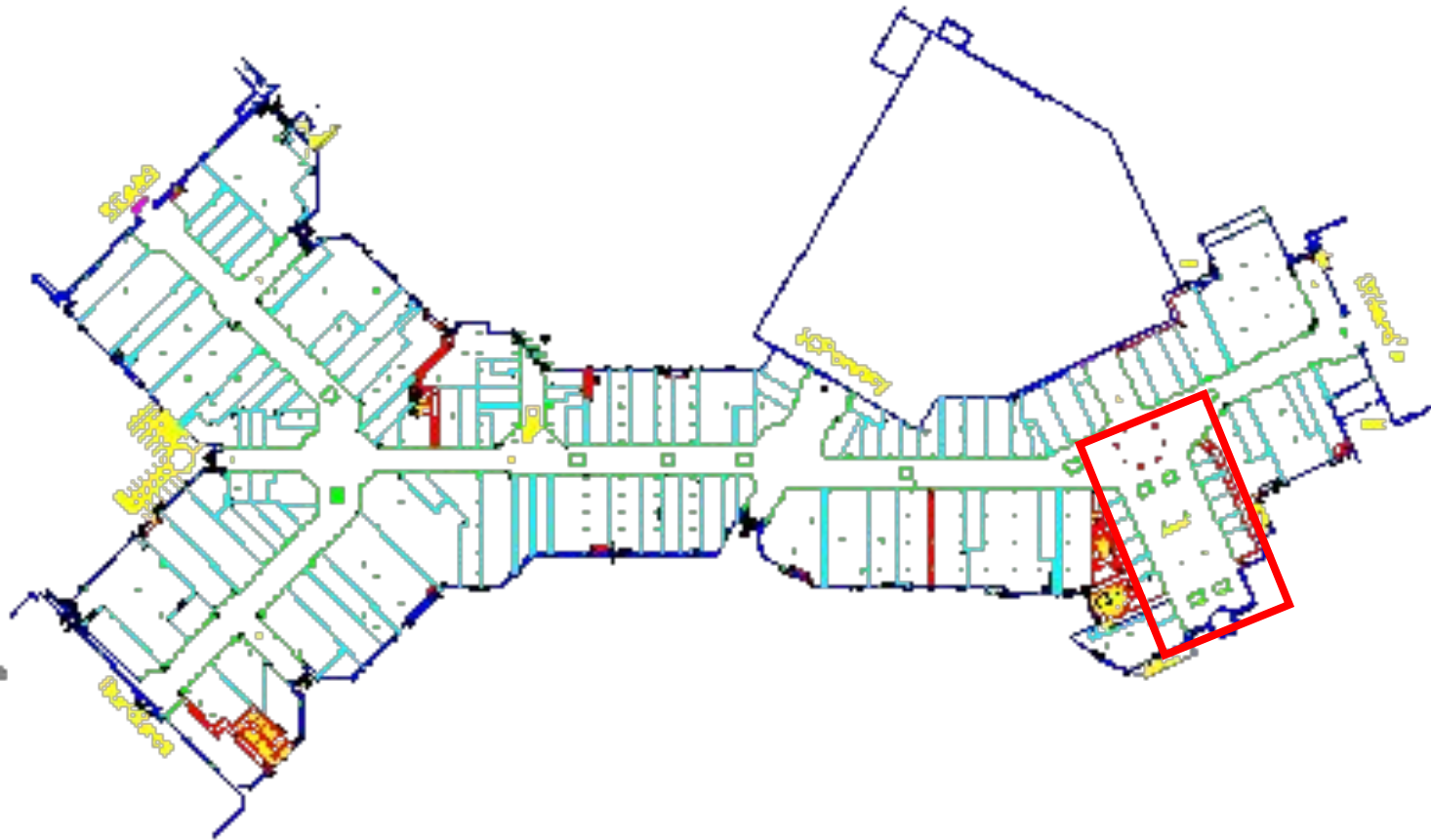
Пример: «Европа Центр», Калининград

2 этаж



Пример: Coastland Center Mall, Florida

1 этаж



Цели операторов предприятий фаст-фуда

- 
- 1. Расширение сети**
 - 2. Promotion**
 - 3. Получение прибыли**

Требования (стандарты)



1. Площадь – 20-60 м.
2. Вентиляция
3. Вода
4. Значительные мощности

Требования (альтернатива)



1. До 1,5 метров

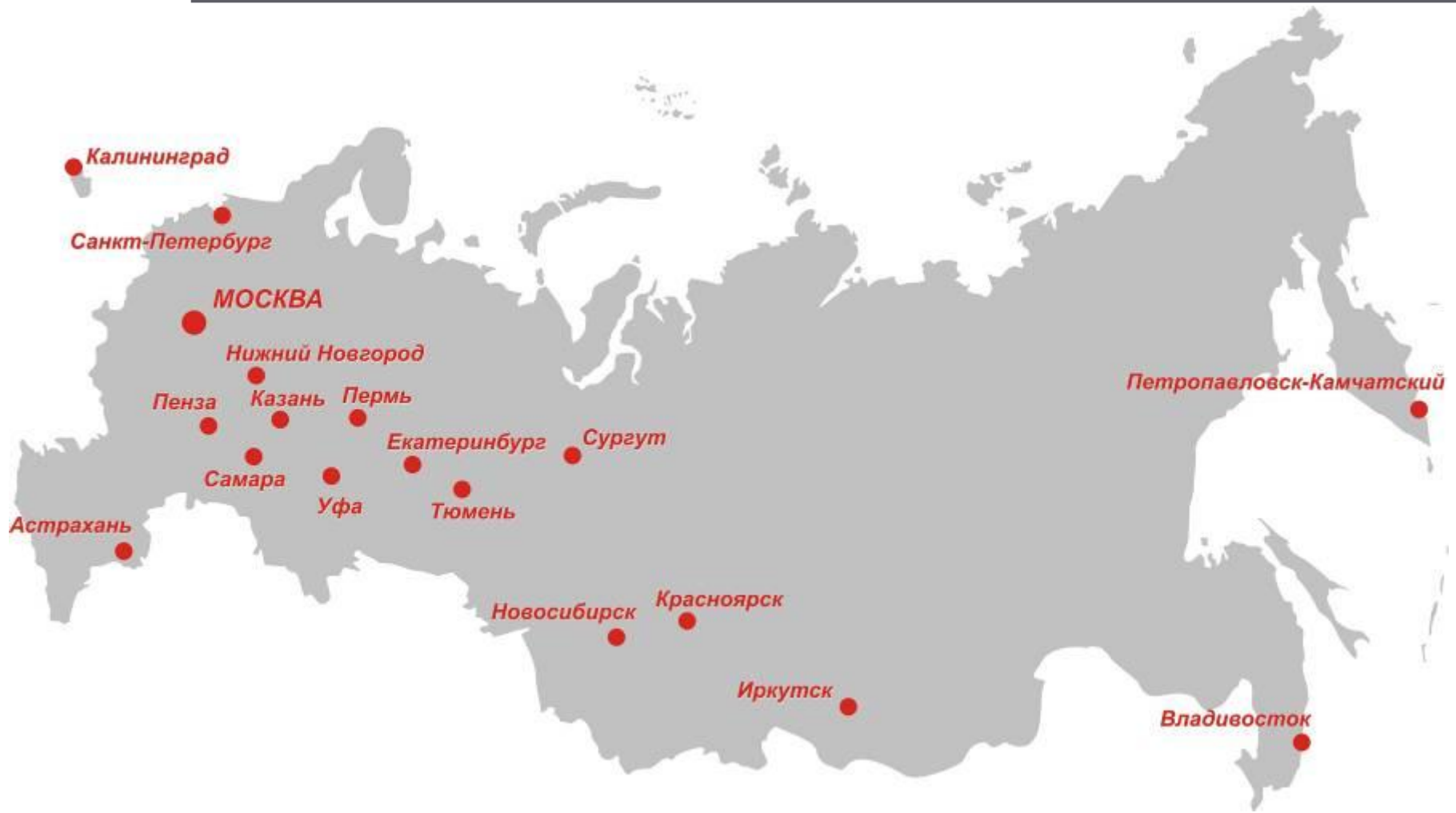
1. 6-15 метров
2. До 23 кВт



Локальные факторы

- 1. Логистика**
- 2. Персонал**
- 3. Отсутствие операторов**
- 4. Локальные операторы**

География



Основные операторы фуд-корта

McDonald's, Sbarro, Ростик'с
Amore, Brasserie, Cafe de France, Kebab House, Subway, Waffle House, Баскин Роббинс, Баш на Баш, Беседка, Бростер, Восточный Базар, Джонка, Жили-Были, Капитан, Кафе де Прованс, Кафе Эстерхази, Меленка, Крошка Картошка, Миа Дольче Джулия, Обжорный ряд, Пивной дворик, Пицца Соле Миа, Сканбургер, Солоха, Сэ Си Бон!, Теремок, Тук-Тук, Эль Тако и др.



Пути привлечения операторов

- 1. Международные операторы**
- 2. Национальные операторы**
- 3. Локальные операторы**
- 4. Франчайзинг**



(095) 916-16-57