Białystok, 3 kwietnia, 2020 roku

**INFORMACJA PRASOWA**
Redakcje: wszystkie/ lokalne/
*można publikować bez podawania źródła*

**Małe gesty solidarności – klienci ratują branżę gastro**

**Dla branży gastronomicznej miesięczny przestój oznacza poważne straty. Większość lokali ratuje się dowozami. Ich właściciele przyznają, że wsparcie, jakie otrzymują w tym trudnym czasie od klientów, jest niezwykłe. Chodzi nie tylko o dobre słowo, ale też regularne zamówienia, które zapewniają przetrwanie. Restauratorzy już teraz próbują na różne sposoby się odwdzięczać.**

Koku Sushi, największa polska sieć sushi barów prowadzi w Białymstoku dwa lokale. Jeden musiała zamknąć, w drugim można zamawiać dania na wynos. Póki co nie zwolniła żadnego z pracowników. Ci z nieczynnego teraz lokalu wykonują prace porządkowe, posiadacze samochodów realizują dowozy.

– *Najważniejsze, że cały czas utrzymujemy się na powierzchni, a jest to możliwe tylko dlatego, że klienci się od nas nie odwrócili. W pierwszych dniach po zamknięciu restauracji odebrałam tak wiele telefonów od naszych bywalców, że byłam po prostu wzruszona.* *Życzyli nam wytrwałości i pytali, czy nadal można zamawiać u nas sushi* – mówi Urszula Olechno, współwłaścicielka KOKU Sushi.

KOKU Sushi, marka znana z innowacyjnego podejścia do biznesu, znowu robi więc wyprzedzający ruch. Poza zwykłymi promocjami – rabatami, dodatkową rolką przy większych zamówieniach, które są normą w czasach, kiedy podaż przewyższa popyt, wymyśliła akcję, której finał przesunięty jest w przyszłość. Wśród swoich klientów rozprowadza vouchery o wartości 100 złotych, które teraz można nabyć za 75 zł, a zrealizować od momentu ponownego otwarcia lokalu, do końca 2021 roku.

– *Nazwaliśmy to „Kuponem – cegiełką na lepszą przyszłość”* – tłumaczy współwłaścicielka KOKU Sushi. – *Nie będę ukrywać, że sytuacja, jest trudna. Każdego dnia robimy wszytko, co w naszej mocy, by utrzymać miejsca pracy. Traktuję to wręcz jak osobistą misję. Jeśli więc klienci znowu obdarzą nas zaufaniem i zechcą wesprzeć w tym ciężkim momencie, kupując voucher, który można będzie zrealizować dopiero za kilka tygodni lub i miesięcy – będę wdzięczna bardziej, niż są w stanie wyrazić to jakiekolwiek słowa. Tylko dzięki solidarności możemy wyjść z tego cało.*

W sytuacji nie do pozazdroszczenia znalazła się też pierwsza białostocka palarnia kawy the White Bear Coffee Roasters. Powstała niespełna rok temu i zaopatruje m.in. dwie własne kawiarnie. Jedna z ich została otwarta pod koniec lutego przy ul. Żelaznej w Białymstoku. Liczba odwiedzjących ją w pierwszych dniach klientów zapowiadała, że skazana jest na spektakularny sukces. Jednak po dwóch tygodniach funkcjonowania musiała zostać – tak jak i inne – zamknięta z powodu koronawirusa.

*– Przyznaję, że to był cios* – mówi Marcin Zalewski, współwłaściciel the White Bear Coffee. – *Ale się nie poddajemy. Sprzedajemy kawę w opakowaniach. Kilka dni temu wprowadziliśmy też dowóz do klientów. Może się uda. Włączyliśmy się również do ogólnopolskiej akcji #pijelokalnie. Chodzi w niej o to, by klienci zrozumieli, że kupując u lokalnych przedsiębiorców, takich jak nasza palarnia na przykład, pomagają nam przetrwać i utrzymać pracowników, którzy będą mogli zarobione pieniądze wydawać na inne usługi i dobra, tym samym napędzając lokalny rynek.*

Akcję #pijelokalnie zainicjowało Specjalty Coffee Association i przyłączyły się do niej wszystkie polskie palarnie kawy.

– *Ciężki czas nastał dla wielu branż, w tym kawowej. Pomysłu na pokonanie wirusa niestety nie mamy, ale chcemy, jako polski oddział SCA maksymalnie wesprzeć lokalny rynek kawowy!* – piszą organizatorzy na swoim fanpage. – *Sprzedaż detaliczna niekoniecznie jest główną gałęzią przychodów palarni, ale w dobie, gdy zamknięte są hotele, duże restauracje, biura i lokale usługowe, okazuje się, że właśnie na kliencie indywidualnym spoczywa nadzieja na przetrwanie kryzysu.*

Z założonymi rękami nie zamierza siedzieć także Dawid Siniło, szef kuchni i właściciel Soodi Pierogarni – lokalu, który ostatnimi czasy podbił serca białostoczan. Gdy tylko okazało się, że wszystkie lokale gastronomiczne w Polsce mają zostać zamknięte, nic chcąc stracić i zawieść swoich klientów, od razu ruszył z dowozami i ofertami specjalnymi – pierogami mrożonymi oraz cateringiem wielkanocnym. Odzew jest taki, że właściciel Soodi ma nadzieję na przetrwanie tego ciężkiego okresu. Mimo że pierogarnia znajduje się w trudnej sytuacji, równolegle angażuje się również w różne akcje pomocowe.

– *Wzajemna pomoc jest ogromnie ważna, szczególnie w tak trudnym czasie. Dlatego przyłączyliśmy się do akcji #PodlaskieKupujeLokalnie. Propagujemy w ten sposób współpracę z firmami z regionu, ponieważ zależy nam na tym, aby wszyscy jak najmniej odczuwali skutki kryzysu, w którym obecnie jesteśmy* – tłumaczy Dawid Siniło i dodaje, że nie poprzestają tylko na przedsiębiorcach. *– Ruszyliśmy ponadto z inicjatywą #posiłekzawieszony. W jej ramach każdy nasz klient może kupić dodatkową porcję pierogów, a my dostarczymy je pod koniec dnia do miejsc, które w obecnej sytuacji bardzo potrzebują wsparcia. Wierzymy, że te małe gesty solidarności pomogą nam przetrwać ten trudny okres.*

Wielu klientów Soodi przyjęło ten pomysł z wielkim zrozumieniem.