**Tu będzie moja wymarzona knajpka**

**Przyjmuje się, że doskonałe miejsce na lokal gastronomiczny, to takie, gdzie przewija się tłum ludzi. Są klienci, sukces więc gwarantowany. Ale to nie takie proste. Czasami przy najruchliwszych ulicach, restauracje pojawiają się i znikają, a ich żywot nie trwa dłużej niż kilka miesięcy. Czym więc się kierować wybierając lokalizację na „wymarzoną knajpkę”?**

Oczywiście natężenie ruchu pieszego to pierwsza rzecz do sprawdzenia. Wskaźniki jak ma być duży, ilu ludzi ma przypadać na godzinę, to tajne, strzeżone dane restauratorów i komercjalizatorów gastronomii.

*- W topowych miejscach w godzinie szczytu przechodzi 1000, a nawet 2000 osób, ale nie tylko to trzeba wziąć pod uwagę - zauważa Przemysław Tymczyszyn, współtwórca popularnej sieci Makarun Spaghetti&Salad. - Właściciele takich obiektów często żądają za nie horrendalnych pieniędzy. Bardziej zyskowne może więc okazać się wynajęcie lokalu położonego 70 merów dalej. Przechodzi tam wprawdzie o 400 osób mniej, ale kwota za wynajem będzie zdecydowanie niższa, a klientów nie powinno zabraknąć . Liczy się stosunek lokalizacji do jej ceny.*

Nawet z tzw. słabej lokalizacji, co bardziej kreatywni inwestorzy są w stanie zrobić atut. Fenomen ostatnich lat to „sekretne” restauracje. W dużych miastach - w Warszawie, Krakowie, Poznaniu powstają - i przynoszą zyski - lokale, do których wchodzi się na hasło i jeszcze trzeba rozwiązać zagadkę. Nie mają szyldu, informacji na ich temat nie znajdzie się w miejskich przewodnikach. Nawet menu pozostaje tajemnicą. Znajdują się w zupełnie niepozornych, ukrytych miejscach - w podwórku starej czynszowej kamienicy, na drugim piętrze biurowca. Wieści o nich rozchodzą się dzięki szeptanej „poczcie”. Wiedzą o nich tylko wtajemniczeni.

 *- I zapewne na tym opiera się ich sukces. Mają na siebie pomysł, sposób na dotarcie z informacją do odpowiedniej grupy klientów i jeszcze muszą mieć... parking – stwierdza ze śmiechem Przemysław Tymczyszyn. – Niewątpliwie lokalizację trzeba też wybierać pod kątem rodzaju lokalu. Do sprzedaży naszych dań typu „take away” potrzebujemy miejscówek, gdzie jest dużo ludzi, którzy chcą szybko i konkretnie zjeść. I za takimi się rozglądamy.*

**Statystyki to nie wszystko**

Jeśli ktoś znajdzie już miejsce, które uzna za najlepsze, warto jednak na początek odwołać się do statystyk. Opracowują je m.in. na bazie obserwacji, kalkulacji i oceny ryzyka doświadczeni analitycy i specjaliści, zajmujący się komercjalizacją branży gastronomicznej. Przedstawiają potem inwestorowi twarde, liczbowe wskaźniki, których lepiej nie ignorować, jeśli biznes ma się udać.

*- Istnieją dane statystyczne, które mogą zwiększyć prawdopodobieństwo sukcesu w danej lokalizacji, bądź zmniejszać jej atrakcyjność pod kątem prowadzenia określonego interesu. Trzeba jednak pamiętać, że żadne dane nie dają nam stuprocentowej pewności, gdyż lokalizacja nie jest jedynym czynnikiem gwarantującym sukces. Nowość może się po prostu nie przyjąć w danej okolicy, albo może się okazać, że jest zbyt podobna do innych działających już punktów gastronomicznych – mówi Karol Kożusznik, kierownik ds. rozwoju franczyzy w sieci Makarun. - O powodzeniu decydują trzy zasadnicze czynniki, w następującej kolejności: biznesowy koncept, lokalizacja i zaangażowane franczyzobiorcy.*

**Zawsze lepiej być pierwszym niż piątym**

Gratką dla inwestorów, działających w branży gastronomicznej, jest zdobycie lokalizacji przy tzw. „food court” w dużych galeriach handlowych lub obiektu w ścisłym centrum miasta.

Obserwując lokale, które już działają, można próbować - przy pomocy wspomnianych już statystyk - określić średnią liczbę klientów dziennie. Ale sąsiedztwo innych gastronomii ma swoje plusy i minusy. Będzie to kolejny punkt w danym miejscu, więc dostaje się tylko kawałek „tortu”, odbierając jakiś procent klientów konkurencji.

*- Plus jest taki, że ludzie wiedzą, że tu się przychodzi coś zjeść - mówi Przemysław Tymczyszyn, współwłaściciel Makaruna. - I jeśli w najbliższej okolicy przewija się dziennie około 3 tysięcy ludzi, a działa pięć lokali, to każdy z nich wyjdzie zapewne na swoje. Ale jeśli powstanie ich tam 25, to będzie ich zdecydowanie za dużo na taką grupę konsumentów. Niektóre więc będą musiały upaść.*

Jednak, jak dowodzą biznesowe statystyki z ostatnich lat, rynek zdominował trend, gdzie kilka lokali gastronomicznych działa w jednym miejscu, konkurując, ale i żyjąc w symbiozie.

*- Zawsze jednak lepiej być pierwszym niż piątym. Znalezienie punktu w okolicy, gdzie panuje gastronomiczna pustka może być strzałem w dziesiątkę, albo niewypałem – dodaje Przemysław Tymczyszyn.*

Makarun zaryzykował w ten sposób, otwierając swój pierwszy punkt na Kawiorach w Krakowie, gdzie wcześniej nie było ani jednego lokalu. Teraz jest ich ponad 10. Takie miejsce nierozpoznane przez konkurencję, to prawdziwy rarytas i każdy inwestor chciałby takie „trafić”.

**Proza życia, czyli warunki techniczne**

Na koniec, przed podjęciem decyzji: „tak to tu będzie moja wymarzona knajpka”, warto wrócić jeszcze na ziemię i zmierzyć się z prozą życia, czyli warunkami technicznymi. Po pierwsze sprawdźmy metraż lokalu. Nie może on być ani za mały, ani za duży. Chodzi o to, by nie generował zbędnych kosztów, ale był wygodny. Zależy to też oczywiście od modelu biznesu. Trzeba pamiętać, że na restaurację potrzebna jest zdecydowanie większa przestrzeń niż na fast food. Warto zwrócić uwagę, czy pomieszczenie ma takie atuty jak szerokie witryny, czy ma możliwości marketingowe typu: miejsce na logo na zewnątrz, czy budynek nie jest pod ochroną konserwatora zabytków.

*- Przed weryfikacją technicznych aspektów lokalu musimy postawić sobie pytania czego tak naprawdę potrzebujemy do prowadzenia działalności. Potem należy sprawdzać wszystko po kolei, potwierdzając z właściwymi osobami i instytucjami – radzi Karol Kożusznik. - Instalacja wodno-kanalizacyjna powinna być sprawna i dostosowana do prowadzonej kuchni (np. takiej, gdzie niezbędny jest separator tłuszczu). Trzeba określić jaka jest wymagana moc przyłączeniowa do sprzętu i omówić to z dostawcą energii oraz mieć zagwarantowane w umowie najmu. I najtrudniejszy temat - wentylacja. Tutaj potrzebna jest współpraca z dobrym branżystą sanitarnym, który zaprojektuje wyciągi, nawiewy oraz klimakonwektor. Wystarczy, że się nie sprawdzi jednej z tych rzeczy i może to inwestora słono kosztować.*

Dlatego warto czasami zacząć od franczyzy, by zyskać pomoc i fachowe wsparcie w tych trudnych dla zwykłego Kowalskiego kwestiach.