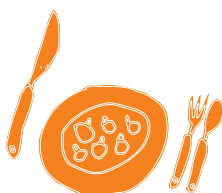


## О журнале



«FoodService»\* – аналитический журнал о рынке питания вне дома, адресованный владельцам и управляющим ресторанов, баров, столовых и кафе. Журнал рассказывает об известных рестораторах, тенденциях на рынке и успешных проектах, проводит качественные и количественные исследования. Авторы издания анализируют новые рестораны России, США, стран Европы и Азии.

«FoodService» выпускает приложение о кейтеринге, которое с развитием индустрии перерастет в регулярное самостоятельное издание. Первый «Кейтеринг» вышел в октябре 2006 года. Приложение «Инновации» печатается два раза в год. Там собраны последние новинки от поставщиков на ресторанном рынке. Директора крупнейших компаний рассказывают о самых интересных разработках прошедшего года.



# Food Service



«FoodService» – это дочернее издание международного Business-to-business журнала «FoodService Europe & Middle East», который европейские рестораторы читают уже на протяжении двадцати лет. Российское издание выходит с 2001 года.

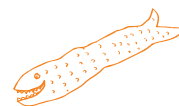
**FoodService**  
Middle East

dfv  
VERLAGSGRUPPE  
DEUTSCHER  
FAKTEVERLAG

\* старое название – «Мое Дело. Ресторан»



**Миссия:** помочь генеральным директорам, управляющим, шеф-поварам и менеджерам по закупкам в развитии ресторанов и управлении ими.



**Специализация:** гастрономические рестораны, демократичные заведения, точки быстрого обслуживания, кафе, столовые, бары, автобужеты, кейтеринговые компании и операторы доставки.



**Аудитория:** владельцы ресторанов, генеральные директора, управляющие, менеджеры по закупкам, шеф-повара, менеджеры компаний-поставщиков.

**Структура:** «FoodService» поделен на пять блоков (см. стр. 2). Каждый блок адресован определенной аудитории.

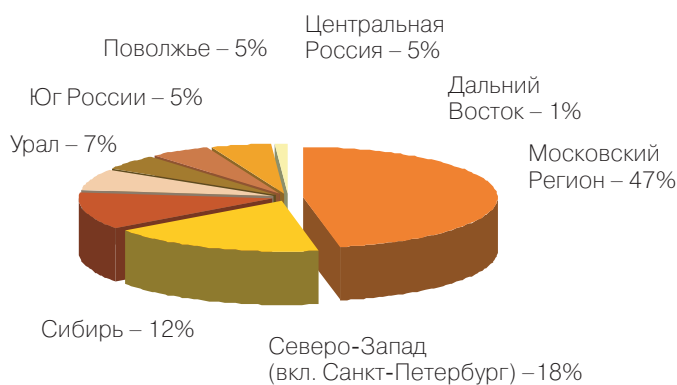
**Дополнительная информация:** периодичность – ежемесячно; объем – 68–76 полос; тираж – 16 тыс. экземпляров; два раза в год выходят тематические приложения.



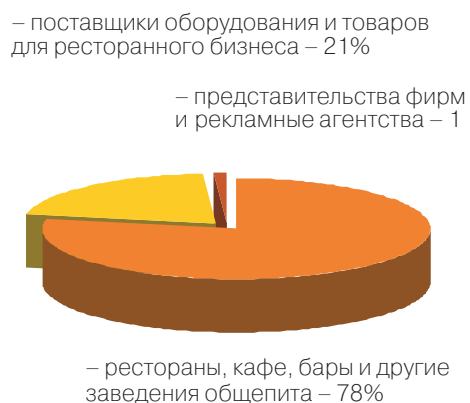
**Издатели:** «Русское профессиональное издательство» (Россия) и Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag (Германия).

**Распространение:** Журнал распространяется по подписке и именной адресной базе в Москве, Санкт-Петербурге и других крупнейших городах России.

### Региональная структура распространения:



### Процентное распределение читательской аудитории:



Контакты: 2-я Звенигородская ул., д. 2/1, строение 1.  
Тел./факс: (495) 748-01-03, [www.cafe-future.ru](http://www.cafe-future.ru), e-mail: [rest@moyo-delo.ru](mailto:rest@moyo-delo.ru)



**Food  
Service**

В новостном (фиолетовом) блоке публикуются заметки о событиях, новых ресторанах и сетях, кадровых перестановках и книжных новинках.



Аналитическая (зеленая) часть журнала посвящена исследованиям, обзорам сегментов рынка и инновационным концепциям. Исследования проводятся совместно с МКГ, Ipsos, «Комкон», а также институтами GDI (Швейцария), University of Central Florida (США).



### Исследование – Как меняется потребитель? Чего он ждет от ресторана? Каким отдает предпочтение блюдам/продуктам? Какова динамика отрасли? Кто ее лидеры?

**Статья «Умный сегмент», №7, 2006, авторы:  
Гретель Вайсс и Брюс Уайтхол**

«Кофейни – это сегмент, который позволяет индустрии общепита в целом лучше понять глубинные потребности рынка. В последние пять лет его рост превышал средние рыночные показатели. Новое

поколение кофеен с американскими и средиземноморскими корнями активно укрепляет свои позиции в Европе. Впервые мы предлагаем вниманию читателей рейтинг 55 наиболее успешных кофейных брендов Европы (5700 точек по состоянию на начало года). Тройка лидеров – Tchibo, Starbucks и Costa Coffee».



### Ориентир – анализ потенциала какого-либо сегмента на ресторанном рынке.

**Статья «Питерский замес», №1, 2006, автор  
Наталья Лавринович**

«У петербургских булочных-кондитерских большие амбиции. В ближайшее время «Балтийский хлеб» и «Буше» намерены, продолжая развивать сеть в северной столице, выйти на московский рынок».

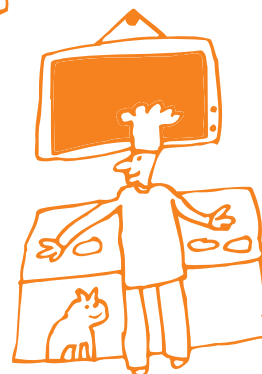


В красном блоке публикуются статьи о новых технологиях, тонкостях ведения бизнеса и материалы об успешных/неуспешных проектах.

### Правила игры – статьи о внедрении разных технологий в ресторанах.

**Статья «Аппетитные постеры», №9/2005,  
автор Вера Ершова**

«В современном ресторанном мире фотография перестала быть простой иллюстрацией блюда. Теперь она влияет на атмосферу заведения, помогает создавать концепцию, вызывает у гостей приятные ассоциации, повышает продажи. В борьбе McDonald's за имидж сети, где предлагают свежие и полезные блюда, немалую роль играют крупнопланные картинки овощных и фруктовых салатов».



## Бизнес-ланч – беседа главного редактора журнала «FoodService» с известным ресторатором.

### Александр Затуринский, ресторатор, открывший около десятка модных заведений в столице

«Репутация ресторатора, создающего и запускающего проекты, но долго не управляющего ими, Александра не смущает. «Понимаете, это не так. Мне было больно расставаться с тем же Bed Cafe, это решение нелегко далось, но я не тот человек, который может согласиться на что-то, а затем лишь наблюдать за процессом, не принимая в жизни ресторана участия. Тогда лучше сразу уйти, – рассказывает Затуринский. – Трудности в отношениях с инвесторами испытываю не я один. Они же как в песне: «Я шоколадный заяц, я ласковый мерзавец». Сначала они, как зайцы, покладистые, а потом, через год-два, мнят себя ресторанными гуру, становятся мерзавцами и ставят палки в колеса».



Статьи в четвертом (синем) блоке адресованы управляющим и менеджерам по закупкам.

### Рынок – традиционные обзоры продуктовых рынков и статьи о различном оборудовании для ресторанов и баров.

#### Статья «От рогов до копыт», №8/2005, автор Мария Перцева

«Запрет на ввоз говядины из США, наложенный более полутора лет назад, до сих пор не снят. Однако в раздел деликатесов говяжий стейк пока не переключался. Тезис советских времен «Незаменимых нет!», как оказалось, вполне соответствует законам бизнеса. Пустое место на рынке мяса заняли другие игроки».



В оранжевом блоке, адресованном шеф-поварам и управляющим, анализируются эффективные блоки в меню, гастрономические тенденции и приводятся рецепты популярных блюд.

### Продукт – материалы о специальных предложениях и блоках в меню.

#### Статья «Завтрак по-быстрому», №8, 2006, автор Вера Ершова

«Завтрак уже стал привычным разделом в меню демократичных ресторанов и кофеен, а сейчас все чаще появляется в сетях предприятий быстрого обслуживания. Вслед за «Макдоналдсом», где завтраки появились в мае 2005 г., этим летом специальные предложения на утро ввели в сетях «Сбарро», «Чайная ложка», «Прайм», Subway».



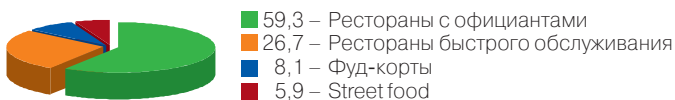


Благодаря журналу «FoodService» рынок питания вне дома стал более прозрачным для аналитиков. Исследование ресторанного рынка Москвы беспрецедентного охвата и глубины теперь есть на руках маркетологов ряда крупных компаний. Выступив с инициативой проекта, «FoodService» на своих страницах из номера в номер делится с читателями некоторыми данными исследования.

**Компании-участники**

«Ветэрра»	«Веста-Центр Интернешнл»	«Бразерс и Компания»	«Маркон»	«Арпиком»	HelpLine	PepsiCo

**Доли отдельных сегментов в обороте рынка за последние три месяца в %**



**Целевые сегменты потребителей ресторанных услуг в % от числа опрошенных**



Основание сегментации: активность посещения ресторанов разных категорий

Источник: Московская консультационная группа

**Основные сегменты рынка общественного питания. Доли посетителей\* в % от числа опрошенных**



\*Критерий: посетили хотя бы 1 раз за 3 месяца

<p>1/1 полосы 230 мм x 300 мм</p>	<p>1/2 полосы 210 мм x 131 мм 103 мм x 265 мм</p>	<p>1/3 полосы 210 мм x 86 мм 60 мм x 265 мм</p>	<p>1/4 полосы 210 мм x 64 мм 103 мм x 131 мм</p>	<p>1/6 полосы 103 мм x 86 мм</p>
<p>Полноцветная \$4000 Черно-белая \$2800</p>	<p>Полноцветная \$2450 Черно-белая \$1725</p>	<p>Полноцветная \$1900 Черно-белая \$1350</p>	<p>Полноцветная \$1650 Черно-белая \$1170</p>	<p>Полноцветная \$1300 Черно-белая \$915</p>

**Реклама на обложке.** 1-я суперобложка – \$5500, 4-я страница обложки – \$4800, 2-я и 3-я страницы обложки – \$4200 (только под обрез), блок 90x55 – \$400.

**Вкладыши** (расценки по запросу). Сроки по предварительной договоренности. Вкладыши предоставляются рекламодателем.

**Условия оплаты.** На счет ООО «Русское профессиональное издательство». Оплата в рублях по курсу ЦБ РФ на день платежа в течение 5 дней после выставления счета.

Комиссия для рекламных агентств – 15%.

За дополнительной информацией обращайтесь в отдел рекламы: (495) 748-0103 или md@moyo-delo.ru

**Наши рекламодатели:** UCS, «Радиус», «ПепсиКо холдингс», Vilegoy&Voch, «Русский проект», «Деловая Русь», «КИН», «Компания Комплит», «Импакт Богемия Трейдинг», «Сухаревка», «ДП-Трейд», «Джоржия Пасифик», «Комплекс-Бар», «Юнилевер СНГ», «Рациональ», «Марр Руссия», «Снежный мир», «ХелпЛайн Групп», «Астор ВЦ», «Австралийский торговый дом», Tillypad, Nestle, Mars и другие.

Если вы хотите регулярно получать журнал, вышлите заполненную заявку по факсу: (495) 748-0103.

### ЗАЯВКА НА ПОДПИСКУ

с \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Наименование организации \_\_\_\_\_

Адрес доставки журнала: \_\_\_\_\_

Индекс

Обл./Край \_\_\_\_\_

Город \_\_\_\_\_

Улица \_\_\_\_\_ Дом \_\_\_\_\_

Корпус \_\_\_\_\_ Строение \_\_\_\_\_ Кв./Офис \_\_\_\_\_

Ф. И. О. получателя \_\_\_\_\_

Телефон \_\_\_\_\_ Факс \_\_\_\_\_

Способ получения счета  Факс  E-mail

Стоимость одного номера для всех регионов России 165 руб. (включая НДС).