

# Тема еды

# Как пиар помогает региональным ресторанам рассказать свою историю и привлечь гостей



**Таня Перепелкина**

PR и Food Studies специалист

Tunguska, SADKO, «Закрома»,  
LEO Wine&Kitchen, Roomi, La Poste  
Фестивали «На Гребне!», «Тайгастро»,  
RCW, «Соль Земли»

Автор телеграм-канала [foodstudies](#)

Как пиар помогает региональным ресторанам  
рассказать свою историю и привлечь гостей

# Основа основ для [регионального] ресторана

1

**Культурный код и поиск  
идентичности**

1

**Шеф-повар как амбассадор  
региона и местных вкусов**

2

**Экономика впечатлений,  
или история, которая трогает**

2

**Эмпатия, включенность  
и профессионализм**

Как пиар помогает региональным ресторанам рассказать свою историю и привлечь гостей

Кейс #1

# Ресторан Tunguska / Красноярск

Tunguska – ресторан must visit региона.  
Николай Бобров – амбассадор современной сибирской кухни.  
Красноярск – гастрономическая столица Сибири.

«Тайгастро» – фестиваль, популяризирующий сибирскую кухню и возрождающий гастрономическое наследие разных регионов страны.

Tunguska – топ-8 Where To Eat Russia 2025, «Лучший региональный ресторан» по версии GQ «Ресторанный рейтинг» 2021.

Николай Боров – не единожды лучший шеф Сибири по версиям Where To Eat, «Завтрака шефа», «Пальмовой ветви»

## Что нам это дает?

- Лояльность гостей
- Рост туристического потока
- Tunguska – гастрономический символ Красноярска
- Увеличение прибыли ресторана

Как пиар помогает региональным ресторанам  
рассказать свою историю и привлечь гостей

Кейс #2

# Ресторан «Закрома» / Ярославль

«Закрома» – ресторан-исследование  
русского [ярославского] вкуса.  
Стиль Павла Трифонова – возвращение  
к истокам, комфорт-фуд с русской душой.  
Ярославль – сердце Золотого кольца.

«Бронзовая пальмовая ветвь» 2025,  
Топ-100 Where To Eat Russia 2025

\*Фестиваль от «Закромов» в работе\*

## Что нам это дает?

- Увеличение туристического потока
- Увеличение прибыли ресторана
- Закрепление Ярославля на гастрономической карте России

Как пиар помогает региональным ресторанам  
рассказать свою историю и привлечь гостей

Кейс #3

# Проект «Почтовая булочка», La Poste / Москва

Гастрольная булочка и открытка  
12 городов, 12 пекарен, 12 булочек

PR-кейс года по версии  
«Золотой пальмовой ветви» 2024

Что нам это дает?

- Интерес к региональным проектам и городам
- Рост уважения к ремесленной продукции
- Вклад в туристическую отрасль



Как пиар помогает региональным ресторанам  
рассказать свою историю и привлечь гостей

# **А что в итоге?**

**Гастрономия – это третья ступень культуры.  
PR региональных ресторанов – это вклад  
в креативное и культурное развитие городов.**

# Таня Перепелкина

@miss\_tape

