



www.sbarro.ru



История бренда Sbarro началась в 1956 г. в Бруклине (Нью-Йорк), куда эмигрировала из Неаполя семья потомственных кулинаров Джаннаро и Кармелы Сбарро. В Америке чета открыла гастрономический магазин «Салюмерия». Сбарро предлагали своим покупателям свежие сыры, домашние сосиски, салями и множество других традиционных итальянских деликатесов, которые пользовались популярностью у населения. Неудивительно, что вскоре в Нью-Йорке появился ресторан «Сбарро». Сегодня свыше 1 тыс. ресторанов «Сбарро» более чем в 35 странах приглашают посетителей в мир подлинно итальянских блюд. На российском рынке бренд «Сбарро» появился в 1997 г. благодаря «ГМР. Планета Гостеприимства», обладающей эксклюзивным правом на развитие сети по франчайзингу в России, странах СНГ, Балтии и Восточной Европы, где успешно работают 120 итальянских ресторанов «Сбарро». Численность персонала компании составляет свыше 3,5 тыс. человек.



Ценности бренда

Формат ресторанов «Сбарро» – так называемый quick service. В основу позиционирования бренда положены принципы работы сети семейных ресторанов «Сбарро»: только свежеприготовленная еда, демократичная атмосфера (свободный выбор, без обслуживания официантами), открытая кухня, специальное меню по рецептам семьи Сбарро. Отличное качество итальянской кухни, быстрое обслуживание и приемлемые цены – три составляющих, на которых базируются рестораны «Сбарро». В «Сбарро» создана душевная и неформальная обстановка. Здесь нет официантов, и посетители сами могут выбрать любые блюда из буфета, пиццу на тонком или пышном тесте, а также закрытый добротный итальянский пирог «Стафф».

500 блюд – пасты и закуски, салаты и десерты, горячие первые и вторые блюда, напитки – такова энциклопедия меню «Сбарро», постоянно обновляющаяся и «прочитанная» уже более чем 70 млн гостей в России, Украине, Казахстане и Чехии.

Все блюда в ресторанах «Сбарро» готовятся по уникальной итальянской семейной рецептуре из свежих и качественных продуктов, «деликатными» методами кулинарной обработки – без обжаривания во фритюре, копчения – и зачастую на виду у посетителей. Чего только ни найдешь для себя в «Сбарро» любитель итальянской кухни: зити, ригатони, тортellini, лазанью, пиццу, салаты, удивительное разнообразие напитков и всевозможных паст. Особой популярностью пользуется закрытая пицца «Стафф», приготовленная, как и все в «Сбарро», по специальной рецептуре

и представляющая собой сочный аппетитный пирог с начинкой: волшебной моцареллой, спелыми томатами и шпинатом, колбасками пепперони и мясными деликатесами.

Пицца «Сбарро» потому неповторима и непохожа ни на одну из тех, что готовятся в итальянских кафе и рестораниках, что рецепты семьи Sbarro испытаны временем и давно уже стали историческим наследием поколения.

В «Сбарро» часто приходят с детьми – к маленьким гостям в ресторанах сети особое отношение, заботливое и трепетное.

«ГМР. Планета Гостеприимства» развивает собственную корпоративную культуру, руководствуясь в работе нормами этического кодекса и корпоративными стандартами. Законы гостеприимства в «Сбарро» ценятся и уважаются каждым сотрудником. Огромное внимание в компании уделяется повышению профессионализма персонала. Только за год было открыто три учебных центра, в которых обучают технологиям приготовления блюд «Сбарро». Регулярно проводятся также тренинги, семинары и лекции для сотрудников.

В ресторанах «Сбарро» часто проходят благотворительные акции в поддержку пожилых людей, ветеранов войны, талантливой молодежи, детей из детских домов и интернатов.

Инновации и продвижение

В 2006 г. был начат успешный рестайлинг ресторанов «Сбарро», признанный лучшим маркетинговым проектом на конкурсе «Золотые сети-2007». Обновился и расширился ассортимент блюд. В меню появилось больше типично итальянских блюд, среди которых фетуччини, фарфалли, антипасты, «Эстиво» и многие другие. А в первом российском ресторане

«Сбарро» на Краснопрудной улице в Москве для ценителей итальянской пасты создали специальную паста-станцию, позволяющую готовить любимое блюдо гостей прямо в зале.

Основными инструментами продвижения бренда «Сбарро» являются наружная реклама и масштабные ВТL-акции, проводимые как самостоятельно, так и совместно с партнерами.

Также в качестве дополнительных рекламных каналов «ГМР. Планета Гостеприимства» использует радио, прессу (газеты и журналы), Интернет. На радиостанциях разыгрываются приглашения в рестораны, дисконтные карты.

17 октября 2007 г. в ресторане «Сбарро» на Манежной площади в Москве прошла яркая акция Red Square to Times Square, или «Большие помогают маленьким», ставшая символом долголетнего сотрудничества между компанией-франчайзером Sbarro Holdings и франчайзи в России, странах СНГ, Балтии и Восточной Европы – «ГМР. Планета Гостеприимства».

Впервые за всю историю спорта российских и американские чемпионы приняли участие не в спортивных соревнованиях, а в кулинарном поединке! Звезды спорта Ирина Слуцкая, Алексей Немов и Юлия Барсукова (в Москве) одновременно с американской баскетбольной командой Harlem Globetrotters (в Нью-Йорке) выступили в необычном для них амплуа. Спортсмены продемонстрировали мастер-класс по приготовлению пиццы. Средства, вырученные от продажи пицц в этот день, были отправлены в фонд развития детских спортивных школ.

Обмен опытом прошел на глазах у посетителей, в форме шуточного кулинарного поединка. Каждый из спортсменов под чутким руководством американских шеф-поваров должен был приготовить качественно и быстро самую вкусную пиццу. Победила, конечно же, дружба.

Особенности рекламной кампании «Сбарро» заключаются в интеграции процессов – рестайлинга ресторанов, ТВ-кампании, наружной рекламы, перманентной ВТL- и PR-активности. В 2006 г. рестораны «Сбарро» изменили свой облик, став еще более привлекательными и стильными. Проект получил название «итальянизация». Все вновь открывающиеся рестораны соответствуют новому свежему образу, который отражает главное конкурентное преимущество концепции «Сбарро» – свежеприготовленная еда из натуральных ингредиентов. В соответствии с новым цветовым решением изменились менюборды, освещение,

картины, реклама на фризах, дизайн холодильного оборудования, находящегося на виду у посетителей ресторанов, униформа персонала и т. д. В 2008 г. планируется завершить процесс «итальянизации», охватив все рестораны сети «Сбарро».

Подобного рода серьезные перемены в имидже бренда осуществляет только российский франчайзи «Сбарро» – «ГМР. Планета Гостеприимства», которая смогла убедить American Franchisor Sbarro Holdings в необходимости инноваций на российском рынке. «ГМР. Планета Гостеприимства» трижды (в 2002, 2004 и 2006 годах) признавалась лучшей франчайзинговой компанией в мире, наиболее успешно развивающей бизнес «Сбарро».

Экономика и финансы

Компания «ГМР. Планета Гостеприимства» растет стремительно, опережая рынок. Обороты бизнеса ежегодно увеличиваются на 40%. На международном конкурсе «Предприниматель года-2006» компания была удостоена специального приза в номинации «За стремительный рост бизнеса», а в 2007 г. на этом же конкурсе победила в номинации «Международный характер бизнеса». В 2007 г. компания получила приз бизнес-премии «Дарин» за «Самый эффективный менеджмент» в области франчайзинга («Сбарро»).

Ежемесячно рестораны «Сбарро» посещают свыше 1 млн человек. В 2007 г. число посетителей сети составило более 20 млн человек – лучшее подтверждение популярности «Сбарро».

Согласно данным Московской консультационной группы (апрель-май 2006 г.) спонтанное знание бренда «Сбарро» продемонстрировали 13,8% респондентов. Среди ресторанов быстрого обслуживания знание торговой марки «Сбарро» еще выше – 23,3%. Среди пиццерий «Сбарро» узнают 23,5% респондентов, а с подкачкой бренд – 93,8%.

Доля «Сбарро» среди всех ресторанных концепций, представленных на фудкортах торговых комплексов, составляет в денежном выражении более 22%. Если говорить о лояльности, то формат quick service, к которому относится «Сбарро», эмоционально близок и вызывает доверие свыше 30% россиян.

Достижения и перспективы

В планах компании «ГМР. Планета Гостеприимства» – активное освоение регионов и открытие ресторанов «Сбарро» по всей России. С 2005 г. открыты

То, чего вы не знали о бренде

В мире насчитывается свыше 1 тыс. ресторанов «Сбарро» более чем в 30 странах, включая США, Россию, Канаду, Австралию, Новую Зеландию, Корею, Японию, Израиль.

Ежемесячно для того, чтобы обслужить гостей всех ресторанов «Сбарро», компания «ГМР. Планета Гостеприимства» закупает 80 тонн сыра, 150 тонн муки, 45 тонн пицца-соуса, 70 тонн мясы, 115 тонн овощей, 11 тонн молочных продуктов, 40 тонн фруктов.

Для производства продукции в ресторанах «Сбарро» используется качественное сырье преимущественно отечественных производителей (80% по сравнению с 20%, приходящимися на импорт).

В меню «Сбарро» представлено более 50 видов пиццы на трех разных видах теста, приготовленных по итальянским рецептурам – тонком, сицилийском или пышном, а также пышном, закрытом сверху, – в виде сочного пирога, который называется «Стафф».

В «Сбарро» на Тверской улице в Москве ужинал Джон Траволта, на Проспекте Мира пробовал свои силы в качестве продавца пиццы певец Данко (в программе «В народ» на Муз ТВ), не раз заходил телеведущий Николай Дроздов.



и успешно функционируют субфранчайзинговые рестораны в Омске, Донецке, Алматы.

В 2008–2009 годах планируется открытие ресторанов разных концепций в 30 городах России и 10 городах стран ближнего и дальнего зарубежья – Украины, Казахстана, Белоруссии, Азербайджана, Чехии, Словакии, Египта и других. Более половины бизнеса сосредоточено в Москве, но компания «ГМР. Планета Гостеприимства» наращивает объемы своих операций и в других регионах.

За свою десятилетнюю историю сеть «Сбарро» накопила много наград и регалий. Победы в конкурсах «Компания года», «Золотые Сети», «Деловые Люди», «Лидер года», «Бренд года» не раз подтверждали ее звание – «Лучшая ресторанная сеть».

	Pizza	Pasta	Insalate	Buffet Caldi	Vini e Birre	Dessert	Gelati	Torte	Espresso	Pizza	Pasta
1956	Семья Джаннаро и Кармелы Сбарро открыла собственный гастрономический итальянский магазин «Салюмерия» в Бруклине (Нью-Йорк)										
1967	Открылся первый ресторан «Сбарро» на фудкорте торгового центра Kings Plaza в Бруклине										
1997	31 декабря был открыт первый ресторан «Сбарро» в России, в Москве, на Краснопрудной ул., 1										
2004	Создание единого профессионального call-center, обеспечивающего доставку блюд «Сбарро» по всей Москве										
2005	Создание компанией «ГМР. Планета Гостеприимства» собственного полнофункционального производственно-распределительного центра и учебного комплекса										
2007	«Сбарро» завоевала серебро в номинации «Услуги и сервис» международной национальной премии «Бренд года/EFFIE».										