

Какие новые блюда можно будет попробовать в этом году

Популярная сеть McDonald's предложит своим покупателям новые куриные сэндвичи, а в Chipotle озаботились расширением меню для сторонников здорового образа жизни.

4 января компания McDonald's представила сразу три версии новых куриных сэндвичей: Crispy Chicken Sandwich с солеными огурцами и поджаренным картофелем, Spicy Chicken Sandwich с соусом из острого перца и Deluxe Chicken Sandwich с листьями салата, помидорами и майонезом. Все три варианта куриных бургеров появятся в продаже с 24 февраля.

О намерениях внести изменения в меню руководство компании заявляло своим инвесторам с ноября: еще до начала пандемии в McDonald's несли сильные убытки. Согласно данным, предоставленным Комиссии по ценным бумагам и биржам, в 2019 году количество транзакций в американских ресторанах, открытых не менее 13 месяцев, снизилось на 1,9%. Именно тогда было решено расширить «куриное» меню, чтобы «отобрать» посетителей у конкурентов, других сетей ресторанов быстрого питания. Пандемия, однако, внесла свои коррективы, и о новых бутербродах объявили только сейчас.

В «курином» меню McDonald's уже много лет есть кусочки филе, обжаренные в кляре, Chicken McNuggets, а с осени появилась и их «острая» - Spicy – версия. При этом конкуренция накаляется: продажи в сети фастфуд Chick-fil-A, которая специализируется именно на куриных сэндвичах, неуклонно растут. А в октябре сеть Wendy's представила новую версию своего сэндвича с курицей (жареное куриное филе, листья салата, помидоры, соленый огурец и майонез), а сеть KFC предложила Crispy Colonel Chicken Sandwich (все то же самое, что и в других сэндвичах, но в несколько раз больше кляра).

По словам Джо Эрлингера, президента McDonald's USA, курица – более выгодный продукт, чем говядина. Вырастить кур проще и быстрее, чем коров, поэтому и компаний, поставляющих на рынок куриное мясо, больше. Соответственно, оно дешевле говяжьего. А это особенно важно сейчас, когда из-за пандемии терпят убытки и сами рестораны, и их потребители, многие из которых вынужденно остались без работы.

Ресторан-пиццерия Papa John's представил совершенно новое тесто для любой пиццы. В 2019 году сеть уже представила тесто с чесноком и пармезаном, а в этом году в меню появилось Epic Stuffed Crust – тесто приготовлено из муки, масла, соли, сахара, воды и дрожжей и вручную нафаршировано сыром.

Сеть Chipotle, в свою очередь, решила привлечь сторонников здорового образа жизни. Теперь в меню есть так называемый «рис» из цветной капусты. В июле это блюдо

появилось в 55 точках сети в Денвере и Висконсине и было весьма востребовано, после чего компания решила ввести его в постоянное меню во всех ресторанах сети. Причем «рис» из капусты будет стоить на 2 доллара дороже, чем обычный рис. В Chipotle надеются привлечь тех, кто решил сесть на диету после новогодних праздников. Также в меню есть блюда для сторонников Whole30, палео- и кето-диет.

В свою очередь сеть Smoothie King анонсировала новейшую версию смузи Metabolism Boost как раз к окончанию праздников: в его составе банан и маракуйя. Коктейль содержит не более 280 калорий, плюс 4 грамма клетчатки и 14 граммов белка.