

Šilčiau ir sočiau: kaip rudenį keičiasi miesto gyventojų pietų pasirinkimai?



Rudenį miestams vėl grįžtant į įprastą darbo ritmą, keičiasi ir tai, ką žmonės renkasi dienos pietums. Atvėrus orams dažniau ieškoma šiltesnių ir sotesnių patiekalų, tačiau „sotu“ vis rečiau reiškia „sunku“ – daugiau dėmesio skiriama patiekalų sudėčiai, baltymų kiekiui ir maistinei vertei. Kartu nemažėja ir patogumo poreikis: intensyvioje darbų rutinoje žmonės dažniausiai nori visavertiškai pavalgyti greitai ir ten, kur tuo metu patogiausia, rašoma „Wolt“ pranešime žiniasklaidai.

„Fresh Post“ direktorė Inga Tribuišienė pastebi, kad vasarą įprastas mitybos režimas tampa laisvesnis – daugiau keliaujama, vakarieniaujama mieste, o dienos maistas pasirenkamas spontaniškai. Visgi rugsėjį daugelyje šeimų kartu su darbais, mokslais ir kitomis veiklomis į kasdienybę sugrįžta daugiau struktūros bei disciplinos.

„Mes net juokaujame, kad rugsėjis yra tarsi antrieji Naujieji metai. Po vasaros žmonės vėl sau pasižada daugiau judėti, grįžta į sporto klubus, pradeda labiau galvoti, ko ir kiek valgo. Todėl

ir maisto pasirinkimuose ryškėja noras valgyti subalansuotai, gauti pakankamai baltymų, daržovių ir kartu jaustis sočiai. Atvėsus orams natūraliai norisi ir šiltesnio maisto, tačiau klientai tikrai nebenori jausti sunkumo“, – sako I. Tribuišienė.

Panašius pokyčius stebi ir vegetariško restorano „The Urban Garden“ vadovė Gintarė Vanhoe. Anot jos, sugrįžę į miestą žmonės pietums dažnai ieško greitai paruošiamo, tačiau visaverčio maisto. Atvėsus orams dažniau pasirenkami karšti patiekalai, o šiuos pokyčius atspindi ir prie rudens sezono prisitaikę restoranų meniu.

G. Vanhoe teigimu, vegetariškus patiekalus siūlantiesiems restoranams ypač svarbus produktų šviežumas, todėl skirtingu metų laiku daugiau dėmesio skiriama sezono daržovėms ir vaisiams.

„Atvėsus orams meniu natūraliai norisi daugiau šildančių ir jaukių patiekalų. Kita vertus, net ir rudenį skubantys svečiai dažnai renkasi spalvingus ir sočius salotų dubenėlius – pietums norisi ne tik pasisotinti, bet ir pavalgyti taip, kad po jų liktų energijos dienai“, – sako ji.

Pietūs vis labiau prisitaiko prie dienotvarkės

Patogumas tampa vis svarbesne kasdienių pietų dalimi, tačiau dėl jo miesto gyventojai nenori daryti kompromisų. Pasak I. Tribuišienės, klientai tikisi pavalgyti greitai ir patogiai, kartu neaukodami nei skonio, nei maisto kokybės.

„Žmonės šiandien daug geriau supranta, ką valgo. Jie skaito sudėtį, domisi energine verte, baltymų kiekiu, sąmoningiau vertina porciją ir savo dienos mitybą. Skubančiam miesto žmogui svarbu greitai gauti skanų, visavertį maistą ir tęsti savo darbo dieną neapsunkus pietumis“, – sako I. Tribuišienė.

Panašiai klientų lūkesčius apibūdina ir G. Vanhoe. Jos teigimu, noras maitintis visavertiškai šiandien derinamas su poreikiu sutaupyti laiko – todėl svarbu ne tik tai, kas atsiduria lėkštėje, bet ir kaip lengvai maistas pasiekia žmogų.

Keičiasi ir kelias iki kliento

Kai pietūs vis dažniau derinami prie įtemptos dienotvarkės, keičiasi ne tik pasirenkami patiekalai, bet ir būdas juos gauti. „The Urban Garden“ vadovės G. Vanhoe teigimu, jos vadovaujamam restoranui maisto pristatymo platformos tapo ne tik papildomu užsakymų kanalu, bet ir galimybe pasiekti žmones, kurie anksčiau galbūt nebuvo susidūrę su jų siūloma vegetariška virtuve.

„Įdomu tai, kad didžiąją mūsų klientų dalį sudaro visavalgiai, sąmoningai ieškantys sveikesnių ir įvairesnių alternatyvų savo kasdienėje mityboje. Buvimas maisto pristatymo platformoje mums yra galimybė pasiekti ir tuos žmones, kurie galbūt dar nėra lankęsi mūsų restorane, bei parodyti, kad vegetariškas maistas gali būti sotus, spalvingas, maistingas ir įdomus ne tik vegetarams“, – teigia G. Vanhoe.

Panašius pokyčius mato ir „Freshpost“ direktorė I. Tribuišienė. Anot jos, žmonėms vis dažniau renkantis maistą pagal tai, kas tuo metu patogiu ir pasiekiamu, fizinė restorano vieta tampa nebe vieninteliu būdu pasiekti klientą.

„Kai kuriomis dienomis užsakymai per platformą sudaro apie 30 proc. visų mūsų dienos užsakymų. Bendradarbiavimas su „Wolt“ mums leidžia pasiekti klientus tada, kai jų fiziškai nėra restorane. Kartu tai yra būdas pasiekti naujus klientus ir auginti verslo klientų kryptį“, – sako I. Tribuišienė.

Pasak verslininkų, maisto užsakymams persikeliant ir į skaitmeninę erdvę, vietiniams restoranams atsiveria galimybė savo pasiūlą išplėsti už fizinės restorano vietos ribų, o miestiečiams – vienoje vietoje rinktis iš daugiau skirtingų maitinimo vietų. Taip keičiasi ne tik tai, kaip maistas pasiekia klientą, bet ir kaip klientai atranda restoranus: vieta, pro kurią žmogus galbūt būtų praėjęs, pastebėta platformoje gali tapti jo kasdinių pietų pasirinkimu.

About Wolt

„Wolt“ yra Helsinkyje įsikūrusi technologijų bendrovė, valdanti internetinę platformą, skirtą vartotojams, prekybininkams ir kurjeriams partneriams. Ji sujungia žmones, norinčius užsisakyti maisto ar kitų prekių, su tais, kurie nori jas parduoti ar pristatyti. Tam „Wolt“ kuria ir vysto įvairias technologijas – nuo logistikos iki mažmeninės prekybos programinės įrangos ir finansinių sprendimų. Taip pat įmonė valdo savo maisto prekių parduotuves „Wolt Market“. Šalia pagrindinių paslaugų „Wolt“ savo klientams siūlo ir „Wolt+“ (prenumeratos paslauga klientams), „Wolt for Work“ (maitinimo lengvatos ir pristatymas į biurą įmonėms), „Wolt Drive“ (greitas paskutinės mylios pristatymas prekybininkams) ir „Wolt Self-Delivery“ (paslauga prekybininkams partneriams, turintiems savo kurjerius). „Wolt“ savo veikla siekia gerinti gyvenimą miestuose, įgalinant ir auginant vietos bendruomenes. Įmonė buvo įkurta 2014 m., o 2022 m. suvienijo jėgas su „DoorDash“.

Contact details

Piret Pert

Head of Communications, North Region

press@wolt.com

Copy link

<https://press.wolt.com/lt-LT/271876-silciau-ir-sociau-kaip-rudeni-keiciasi-miesto-gyventoju-pietu-pasirinkimai/>