

GASTRONOMIA W LOCKDOWNIE

Niekończąca się opowieść?

// KIEDY ZACZYNAŁEM PISAĆ TEN TEKST, WSZYSCY W BRANŻY GASTRONOMICZNEJ BYLIŚMY W SYTUACJI ODRABIANIA STRAT. ALE SYTUACJA JEST DYNAMICZNA I JUŻ KILKA DNI PÓŹNIEJ ARTYKUŁ ZACZAŁEM PRZERABIAĆ POD KĄTEM CZERWONYCH I ŻÓŁTYCH STREF ORAZ SKRÓCENIA GODZIN DZIAŁANIA BRANŻY GASTRONOMICZNEJ. TO JEDNAK NIE KONIEC. NIE ZDAŻYŁEM ODDAĆ REDAKCJI NAPISANEGO TEKSTU, A RZĄD WPROWADZIŁ LOCKDOWN BEZ LOCKDOWNU, KTÓRY DOPROWADZIŁ DO POWTÓRNEGO ZAMKNIĘCIA GASTRONOMII I TO TAK Z DNIA NA DZIEŃ... SPRÓBUJMY TO USYSTEMATYZOWAĆ. //

Tekst: Juliusz Podolski

PIERWSZY LOCKDOWN

13 marca rząd zamknął Polaków w domu. Branża gastronomiczna przestała funkcjonować w bezpośrednim kontakcie z gościem, który cieszył się nie tylko jedzeniem, ale i atmosferą ulubionych lokali. Miało to trwać 2 tygodnie. Właściciele barów, restauracji, kawiarni przyczaili się, a ci, którzy do tej pory mieli w swojej ofercie wywozy i wynosy, kontynuowali z większym naciskiem to, co do tej pory i tak realizowali w swoich biznesach. Głównie dotyczyło to sushi, pizzerii, fast foodów. Kiedy okazało się, że nie ma co liczyć na szybki powrót do normalności, sporo lokali ruszyło mocno w wywozy i wynosy, a firmy dostarczające jedzenie zaczęły mieć pełne ręce roboty. Słowo „delivery” stało się błyskawicznie zrozumiałe dla każdego. Wiele lokali uruchomiło swoje wywozy, zaprzęgając do pracy kelnerów np. jako kierowców, dając im szansę na zachowanie miejsc pracy. Były jednak restauracje, które zamknęły się na cztery spusty i korzystając ze środków z tarczy antykryzysowej i subwencji oraz własnych zasobów uratowały swoje istnienie i byt restauracji. Inne, które żyły z dnia na dzień, miały zadłużenie, nie były w stanie już wrócić do pracy, kiedy 18 maja rząd



uwolnił gastronomię i pozwolił znowu przyjmować gości.

Restauracje oferujące jedzenie w systemie delivery skróciły swoje menu, obniżyły ceny, dostosowując je do zaistniałej sytuacji. Możliwa praca pozwoliła z dnia na dzień z wykorzystaniem marketingu szeptanego, social mediów i akcji takich jak koordynowanych przez Restaurant Week zyskiwać coraz więcej klientów. Paradoksalnie z pomocą przyszła akcja #zostańw domu. Ludzie zamawiali coraz więcej posiłków znudzeni codziennym przygotowywaniem robionych z wcześniej zgromadzonych zapasów, ale także solidaryzując się z branżą, która mocno zaczęła wspierać medyków, przygotowując obiady dla tych, którzy w walce z COVID-19 byli na pierwszej linii.

Sytuacja gastronomii jednak w tym momencie była wręcz katastrofalna. Nie dość, że do restauracji goście nie mogli przyjść, to jeszcze odwoływano imprezy okolicznościowe, jak wesela, przyjęcia komunijne, urodziny, jubileusze. Tu jednak była nadzieja na odrobienie części strat, ponieważ na koniec lata i jesień przeniesiono komunie, a i odwołane wesela też wielu zaplanowało na ten sam okres. Gorzej z firmowymi imprezami, które zostały zawieszane lub przeszyły w system online. I w tym sektorze poniesione straty okazały się nie do odrobienia.

WRACANIE DO NORMALNOŚCI

18 maja to była bardzo ważna data dla gastronomii. Rząd pozwolił na jej powrót do normalności, jednak pod mocnymi rygorami. Zresztą nie bez sporego zamieszania. Wcześniej pozwolono na funkcjonowanie restauracji hotelowych dla gości nocujących w obiekcie. Tu pojawił się sposób na ominięcie niedoprecyzowanych przepisów. Hotele przeznaczyły część pokoi na małe sale restauracyjne. Wynajmowali swoim gościom pokój za ztótówkę i serwowali w nich posiłki.

Nie tylko to było niejasne w nowych przepisach. Pierwotnie bowiem stwierdzono, że będą mogły być tylko czynne te restauracje, które mają ogródki przy lokalu. Szybko zatem właściciele zaczęli występować o pozwolenia na ich umieszczenie, bo to była szansa na wcześniejsze uruchomienie restauracji.

Okazało się jednak już wkrótce, że 18 maja mogą ruszyć wszystkie lokale, które będą stosować się do zaleceń ministerialnych, takich jak konieczność ustawienia płynów do dezynfekcji przed wejściem,

w toaletach, używanie maseczek i rękawiczek dla obsługi. Goście mogli zajmować co drugi stolik, nie mogli siadać naprzeciwko siebie itd.

Właściciele byli nieco rozczarowani, bowiem liczyli, że 18 maja ludzie będą szturmowali lokale. Okazało się jednak, że poniedziałek oraz obawy po #zostańw domu spowodowały, że wiele z nich w tym dniu świeciło pustkami. Jednak w myśl powiedzenia „czas leczy rany” goście restauracyjni zaczęli wracać do swoich starych przyzwyczajzeń. Na tyle, że sporo restauratorów mówiło nie tylko, że jest lepiej, niż się spodziewali, ale jest lepiej niż w podobnym okresie roku ubiegłego. Oczywiście wpływ na to miało coraz większe rozluźnianie życia codziennego, ale także rozluźnienie zachowań ludzi po okresie długotrwałego pozostawania w zamknięciu. To była również kumulacja imprez rodzinnych – wesela i komunie z majowych terminów przeniosły się na sierpień i wrzesień.

Ciekawą sytuacją stały się zachowania gości, którzy zaczęli chętniej korzystać z restauracji, które serwowały dania kuchni polskiej dominujące w wywozach. Co więcej, lokale chcąc zainteresować swoją ofertą, obniżyły ceny, zachęcając do powrotu swoich stałych gości, ale także ściągając do siebie tych, którzy nie pojawiali się w restauracji lub bywali w niej tylko z okazji imprez rodzinnych czy firmowych.

ZYSKI I STRATY

Patrząc z perspektywy trzeciego dnia październikowego zamknięcia gastronomii, zyskiem po pierwszym lockdownie okazała się zapobiegliwość i wyciągnięcie wniosków z tamtego okresu. Wiele restauracji, które przed lockdownem nie miało wynosów ani wywozów, zaczęło pielęgnować delivery. Nie rezygnowały z niego, ale kontynuowało, twierdząc, że trzeba chuchać na zimne. No bo gdyby coś się miało zmienić, to goście będą wiedzieli, że ich ulubiona restauracja dowiezie im jedzenie do domu. Już po trzech dniach z pełną odpowiedzialnością mogą powiedzieć, że to było dobre posunięcie. Te restauracje, które pozostawiły tę część swojego biznesu, dołożyły wywozy własne, nie czekając i nie zatając ręk.

Błyskawicznie przestawili swoje biznesy na czas zamknięcia. Co więcej, wiedzieli także, jakie narzędzia marketingowe i PR-owe uruchomić, by było o nich głośno. Wiele rozumie, że w tym okresie pierwszym krokiem nie jest rezygnowanie z firm

czy pracowników zajmujących się tą sferą biznesów, ale że jest to moment, w którym trzeba skorzystać z ich doświadczenia i wiedzy. Bo w sytuacji kryzysowej najpierw trzeba myśleć o tym, co sam mogą zrobić dla siebie, a dopiero potem o tym, co inni mogą zrobić dla mnie. Przecież to jest mój biznes i to ja muszę o niego zadbać. Do strat okresu po pierwszym lockdownie można na pewno zapisać cofnięcie gastronomii o kilka lat wstecz. Rozwijające się z mozotem restauracje fine diningowe poniosły ciężkie straty. Spadek liczby gości, którzy zaczęli obracać na trzy strony każdy grosz, zanim go wydali, ale także zainteresowanie prostszą kuchnią spowodowało odwrót w stronę casual dining. Wysokie koszty przygotowania potraw w restauracjach fine dining doprowadziły m.in. do zamknięcia restauracji z gwiazdką Michelina – warszawskiego Senses. Nie ma też kolacji degustacyjnych, a konkursy kulinarne odbyły się tylko te, którym udało się wpisać w czas uspokojenia liczby zachorowań. Popisy kulinarnego kunsztu kucharzy będą w odwrocie po drugim zamknięciu, bowiem będzie to już tylko walka o byt i przetrwanie biznesów. Warto w tym miejscu dodać, że jest to armia ok. miliona osób zatrudnionych. Chociaż znając działania w gastronomii, to nie będą wszyscy – nie ma co ukrywać, że wiele osób pracuje na śmieciówkach i zleceniach, na 1/4 etatu itp.

PRZYSZŁO TO, CO NAJGORSZE

Nie analizując tego, dlaczego stało się tak, że lawinowo zaczęły rosnąć zachorowania we wrześniu i w październiku, bo nie jestem wirusologiem ani znawcą tego tematu, to faktem stało się to, co dla wielu wydawało się niemożliwe. Na tyle niemożliwe, że wracając trzy, cztery miesiące wstecz ogłosili podobnie jak nasz rząd, że po wirusie i gastronomia wraca do tego, co było przed lockdownem. Wielu szefów kuchni i właścicieli, nie wskazując palcem, obwieściło, że delivery to już historia i że każda szanująca się restauracja powinna przestać korzystać z wynosów i wywozów. Argumentowali, że jedzenie z pudełka to zdecydowanie niższa jakość, że to nie to samo, co w restauracji. Tak, jako smakosz, jako krytyk kulinarny w tej części wypowiedzi zgodzę się, ale trzeba pamiętać też, że restauracja to biznes i właścicielowi jego musi się wszystko spaść: od kosztów własnych, po wypłaty dla pracowników i zobowiązań w stosunku do ZUS-u i Urzędu Skarbowego. Nigdy nie

byłem zwolennikiem tego, żeby łąpać się brzytwy w momencie, kiedy serwowało się coś wyjątkowego, a to nie znajdowało odbioru społecznego, by wrzucać burgery, pizze, makarony czy ramen, by ratować tonący okręt. Wtedy każdy powiedziałby, że biznes od początku był źle skrojony. Dzisiaj karta w restauracji, jak dyskoteka, kiedy wszyscy jadą na tym samym wózku, oznacza w wielu przypadkach być albo nie być. Schabowy, rolada, golonka, kaczka mogą być prawdziwym kotem ratunkowym.

GROM Z JASNEGO NIEBA

Lawinowy wzrost zachorowań i brak planowanego działania ze strony rządu w walce z pandemią wymaga ofiar. Na pierwszy strzał poszedł fitness, tydzień później ofiarą padły: gastronomia, sanatoria. Na konferencji prasowej stwierdzono wprost, że nie ma twardych dowodów, że ludzie zarazili się w restauracjach, ale na weselach było wiele ognisk zachorowań. Takie zdanie pokazuje, jak niski jest poziom kierujących naszym państwem co do wiedzy na temat naszej branży. Jest bowiem wiele lokali, które nigdy nie robiły i nie będą robić wesel i to z wielu powodów: od powierzchni lokalu, po ich specyfikę czy lokalizację.

Wydanie decyzji o zamknięciu lokali z dnia na dzień przed weekendem, kiedy restauracje zatowarowały się w zdecydowanie większej ilości niż na dni w środku tygodnia, jest absolutną arogancją w stosunku do branży. To nie podlega dyskusji, jak również to, że rząd nie ma przygotowanych żadnych mechanizmów wsparcia biznesów środkami finansowymi. Mówi się, że ma być to zwolnienie z ZUS-u, postojowe i długoterminowe nieoprocentowane pożyczki, ale... mówi się.

Pamiętać także trzeba, że problem dotyczy nie tylko gastronomii. Zamknięcie lokali to cios w dostawców od wielkich firm food serwisowych, po drobnego dostawcę sera czy marchewki, to cios w firmy eventowe, ślubne oraz PR-owe i marketingowe. To cios w gości, którzy nie wiadomo, czy powrócą, bo po raz kolejny przyzwyczajają się jeszcze mocniej do delivery.

To, co się wydarzyło po decyzji rządu o drugim zamknięciu gastronomii, to już wyjątkowa sytuacja, to wojna o przetrwanie. Nie oszukujemy się: wielu z niej już się nie podniesie, wiele świetnych lokali przestanie istnieć. I w tym momencie wróć do tego, co napisałem już wcześniej – nie patrz, co inni zrobią dla Ciebie, tylko zrób

to, co możesz zrobić dla siebie sam. Jeśli nie potraktowałeś lockdownu jako długoterminowego urlopu, ale wyciągnąłeś z niego wnioski, to działaj, nie czekając na to, co da Ci rząd, walcz o swój byt niekonwencjonalnymi dla Twojego lokalu działaniami i środkami.

Stara zasada mówi – pieniądź ciągnie do pieniądza. Jeśli sam o nie zadbasz, to przyciągnie inne. Oczywiście trzeba walczyć, protestować, pokazywać swoje niezadowolone, ale nie na wiecach i manifestacjach, bo tam nie uratuje się restauracji i miejsc pracy. To mocne słowa i wiem, że wielu osobom narażę się tym, co napisałem, ale doświadczenia i obserwacja oraz działania z gastronomią w okresie pierwszego lockdownu i pierwsze działania po październikowym zamknięciu pozwalają mi mocniej zabrać głos.

CO ZATEM ZROBIĆ?

Tu nie ma jednej prostej recepty. W ograniczony sposób używają prawdy ci, którzy *ex cathedra*, nie znając realiów gastronomii, zapraszają na webinery typu: „10 sposobów na wzrost sprzedaży”, „7 sposobów na poprawę kondycji restauracji” czy zestaw gotowych postów na sytuację kryzysową. Każda restauracja, bar, bistro, food truck jest inny, usytuowany w innym

miejscu, obsługujący inny target klientów. Coś, co sprawdzi się dla restauracji z polską kuchnią w Poznaniu, nie przetoży się na restaurację tego typu w Zamościu. Mało tego – w innej dzielnicy dużego miasta też może się nie sprawdzić.

Receptę trzeba wypracować dla każdego miejsca osobno na podstawie własnego doświadczenia i ewentualnego doświadczenia firmy zewnętrznej, która podpowie, jak zaistnieć w realiach lokalizacji restauracji. Pewne jest to, co sprawdzi się w każdej. Podzielcie swój zespół na pół. Pracujcie w dwóch brygadach, zespołach niestykających się. Ustawcie je tak, by był ktoś, kto będzie gotował to, co oferujecie swoim gościom, ktoś, kto będzie odbierał telefony i panował nad zamówieniami i dowozami, ktoś, kto ma prawo jazdy i może jeździć po mieście z pakunkami z jedzeniem. Kiedy w jednym zespole ktoś niestety zachoruje, jest drugi, który przejmie całość. Dbajcie o środki bezpieczeństwa, w kontaktach z odbierającymi u Was jedzenie i z tymi, do których jedzicie z zamówieniem. Stosujcie jako świętą zasadę DDM (dystans, dezynfekcja, maseczki). Czy to uratuje biznes? Nie wiem i nikt tego nie wie. Ale tak jak na wojnie – są ci, którzy po niej, w czasach pokoju muszą budować nowy świat. Oby przetrwało z nas jak najwięcej. ■



JULIUSZ PODOLSKI //

Dziennikarz z blisko 30-letnim doświadczeniem w pracy redakcyjnej w dziennikach regionalnych („Dzisiaj”, „Gazeta Poznańska”, „Express Poznański”, „Głos Wielkopolski”, „Nasz Głos Poznański”) oraz w mediach ogólnopolskich. Publikował w takich tytułach, jak: „Auto Sport”, „Auto Dziś i Jutro”, „Metropol”, „Claudia”, „Menu”, „Przegląd Gastronomiczny”, „Poradnik Restauratora”, „Nasze Miasto. Poznań”, „Slow Life”. Współpracował z telewizją WTK i Radiem Merkury. W wolnych chwilach prowadzi bloga Smaczny Turysta, na którym łączy dwie pasje – do podróży i jedzenia. Jak sam o sobie mówi – uwielbia gotować, zwiedzać, jeść i degustować. Współtwórciel de GUSTATOR PR. Felietonista, krytyk kulinarny i redaktor naczelny WszystkoDlaKucharzy.com. Stały współpracownik „Biznes Hotel” i „Biznes Restauracje & Catering”. Współzałożyciel Poznańskiego Klubu Biesiadników.