

WYDAWANY NIEPRZERWANIE OD 1999 ROKU



25. ROK

PORADNIK RESTAURATORA

LUTY 2024 (293)

OGÓLNOPOLSKI MIESIĘCZNIK
BRANŻOWY DLA GASTRONOMII

NAKŁAD KONTROLOWANY 10 100 EGZ.
ISSN 1508-6194



la Brillante



BRILLIANCE IN EVERY CUP

GAGGIA
MILANO

EVOLCA
GROUP



Dla Ciebie tworzymy
coś wyjątkowego



masterBAR

MODUŁOWY SYSTEM KOMPLEKSOWEJ
ZABUDOWY BAROWEJ



 komat.com.pl

 [/Komat.WyposazenieDlaGastronomii](https://www.facebook.com/Komat.WyposazenieDlaGastronomii)



Drodzy Czytelnicy!

Zanim słońce zagości u nas na dłużej, będziemy mieli okazję poznać „nowalijki” w cukiernictwie, bo już pod koniec lutego odbędzie się najważniejsze wydarzenie branży – Targi Expo Sweet w Warszawie. Jakie przyniesie trendy? Rewolucji nie będzie, ale ewolucja wskazuje na naturę, ekologię i... najnowsze technologie (np. 3D)!

Od kogo uczyć się rzemiosła? Od takich ludzi jak Michał Doroszkiewicz, który w wywiadzie dla „Poradnika Restauratora” (s. 10)

podkreśla, że trzeba być świadomym zasad pracy obowiązujących w tej dziedzinie, być otwartym na samorozwój i mieć trochę... zdolności manualnych. Te cechy stanowią dobrą bazę pod kolejne „stopnie wtajemniczenia”.

Zachęcam też do zapoznania się z artykułami na temat: live cookingu, czyli gotowania na żywo, o czym opowiedział nam prezes Euro-Toques Polska Marcin Soból (s. 24), a także o nowościach w serwowaniu śniadań hotelowych (s. 16) oraz o systemie kaucyjnym w gastronomii (s. 34).

Życzę miłej lektury!



HEIDI HANDKOWSKA
Redaktor Naczelna

„Poradnik Restauratora” świętuje 25. rok istnienia na rynku prasy gastronomicznej. Tę długowieczność zawdzięczamy uporowi wydawcy, redakcji, działowi sprzedaży i dobrej dystrybucji. Oczywiście, także Czytelnikom, którzy chętnie sięgają po nasz magazyn i wskazują go jako nr 1 w badaniach rynkowych (Millward Brown, Kantar, Stowarzyszenia Kulinarne etc.).

Jak trudno jest w branży, pokazuje przypadek naszego konkurenta – magazynu „Food Service”, który po pandemii uczciwie poinformował, że obniżył drukowany nakład z 9 na 6 tys., by ostatecznie numerem 12/2023 pożegnać się z rynkiem papierowym.

Druk i dystrybucja branżowej prasy dla sektora HoReCa to spory koszt. Dlatego, mimo istnienia na rynku organu „kontrolującego nakłady” – PBC (d. ZKDP), do deklaracji niektórych wydawców należy podchodzić z pewną dozą ostrożności. Na przestrzeni lat dochodziło bowiem niestety do dużych nieprawidłowości. Audyty nadzwyczajne ZKDP wykazały przypadki oszustw, które ostatecznie doprowadziły do usunięcia tych tytułów ze struktur związku.

By proces ten był jeszcze bardziej wymierny, postulowaliśmy w PBC (d. ZKDP) o inne możliwości kontroli. Jednak nasza propozycja nie spotkała się z aprobatą niektórych konkurentów, nad czym ubolewamy.

„Poradnik Restauratora” drukowany jest w nakładzie 10 100 egzemplarzy i każdego miesiąca dociera bezpośrednio do Państwa placówek gastronomicznych oraz hurtowni HoReCa. Jak pokazują zamieszczone w tym numerze badania Nielsen BookData 2022 (s. 43) – papier to wciąż bardzo ceniony nośnik wiedzy.

OGÓLNOPOLSKI MIESIĘCZNIK BRANŻOWY DLA GASTRONOMII

Wydawca:

Biurowo Promocji i Reklamy „Generalczyk” spółka jawna
60-587 Poznań, ul. Szczepna 10

GENERALCZYK
FIRMA RODZINNA od 1994

Dystrybucja w obiegu zamkniętym
– bezpośrednio do lokali gastronomicznych.

Adres redakcji:

60-587 Poznań, ul. Szczepna 10, tel.: (61) 852 08 94
www.poradnikrestauratora.com.pl
e-mail: redakcja@poradnikrestauratora.com.pl

Prezes Wydawnictwa: Wiesław Generalczyk

Dyrektor Zarządzający:

Wojtek Generalczyk wojtekg@poradnikhandlowca.com.pl

Z-cy Dyrektora ds. Sprzedaży:

Anita Kubiak anitak@poradnikrestauratora.com.pl
tel.: (61) 851 37 08
Małgorzata Siuda malgorzatas@poradnikhandlowca.com.pl

Dział Sprzedaży:

Katarzyna Generalczyk kasiag@poradnikhandlowca.com.pl
Justyna Wojciechowska justynaw@poradnikhandlowca.com.pl

Redaktor Naczelna:

Heidi Handkowska heidih@poradnikrestauratora.com.pl

Redakcja:

Olga Tylińska olgat@poradnikhandlowca.com.pl
Beata Woźniak beataw@poradnikhandlowca.com.pl
Klaudia Walkowiak klaudjw@poradnikhandlowca.com.pl
Urszula Wszelaka (Warszawa) urszulaw@poradnikhandlowca.com.pl

Stali współpracownicy: Beata Marciniak

Dyrektor Administracji i Marketingu:

Zbyszek Zalewski zbyszekoz@poradnikhandlowca.com.pl

Współpraca (administracja): Anna Stelmaszczyk

Kierownik Biura:

Maria Leśniewska marial@poradnikhandlowca.com.pl
tel.: (61) 855 70 66

Opracowanie graficzne:

Logo: EPM, Studio/skład: PRZECINEK s.c.

Zdjęcia: Flash Press Media, SXC.hu, shutterstock.com, archiwum

Korekta: Dominika Nowicka

Druk:

Eurodruk Polska, ul. Wierzbowa 17/19, 62-080 Tarnowo Podgórne

JEŻELI POTRZEBUJE PAN/PANI „PORADNIK RESTAURATORA”
DLA SWOICH PRACOWNIKÓW CZEKAMY NA MAILA:
REDAKCAJA@PORADNIKRESTAURATORA.COM.PL LUB ZAPRASZAMY
DO E-WYDANIA NA WWW.PORADNIKRESTAURATORA.PL



Organizator plebiscytu
Hermes Kulinarne
Poradnika Restauratora



Nakład kontrolowany 10 100 egz.
ISSN 1508-6194



/poradnikrestauratora



/poradnik.restauratora

Redakcja nie bierze odpowiedzialności za treść reklam i informacji dla celów handlowych. Materiałów niezamówionych nie zwracamy oraz zastrzegamy sobie prawo do skrótnych i redakcyjnych opracowań tekstów przyjętych do druku oraz zmiany ich tytułów. Rozpowszechnianie materiałów redakcyjnych bez zgody wydawcy jest zabronione.

Szczegółowy regulamin publikacji na stronie
www.poradnikrestauratora.com.pl

Magia słodkości – trendy w cukiernictwie 2024 r.

5

Dzieje się! To właśnie w cukiernictwie następują ważne ewolucyjne zmiany. A wyznaczają je podróże kulinarne, moda na zdrowe odżywianie i ekotrendy. Do cukiernictwa wkracza technologia 3D, ale to doskonałość rzemiosła wiedzie prym zarówno w przygotowywaniu deserów, jak i ich zdobieniu. Obok siebie w idealnej symbiozie funkcjonują tradycja i nowoczesność.



Fot. arch. Kinga Ryśka

20



32

Michał Doroszkiewicz



Fot. arch. Michał Doroszkiewicz

10

Temat miesiąca

- 5 Magia słodkości
– trendy w cukiernictwie 2024 r.

Prezentacje

- 10 Rozmowa z: Michał Doroszkiewicz

Od kuchni

- 16 **Menu:** Śniadania w hotelu
20 **Marketing:** Goście zagraniczni w restauracji. Jak ich przyciągnąć i zachwycić?
22 **Menu:** Śledź dobry na wszystko
24 **Marketing:** Live cooking w gastronomii
25 **Menu:** Menu na bazie afrodyzjaków
26 **Menu:** Alkohole i koktajle – baza to podstawa
28 **Menu:** Brunch czyli trendy na stołach śniadaniowo-obiadowych
30 **Marketing:** Jak food halle odpowiadają na zmiany w świecie gastronomii?
32 **Hotele:** Cushman & Wakefield: Czy rok 2024 przyniesie dalsze ożywienie w branży hotelowej?
34 **Prawnik radzi:** System kaucyjny w gastronomii
36 **Wypożyczenie:** Profesjonalny sprzęt to podstawa

W kadrze

- 39 Wydarzenia
49 Nowości na rynku gastronomicznym

Magia słodkości

– trendy w cukiernictwie 2024 r.

Dzieje się! To właśnie w cukiernictwie następują ważne ewolucyjne zmiany. A wyznaczają je podróże kulinarne, moda na zdrowe odżywianie i ekotrendy. Do cukiernictwa wkracza technologia 3D, ale to doskonałość rzemiosła wiedzy prym zarówno w przygotowywaniu deserów, jak i ich zdobieniu. Obok siebie w idealnej symbiozie funkcjonują tradycja i nowoczesność.

Dziś świat jest skomunikowany niemal doskonale. Błyskawiczne rozprzestrzenianie się informacji oznacza jedno – zawsze możesz być na bieżąco: zgodnie z globalnymi trendami aktualizować menu, wprowadzać dania inspirowane dziełami mistrzów, brać udział w szkoleniach, nie wychodząc ze swojej pracowni. Dlatego wszelakie mody niemal jednocześnie obowiązują na całym świecie. A tych jest немало – szczególnie w cukiernictwie!

Co przyniesie nam rok 2024 pod względem innowacji? Jakie trendy kształtują rynek deserów i lodów? Czy oczekiwane są nowe smaki, dekoracje, nowe półprodukty? „Poradnik Restauratora” poprosił o odpowiedzi na te pytania kilka osób z cukierniczej branży.

– W 2024 r. w cukiernictwie bardzo mocno widoczne będą trendy prośrodowiskowe oraz innowacje w smaku i formie deserów – mówi **Magdalena Adamska**, Project Manager – Technical Advisor, Kaiser Patisserie. – Dlatego coraz ważniejszą rolę odgrywać

będzie zrównoważona produkcja – w tym m.in. właściwe gospodarowanie wodą, wykorzystanie produktów ubocznych pochodzących z produkcji kakao czy zastosowanie roślinnych substytutów i dążenie do tzw. czystej etykiety. Rynek i klienci coraz bardziej oczekują dziś

również nowości w kwestii smaku i wyglądu słodkości. Mogą to być m.in. artystyczne dekoracje, nadające deserom niepowtarzalny charakter oraz unikalne połączenia smakowe np. kasza gryczana i ostre papryczki. Niezmiennie także kluczowa będzie najwyższa jakość oferowanych produktów, gdyż z roku na rok jest ona coraz bardziej istotnym czynnikiem wpływającym na decyzje zakupowe – dodaje.

Natomiast **Magdalena Śladek**, Junior Product Manager odpowiedzialna za kategorie Confectionery w Nestlé Professional wskazuje: na rynku deserów, lodów i słodczy zauważalne są kluczowe trendy, które kształtują preferencje konsumentów. Wśród nich wyróżniają się powrót do tradycji oraz smaków dzieciństwa, eksperymentowanie z innowacyjnymi smakami, poszukiwanie nowych form i tekstur, a także rosnące zainteresowanie zrównoważonym rozwojem.

Maciej Gierszewski, Product Manager w Terravita dodaje: uważamy, że przyszłość cukiernictwa będą kształtować podróże kulinarne, zabawa ze smakiem oraz poszukiwanie nowych, niekonwencjonalnych rozwiązań, które mają poruszyć konsumentów. Dlatego nasze koncepty ciast i deserów, planowane na nadchodzący rok, skoncentrują się nie tylko



MAGDALENA ADAMSKA

Project Manager – Technical Advisor
Kaiser Patisserie

Fot. arch. Magdalena Adamska

na kreowaniu nastroju, ale także na przełamywaniu granic oraz poszukiwaniu nowych rozwiązań dla smaków nostalgicznych.

Przyjrzyjmy się bliżej wskazanym trendom.

SMAKI JAK U BABCI

To, co urzeka zarówno mistrzów cukiernictwa, jak i gości cukierni oraz kawiarni, to smaki, o których mówi się, że przywołują na myśl babcine specjały. Ciasta delikatne niczym puch, doskonale kruche dodatki. Wystarczy wziąć kawałek takiego deseru i zamknąć oczy, by przenieść się nie tylko w czasie, ale i do miejsc kojarzących się ze spokojem, swobodą i naturalną czystością.

– Jednym z głównych trendów tego roku jest powrót do korzeni – tradycyjnych receptur i regionalnych smaków – mówi **Michał Iwaniuk**, szef kreatywny Cukierni Belvedere Gourmet Group. – Odkrywamy bogactwo kultury kulinarnej, sięgając po lokalne składniki, które nadają naszym wypiekom niepowtarzalnego charakteru. Każdy kęs to podróż przez smaki regionów, odkrywanie tradycji przekazywanych z pokolenia na pokolenie – dodaje.

Utrzymanie wysokiej jakości deseru opartego na lokalności w zakresie receptur i produktów jest niezwykle trudne. Wystarczy zmiana pory roku, pogody, a już w ziołach, mleku, owocach zachodzą subtelne zmiany, które obowiązkowo trzeba uwzględnić w procesie produkcyjnym. Stąd też ogromna potrzeba poszerzania wiedzy nie tylko z zakresu cukiernictwa, ale też znajomości np. upraw. To także wiedza o ochronie środowiska i o zrównoważonej produkcji.

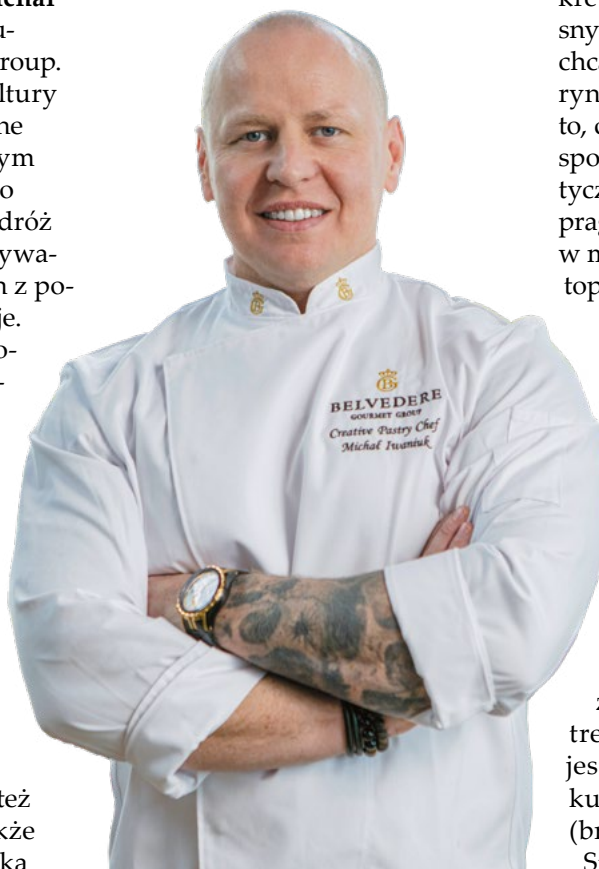
– Odpowiedzialne źródła składników, minimalizacja odpadów i opakowania przyjazne

dla środowiska to priorytety, które wpisujemy w koncepcję naszego cukiernictwa – przypomina **Michał Iwaniuk**.

WELLBEING Z OROBINA EGZOTYKI

Wellbeing to kolejny trend w branży gastronomicznej, a ostatnio także mocno uważany w cukiernictwie.

– Słodkie zdrowe przekąski? Świadomość zdrowego stylu życia kieruje nas ku alternatywnym składnikom, takim jak bezcukrowe substytuty, orzechy, nasiona czy superfoods. Dzięki temu możemy cieszyć się pysznymi słodkościami, nie rezygnując z dbałości o zdrowie – zapewnia szef kreatywny w Belvedere Gourmet Group.



MICHAŁ IWANIUK

Szef Kreatywny
Cukiernia
Belvedere Gourmet Group

Fot. arch. Belvedere Gourmet Group

Dlatego poszukiwania nowych smaków i prozdrowotnych składników powinno kierować cukierników ku poznaniu tego, co oferuje świat. Niezwykle ważne są spotkania branży, jak na przykład targi, podczas których można wymienić uwagi i spostrzeżenia z innymi cukiernikami. Można też ograniczyć się do nowoczesnych środków przekazu, które zdają się mieć globalny zasięg.

– Kiedyś, żeby odkryć nowe trendy lub chociażby coś innego, jechało się na targi lub obchodziło się kilka innych cukierni, by zobaczyć inny produkt lub jakieś nowości. Teraz wystarczy włączyć TikToka, Instagrama czy Facebooka, a najnowsze trendy z całego świata są dosłownie pod ręką – mówi **Marek Moskwa**, właściciel i twórca autorskiej cukierni Cremo. – To zdecydowanie kreuje i kształtuje rynek nowoczesnych cukierni i lodziarni, które chcą się wyróżnić na lokalnym rynku, być trendy, oferować to, co jest modne w mediach społecznościowych, bo to faktycznie się sprzedaje. Klienci pragną nowości, pokazywać się w modnych miejscach i jeść na topie produkty – podkreśla.

Na odkrywanie smaków z różnych zakątków świata zwraca uwagę **Maciej Gierszewski** z Terravity.

Poszukiwania nowości nie kończą się jednak na samych smakach.

– Magia słodkości w 2024 r. to nie tylko wyrafinowane smaki, ale także bogata paleta kolorów i doznania wszystkimi zmysłami. Wśród wiodących trendów na nadchodzący rok jest także przełamywanie kulinarnych stereotypów (breaking barriers) – podkreśla. Stąd w cukierniach pojawiają się nie tylko wspaniałe desery oparte na roślinach i produktach roślinnych, albo bazujące na naparach herbacianych



terravita

DLA PROFESJONALISTÓW
OD PROFESJONALISTÓW



PÓŁPRODUKTY CUKIERNICZE

DO MISTRZOWSKICH RECEPTUR



NAJSŁODSZE TARGI
W POLSCE

STOISKO TERRAVITA
4-22 / HALA 4

TARGI EXPO SWEET / 25-28.02 / WARSZAWA

Zapraszamy do odwiedzenia naszego stoiska na największych w Polsce targach branży cukierniczej i lodziarskiej Expo Sweet w Warszawie.

Co z nami zyskujesz:

- przegląd najnowszych trendów
- możliwość uczestnictwa w szkoleniach i prezentacjach na żywo
- ofertę produktową na miarę Twoich potrzeb
- stałego opiekuna handlowego dla Twojego biznesu.



www.terravitapro.pl

i kawowych, ale także wszelkiego rodzaju nowości wykorzystujące importowane produkty o jeszcze nie rozpowszechnionych w Polsce smakach i teksturach. Obok tego trendu „łamanie barier” następuje także w sferze samych technologii. Oczywiście, uznanie mają dobre rzemiosło i talent zdobniczy cukiernika, ale klientów mają także nowoczesne kreacje.

– Innowacje technologiczne również zdobywają serca miłośników słodczy. Wykorzystujemy najnowsze technologie do tworzenia deserów, łącząc tradycję z nowoczesnością. Drukowane czekolady 3D czy interaktywne wizualizacje deserów to tylko niektóre z nowości, które wprowadzamy, aby sprawić, że doświadczenie smakowe stanie się jeszcze bardziej fascynujące – wskazuje **Michał Iwaniuk**. Co więcej, właśnie wykorzystanie technologii pozwala na personalizację produktów. Klient ma możliwość zamówienia deseru dokładnie takiego, jak sobie wymarzył.

– Niezapomnianym doświadczeniem dla zmysłów są właśnie personalizowane i artystyczne desery. Na życzenie klienta tworzymy własne smakowe arcydzieła, wybierając spośród różnorodnych składników i dekoracji. To indywidualne podejście do słodkości sprawia, że każdy zamawiający u nas desery może stać się twórcą własnej przygody smakowej – podkreśla rozmówca „Poradnika Restauratora”.

Współuczestnictwo klienta w projektowaniu zarówno kompozycji smakowej, jak i wyglądu deseru przyczynia się do tego, że gość nawiązuje bliższą relację emocjonalną z daną cukiernią. Wówczas to już „nasz klient”.

NOWOŚCI PRODUKTOWE

Jak zauważył jeden z naszych rozmówców, trudno na początku roku jednoznacznie wskazywać nowość, która okaże się wiodącym trendem 2024 r. Po części na pewno przekonamy się o tym podczas targów Expo Sweet. Warto jednak już dziś poznać propozycje produktowe firm działających w branży HoReCa. Na szczególną uwagę zasługują półprodukty, które pozwalają na przygotowanie pysznych deserów, gwarantując powtarzalność ich smaku.

– W ten trend doskonale wpisuje się marka deserów Nestlé Docello – wyróżniając się wysoką jakością składników oraz prostotą przygotowania, umożliwia producentom sprostanie oczekiwaniom konsumentów – zapewnia **Magdalena Śladek**. Desery

te, oferowane w szerokiej palecie smaków, są proste w przygotowaniu, wydajne i ekonomiczne.

Natomiast Hochland Polska ma w swojej ofercie inne produkty i profesjonalne rozwiązania przeznaczone dla branży HoReCa w cukiernictwie.

– Promujemy innowacyjne smakowo wyroby cukiernicze i wyjątkowo kremowe lody, serniki czy tarty przygotowane z wykorzystaniem serów Cremette i Creamland – mówi **Jacek Wyrzykiewicz**, PR&Marketing Service Manager Hochland Polska, który zaprasza zainteresowane osoby na specjalne pokazy podczas targów Expo Sweet z udziałem Mariusza Góreckiego, ambasadora Hochland Professional. Mistrz zaprezentuje różne możliwości wykorzystania serów w przygotowaniu deserów.

PODSUMOWANIE TRENDÓW

Możemy śmiało powiedzieć, że trendy, o których mowa już są obecne na polskim rynku. Obok świadomości o tym, że deser powinien być idealny w smaku, nie być obciążony kaloriami, a nieść przesłanie prozdrowotne – doskonale wiemy. Zdajemy sobie również sprawę z zagrożeń dla klimatu i w myśl zasady „zero-waste”

staramy się ograniczać produkcję odpadów, czy to cukierniczych, czy opakowaniowych. Szczycimy się tradycją, ale odważnie sięgamy także po produkty i smaki egzotyczne. Szanujemy rzemiosło i śmiało czerpiemy z nowoczesnych technologii. Jest też wśród polskich cukierników wielu tak zdolnych, że wobec ich prac należy użyć określenia „działa sztuki”. Czego chcieć więcej? Może przekonamy się o tym już na zbliżających się targach Expo Sweet w Warszawie. ✕



MAREK MOSKWA
Właściciel i twórca
autorskiej cukierni Cremo

Fot. Łukasz Narkowicz

Beata Marcińczyk



PROFESSIONAL

Zapraszamy na pokaz
tynkowania tortów
na bazie sera **Cremette**

Cremette
SOFT CHEESE

Pokażemy jak przygotować monoporcję
o smaku matcha, z musem serkowym
z użyciem **Creamland**

CREAMLAND



W wygodnym
opakowaniu 1 kg!

SIMPLE

Nie zabraknie inspiracji
i nowatorskich technik cukierniczych,
które będzie demonstrował
Mariusz Górecki

SPOTKAJMY SIĘ!



**AKADEMIA
HOCHLAND
PROFESSIONAL**

Goście targów Expo Sweet mają wyjątkową okazję! Jako pierwsi mogą otrzymać zaproszenie do Akademii Hochland Professional, gdzie czekają na nich liczne korzyści i promocje. Więcej informacji już wkrótce!



www.hochlandprofessional.pl



Hochland Professional Polska



**EXPO
SWEET**

**25-28.02.2024 | Warszawa
Hala 1 - Stoisko 1-37**

**NIE MAM TAJEMNIC
ZAWODOWYCH.
LUBIĘ,**

**GDY MOJE DZIEŁA
SĄ INSPIRACJĄ
DLA INNYCH**





Rozmowa z Michałem Doroszkiewiczem, właścicielem autorskiej pracowni cukierniczej OVO w Poznaniu oraz doradczej firmy w dziedzinie cukiernictwa Pastry Lab.

Heidi Handkowska: W wieku 20 lat wywalczył Pan tytuł Mistrza Świata i Polski Młodych Cukierników. Czy konkurs ten otworzył Panu okno na świat? Czy od tego zaczęła się Pana kariera?

Michał Doroszkiewicz:

W 2002 r. odbyły się XI Mistrzostwa Świata Młodych Cukierników w Poznaniu, gdzie automatycznie stałem się reprezentantem po zdobyciu tytułu Mistrza Polski Młodych Cukierników.

W szranki stanęli młodzi specjaliści od słodkości, m.in. z Austrii, Czech, Danii, Holandii, Japonii, Niemiec, Norwegii, Portugalii, Rumunii, Szwajcarii i Szwecji. Obroniłem wtedy tytuł mistrza, który dwa lata wcześniej w Lizbonie zdobyła Marlena Szymaś. Do zawodów przygotowywałem się po okiem mistrzów we Francji oraz Włoszech, a nad codzienną organizacją planu treningów wspierał mnie zespół mistrzów z cukierni Wojciecha Kandulskiego. Konkurs ten dał mi start w tzw. zawodowstwo, bo to tak jak w sporcie. Możemy go uprawiać rekreacyjnie, ale jeśli staniemy się profesjonalistami, to mamy

już inne możliwości treningów i cele. Nie ukrywam, że po tych mistrzostwach dużo się wydarzyło w moim życiu zawodowym.

W tamtym okresie współpracowałem z cukiernią Wojciecha Kandulskiego w Poznaniu. Tworzyliśmy niesamowity zespół, który przez lata zdobywał różnego rodzaju laury.

Swoje doświadczenie wykorzystuje Pan także w uczeniu innych... Można powiedzieć, że od kilku lat wyznacza Pan kierunek rozwoju swojej branży.

Nie ukrywam, że rozwijam się cały czas. Wciąż się uczę. Zawód cukiernictwa nie jest oparty tylko na tradycyjnych technologiach, ale cały czas ewoluuje. Jako młody chłopak wyjeżdżałem na staże do Francji, Hiszpanii, Włoch czy Wielkiej Brytanii. I obserwując jak to wszystko wygląda zagranicą, uznałem, że chcę dzielić się swoją wiedzą, edukując innych.

To bardzo miłe, gdy ktoś mówi, że moja filozofia pojmowania rzemiosła cukiernictwa pomaga i jest inspiracją w codziennej pracy. Nie mam tajemnic zawodowych. Sprawia mi przyjemność móc dzielić się swoją wiedzą i doświadczeniem często również non-profit. Nie oczekuję wdzięczności czy doceniania. Otwarcie mówię jak podchodzę do technologii, czym się inspirowuję albo czym się kieruję. Natomiast prowadzenie swojego biznesu to inna sprawa. I tutaj także daję porady.

W Polsce dużo mówi się o niedostatecznym wykształceniu młodych cukierników i szuka się winy w podstawie programowej oraz

Michał Doroszkiewicz

- Właściciel autorskiej pracowni cukierniczej OVO w Poznaniu oraz doradczej firmy w dziedzinie cukiernictwa Pastry Lab Michał Doroszkiewicz.
- Laureat Hermesa Kulinarного Poradnika Restauratora 2023 w kategorii cukiernictwo.
- Mistrz Świata i Polski Młodych Cukierników 2002 r., zdobywca trzeciego miejsca na Lodowym Pucharze Świata w Rimini 2014 i na Mistrzostwach Świata w Lodziarstwie w Shanghaju 2015.
- Wielokrotny reprezentant kraju w Coupe du Monde de la Patisserie w Lyonie oraz Culinary World Cup w Erfurt – brązowy medalista.
- Juror w krajowych i międzynarodowych konkursach cukierniczych.
- Od 2020 r. ekspert międzynarodowej organizacji WorldSkills promującej zawody techniczne oraz rzemiosło.

brakach przygotowania wśród nauczycieli. Jak ocenia Pan wiedzę absolwentów szkół do zawodu?

Takie są realia. To jest bardzo złożony proces. Mam kontakt z wieloma nauczycielami i wiem jakie oni mają problemy i wyzwania. Oczywiście z roku na rok to się wszystko na szczęście zmienia na plus. Pracownie szkoleniowe w szkołach są coraz lepiej wyposażone, a otwartość nauczycieli do współpracy z profesjonalistami jest coraz większa.

Poza tym sam też się szkoliłem w nie do końca normalnych warunkach, ale podstawy zdobyłem

w szkole zawodowej i technikum. Potem to już ode mnie zależało, czy chciałem podnosić swoje kwalifikacje i wyjeżdżać np. na zagraniczne staże.

Trzeba po prostu wziąć się za pracę. Nie możemy tylko oczekiwać, że szkoła wyedukuje nam uczniów. Program jest całkowicie odmienny od tego na zachodzie czy w Skandynawii. Poza tym zobaczmy, jaki jest rynek konsumencki, który w Polsce dopiero raczkuje. Kiedyś szef z UK powiedział mi, że jeżeli nie będziemy mieć odbiorców, gości, klientów, to nie będziemy się rozwijać. I to jest prawda.

Jednak widzę progres, dlatego skończmy narzekać i wspierajmy młodzież i inicjatywy edukacyjne. Powinniśmy też wskazywać braki oraz niekompetencje w kształtowaniu młodych ludzi.

Jakie cechy i predyspozycje powinna mieć osoba, która chce zostać cukiernikiem?

Najważniejsza jest umiejętność pracy w zespole. Trzeba mieć też świadomość, że praca w cukiernictwie czy gastronomii to usługa, rzemiosło. Społeczeństwo potrzebuje nas najbardziej w dniach, w które odpoczywa. Nie zawsze będą zatem wolne weekendy czy święta. Po drugie, trzeba być otwartym na samorozwój. Trendy, które się zmieniają, decydują później o tym, co musimy wykonywać. Cukiernictwo to rzemiosło artystyczne i na pewno trzeba mieć predyspozycje manualne. Nie można jednak zapomnieć o umiejętnościach technicznych, które są bardzo istotne.

Cukiernictwo to szeroka dyscyplina. Dlatego należy się zastanowić, czym chcemy się

zajmować – wypiekami, deserami czy tortami artystycznymi?

Jaka jest różnica pomiędzy cukiernictwem tradycyjnym i restauracyjnym? Które z nich jest według Pana wyższym stopniem wtajemniczenia?

Cukiernik rzemieślniczy, który trafi do cukierni gastronomicznej, zgubi się w niej. I odwrotnie. Cukiernictwo restauracyjne to przede wszystkim tworzenie produktów, które są skomponowane jak

bezpośredni kontakt z klientem, gdzie tworzymy deser na żywo.

Bardzo często restauracje mają różnego rodzaju eventy, słodkie stoły, bufety i wtedy musimy tworzyć finger foody, czyli mniejsze desery, które są wystawione na bufetach. Wchodzi już tutaj planowanie aranżacyjne.

Na pewno dla wielu cukierników wygodniejszy jest system pracy w cukierni rzemieślniczej. Przychodzimy na konkretną godzinę, kończymy swoją zmianę i idziemy do domu. W restauracji cukiernik bardzo często musi zamykać kuchnię.

Współczesny system zarządzania cukiernią to składowa wielu czynników tj. wybór oferty sprzedażowej, wystrój przestrzeni konsumenckiej czy public relations. W mojej cukierni OVO Pracownia wybrałem model cukiernictwa wykwińskiego „Haute Pâtisserie”.

Przez ostatnie lata rynek cukierniczy był zdominowany przez monoporcje w różnych kształtach i kolorach.

Monodesery/monoporcje można śmiało nazwać cukierniczymi dziełami sztuki. Zachwycają bogactwem struktur, jakością i doбором składników, a także dopracowaną w każdym calu dekoracją. Jednak to nic innego jak ciastko bankietowe. Jest to styl indywidualnego tworzenia produktu.

Styl petit gateaux monodeserów mocno się spopularyzował przez social media. Zdominowały one przestrzeń wizualną, stąd mogliśmy szybciej i łatwiej zobaczyć dzieła cukierników z Francji i nie tylko.

Poza tym pozostaje cały aspekt związany z modą sprzedażową,



na obrazie. Czyli mamy różnego rodzaju półprodukty i komponenty, z których tworzymy deser na talerzu. Jest to zabawa strukturami, konsystencją czy estetyką. Trzeba mieć też ogromną wiedzę znajomości technik i technologii, która wymaga od nas przygotowania mise en place. Nie ukrywam, że restauracyjne cukiernictwo jest napędowym tłem cukiernictwa rzemieślniczego. Tutaj mamy

która się w Polsce zaczęła rozwijać, więc cukiernictwo monodeserowe postawiło na wyższą jakość produktów. Sam produkt jest najważniejszy, ale tło sprzedażowe wokół tego konceptu jest równie istotne. Styl ten przyjął się w Polsce i na pewno będzie trwał następną dekadę.

A jak wiadomo, wysoka jakość produktów wiąże się z czystą etykietą, czyli liczy się, czy używamy surowców jak najbardziej naturalnych i najmniej przetworzonych.

Trendy 2024 w cukiernictwie to...

W Polsce, ale także w Europie Zachodniej bardzo mocno sfokusowaliśmy się na produktach azjatyckich – oparty na French Asia Style. Mówimy wówczas o francusko-azjatyckim stylu, ale bardziej mając na myśli działania europejsko-azjatyckie. Miksujemy te dwa style, wykorzystując naszą klasykę i tradycję cukiernictwa europejskiego. Popularne smaki to matcha, yuzu czy sudachi. Chodzi zarówno o łączenie smaków, jak i estetykę.

Produkty tworzymy bardziej minimalistycznie. Jest to trend na ten rok, ale i nadchodzące lata. Na pewno jest to sięgnięcie do korzeni, tradycji. Panuje ogromny wzrost liczby bistro, co zauważyliśmy już po pandemii. Mamy oczywiście kuchnie wegańskie, kuchnie świata, ale i tak często idziemy na tego schabowego.

To samo jest w cukiernictwie. Lubimy sobie podegustować, ale finalnie wybierzemy sernik. Jest to spojrzenie na regionalne produkty, na to, co znamy z tradycji, domowych wypieków naszych babć czy mam. Na pewno będzie

to również mocno zauważalne w działaniach. Trendem jest też jakość – nieustanne zdobywanie produktów jak najlepszej jakości, jak najmniej przetworzonych, a następnie komponowanie z nich całych produktów cukierniczych. Styl i trend, który jest zawsze obecny to sezonowość, dopasowanie oferty sprzedażowej do odpowiedniego sezonu. W cukiernictwie sezony najczęściej dyktują owoce oraz kultura

strony są np. serniki. Kochamy serniki w Polsce, ale sięgamy po te z różnych części świata, które są na nasz rynek modyfikowane albo też całkowicie prezentowane w oryginalnym stylu. Ostatnio bardzo popularny sernik baskijski.

W marcu minął 3 lata, jak otworzył Pan autorską cukiernię OVO Pracownia. Co wyróżnia ją na tle pozostałych?

Otwarcie nastąpiło w bardzo trudnych czasach, bo w pandemii. Nie mogę się równać do cukierni, która jest typowo rzemieślnicza, bo nie kupi się u mnie produktów, które są dostępne w klasycznej cukierni. Wybrałem ten styl cukiernictwa świadomie. Jest to mój autorski koncept rozumienia światowego rzemiosła cukierniczego. Korzystając z doświadczenia i tego jak widzę świat, staram się to pokazywać w tej przestrzeni – w historycznym fyrtlu Poznania. Przede wszystkim dedykuję ofertę osobom, które mieszkają tu i w okolicach, ale również dla gości, którzy przyjeżdżają do naszego miasta. Moja cukiernia jest zlokalizowana w obrębie Starego Rynku, więc cieszy mnie, gdy odwiedzają nas osoby z różnych części świata i mówią,

że czują się jakby byli w Paryżu czy Mediolanie, a to przecież Poznań.

Czytając opinie klientów, powraca stwierdzenie, że oferuje Pan „dzieła sztuki”. Proszę o tym opowiedzieć.

Jest to ogromna nagroda i wyróżnienie dla mnie. Uważam, że mamy bardzo dobre opinie, ponieważ staram się być autentyczny. Dla



Fot. Radek Słowik

i tradycja danego święta. Eliminowanie tłuszczów zwierzęcych i cukru sacharozy w kompozycji jest istotne. Pod względem smakowym obecne są trendy przetwarzania, poszukiwania łączności tradycji z tym, co rewolucja daje. Przykład: tiramisu w kilku smakach – np. połączenie z herbatą matcha. Łączymy coś, co jest bardzo znane z czymś, co jest nieoczywiste. Z drugiej

mnie na pierwszym miejscu liczy się jakość produktu i obsługa.

Rozpocząłem działalność mojej cukierni od konceptu „cztery czekolady świata” na których powstały pierwsze kreacje monodeserów. Od trzech lat są nadal obecne w ofercie. Nasi goście nie pozwalają nam ich usunąć ze sprzedaży, co też świadczy o ich popularności. Bardzo mocno spopularyzowałem w Poznaniu ptysia francuskiego. To jest



produkt, który wprowadziłem na poznański rynek i którego nikt jeszcze nie wykonywał. A po trzech latach widzę, popularność tego produktu w wielu poznańskich cukierniach czy kawiarniach.

Jak już wspominałem, nie ukrywam, że cukiernictwem zajmuję się od wielu lat, tak jak i doradztwem. Przez OVO edukuję rynek, pokazuję, w jakim kierunku cukiernictwo powinno iść, ale też ważna jest dla mnie prezencja cukiernictwa na świecie.

Nie potrafię inaczej, ponieważ jest to pewnego rodzaju moralność pracy zawodowej. Nie idę na skróty i jeżeli wiem, że jakiś produkt ma w dany sposób smakować, to do tego dążę, bo to ja się podpisuję pod nim swoim nazwiskiem. Poszukuję dobrych produktów, jakościowych, ale też mam w pamięci koszt produkcji. Rynek konsumencki w Poznaniu jest bardzo wymagający. Konsument poszukuje bardzo wysokiej jakości, ale za średnie ceny rynkowe. Jest to duże wyzwanie chcąc reprezentować światowy styl oraz panujące trendy. Ogromny nacisk kładę na jakość czyli kompozycje smaków oraz estetykę. Jeśli mamy truskawkę w deserze, to musi być wyczuwalny naturalny jej charakter. Tego sposobu myślenia

i stylu planowania oferty sprzedażowej staram się uczyć podczas mojej pracy szkoleniowo-doradczej.

Czy istnieje w ogóle jakiś produkt, z którym nie lubi Pan pracować?

Im trudniejszy produkt, tym większe wyzwanie. Nigdy się nie poddaję i nie odpuszczam czegoś, bo „nie lubię”. Dążę do uzyskania wysokiej jakości efektu finalnego.

Kocham cukiernictwo. To moja pasja. W przeszłości często praktykowałem rzeźbiarskie kierunki materii cukierniczej, czyli cukiernictwo artystyczne. Nie ukrywam też, że forma wyrobów cukierniczych daje mi ogromne pole kreacji plastycznej, tworzenia dekoracji, kolorystyki, ale także odpowiednich kształtów, a co najważniejsze kompozycji smaków i struktur. Świadomie wybrałem cukiernictwo – patisserie.

Na co zwraca Pan uwagę, rekrutując nowych pracowników? Czy widzi Pan zmiany w podejściu młodych osób do zawodu?

Staram się wybierać osoby, z którymi czuję, że znajdziemy nic porozumienia. Jestem „trudnym” – wymagającym pracodawcą. Wyzwaniem jest współpraca z osobą kreatywną, która decyduje o całym konceptie w detalach, ma pewną wizję tworzenia relacji z odbiorcą. Poszukuję osób chcących współpracować oraz otwartych na wykonywanie powierzonych im zadań z pełną starannością i określonych standardach. Dużo osób się na to nie godzi, bo czują w sobie brak możliwości spełnienia własnych kreacji. W moim rozumieniu lidera – pracodawcy staram się stwarzać to pole, słucham, rozmawiam i konsultuję wszystko z moim zespołem.

Szukam osób, które mają umiejętność pracy w zespole i nie czują się przez to gorsi, którzy cieszą się wręcz, że mogą pracować z takim szefem, który przy okazji ich edukuje. Ogromny nacisk kładę na zespół serwisu sprzedażowego. Oni są moją wizytówką i moimi ambasadorami. Przeważnie są to osoby, które studiują czy uczą się.

Zwracam uwagę na otwartość, komunikatywność, ale też pracowitość, bo nie oszukujmy się – to jest trudna praca, a zarazem dająca ludziom chwile radości.

W maju 2023 r. otrzymał Pan Hermesa Kulinarne „Poradnika Restauratora” w kategorii cukiernicy. Co dla Pana znaczy to wyróżnienie?

Już po otrzymaniu nominacji byłem bardzo szczęśliwy. Jest to ogromne wyróżnienie dla mnie. Moja kropka nad i w docenieniu branży. Hermes Kulinarne to wyjątkowa, prestiżowa nagroda.

Myślę, że został przyznany za całokształt tego, co robię, na co dzień. Jest to też utwierdzenie, że wybieram odpowiednie kierunki w reprezentowaniu rzemiosła na arenie krajowej i międzynarodowej. To przecież stale trwająca moja przygoda z cukiernictwem, moja życiowa pasja. ✕

Fot. Kryśia Lemańska – Fotografia

**WOJCIECH HARAPKIEWICZ**

Szef Kuchni
Restauracja Boreczna
Ambasador Nestlé Professional

Monoporcje to jedne z najbardziej popularnych deserów restauracyjnych i nie tylko. Zachwycają swoją strukturą, kształtem i smakami. Różnokolorowe porcje słodkiej rozkoszy mogą mieć wiele zaskakujących odślon.

Dlaczego ich popularność nie spada? Moim zdaniem są jak spersonalizowany torcik. Każdy z nich jest stworzony specjalnie dla jednej osoby, co sprawia, że są one jak „prezenci” na zakończenie uczty. Nie od dzisiaj wiadomo,

że po wizycie w restauracji najmocniej pamiętamy właśnie to, co było zwieńczeniem dań – słodkie zaskoczenie w postaci dopracowanego deseru. Z tym miłym wspomnieniem wracamy pamięcią do miejsca, w którym spędziliśmy czas.

Bardzo ważne jest, aby monoporcje zachwycały nie tylko wyglądem, ale także strukturą,

czyli kremowością, świeżością i chrupkością. W środku tych małych torcików może się dziać bardzo dużo. Czasami wypływa z nich półpłynny karmel, innym razem napotykamy na strzelające owocowe kulki. Bywa, że czarny zamszowy monodeser po przekrojeniu jest śnieżnobiały, a w środku znajduje się ganasz z tropikalnych owoców. Tak naprawdę ogranicza nas tylko wyobraźnia.

W każdej kulinarnej wariacji towarzyszy nam podstawa, czyli inaczej mówiąc bazowe smaki, takie jak wanilia, czekolada, karmel czy truskawka.

Wanilia to zdecydowanie jeden z najbardziej wdzięcznych smaków, który doskonale łączy się z większością owoców, orzechów i ciast. Doskonałą inspiracją jest produkt NESTLÉ DOCELLO – Mus o smaku waniliowym. Pozwala na łączenie z innymi produktami, zachowując idealną konsystencję. Jest doskonałą bazą do wypełnienia forem silikonowych pod desery. To sprytne rozwiązanie technologiczne.

Pieczołowicie przygotowane monoporcje doskonale sprawdzają się jako tort

na uroczystościach, takich jak wesele. Podane na małych talerzykach ułożone na pięciopiętrowej paterze prezentują się nietuzinkowo i zastępują krojone ciasto. Swoim kolorem, smakiem i wyglądem mogą „dopasować się” do myśli przewodniej przyjęcia.

W kuchni często brakuje czasu, szczególnie kiedy odwiedzają nas nieoczekiwani goście. Ten problem często pojawia się w restauracjach. Dzięki produktom

Fot. Kryśia Lemańska – Fotografia



NESTLÉ DOCELLO cukiernik, kucharz lub osoba nawet z mniejszym stażem pracy jest w stanie przygotować takie desery jak crème brûlée, panna cotta czy mus czekoladowy nawet w kilka minut. W dzisiejszej kuchni gotowość na różne sytuacje jest bardzo istotna, dlatego dobrze mieć kilka sprawdzonych i jakościowych rozwiązań. ✕



Fot. Kryśia Lemańska – Fotografia

ŚNIADANIA W HOTELU

W dzisiejszych czasach podróżowanie to nie tylko odkrywanie nowych miejsc, ale również doświadczanie różnorodnych smaków i kultur, dlatego śniadanie w hotelu staje się nieodłącznym elementem wyjazdu. W ostatnich latach zauważalny jest dynamiczny rozwój nowych trendów w serwowaniu śniadań hotelowych, ze szczególnym naciskiem na spełnianie wysublimowanych potrzeb gości, takich jak alergie i preferencje żywieniowe.

INDYWIDUALIZACJA DLA GOŚCI Z ALERGIAMI

Goście z alergiami pokarmowymi wymagają szczególnej uwagi. Hotele starają się świadczyć usługi dostosowane do różnych rodzajów alergii, proponując indywidualne zestawy śniadaniowe wolne od alergenów takich jak jajka, orzechy czy mleko. To podejście daje gościom pewność, że ich dieta jest respektowana, a śniadanie bezpieczne dla ich zdrowia.

Aby sprostać różnym potrzebom alergików, hotele prowadzą szkolenia dla personelu kuchennego, podkreślając konieczność zachowania ścisłych norm bezpieczeństwa żywności. Tworzą również specjalne procedury dotyczące przechowywania, przygotowywania i podawania potraw, eliminując ryzyko kontaminacji krzyżowej. To nie tylko spełnia standardy bezpieczeństwa

stwa żywności, ale także buduje zaufanie.

Dążąc do kompleksowego podejścia, hotele prowadzą dialog z gośćmi przed ich przyjazdem, zbierając informacje na temat konkretnych alergii i preferencji żywieniowych. Ta personalizacja pozwala na przygotowanie jeszcze bardziej dopasowanych śniadań, co wpływa na pozytywne doświadczenia i buduje lojalność wobec danego hotelu. Warto wspomnieć o zastosowaniu nowych technologii w obszarze śniadań hotelowych, które ułatwiają

komunikację między gośćmi a personelem. Aplikacje mobilne, o których tu mowa, umożliwiają zamawianie potraw, zgłaszanie alergii czy specjalnych preferencji żywieniowych jeszcze przed przyjazdem do hotelu, co zwiększa komfort i satysfakcję gości, a jednocześnie bardzo usprawnia pracę hotelu.

RÓŻNORODNOŚĆ BEZGLUTENOWYCH PRZEKĄSEK I DAŃ

W ostatnich latach zauważalny jest wzrost liczby osób z nietolerancją glutenu. Hotele coraz częściej wprowadzają do swojego menu różnorodne bezglutenowe przekąski i dania śniadaniowe. Od świeżo wypiekanych bezglutenowych bułeczek po wybór płatków czy granoli, starają się zapewnić przyjezdnym szeroką gamę opcji.

Dążąc do pełnej satysfakcji, hotele nie tylko eliminują gluten z produktów, lecz także dbają o to, aby ich bezglutenowe propozycje były równie smaczne i atrakcyjne wizualnie. Kreatywność kucharzy osiąga nowe wysokości, gdy tworzą unikalne połączenia smaków, zaspokajając nawet najbardziej wyrafinowane podniebienia gości. W ten sposób śniadania bezglutenowe stają się nie tylko alternatywą, ale także atrakcyjnym wyborem.

W procesie przygotowywania bezglutenowych potraw hotele stawiają na współpracę z certyfikowanymi dostawcami, aby zapewnić autentyczność i jakość składników. Dbają również o odpowiednie oznaczenia.



EWOLUCJA ŚNIADAŃ WEGAŃSKICH

Kolejną rosnącą w siłę grupą gości hotelowych są weganie. Ruch ten na całym świecie ma coraz więcej zwolenników i praktyków. Weganizm stał się nie tylko stylem życia, ale również ważnym elementem preferencji żywieniowych. Hotele włączają do swojego menu smakowite śniadania wegańskie, oferując napoje roślinne, świeże owoce, a także specjalnie przygotowane dania, by zapewnić weganom nie tylko pełnowartościowe, ale także smaczne śniadanie.

Hotele coraz częściej organizują warsztaty kulinarno-wegańskie, zachęcając gości do eksploracji

nowych smaków i metod przygotowywania potraw. To nie tylko edukuje, ale również integruje społeczność hotelową wokół idei zdrowego stylu życia.

Oprócz dostarczania pysznych śniadań, hotele skupiają się na ekologicznych aspektach diety wegańskiej. Wprowadzają biodegradowalne opakowania, promują zrównoważone praktyki kulinarne i wspierają lokalnych rolników uprawiających rośliny używane w przygotowaniu dań wegańskich. To podejście nie tylko redukuje wpływ na środowisko, ale również integruje śniadania wegańskie z ideą zrównoważonej turystyki.

PIOTR PALEWICZ

Dyrektor Sprzedaży
GFS Poland (produkty marki Incola
także dla branży HoReCa)

Jako producent żywności bezglutenowej wiemy z jakimi wyzwaniem muszą zmierzyć się właściciele hoteli i restauracji, którzy goszczą osoby na diecie bezglutenowej. Dzięki naszym produktom mogą bez trudu przygotować smaczne i zdrowe śniadania, które są najważniejszym posiłkiem dnia. Polecamy kilkadziesiąt rodzajów pieczywa – chlebów i bułek (kajzerki, bajgle, śniadaniowe), także słodkich. Nowością jest Buteczka o delikatnym karmelowym smaku, która idealnie sprawdza się jako dodatek do porannej kawy. W bufecie śniadaniowym jest także miejsce na bezglutenowe płatki owsiane. Dla restauratorów i ich gości ważny jest certyfikat „przekreślonego kłosa” oraz proces pakowania, dzięki czemu pieczywo dłużej zachowuje świeżość.



GFS Food Professional

GFS GROUP

ZAPROŚ DO STOŁU

osoby na diecie bezglutenowej

Gluten Free Solutions Poland Sp. z o.o.
ul. Komorowicka 110, 43-300 Bielsko-Biała

tel. +48 33 333 90 92
e-mail: biuro@gfsprofessional.pl

gfsprofessional.pl

REKLAMA



INNOWACYJNOŚĆ I NOWE TECHNOLOGIE

Jak już zostało wspomniane wcześniej, wszelkiego rodzaju aplikacje mobilne usprawniające lepszą komunikację gościa z obsługą hotelową zaczynają być na porządku dziennym. Coraz częściej hotele wprowadzają też inne rozwiązania pozwalające skrócić czas przygotowania potraw i zwiększyć efektywność obsługi oraz zapewnić stałą jakość serwowanych produktów.

Warto w tym miejscu wspomnieć o widocznych już w większości restauracji hotelowych ekspresach do kawy dostępnych dla gości przez cały okres serwowania śniadania. Nowością przy ekspresach jest bardzo ceniony przez nich zwyczaj wystawiania przez hotel kubeczków jednorazowych, tak by można było zakończyć śniadanie z ciepłą kawą na wynos.

Innowacyjne koncepcje obejmują również interaktywne stacje, gdzie goście mogą samodzielnie

nie przyrządzić ulubione dania, a także je personalizować.

Przykłady mnożą się na każdym kroku. Automatyczne tostery, roboty kuchenne takie jak roboty gotujące, automatyczne maszyny do wypieku czy blendery-komputery. Wszystkie te innowacje mogą być wykorzystywane do szybkiego przygotowania prostych potraw, takich jak omlety, gofry czy smoothie. Zastosowanie tych nowinek pozwala na bardziej szczegółową personalizację gotowego dania, a także z psychologicznego punktu widzenia pozostawia gości hotelowego w przeświadczeniu, że załoga obiektu zadbała o jego preferencje żywieniowe. Zapewnienie możliwości własnoręcznego skomponowania dania przywołuje też emocje

związane z „ogniskiem” domowym, co w fazie długofalowej skutkuje częstym powrotem do tego samego hotelu.

PÓŁPRODUKTY DLA EFEKTYWNIJSZEGO SERWISU

Biorąc pod lupę serwowanie dań, nie sposób zapomnieć o samym ich przygotowaniu. Mimo różnych preferencji żywieniowych dalej największą popularnością cieszą się jajka jako podstawa pierwszego posiłku w ciągu dnia. Jaja są półproduktem bardzo uniwersalnym. Można je przygotować na wiele sposobów, ale też są bazą dużej ilości innych śniadaniowych dań. Jednak używanie jaj w gastronomii szeroko pojętej – również tej hotelowej – wiąże się z wieloma nakazami i zakazami narzuconymi przez Państwową Inspekcję Sanitarną w celu zapewnienia bezpieczeństwa epidemiologicznego. Dlatego też, każdy szuka bezpieczniejszych, a zarazem wygodniejszych rozwiązań, które

BARTOSZ ROSA

Szef kuchni

L33 Bistro&Bar w Hotelu Liberté 33

Śniadanie to bardzo ważny posiłek, który powinien mieć zbilansowany skład. Spożywanie takich śniadań wpływa na lepszą koncentrację i samopoczucie czy intelekt. W hotelach preferowana forma to bufet szwedzki. Nasi goście coraz częściej chcą mieć możliwość wyboru, dlatego warto wprowadzać codziennie jakieś zmiany i wzbogacać bufet np. o produkty sezonowe czy regionalne. Pamiętajmy, że jemy oczyma i wszystko powinno wyglądać świeżo a zarazem apetycznie. Śniadania hotelowe mogą stanowić jeden z istotnych argumentów przemawiających za pozytywną opinią w naszym obiekcie.

Dawid Wojciechowski

Executive Chef

Copernicus Hotel Toruń

Śniadanie jest uważane przez dietetyków za posiłek najważniejszy dla zdrowia i właściwego funkcjonowania organizmu – i my też tak go postrzegamy. W naszej bogatej ofercie śniadaniowej stawiamy przede wszystkim na jakość i różnorodność produktów. Nie ograniczamy się tylko do podstaw. Nie może zabraknąć dań bezglutenowych, bez laktozy czy też śniadania stricte wege. Gość opuszczając hotel, ma wyjeżdżać z poczuciem, że swój pobyt zakończył pełnowartościowym posiłkiem, który zaspokoił wszelkie jego potrzeby w tym względzie.

MICHAŁ PABICH

Sales Manager EU East w Eipro

Gastronomia i branża hotelarska stoją obecnie przed wielkimi wyzwaniami: niewielka liczba pracowników i duża presja czasu przy jednoczesnej konieczności utrzymania atrakcyjnej oferty śniadaniowej. Dzięki produktom jajecznym, takim jak jajecznicza Eifix i jaja pasteryzowane Peggys oferujemy wygodne rozwiązania, ponieważ ich użycie skraca czas pracy bez negatywnego wpływu na jakość, a także smak. Są one dostępne w każdej chwili i pasują do każdej koncepcji śniadaniowej.

Jajecznicza Eifix, produkowana ze świeżych jaj, doprawiona delikatnymi przyprawami i smietaną, pasteryzowana, może być użyta w sposób higieniczny i bezpieczny bezpośrednio z opakowania Tetra Pak na patelnię. Zawsze się udaje i jest gotowa do podania w mgnieniu oka.

nie będą miały wpływu na jakość serwowanych dań. W odpowiedzi na zapotrzebowanie rynku już od pewnego czasu widzimy w ofertach wielu firm jaja w proszku, płynne masy jajowe, gotowe mieszanki do produkcji gofrów, miksy do wypieków, ale też mrożone omlety w plastrach, gotowe naleśniki czy placuszki. Oferta jest ogromna i co ważne – korzystając z zamienników dalej zostaje utrzymana wysoka jakość produktu końcowego. Pozwalają one skrócić czas pracy, a także zapewnić gościom dużo większy poziom bezpieczeństwa i bardziej różnorodny wachlarz proponowanych pozycji menu przy okazji śniadań hotelowych. Dzięki takim innowacyjnym rozwiązaniom bez większych obostrzeń i problemów można też udostępniać różnego rodzaju roboty czy maszyny do własnoręcznego przygotowania potraw przez gości według ich osobistych upodobań.

Podsumowując, nowe trendy w serwowaniu śniadań hotelowych nie tylko koncentrują się na smaku, ale również na dostosowaniu do indywidualnych preferencji żywieniowych. Personel i właściciele hoteli zdają sobie sprawę, że śniadanie to nie tylko posiłek, ale również element, który może wzmocnić pozytywne wrażenia z pobytu. Inwestują w wysoką jakość, różnorodność i personalizację, aby zaoferować niezapomniane doświadczenia śniadaniowe swoim gościom, jednocześnie podkreślając swoje zaangażowanie w zrównoważony rozwój i wsparcie lokalnych społeczności. ✕

Kinga Wesołowska

UŻYWAM EIFIX, PONIEWAŻ WYMAGANIA MOICH GOŚCI ZACZYNAJĄ SIĘ OD ŚNIADANIA.

WSZYSTKIE ZALETY
DLA HOTELI I
GASTRONOMII:
pyszna-jajecznicza.eipro.pl



Eifix Pyszna Jajecznicza od EIPRO:
dla pewności sukcesu i najlepszego smaku.
Jeśli chodzi o kreatywne oraz najwyższej
jakości produkty z jaj, EIPRO od 30 lat
jest Waszym Gwarantem.

REKLAMA



KINGA RYLSKA

Marketing Director
Food Town Fabryka Norblina

Jak już ustaliliśmy z rozmówczynią czy rozmówcami, gdzie leży Polska, to szok i zdumienie, gdy podczas dyskusji okazywało się, że w Polsce to są normalne drogi, autostrady i mamy nawet galerie handlowe, parki rozrywki, wieżowce oraz biurowce i ogólnie to komuna się już skończyła.

Mam wrażenie, że w końcu mamy na świecie trochę większą świadomość, gdzie leży Polska i jak aktualnie wygląda. Mało tego, zaczynamy być już od pewnego czasu postrzegani jako top destynacja pod względem rozwoju biznesu. Nasz kraj jest niesamowity pod względem geograficznym: mamy góry, morze, a do tego lasy i jeziora, a dodatkowo w pełnej okazałości cztery pory roku.

Mimo sporej inflacji, wciąż jesteśmy także dla naszych gości z zagranicą (zazwyczaj zachodnią) paszportem, dość tanim kierunkiem.

Nie bez przyczyny zdaniem amerykańskiej witryny biznesowej „The Street” Polska może stać się turystycznym hitem w 2024 roku. Cytując

Goście zagraniczni w restauracji.

Jak ich przyciągnąć i zachwycić?

Może to wydać się śmieszne, ale od pewnego czasu czuję pewnego rodzaju ulgę w kwestii mówienia o Polsce za granicą. Jeszcze do niedawna, nie wiem czy akurat trafiłam na takie przypadki, czy też takie miałam wrażenie, ale gdzie nie wyjeżdżałam i mówiłam, że jestem z Polski, to słyszałam: „aaa Holland!”, na co zawsze minimum dwukrotnie musiałam odpowiadać: „no, Poland”. Gdy wciąż nie było jasności, tłumaczyłam dalej: „a country between Germany and Belarus and Ukraine”. Czasami ktoś jeszcze kojarzył Polskę przez papieża Jana Pawła II bądź, dla niektórych, naszą dumę narodową – Roberta Lewandowskiego.

publikację Danni Button: „Jeśli poprzednie lata są jakimkolwiek wskaźnikiem, to 2024 rok będzie tym, w którym wszyscy będą chcieli pojechać do Polski”.

Legendarny wydawca przewodników po całym świecie, Lonely Planet, a także aktualnie największy na świecie wydawca wszelkiego rodzaju przewodników, książek podróżniczych czy rozmówek, w swoim najnowszym rankingu „Best in Travel 2024” także wspomina nasz kraj. Mimo tego że nie znaleźliśmy się na liście najlepszych państw na 2024 rok, na liście najlepszych miast czy regionów też się naszych nie

doszukamy, podobnie na tej skupiającej najlepsze zrównoważone kierunki, to widniejemy na piedestale pod względem opłacalności – stosunku jakości do ceny najlepszych destynacji na nadchodzący rok.

Turyści zagraniczni coraz mocniej kochają Polskę i nie da się tego nie dostrzec na ulicach. Mijamy i słyszymy ich obok coraz więcej. I tak, to oni są bardzo pożądanym segmentem gości naszych restauracji, bo nie ukrywajmy – nierzadko dysponują większym budżetem.

To jak ich do nas ściągnąć? Jak skierować ich uwagę na nasz lokal? Otóż

możliwości jak tę ich uwagę możemy zdobyć jest kilka.

Numer 1 – wciąż drodzy Państwo jest to TripAdvisor. Dbajcie tam o recenzje, zakładajcie kanały. To medium jest on top pod względem turystów. Fakt, niestety ciężko się je buduje. Polscy goście nie zostawiają tam często recenzji, które mogłyby nam pomóc się wypożyczonować. Sama borykam się z tym problemem w lokalach, dla których pracuję. Polski gość jeżeli zostawi opinię, to jest to w większości Google. Tam też turyści zagląдают, więc jest to pomocne w wybić nas w widoczności – bądźmy spokojni, gdyż nie jest łatwo przekierować naszego rodaka prosto na Tripadvisor. Szczerze,

sama nie mam odruchu pozostawiania oceny miejsca na tym medium i jeżeli już to robię, to zawsze jest to Google. Próbuje jednak szukać sposobów, by skłaniać naszych gości, by na tego „tripa” też wpadli zostawić nam kilka gwiazdek.

Silne medium dotarcia do turystów numer 2 to magazyny pokładowe linii lotniczych, a także reklama w pociągach.

Kolejne stanowią mapki i przewodniki, które są umieszczane w hotelach czy punktach turystycznych. Warto także utrzymywać bliskie relacje z concierge w hotelach, a także współpracować z biurami turystyki.

Nie mogę także nie wspomnieć o wyróżnieniach

Michelin, które także stanowią niesamowity wabik na turystów.

Jeżeli już wiemy jak dotrzeć do zagranicznego gościa, to teraz pytanie: jak go zachwycić, gdy już się u nas pojawi. Tu o dziwo, nie będę się rozpisywać, bo uważam, że turystę zagranicznego można zachwycić dokładnie w ten sam sposób co polskiego. Dobrze sprawdzą się perfekcyjna obsługa, wycucie potrzeb, obłędny serwis, wspaniała kuchnia i wyjątkowa atmosfera, o której powstało już miliony felietonów, czy muzyka na żywo bądź inna oferta artystyczna. ✕

Oprac. red.

WIERZYMYP w Twój biznes

Zapewniamy Ci wsparcie i razem o niego dbamy.

Zyskujesz:

- indywidualne ceny
- świeżość oraz dostawy na czas
- doradztwo i szkolenia
- duże opakowania gastronomiczne

Skontaktuj się ze swoim Doradcą Klienta



TRANSGOURMET

www.transgourmet.pl
infolinia: 0 800 467 322
kontakt@transgourmet.pl



SELGROS

www.selgros.pl/horeca
infolinia: 0 800 505 105
horeca@selgros.pl



Grupa Selgros i Transgourmet dla HoReCa na facebook

- Oferty
- Eksperty
- Porady



REKLAMA



KRZYSZTOF SZULBORSKI

Prezes Stowarzyszenia
Kucharzy Polskich
Pomorska Akademia Kulinarna
www.kucharze.pl
www.stowarzyszeniekucharzy.pl

Wyróżnimy kilka najpopularniejszych śledzi i obalmy mity, zaczynając od najbardziej fałszywego, tj. śledzia po kaszubsku.

Niestety, we współczesnym przemyśle spożywczym i gastronomii przyjęło się, że jest to filet śledziowy (często zrolowany) podany w czerwonej oliwie z cebulą i odrobiną rodzynek. Natomiast prawda jest taka, że dla rdzennego Kaszuba ślędz po kaszubsku powinien być złowiony w mance i zwyczajowo jest podawany w towarzystwie białego, śmietanowego sosu z cebulą i jabłkiem. Koniecznie podany z pulkami, czyli kartoflami gotowanymi w mundurkach lub smażony i marynowany w mocnej marynacie słodko-kwaśnej z cebulą oraz listkiem laurowym, zielem angielskim i gorczycą. Oczywiście, nie mam nic przeciwko podawaniu śledzia w pomidorowej oliwie, ale szanujmy tradycję i nie nazywajmy go kaszubskim.

Kolejną ciekawostką związaną ze śledziem w tradycji kuchni śląskiej są karbinadle (nie mylić z karminadłami śląskimi) tj. kotlety mielone z wieprzowiny właśnie połączone z solonym śledziem i smażone na smalcu.

Ślędz dobry na wszystko

Kultura kulinarna jest integralną częścią kultury grupy regionalnej, etnicznej czy narodu. Tradycje żywieniowe stanowią odbicie warunków przyrodniczo-ekonomicznych, reguł religijnych, dziejów, a także wpływów międzykulturowych. Nie ma regionu w Polsce, gdzie w menu nie znajdziemy dań ze śledziem w roli głównej, ale ostatnio przeżywa on swoisty renesans. Zwłaszcza na ostatki czasem nazywane „ślędzikiem” – 13 lutego, co w niektórych rejonach Polski przejawia się obecnością dań ze śledzi w restauracyjnym menu.

Szczerze powiem: imponujący smak. Tradycja wywodzi się tu z międzywojnia, gdy kolejarze mieli wymieniać z kaszubskimi rybakami ślaski węgiel z tendra parowozu na ślędzie.

Ślędzikami określa się też mieszkańców Podlasia, a szczególnie z okolic Białegostoku, gdzie podaje się popularnego w tym regionie ślędzia solonego, moczonego w mleku, a później macerowanego w gorczycy, cebuli i oleju rzepakowym.

Na Mazurach ślędzia podaje się ze smażonymi borowikami i cebulą, a w zachodniopomorskim najpopularniejszy ślędz to ten marynowany w cebuli, czosnku i korzennych przyprawach.

Niebagatelną zaletą ślędzia, pomijając nieznaną przed laty walory związane ze składem chemicznym mięsa ślędzia, była spora łatwość obróbki przed

przekazaniem go do spożycia. Tłuste dorodne ślędzie dostarczano do miasta na rynek w stanie świeżym, jak najszybciej po połowie. Jeżeli mówimy nie o Gdańsku, w którym było to naturalną praktyką, a o odległych miastach, podstawową formą było solenie ryby i dostarczanie jej w beczkach. Stosunkowo najrzadziej zdarzało się w naszej kulturze kulinarnej wędzenie ślędzi i dostarczanie ich odbiorcom w tej formie.

Jakkolwiek większość obrzędowości ludowej związanej ze śledziem wiąże się z wielkim postem, po którym następuje święto. Rozpoczynamy je od rozpustnego zajadania się przetworzonym wieprzem, wcześniej zaszlachtowanym i uwędzonym. To jednak swobodniej traktowany okres adwentu, który raczej rozumiany był i jest jako czas radosnego oczekiwania,





Śledź po kaszubsku

SKŁADNIKI:

- » 1 kg – śledź mączowy solony
- » 500 g – śmietana kwaśna
- » 350 g – cebula biała
- » 300 g – jabłko (np. złota reneta)

PRZYPRAWY: pieprz, cukier

SPOSÓB WYKONANIA:

Śledzia lekko odsolić w zimnej wodzie, następnie zdjąć skórę i pokroić w prostokątne kawałki.

Cebulę białą pokroić w piórka, sparzyć wrzątkiem, wystudzić. Dodać pokrojone w słupki jabłka, kwaśną śmietanę i przyprawy. Wszystko wymieszać i odstawić na minimum 6 godzin.

Podawać z pieczonymi lub ugotowanymi w mundurkach ziemniakami.

kończył się Wigilią. W naturalny sposób na stołach tego dnia musiał swoje miejsce mieć śledź, a często śledzie podawane w różnych postaciach.

W Stowarzyszeniu Kucharzy Polskich poważnie podchodzimy do tradycji i utworzyliśmy nawet specjalną komisję etnograficzną, gdzie razem z Rafałem Nowakowskim odkrywamy zapomniane przepisy na śledzia w roli głównej. Mogę

ujawnić, że wiele nowatorskich przepisów z międzywojnia to odpowiedź na potrzeby elit warszawskich wypoczywających na polskiej riwierce. Powstały one także z próby ujednolicenia programu nauczania w szkołach gospodarczych, będących odpowiednikiem dzisiejszych gastronomików.

Podsumowując: zamiast używać wytrychu ze słowem „kaszubski na metce”, lepiej

skoncentrować się na pokazaniu śledzia takim, jakim jest, a nie na całkowitym zmienianiu jego smaku głębokim przetworzeniem. Zanim opracujecie kolejną wersję śledzia (w tym tego po kaszubsku), zastanówcie się nad tym, ile będzie w nim śledzia z wzorca znanego z tradycyjnego stołu w domu babci. ✕

Oprac. red.

JERZY CZAPLA, ŚWIATOWEJ KLASY TEA MASTER, WPROWADZA DO POLSKI DLA GASTRONOMII FENOMENALNE HERBATY PREMIUM PROSTO ZE SRI LANKI!



CHCESZ POROZMAWIAĆ ZE MNĄ, OTRZYMAĆ PRÓBKĘ?

ZADZWOŃ: +48 603 55 55 22

E-MAIL: JERZY CZAPLA67@GMAIL.COM

REKLAMA



MARCIN SOBÓŁ

Prezes Euro-Toques Polska
www.eurotoques.pl

Szef kuchni Catering Tomkaj Gusto

Live cooking w gastronomii

Kuchnia przestała być jedynie przykrym obowiązkiem dla wielu z nas, a stała się stylem życia. Czy też sposobem na spędzanie wolnego czasu, motywując jednocześnie do pogłębiania wiedzy na jej temat oraz doskonalenia się w sztuce gotowania. Proces powstawania posiłków przedkłada się ponad finalny efekt, traktując go jednocześnie jak samodzielną atrakcję. Właśnie z tego powodu coraz częściej usłyszeć można termin live cooking. Pojawia się w ofercie wielu dobrych restauracji prowadzonych przez szefów kuchni, spoglądających na Europę Zachodnią i nadchodzące z niej trendy oraz modę na gotowanie na żywo.

Live cooking to nic innego jak włączenie klientów w proces tworzenia dań przyrządzanych przez szefów kuchni. Może ono przyjmować formę warsztatów, dzięki którym osoby postronne pozyskać mogą wiedzę z zakresu kulinariów oraz czynnie uczestniczyć w procesie powstawania posiłków, jednocześnie mając wpływ na ich finalny smak. Zaletą tego typu wydarzeń jest przede wszystkim wiedza, która przekazywana jest przez kucharzy osobom postronnym. Wszelkie uwagi oraz porady mogą zostać natychmiastowo wypróbowane podczas takich warsztatów.

Inną formą, cieszącą się ogromną popularnością są pokazy kulinarne, które powinny być od początku do końca zaplanowane tak, aby każdy element powstawania potraw był atrakcyjny dla widzów. Często na tego typu eventach klient może spróbować wielu potraw, na co dzień rzadko spotykanych, ponieważ szefowie kuchni prowadzący live cooking prześcigają się w coraz to bardziej wyszukanych pomysłach na wyjątkowe dania.

Bardzo popularne i modne podczas sylwestra czy na różnego

rodzaju eventach są stacje tematyczne, na których kucharze szykują dania na oczach naszych gości. Najbardziej popularne to: kuchnia azjatycka, włoska, wegańska czy po prostu siekany tatar.

Live cooking i kolacje degustacyjne obecnie cieszą się dużym powodzeniem wśród gości, zapewniając dodatkową rozrywkę oraz gwarantując świeżość serwowanych potraw. Live cooking wyszedł obecnie poza rynek restauratorski i staje się ciekawą atrakcją podczas wszelkiego rodzaju imprez okolicznościowych, wyjazdów czy też zwyczajnych spotkań z przyjaciółmi. Wielu kucharzy oraz szefów kuchni oferuje swoje usługi, którzy uświetniają i dodają kolorytu ciekawym wydarzeniom, serwując jednocześnie wyśmienite i świeże posiłki. Wszelkie produkty oraz zastawa stołowa zapewniane są przez samego kucharza, w związku z czym można mieć pewność, że posiłki przygotowane będą

z najlepszych składników, a ich podanie będzie wyjątkowo estetyczne.

Można powiedzieć, że live cooking to przedstawienie, gdzie kuchnia i stół stają się sceną, szef kuchni aktorem, a klient widzem. Zazwyczaj to prowadzący szef kuchni dobiera sztuce, talerze oraz miseczki, tak aby były idealnym uzupełnieniem jego zazwyczaj artystycznie podanych dań i deserów. Każdy z nich dąży do tego, by zachwycić klienta i zdobyć miano Chefa.

W dobie rosnącego zainteresowania kuchnią, gotowaniem oraz zdrowym odżywianiem, live cooking jest formą, która zdaje się odpowiedzieć na wysokie wymagania odbiorców, zarówno na rynku restauracyjnym, jak i podczas wszelkiego rodzaju wyjazdów i imprez. Rosnący popyt na taką rozrywkę sprawia, że coraz więcej kucharzy i szefów kuchni decyduje się na gotowanie w tej formie. ✕

Oprac. red.



Fot. arch. Bogumił/Przybylak

BOGUMIŁ PRZYBYLAKSzeff kuchni
Cucina 88Polska Inicjatywa Kulinarna
www.polskainicjatywakulinarna.pl

MENU

na bazie afrodyzjaków

Niemal na całym świecie 14 lutego kojarzy się ze świętem zakochanych. To dzień, w który chcemy zrobić coś szczególnego, wyjątkowego dla osoby, którą darzymy szczególnym uczuciem.

Przede wszystkim chodzi o to, aby wspólnie spędzić czas. Wyjście do kina, teatru czy do restauracji to jedno z najbardziej popularnych sposobów. Tak naprawdę nieważne co robimy – ważne, że razem.

Szefowie kuchni najczęściej planują ten dzień zaraz po nowym roku. Chcemy stworzyć ofertę, która zachęci jak największe grono zakochanych do wybrania właśnie tej restauracji. W tworzeniu najsmaczniejszej i najbardziej romantycznej oferty kieruję się kilkoma kryteriami.

Na pewno wykluczam produkty, które mogą uchodzić za kłopotliwe, takie jak wszystkie odmiany fasoli, kapusty, sery dojrzewające czy czosnek. Dania muszą być lekkie, łatwe do zjedzenia i niewymagające używania rąk. Nie chcemy przecież dopuścić do kłopotliwych sytuacji przy stoliku.

Koncentruję się na produktach, które są tak zwanymi afrodyzjakami. Produkty te wpływają na nasze libido i potencję. Oczywiście jednorazowe zjedzenie ostrygi czy truskawek nie robi przełomu w sypialni, natomiast na pewno sprawi nas w dobry nastrój.

W menu walentynkowym powinien być taki wybór dań, aby każdy znalazł coś dla siebie i mógł wspólnie z najbliższą osobą celebrować ten dzień. Uważam, że dobrym pomysłem jest zaczęcie kolacji od aperitif w postaci kieliszka szampana lub prosecco. Bąbelki kojarzą się z luksusem i od razu wprowadzą nas w dobry humor. Kiedy już usiadziemy przy stole będzie na nas czekać amuse bouche – mała przekąska, na pobudzenie apetytu. Aby dopełnić poczucie luksusu, może to być kawior na toście z kwaśną śmietaną. Klasyka zawsze się obroni.

Następnym w kolejności daniem są przystawki. Tu powinna znaleźć się kolejna dawka afrodyzjaków. Pierwsze na mojej liście są ostrygi. Francuskie Belony czy irlandzkie Kelly's są równie smaczne. Podaję świeże z cytryną lub kropelką tabasco. Oczywiście inne owoce morza również są mile widziane. Krewetki argentyńskie w sosie maślanym, mule w białym winie czy małże nowozelandzkie zapiekane z sosem szpinakowym muszą znaleźć się w menu. Dla tych co mają inne gusta, polecam krem z lubczyku z tortellini albo coś bardziej rozgrzewającego nas od środka jak ramen z imbirem i chili. Zawarte w nich

olejki eteryczne podgrzeją krew, a co za tym idzie – atmosferę.

Salatki wszelakie to dania lekkie, które łączą kompromis jedzenia, ale dają duży margines komfortu nieprzejadania się.

Dania w karcie walentynkowej nie mogą być naszpikowane samymi afrodyzjakami. W końcu chcemy doczekać do końca wieczoru.

Lubię jak w menu jest drób. To komfortowa pozycja, którą wybierają mniej zdecydowani. Perliczka z trufkami lub kasztanami, lekkim sosem muślinowym to bardzo dobre danie na wyjątkowe okazje. Mocniejszym i bardziej męskim uderzeniem będzie stek wołowy sezonowany. Antrykot z sosem pieprzowym doda pikanterii i podkreśli męskość.

Pamiętajmy, że z dobrym jedzeniem w dobrym towarzystwie idzie w parze dobre wino. Nie znam lepszego afrodyzjaka, tak wpływającego na nasze zmysły. Polecam zdać się na sommeliera, który odpowiednio doradzi jakie wino wybrać, aby dobrze łączyło się z daniami. ✕

Oprac. red.

Alkohole i koktajle

– baza to podstawa

Jak informuje Związek Pracodawców Polski Przemysł Spirytusowy, w Polsce dynamicznie zmienia się kultura picia alkoholu, zwłaszcza alkoholi mocnych. Polacy piją mniej, ale częściej sięgają po trunki wysokiej jakości: rum, whisky czy gin. Jednocześnie poszerzają swą wiedzę z zakresu foodpairingu i miksologii. Poszukują smaków idealnie dopasowanych do ich gustów. Co więcej – podpatrzono w barach kompozycje drinków chcą serwować w domu amatorsko, korzystając z przepisów dostępnych w sieci, a przygotowanych przez ekspertów fachu.

TRENDY ZA BAREM

Badanie PMR „Rynek HoReCa w Polsce. Analiza rynku i prognozy rozwoju na lata 2023-2028” wskazuje, że alkohol wysokoprocentowy jest zamawiany przez 6 % gości lokali gastronomicznych. Dlatego goście, dla których wódka stanowi pierwszy wybór w lokalu zwracają uwagę przede wszystkim na jakość.

– Sekret Finlandia® Vodka tkwi w wodzie filtrowanej przez

moreny polodowcowe oraz fińskim jęczmieniu, który dojrzewa podczas dni polarnych. Nie bez powodu zdobyła liczne nagrody i uznanie krytyków oraz ekspertów. Dzięki swojej doskonałej jakości oraz lekkiemu i wyrazistemu smakowi, jest idealna w tworzeniu wszechstronnych koktajli. Na przykład Fin Tonic – orzeźwiający i elegancki trunek, który zdobył serca miłośników na całym świecie. Aby go przygotować, potrzeba tylko: 40 ml Finlandia® Vodka, 120 ml Kinley Tonic Water, soku z limonki i świeżych ziół: mięty, bazylii lub rozmarynu – mówi **Karol Kwiecień**, Cluster Brand Manager Finlandia Vodka.

CO MODNEGO W BARZE?

Wiele wskazuje na to, że za chwilę pożegnamy się z zimą, która nawet za barem dyktuje pewne trendy. Goście chętniej sięgają po mocne alkohole na bazie ziół i ich kompozycji, wybierają koktajle rozgrzewające i „prozdrowotne”, chcą poczuć delikatne ciepło „od wewnątrz”. Ale to tylko ramy standardów, poza które coraz chętniej wychodzą

Większość barmanów przyznaje, że najważniejszą zasadą podczas przygotowania drinków jest odpowiedni balans smaków. Odrobina słodczy, ciut goryczki i delikatny posmak alkoholu – wydaje się, że tak właśnie powinien smakować idealny koktajl. W zależności od pory roku i gustów gościa, wiodącą nutą może być orzeźwiająca kwaskowość albo kojarzona z zimowymi klimatami – głęboka słodczy miodu lub syropów i korzennych przypraw. Jednak to baza decyduje, w którą stronę barmańskiej ekwilibrystyki powędrujemy.

barmani, zwłaszcza, że wśród konsumentów rośnie zainteresowanie alkoholami słabszymi czy winami „z bąbelkami” typu prosecco, cava lub szampan. Na ich bazie powstaje jeden z najpopularniejszych drinków – French 75, który skomponowano ponad 100 lat temu.

– Łączy w sobie łagodny i kremowy charakter szampana z nutami cytrusów, a całości dopełniają armaty ziół, które zapewnia użyty w koktajlu gin. Świetnie sprawdzają się dostępne coraz szerzej giny aromatyzowane owocami – podpowiada **Rafał Zawierucha**, kierownik L33 Bistro & Bar w hotelu Liberte 33.

Zresztą pierwsze słoneczne dni sprzyjać będą temu, aby w drinkach stosować coraz więcej takich owocowych nut, które przypomną piękne lato i czas urlopowej beztroski.

Celem tej wyrafinowanej smakowej ekwilibrystyki jest, aby koktajl miał idealny smak, nie był ani zbyt słodki, ani za gorzki, ani zbyt kwaśny. By komponował się ze spożywanym daniem bądź przekąską i zadowalał podniebienie gościa. Nie od dziś wiadomo, że dobrze dobrany alkohol podbija smak potraw, i odwrotnie. Wzrost świadomości konsumenckiej gościa restauracji przyczynia się więc skutecznie nie tylko do wyboru odpowiedniego posiłku, ale także do rozkoszowania się wyrafinowanymi smakami alkoholi mocnych albo wysublimowanymi kompozycjami drinków. Wiele zależy od jego gustu i życzeń, ale jeszcze więcej od wizji i wyobraźni barmana. ✕

Heidi Handkowska



KRYSTIAN SOSNOWSKI

Szef kuchni
Hotel Skipper
Polska Inicjatywa Kulinarna
www.polskainicjatywakulinarna.pl

ZDROWIE NA TALERZU

To trend utrzymujący się już od wielu lat. Wszystko wskazuje na to, że ten rok będzie jego kulminacją, bo wzrasta świadomość społeczeństwa i chęć dbania o własne zdrowie, szczególnie jelit, gdyż jak wiadomo – następstwem zaniedbania kondycji jelit bywają choroby zapalne czy autoimmunologiczne. W związku z tym zalecane jest spożywanie naturalnych probiotyków, które są niczym innym jak żywymi szczepami bakterii namnażającymi dobre bakterie w jelitach. Najlepszymi naturalnymi probiotykami są kiszonki, które produkują na potrzeby restauracyjnej kuchni. Wystawienie takich kiszzonek na brunchu będzie ogromnym atutem i miłym zaskoczeniem dla naszych gości. Pamiętajmy, że przy kiszeniu nic nas nie ogranicza i możemy ukusić prawie wszystkie warzywa i owoce, możemy również bawić się dodatkami, dzięki którym uzyskamy infuzję. Tu świetnie sprawdzą się różnego rodzaju azjatyckie pasty, zioła, kwiaty czy przyprawy, aby nasze kiszzone warzywa miały niepowtarzalną barwę i aromat. Dodatkowo

Brunch

czyli trendy na stołach śniadaniowo-obiadowych

Czym jest brunch? Laik, myśląc o brunchu będzie miał na myśli wczesny lunch. My powiemy o posiłku zjadanym wczesnym przedpołudniem, którego źródła sięgają kuchni anglosaskiej. Określenie brunch powstało z połączenia dwóch angielskich słów: breakfast, czyli śniadanie i lunch, czyli wczesnopopołudniowy obiad. Na brytyjskich stołach gościły zarówno dania znane Polakom z drugiego śniadania, jak też typowo obiadowe. Zdrowy brunch składać się będzie np. z owoców, warzyw, pełnoziarnistych produktów, a także nabiału, ale podkreślonych smakami kuchni świata lub sezonowymi dodatkami.

podkreślimy selekcje naszych przetworów ładną prezentacją i standem z opisem, co to za produkt i jakie dodatki zawiera np.: fasolka szparagowa z chili i koprem, gruszka z hibiskusem i miodem czy kalafior z czerwonym curry.

COMFORT FOOD

Kolejnym trendem, który będziemy obserwować w nadchodzącym roku będzie comfort food, czyli jedzenie w bardzo tradycyjnym stylu, mówiące i przypominające nam skąd pochodzimy, które przywołuje w nas wspomnienia rodzinnego domu czy dzieciństwa. Jedząc roladę, kartacze, grzyby w śmietanie lub truskawki z koglem mogłem, oprócz smaku czujemy często sentyment do miejsca,

w którym rozsmakowywaliśmy się w tych daniach, a najczęściej jest to dom rodzinny. Comfort food to bardzo prosta i regionalna kuchnia, którą możemy zgrabnie przemycić na nasz brunch, organizując co jakiś czas bufety tematyczne jak „Kuchnia Warmii i Mazur”, „Smaki Dolnego Śląska” czy „Skarby kuchni borowiackiej”, gdzie serwowane potrawy pozwolą gościom wrócić wspomnieniami w swoje rodzinne strony.

KOREAŃSKI ZAWRÓT GŁOWY

Wszelkiego rodzaju brunchy mocno podkreślające tematykę danego kraju to również trend rozwijający się od paru lat. Klienci chętnie poznają nowe

smaki. Znają doskonale kuchnię hiszpańską, włoską czy meksykańską, dlatego rok 2024 przyniesie „koreański zawrót głowy”. Podobnie jak kuchnie innych krajów Dalekiego Wschodu, kuchnia koreańska to głównie ryż i makarony z dodatkami, czyli dania zwane banchan, sporządzane z warzyw, mięsa oraz z soi w różnych postaciach. Kuchnia ta jest bogata w aromaty, ciekawe połączenia, dlatego takie dania jak bulgogi, kimchi, gimnap czy street-foodowy hotteok na pewno zasmakują spragnionym nowych doznań kulinarnych gościom.

STACJE LIVE COOKING

Niezmiennym trendem i atrakcją dla naszych klientów będą stacje live cooking, na których możemy serwować pieczone mięsiwa,

makarony, pierogi czy owoce morza lub klasyczne pancake z dodatkami. Taka forma interakcji gościa z kucharzem to jedna z moich ulubionych. W trakcie takich wydarzeń kulinarnych goście czują się zawsze wyjątkowo: gdy z uśmiechem przemierzają salę restauracyjną w poszukiwaniu smacznych potraw, przy okazji chętnie obserwują poczynania kucharza przy pracy, zadają czasem pytania i chwalać się swoimi osiągnięciami kulinarnymi. Taka forma serwisu jest też dodatkową promocją restauracji. Można przy tej okazji nagrać rolkę na TikToka czy zrobić kilka dobrych zdjęć na Instagrama.

Bez względu na obowiązujące trendy, pamiętać należy o przygotowaniu bardzo atrakcyjnego i ozdobionego bufetu, na którym zaprezentujemy gościom nasz

kunszt kulinarny. Zwrócić trzeba uwagę na każdy detal, zachować jednolity ton. Warto tu zaznaczyć, że na rynku jest w tej chwili spory wybór stelaży do budowania bufetów. Wybierać można spośród stojaków stalowych, szklanych i drewnianych. Preferuję połączenie drewna akacjowego z kamieniem, które świetnie komponuje się z naturalnymi składnikami dań i wizualnie ociepla bufet.

Brunch to doskonała okazja do spędzenia spokojnego popołudnia, rozkoszując się bogatym menu przy akompaniamencie nastrojowej muzyki. Naszym zadaniem jest przygotowanie wysmienitych posiłków, by nasi goście mogli delektować się smakiem ulubionych dań i spędzić czas z rodziną i przyjaciółmi. ✕

Oprac. red.

TO ANOTHER GREAT 30 YEARS.

10–12 marca 2024 r.
Düsseldorf, Niemcy

Kup bilety już teraz!



THE WORLD'S NO. 1
International Trade Fair
for Wines and Spirits

Nowe roczniki, nowe wina, nowe trendy - a to wszystko w jednym miejscu. Ciesz się wyjątkową międzynarodową różnorodnością produktów na targach ProWein w Düsseldorfie i przygotuj się na biznes jutro.

Teraz z jeszcze szerszą ofertą międzynarodowych alkoholi: Odkryj ProSpirits!

www.prowein.com



A.S.M. Consulting Duesseldorf s.l.
Przedstawicielstwo Messe Düsseldorf GmbH w Polsce
tel. 0048 22 664 63 14, 22 664 63 15
targi@as-messe.pl promocja@as-messe.pl
www.as-messe.pl



REKLAMA

Jak food halle odpowiadają

na zmiany w świecie gastronomii



Wspólne posiłki od zawsze stanowiły ważny element kultury społecznej i wpływały na rozwój sektora gastronomii. Eksperci Colliers w publikacji pt. „Wspólne jedzenie – wspólne przestrzenie” zarysowują rozwój konceptów gastronomicznych, rolę jedzenia w budowaniu relacji społecznych oraz aktualne trendy. Ponadto wskazują, że wśród szerokiej oferty dostępnej dla konsumentów w ostatnich kilku latach popularne stały się szczególnie food halle. Oferują one unikalne doświadczenia i przestrzenie sprzyjające nawiązywaniu i wzmacnianiu relacji, przez co zyskują na znaczeniu miejsca otwarte w nowoczesnych nieruchomościach, zwłaszcza kompleksach wielofunkcyjnych w centrach miast.

DOSTĘPNE OPCJE

Jak wynika z licznych badań, jedzenie w gronie najbliższych pozytywnie wpływa na nasze zdrowie psychiczne oraz budowanie relacji, zaspokaja potrzebę przynależności i bliskości czy też pomaga w kształtowaniu dobrych nawyków żywieniowych. Dlatego też niezależnie od epoki, wspólne jedzenie pozostaje jednym z najbardziej podstawowych i zarazem niezastąpionych elementów ludzkiej interakcji. A klienci poszukują miejsc, które temu sprzyjają i wpisują się w ich styl życia.

Do jednych z pierwszych przestrzeni w nowoczesnych nieruchomościach, w których

rozwijał się trend social eating, można zaliczyć food courty, które stanowią dodatek do oferty zakupowej centrum handlowego. W ostatnim czasie obserwujemy wiele przemian stref food court, które obejmują m.in. zwiększanie powierzchni, wzbogacanie oferty o nowe, unikalne koncepty, a także zmianę wizerunku czy nawet własny branding – tak jak miało to miejsce w przypadku strefy Food Fyrtel w Poznaniu czy Food-stacji w Pasażu Grunwaldzkim.

We współczesnej kulturze social eating ważne miejsce zajmują food markety. W krajach takich jak Turcja czy Hiszpania są to ważne punkty spotkań dla lokalnej społeczności, miłośników dobrej

kuchni czy turystów. Kolejną ciekawą formę zaaranżowania przestrzeni gastronomicznej stanowią sezonowe targi jedzeniowe czy tzw. seasonal street food.

Coraz bardziej dostrzegalna w gastronomii jest moda na powrót do natury, wynikająca m.in. z rosnącej świadomości ekologicznej konsumentów. Restauracje częściej wykorzystują więc lokalne składniki, oferują sezonowe menu i poszukują ekologicznych alternatyw dla tradycyjnych produktów. Jest to widoczne również w trendzie na al fresco dining, czyli jedzeniu na świeżym powietrzu czy też poprzez rozwijające się ogrody społeczne, które są ciekawą formą rewitalizacji przestrzeni miejskiej w duchu zero waste, a zarazem miejscem integracji lokalnej społeczności.

Współczesne podejście do gastronomii coraz częściej prowadzi do tworzenia innowacyjnych miejsc, które przyciągają zarówno smakiem, jak i atmosferą. W tym kontekście coraz większą popularnością cieszą się food halle. Przestrzenie te często powstają w rewitalizowanych budynkach i unikalnych lokalizacjach, budują społeczność wokół jedzenia i często są wzbogacone o dodatkową ofertę rozrywkową, jak muzyka na żywo czy przestrzeń do organizowania wydarzeń.

– Kiedy myślimy o procesie tworzenia i integracji zróżnicowanych społeczności lokalnych, okazuje się, że wspólne doświadczenia kulinarne i przestrzenie, w których możemy je dzielić, odgrywają istotną rolę w przyciąganiu ludzi do określonej

lokalizacji czy projektu – mówi **Agnieszka Winkler**, Associate Director w Dziale Strategic Advisory w Colliers. – Dobrze zaaranżowane przestrzenie, takie jak nowoczesne food halle, są idealnym przykładem tego, jak odpowiednio zaplanowanie funkcji oraz oferty miejsca może przyczynić się do budowania wspólnoty. Świadczy o tym nie tylko architektura czy udogodnienia, ale także wyjątkowa atmosfera i charakter projektu, które przyciągają ludzi i sprawiają, że czują się częścią większej społeczności – dodaje.

ANATOMIA POLSKICH FOOD HALLI

Food halle to miejsca, gdzie dużą rolę oprócz samego jedzenia gra „experience” – design, klimat, zróżnicowana oferta, wydarzenia, marketing czy charakter lokalizacji – wszystkie te elementy wpływają na ich wizerunek.

– W Polsce są one dynamicznie rozwijającym się segmentem rynku gastronomicznego, oferującym nie tylko unikalne doświadczenia kulinarne, ale także doskonałe miejsca spotkań – tłumaczy **Martyna Szwaia**, analityk w Dziale Strategic Advisory w Colliers. – Wiele z nich stanowi istotny element lifestyle'owych projektów typu mixed-use, wpisując się w obecne trendy. Ich rozwój (na razie) w największych miastach w Polsce, a szczególnie w Warszawie, pokazuje, jak ważne są te przestrzenie dla współczesnego krajobrazu miejskiego i życia społecznego – dodaje.

Wyróżnikiem polskich food halli jest różnorodność i unikalność ich oferty – około 90 % najemców

to koncepty niesieciowe. Z analizy przeprowadzonej przez Colliers na potrzeby publikacji pt. „Wspólne jedzenie – wspólne przestrzenie” wynika, że food halle w Polsce to zazwyczaj jednopoziomowe przestrzenie o powierzchni między 1500 a 3000 m². Podstawą oferty (ok. 75-90 %) są małe, samoobsługowe punkty gastronomiczne. Istotnym elementem są również bary (5-15 %) – co ciekawe, każdy food hall w Polsce dysponuje przynajmniej jednym, a rekordzista, Food Town w warszawskiej Fabryce Norblina, ma ich aż pięć. Kawiarnie lub cukiernie stanowią zazwyczaj do 15 % oferty, a w niektórych food hallach funkcjonują także pełnowymiarowe restauracje z obsługą kelnerską.

NIE TYLKO DUŻE MIASTA

Pionierem wśród polskich food halli była Hala Koszyki, która wyróżnia się formułą funkcjonowania, gdyż łączy punkty gastronomiczne z pełnowymiarowymi restauracjami i innymi punktami usługowymi. Od czasu jej otwarcia koncept ten w Polsce znacznie się rozwinął, szczególnie na terenie Warszawy

i Gdańska, a na rynku pojawili się nowi istotni gracze. Do największych food halli w Polsce należy m.in. Food Town w Fabryce Norblina czy Food Hall Montownia w Gdańsku. Food halle zlokalizowane są głównie w największych miastach Polski (nadal nie wszystkich), ale nowe realizacje, jak Hala Targowa w Bydgoszczy, i zapowiedzi inwestorów pokazują, że trend ten rozszerza się również na miasta regionalne.

Food halle odpowiadają na rozmaite potrzeby różnych grup użytkowników, są inkluzywne, świetnie łączą wspólne spędzanie czasu z rozrywką oraz jedzeniem. Stanowią istotny element większych projektów urbanistycznych, wpisując się w trend na lokalność i różnorodność oferty. Ich dynamiczny rozwój pokazuje, jak ważne są te przestrzenie dla współczesnego krajobrazu miejskiego i życia społecznego. ✕

Oprac. Eliza Marek

AGNIESZKA WINKLER

Associate Director

Dział Strategic Advisory w Colliers

Przyszłość food halli w Polsce kształtuje się wokół koncepcji adaptacji i innowacji, odpowiadając na dynamicznie zmieniające się potrzeby rynku. Zmniejszająca się dostępność powierzchni w centrach miast wymusza na projektach pewną kompaktowość i elastyczność. To wyzwanie staje się okazją do tworzenia bardziej intymnych, nietuzinkowych miejsc, które mogą jeszcze lepiej odpowiadać na potrzeby określonych grup użytkowników.



Fot. Arch. Colliers

Cushman & Wakefield:

Czy rok 2024 przyniesie dalsze ożywienie w branży hotelowej?

W branży hotelowej coraz wyraźniej widać popandemiczne ożywienie. Według Cushman & Wakefield w 2023 r. na polskim rynku obserwowany był konsekwentny wzrost kluczowych wskaźników dotyczących wyników hoteli, co było głównie efektem wzmocnienia popytu krajowego. Ta pozytywna sytuacja powinna mieć kontynuację w bieżącym roku, w którym spodziewana jest też odbudowa liczby noclegów udzielonych gościom zagranicznym. W dużych miastach rynki hotelowe odbudowują się jednak głównie dzięki powracającym wydarzeniom.

– Rok 2023 był wymagający. Obłożenie w hotelach wzrosło względem 2022 r., a klienci byli różni – w wakacje oczywiście zagościło wielu klientów turystycznych, poza sezonem mieliśmy również licznych klientów korporacyjnych – mówi agencji Newseria Biznes **Kamil Sawicki**, Cluster Poland Convention Sales Manager w Leonardo Hotels. – Mieliliśmy też w Warszawie wiele wydarzeń, stąd też pojawiło się dużo dat, kiedy praktycznie cała stolica była pełna i bardzo ciężko było dostać wolny pokój – dodaje.

Jak wynika z raportu Emerson Evaluation („Rynek hoteli i condohoteli w Polsce 2023”), ostatnie trzy lata stanowiły wyzwanie dla polskiego rynku hotelarskiego m.in. ze względu na obciążenia związane z pandemią

COVID-19 i historycznie rekordową inflację, której szczyt przypadł na początek 2023 r. To – w połączeniu m.in. ze wzrostem cen energii i kosztów pracy, spowodowanym kilkoma podwyżkami płacy minimalnej – pociągnęło za sobą konieczność pod-

noszenia cen noclegów. Nie jest on jednak równoznaczny z wyższymi zyskami w branży, ponieważ rosnące koszty utrzymania obiektów i wynagrodzeń pracowników w wielu przypadkach obniżyły realne zyski hotelarzy.

– Aktualnie panująca inflacja ma niestety wpływ na ceny w hotelach. Materiały i żywność cały czas drożeją, koszty pracy też są coraz wyższe, w związku z czym hotelarze muszą podnosić ceny swoich usług noclegowych, restauracyjnych czy konferencyjnych – mówi **Kamil Sawicki**. – Zawirowania ekonomiczne miały też wpływ na naszych gości i klientów. Zauważamy, że klienci bardzo często starają się skrócić pobyty bądź wywalczyć jak najniższą cenę za pobyt w hotelu. Zauważyliśmy też, że mniej pieniędzy wydają na usługi wewnątrz hotelu – dodaje.

Efektom wzrostu cen w hotelach jest m.in. skracanie wyjazdów i rezer-



wowanie ich na ostatnią chwilę. Obecnie w najlepszej sytuacji są hotele ekonomiczne i trzygwiazdkowe. Z drugiej strony, wciąż dużym zainteresowaniem cieszą się hotele luksusowe, co oznacza, że istnieje grupa klientów, która nawet w dobie wysokiej inflacji jest gotowa zapłacić więcej za wypoczynek w ekskluzywnym miejscu.

Rynek cały czas się zmienia, jest bardzo dynamiczny, goście również się zmieniają i musimy za nimi podążyć. Aktualnie zauważamy, że goście chcą być od początku do końca potraktowani bardzo indywidualnie – już od momentu zakładania rezerwacji, podczas pobytu w hotelu, aż do wymeldowania – mówi ekspert Leonardo Hotels.

Jak wskazuje grudniowy raport 2023 „Trends Radar. Nie-ruchomości na fali zmian” firmy Cushman & Wakefield, mimo wyzwań inflacyjnych hotele pozostają rentowne. Przytaczane przez autorów statystyki HotStats wskazują, że całkowite koszty w okresie styczeń – wrzesień 2023 r. w hotelach w Warszawie wzrosły o 25–30 % na pokój, a dzięki silnemu wzrostowi przychodów zysk operacyjny brutto wzrósł od 7 do 17 % w stosunku do analogicznego okresu 2019 r.

Pomimo trudnego otoczenia w branży hotelowej już 2022 r. przyniósł odbicie. Początkowo prognozy były pesymistyczne – przez pierwsze miesiące roku wiele obiektów udostępniało swoje pokoje dla uchodźców z Ukrainy uciekających przed wojną, a goście zagraniczni w obawie przed rozlaniem konfliktu odwoływali urlopy w Polsce. Okres wakacyjny był już jednak intensywny dla rynku hotelowego w związku z dużą liczbą turystów korzystających z urlopu w ojczyźnie – ruch generowany był przede wszystkim przez polskich turystów wypoczywających z rodzinami. Natomiast drugie półrocze 2022 r. przyniosło

dobrych wyniki ze względu na zwiększoną liczbę spotkań biznesowych – hotele są bowiem najczęściej wybieranym miejscem eventów firmowych, konferencji i kongresów. W efekcie przychody i wyniki wypracowane przez ten sektor były zbliżone do tych z przedpandemicznego 2019 roku.

Ożywienie w branży hotelowej potwierdza też grudniowy raport Cushman & Wakefield, z którego wynika, że w 2022 r. sektor zanotował wzrost liczby noclegów o 23 % r/r. Natomiast prognozy na 2023 r. zakładały kolejny wzrost o ok. 5 %. Według analityków tej firmy w ubiegłym roku na rynku hotelowym w Polsce obserwowany był konsekwentny wzrost popytu i kluczowych wskaźników dotyczących wyników hoteli, co było głównie efektem wzmocnienia popytu krajowego. **Ta pozytywna sytuacja powinna mieć kontynuację również w 2024 r., w którym spodziewana jest też odbudowa liczby noclegów udzielonych gościom zagranicznym. Według prognoz liczba noclegów w polskich hotelach ma szansę przekroczyć o 7 % poziom zanotowany w 2019 r.**

Wiele jednak zależy od klienta biznesowego. W dużych miastach rynki hotelowe odbudowują się głównie dzięki powracającym eventom. Według raportu „Trends Radar” widać to właśnie na przykładzie stolicy. Na koniec trzeciego kwartału 2023 r. warszawskie hotele odnotowały znaczący wzrost popytu generowanego ze strony firm – liczba noclegów stanowiła 81 %, a przychody związane z popytem biznesowym 98 % w porównaniu z poziomami z 2019 r. Natomiast popyt konferencyjny w warszawskich hotelach wzrósł w tym czasie o prawie 20 % r/r, choć nadal był o 25 % niższy niż w przedpandemicznym 2019 r. ✕

Oprac. Eliza Marek

DEBAGI
GLOBAL BAKING TECHNOLOGY

**EXPO
SWEET
2024**

WARSZAWA, Prądzyńskiego 12/14



25-28 luty 2024 Warszawa
Zapraszamy na nasze stoisko
hala 3, stoisko 3-25



ascobloc®

alexandersolia
Food processing



PRO ASCOBLOC sp. z o.o.
ul. Szarych Szeregów 22
56-500 Syców

e-mail: proasco@ascobloc.pl

REKLAMA



Fot. arch. Katarzyna Kalinowska

KATARZYNA KALINOWSKA

Prawnik

Kancelaria Adwokata i Doradcy

Restrukturyzacyjnego Paweł Lewandowski

kancelaria@lewandowskikancelaria.pl

www.lewandowskikancelaria.pl

Każdy z nas widział obrazki z wybrzeży oceanów tak szczelnie pokrytych plastikowymi odpadami, że właściwie nie było widać samej wody. Na rodzimych bałtyckich plażach tego nie widzimy, ale nadpodaż opakowań, nie tylko plastikowych, które można poddać skutecznemu recyklingowi przysłuży się nam wszystkim, włączając faunę i florę.

Cel omawianych zmian jest istotny. Wprowadzenie systemu kaucyjnego ma zachęcić konsumentów do zwrotu opakowań po zużyciu produktu, co ma przyczynić się do zwiększenia poziomu recyklingu i zmniejszenia ilości odpadów trafiających na składowiska, a tym samym poprawy katastrofalnego stanu środowiska naturalnego.

Projekt nowelizacji ustawy o gospodarce opakowaniami i odpadami opakowaniowymi, przyjęty 6 czerwca 2023 r. przez Radę Ministrów ma dostosować prawo w tym zakresie do rozwiązań przyjętych przez Unię Europejską. Ustawa z dnia 13 lipca 2023 r. (Dz. U.2023.1852), zmieniająca ustawę o gospodarce opakowaniami

System kaucyjny w gastronomii

Od 1 stycznia 2025 r. wprowadzony zostanie system kaucyjny na jednorazowe butelki z tworzyw sztucznych na napoje oraz opakowania szklane wielokrotnego użytku i puszki metalowe. Puste opakowania konsumenci będą mogli oddać do sklepu, aby odzyskać wcześniej zapłaconą kaucję. A jak to będzie wyglądało w gastronomii?

i odpadami opakowaniowymi z dniem 13 października 2023 r., już w 1. artykule tego aktu uzupełnionego o ust. 5, określa zasady działania systemu kaucyjnego w gospodarce opakowaniami i odpadami opakowaniowymi. Zmiany wynikają z konieczności wdrożenia rozwiązań przewidzianych w przepisach dyrektywy 2019/904 z dnia 5 czerwca 2019 r. w sprawie zmniejszenia wpływu niektórych produktów z tworzyw sztucznych na środowisko, tzw. dyrektywy plastikowej (dyrektywy SUP, ang. single-use plastics).

CZYM JEST SYSTEM KAUCYJNY?

System kaucyjny obejmuje terytorium kraju i w praktyce jest to mechanizm, w ramach którego konsumenci płacą dodatkową opłatę (kaucję) przy zakupie towarów w wybranych opakowaniach, która jest im zwracana w momencie oddania opakowania w punkcie zbiórki. Natomiast na podmioty wprowadzające produkty na rynek, takie jak producenci, importerzy, właściciele marek nakłada nowe obowiązki. Od momentu wejścia w życie nowych regulacji będą oni zobligowani do prowadzenia zbiórki opakowań, osiągania

minimalnych poziomów określonych przez przepisy, a także rozliczania kaucji ze sklepami oraz finansowania kosztów zbiórki wraz z placówkami handlowymi.

O JAKICH OPAKOWANIACH MÓWI USTAWA?

System kaucyjny obejmuje butelki jednorazowe z tworzyw sztucznych, które są przeznaczone na napoje, a jednocześnie ich pojemność nie przekracza 3 litrów. W tej kategorii mieszczą się również zakrętki czy wieczka z tworzyw sztucznych, za wyjątkiem zakrętek i wieczek z tworzyw sztucznych przynależnych do butelek na napoje wykonanych ze szkła lub metalu. Drugą kategorią opakowań objętych systemem kaucyjnym są puszki metalowe o pojemności do 1 litra. W takich puszkach kupujemy napoje gazowane, energetyczne czy też piwo. Trzecia kategoria to butelki szklane wielokrotnego użytku o pojemności do 1,5 litra. Te również klienci będą mogli zwrócić po zużyciu produktu.

JAK JEST WYSOKOŚĆ KAUCJI?

Zgodnie z projektem rozporządzenia Ministra Klimatu i Środowiska w sprawie wysokości kaucji dla poszczególnych rodzajów

opakowań objętych systemem kaucyjnym z dnia 15 listopada 2023 r., opublikowanego w dniu 22 listopada 2023 r. na stronie Rządowego Centrum Legislacji i wydanego na podstawie art. 40m ust. 2, opłata kaucyjna dotycząca wszystkich opakowań objętych systemem wynosić będzie 0,50 zł za sztukę opakowania. W uzasadnieniu rozporządzenia można znaleźć informację o zróżnicowaniu opłat w innych krajach europejskich, jednak kaucja średnio waha się w granicach od 0,07 do 0,25 euro, jednak najczęstszą wysokością kaucji jest kwota ok. 0,10 euro, co odpowiada właśnie kwocie 0,50 zł.

KTO MA OBOWIĄZEK ZBIÓRKI?

Puste opakowania będzie można oddać do sklepu, aby odzyskać wcześniej zapłaconą kaucję. Duże placówki handlowe, o powierzchni powyżej 200 m², będą w tym celu musiały odbierać puste opakowania. Pozostałe placówki handlowe (o mniejszej powierzchni) będą mogły przystąpić do systemu i odbierać opakowania objęte kaucją na zasadzie dobrowolności. Co istotne, o ile kaucja będzie pobierana w każdym sklepie, to o jej zwrot klienti będą mogli ubiegać się jedynie w sklepach objętych systemem kaucyjnym. Pieniądze będzie można odebrać przy kasie lub za pomocą tzw. „recykłomatów”, o ile zostaną zainstalowane w sklepach. System kaucyjny nie będzie wymagał dysponowania paragonem, co ułatwi zwrot i zmobilizuje do pozbycia się butelek w ten właśnie sposób. Na kaucji, która nie zostanie odebrana, przedsiębiorcy nie będą zarabiali, bowiem będzie przeznaczona na finansowanie systemu kaucyjnego.

CO TO OZNACZA DLA BRANŻY HORECA?

Idea systemu kaucyjnego w gastronomii głównie zakłada ograniczenie ilości odpadów

jednorazowych, lądujących ostatecznie w koszu na śmieci. Lokale gastronomiczne, hotele czy inne podmioty z branży HoReCa w związku z nowelizacją ustawy będą musiały doliczać kaucję do napojów zamawianych z opcją na wynos lub z dostawą, właśnie po to, aby zamiast wyrzucania pustej butelki klient mógł ją do restauratora zwrócić. Raczej unikniemy sytuacji doliczenia kaucji za butelkę wody, zamówionej do obiadu spożywanego w restauracji na miejscu. Natomiast do rozważenia pozostają realne problemy „techniczne” z kontrolą sytuacji takich jak wyniesienie na zewnątrz przez klienta zamówionego na miejscu napoju. Wydaje się jednak, że pozostały po pandemii COVID-19 trend zamawiania jedzenia na wynos spowoduje, iż ostatecznie ustawodawca będzie musiał rozszerzyć krąg podmiotów obowiązanych do naliczania kaucji również na przedsiębiorców z branży gastronomicznej i hotelarskiej, co zakończy się doliczaniem kaucji do każdego rachunku.

Nadto wyzwaniem może się okazać konieczność magazynowania pustych butelek i puszek do momentu ich odbioru przez dystrybutora bądź zwrotu do hurtowni. Będzie to wymagało stworzenia dodatkowej przestrzeni, pozwalającej na zbieranie, czyszczenie i przechowywanie pustych opakowań, co wymagać będzie także przeprowadzenia odpowiednich szkoleń personelu.

Oprócz aspektów ekologicznych, wprowadzenie tego systemu może pozytywnie wpłynąć na wizerunek marki, zaangażowanie klientów i przyciągnięcie osób,

dla których ważne są kwestie ekologiczne. Zwracanie pustych opakowań i otrzymywanie zwrotu kaucji będzie aktem współodpowiedzialności w walce z problematyką odpadów i może zjednać coraz bardziej świadomych konsumentów. Z pewnością pozytywnie wpłynie to na zacieśnianie społeczności lokalnych.

Miejmy nadzieję, że Polsce uda się osiągnąć poziom odzyskania odpadów na poziomie takim jak np. w Niemczech, tj. 97 %. Co prawda u naszych sąsiadów system kaucyjny ma już 20 lat, ale liczyć należy, że w związku z coraz większą świadomością proekologiczną Polaków, dużo szybciej zauważymy niekwestionowane zalety wprowadzanych w przyszłym roku rozwiązań. ✕

Oprac. red.





PROFESJONALNY SPRZĘT TO PODSTAWA

Prowadzenie lokalu gastronomicznego to zajęcie, które pochłania mnóstwo czasu i energii, wymaga też dużej dozy cierpliwości. Właściciele restauracji, barów czy kawiarni podkreślają często jednak, że biznes ten, choć trudny, daje wiele satysfakcji, a zadowolenie gości i zaangażowanie pracowników motywują do dalszych działań, w tym inwestycji usprawniających pracę.

Co składa się na sukces w tej branży? Doskonała kuchnia to podstawa, podobnie jak miła, profesjonalna obsługa i wysokie standardy higieny. Nie bez znaczenia będą stylowo urządzone wnętrza i niepowtarzalna atmosfera. W wielu dziedzinach pierwsze wrażenie jest najważniejsze – tu także. Jeśli wizyta w restauracji jest przyjemnym doświadczeniem, bardzo prawdopodobne, że klient odwiedzi lokal ponownie. Często zapominamy jednak, że za tym wszystkim, co powoduje pozytywny odbiór danego miejsca, kryje się sprawna organizacja pracy, a tego w zasadzie nie można dziś osiągnąć bez odpowiedniego wyposażenia.

– Przez lata współpracy z szefami kuchni, managerami i specjalistami branży przekonałem

się, że wysoka efektywność w biznesie gastronomicznym wynika nie tylko z umiejętności kulinarnych, dobrej organizacji czasu i zarządzania personelem. Kluczowe są narzędzia automatyzujące pracę, a tym samym przyczyniające się do oszczędności czasu, pieniędzy i... personelu – twierdzi **Marcin Wajda**, dyrektor komunikacji i marketingu Winterhalter Gastronom Polska.

Wyposażenie kuchni w urządzenia, takie jak zmywarki, piece konwekcyjno-parowe, roboty kuchenne oraz zaawansowane systemy chłodnicze, znacząco podnosi wydajność pracy. Mądra automatyzacja pozwala wykorzystać potencjał zespołu, zmniejsza ryzyko wypalenia zawodowego i przyczynia się do budowania silnej marki.

– Obserwujemy wyzwania z jakimi na co dzień borykają się szefowie kuchni i proponujemy rozwiązania ułatwiające im pracę – mówi **Anna Pycińska**, dyrektor marketingu w firmie Rational. – Na przykład mycie urządzeń. Piec konwekcyjno-parowy z opcją iCareSystem AutoDose uruchamia się albo o określonej godzinie, na przykład zawsze po zamknięciu lokalu, albo po naciśnięciu przycisku. W ustawieniach mycie można zaprogramować oddzielnie dla każdego dnia w zależności od wykorzystania urządzenia lub zgodnie z harmonogramem tygodniowym. iCombi Pro automatycznie pobiera chemię myjącą i pielęgnacyjną w wymaganej ilości z umieszczonych w urządzeniu zasobników. Jest to opcja zwiększająca bezpieczeństwo pracy, oszczędzająca czas i zapewniająca bezpieczeństwo higieniczne HACCP – dodaje.

Profesjonalny sprzęt jest potrzebny niezależnie od skali prowadzonej działalności – czy to elegancki hotel, sieć restauracji, czy też mała kawiarnia albo punkt typu fast food. Wysokiej jakości wyposażenie oraz dopasowanie do potrzeb obniża koszty utrzymania, pozwala zyskać na czasie i skupić się na przygotowaniu i wydawaniu posiłków.

W PIERWSZEJ KOLEJNOŚCI

Chłodziarka, zamrażarka, zmywarka, ekspres do kawy, okap, robot kuchenny, piec konwekcyjno-parowy – lista sprzętów może różnić się od siebie w zależności od specyfiki lokalu i rodzaju serwowanych dań. Aby zadbać o wydajną i dokładną pracę oraz zadowolenie gości, najlepiej zdecydować się na wyposażenie wszystkich pomieszczeń w niezbędne urządzenia i meble.

W przypadku restauracji kuchnia i zaplecze kuchenne mają tych potrzeb najwięcej, inwestycji wymagają też wnętrza socjalne i porządkowe, sala konsumpcyjna i zaplecze techniczne. Co jednak w sytuacji, gdy decydujemy

się tylko na doposażenie lub wymianę sprzętu na nowszy?

– Zapytany, które z urządzeń zaplecza kuchennego jest najważniejsze, odpowiadam, że zmywarka – mówi **Marcin Wajda**.

– Pomimo wielu lat pracy z technologią Winterhalter wciąż jestem pod wrażeniem jej możliwości. Najważniejsze to ekstremalnie krótki czas mycia dużej ilości naczyń oraz opcja monitorowania pracy urządzenia online – dodaje.

Wybierając niezbędny sprzęt i urządzenia do gastronomii, warto postawić na producentów, którzy gwarantują produkty wysokiej jakości, cieszą się zaufaniem oraz posiadają dobre zaplecze serwisowe. Najlepiej zdecydować się na modele łatwe w utrzymaniu czystości oraz takie, które będą gwarantować optymalną wydajność do potrzeb i możliwości.

Precyzując te ostatnie, pod uwagę bierzemy nie tylko dostępną powierzchnię, a więc wielkość zaplecza, lecz także liczbę pracowników i potencjalnych gości.

ZYSKAĆ WIĘCEJ

Niezależnie od tego, czy wybór sprzętu konieczny jest już na etapie projektu, czy też wyposażamy lokal stopniowo lub wymieniamy tylko niektóre urządzenia, profesjonalne rozwiązania to istotna inwestycja, a decyzję powinna poprzedzać analiza ofert oraz dokładne rozeznanie w warunkach proponowanych przez poszczególne firmy. Warto zwrócić uwagę przede wszystkim na aspekt energooszczędności (niektóre rozwiązania pozwalają



z miłości do
Zmywania

Wynajmij

profesjonalną zmywarkę
gastronomiczną



winterhalter®



**Najwyższej jakości
zmywarki.**

Całkowicie niezawodne.
Ekonomiczne.
Ergonomiczne i łatwe
w obsłudze.

Dlaczego warto?



Umowa
bez pośredników



Brak inwestycji
na start



Gwarancja i serwis
przez cały okres
najmu



Bezpłatna
dostawa, montaż
i konfiguracja

Sprawdź ofertę dla swojego biznesu:
wynajmijzmywarke.pl



**wynajmij
zmywarke.pl**

REKLAMA

zmniejszyć zużycie energii elektrycznej w kuchni restauracyjnej nawet o ponad 50 %) czy też zużycia wody, zapoznać się z warunkami gwarancji oraz obsługi pogwarancyjnej. W niektórych sytuacjach kluczowe mogą okazać się np. warunki finansowania – są na rynku oferty długotermini-

sprzętów w gastronomii trwałość i ciągłość pracy jest niezwykle ważna. Tym bardziej że na co dzień będą one intensywnie używane, narażone na trudniejsze warunki, awarie i uszkodzenia mechaniczne.

Co jeszcze wyróżnia najlepsze urządzenia? Na pewno wielozada-

konwekcyjno-parowych, zmywarkach, okapach czy urządzeniach chłodniczych. Dodatkowym atutem takiego wyposażenia powinna być łatwość serwisowania i wsparcie szkoleniowe.

– Bez pieca konwekcyjno-parowego w kuchni trudno sprostać bieżącym wyzwaniom, jeśli chodzi o ilość i jakość personelu. Dodatkowo takie urządzenie jest niezwykle energooszczędne. Oszczędza także wodę, czas oraz surowce, ograniczając ilość strat podczas produkcji.

Taki jest iCombi Pro, dzięki któremu możemy serwować dania, które zawierają 95 % mniej tłuszczu, nawet o 40 % mniej kalorii (w porównaniu z tradycyjnymi sprzętami kuchennymi), a przy tym generują mniej odpadów żywnościowych, a także

wiążą się z mniejszą nadprodukcją i niższymi kosztami eksploatacji – mówi **Anna Pycińska**, National Marketing Manager w firmie Rational.

W STRONĘ PRZYSZŁOŚCI

Wybór profesjonalnego wyposażenia to w zasadzie w przypadku lokalu gastronomicznego konieczność – każdy szczegół

wpływa na zadowolenie klientów i wizerunek restauracji, a trudno zapanować nad wszystkim, kiedy nie można przygotować odpowiedniej ilości potraw czy zapewnić w krótkim czasie nieskazitelnej czystości naczyń i akcesoriów.

Zdaniem **Marcina Wajdy**, wybór sprzętu najwyższej klasy oznacza krok w stronę przyszłości branży gastronomicznej – to zarówno podnoszenie standardu usług, jak i przyczynianie się do zrównoważonego rozwoju i lepszego samopoczucia pracowników kuchni.

Jakie jeszcze korzyści może przynieść inwestycja w nowoczesne wyposażenie? Oprócz różnych aspektów oszczędności, optymalnego wykorzystania dostępnej przestrzeni i ograniczenia marnotrawstwa żywności, wysokiej jakości sprzęt daje po prostu więcej możliwości w codziennej pracy. Wynika to stąd, że jest dostosowany do potrzeb gastronomii, a więc trwały, odporny na wysokie temperatury oraz wilgoć, przygotowany do ciągłego działania, łatwy w utrzymaniu w czystości i wyposażony w dodatkowe, przydatne funkcje. Świadomość takiej profesjonalnej pomocy w kuchni może być jednym z czynników pozwalających prowadzić biznes bez obaw o najbliższą przyszłość. ✕

Beata Woźniak



nowego wynajmu sprzętu, co pozwala uniknąć większych wydatków na start.

Zamawiając wyposażenie, pamiętajmy, by przyjrzeć się też parametrom technicznym. Warto zainwestować w urządzenia wysokiej jakości, ponieważ będzie można z nich korzystać dłużej – oszczędność w tej kwestii po pewnym czasie zwykle okazuje się oszczędnością pozorną, a w przypadku

nowość i nieprzeciętna funkcjonalność – często dopiero w praktyce, po pewnym czasie, okazuje się, jak wiele możemy zyskać np. na intuicyjności obsługi, specjalnych sondach, zautomatyzowanych systemach i sterowaniu komputerowym, które dostępne są w coraz większej gamie sprzętów. Tego typu nowoczesne rozwiązania techniczne znajdziemy m.in. w piecach

Konkurs kuchni roślinnej

ZŁOTY KARCZOCH

O najnowszych pomysłach w gastronomii, prognozach na kolejne trendy i wege akcjach rozmawiamy z Katarzyną Gubałą, wege ambasadorką GastroTargów SMAKKi i przewodniczącą jury kulinarnego konkursu „Złoty Karczoch”, nad którym „Poradnik Restauratora” objął patronat medialny.

Heidi Handkowska: Skąd pomysł na konkurs z kuchnią wege?

Katarzyna Gubała: Kuchnia roślinna z każdym rokiem nabiera w Polsce rozpędu. To światowy trend, który szczególnie intensywnie widać w naszym kraju. Coraz więcej restauracji oferuje dania kuchni wegetariańskiej i wegańskiej, coraz częściej na bufecie śniadaniowym znajdziemy choćby kącik dedykowany zielonej kuchni. Konkursem „Złoty Karczoch” chcemy zachęcić kucharzy i kucharki do pokazania swoich roślinnych dań, popisania się kulinarnymi umiejętnościami i przybliżenia wege tematów szerszej publiczności. 20 półfinałistów zaprezentuje się przed jury technicznym i degustacyjnym. Co mnie osobiście napawa dumą, to nagrody. Do wygrania są wspólne dni spędzone z członkami jury, znamienitymi szefowymi i szefami kuchni w ich miejscach pracy: restauracjach i hotelach. To kilkudniowe pobyty w gwiazdkowych hotelach z propozy-

cją wspólnych działań na kuchni. Każdy kucharz wie, jak czasami trudno dostać się na staż, nauczyć się czegoś ciekawego w swoim fachu lub po prostu wyrwać na chwilę z miejsca pracy. Dlatego wpadłam na pomysł voucherów pobytowych z osobą towarzyszącą. Taki twórczy pobyt na pewno zainspiruje i doda skrzydeł w działaniach każdej ze stron. Oczywiście mamy też wiele innych nagród, ale uważam, że prezent w postaci czasu spędzonego na kuchni z kolegą lub koleżanką po fachu, a wieczorem basen lub sauna z osobą towarzyszącą jest naprawdę atrakcyjną nagrodą.

Czy trend wege w najbliższych latach się utrzyma?

Uważam, że jesteśmy gdzieś dopiero w połowie drogi związanej z kuchnią roślinną. Cały czas

czekam na mocniejsze rozwinięcie aspektów ekologicznych związanych z wege tematami w branży HoReCa. Nie tylko ważne jest tworzenie menu bez mięsa. Dla mnie o wiele ważniejszymi są aspekty zdrowotne i ekologiczne, czyli jakość produktu, jego pochodzenie, etyka uprawy, wpływ na klienta, jego zdrowie i dobrostan. To wszystko przed nami. Większość szefów i szefowych kuchni, których znam chciałaby tworzyć na talerzu małe dzieła sztuki. Zdają sobie sprawę, że do tego potrzebny jest odpowiedni jakościowo produkt. Warzywa i owoce z ekologicznej uprawy, jadalne kwiaty czy zioła z grządki przy restauracji potrafią podnieść walor dania o kilka punktów. Problemem oczywiście zawsze jest cena. To ona ogranicza gastronomię w podniesieniu jakości produktów wchodzących w skład dania. Kolejne kryzysy też nie pomagają. Czekam na moment, w którym kucharza nie będzie ograniczał budżet. Będzie mógł tworzyć z produktów od lokalnych dostawców, z małych manufaktur, gdzie dba się o jakość i ręczy za nią własnym nazwiskiem. Trend ekologiczny zatem to nie tylko skrupulatne liczenie kilometrów jakie przeleciało awokado na nasz stół. To także możliwość dania pracy małym rzemieślnikom, sadownikom, dostawcom lokalnych miodów, pieczywa czy warzyw. Nadal jeszcze nie stać na to większości restauracji, a to właśnie są kolejne trendy. Szeroko pojęty slow food, ekologia, zdrowie i dobrostan. ✕



Fot. Arch. Katarzyna Gubała

Konkurs „Złoty Karczoch”
20 marca – GastroTargi SMAKKi
Hala Expo w Warszawie

MARZEC

20



Fot. Daniel Miśko

Olimpiada Kulinarna IKA 2024

NARODOWA REPREZENTACJA POLSKI KUCHARZY – SENIORZY:

- » Bartosz Peter – kapitan
- » Marcin Gruszka – kucharz
- » Maciej Hippler – kucharz
- » Sebastian Plasota – kucharz
- » Tomasz Ziółkowski – kucharz
- » Michał Świerad – cukiernik
- » Angelika Chwyć – cukiernik
- » Łukasz Wódz – asystent
- » Wojciech Waliszewski – asystent

NARODOWA REPREZENTACJA POLSKI KUCHARZY – JUNIORZY:

- » Bartosz Peter – kapitan
- » Weronika Gurynow – kucharz
- » Nikita Vikhrov – asystent
- » Anna Kochańska – asystent

Praktyczna wiedza, umiejętność współpracy i wysoka odporność na presję czasu – to cechy, którymi muszą wykazać się szefowie kuchni biorący udział 2-7 lutego w Olimpiadzie Kulinarnej IKA w Stuttgarcie.

W tegorocznej edycji olimpiady uczestnicy zmierzają się w dwóch konkurencjach: Restaurant of Nations (przygotowanie trzech dań dla ponad 100 gości) oraz Chef's Table (sporządzenie od podstaw rozbudowanego menu dla 12 osób). Zespołowi z Polski przewodzą **Bartosz Peter** (kapitan drużyn) oraz **Sebastian Krauzowicz** (manager). Oto skład poszczególnych drużyn powołanych przez OSSKiC.

– Chcemy być przygotowani w stu procentach, dlatego już od kwietnia tego roku spotykamy się w pełnym składzie w Instytucie Kulinarzym Transgourmet. To właśnie tu rozwijamy swoje umiejętności i sprawdzamy, jak w praktyce radzimy sobie z zadaniami konkursowymi – mówi **Bartosz Peter**, kapitan drużyn, ekspert w Instytucie Kulinarzym Transgourmet. Partnerami strategicznymi Narodowej

Reprezentacji Polski Kucharzy są Transgourmet Foodservice i Selgros HoReCa.

Olimpiada Kulinarna IKA jest organizowana od niemal 125 lat, co czyni ją jednym z najstarszych i najbardziej

prestiżowych konkursów tego typu. Poprzednia edycja wydarzenia odbyła się w 2020 roku w Stuttgarcie i wzięło w niej udział niemal 1800 uczestników z 67 krajów. ✕

Oprac. red.



Fot. Daniel Miśko

LUTY

25-28

Targi Expo Sweet

Expo Sweet to największe w Polsce targi branży cukierniczej i lodziarskiej. Rozpoczną się w niedzielę 25 lutego i potrwać 4 dni, aż do 28 lutego. Organizatorzy oprócz części targowej i Otwartego Konkursu Dekoracji Cukierniczych (pula nagród to aż 50 tys. zł) zaplanowali także liczne konkursy rangi mistrzowskiej:



Mistrzostwa Polski w Przygotowaniu Deseru – konkurs dla kucharzy i cukierników (nagrody o wartości 10 tys. zł), Mistrzostwa Polski Uczniów Szkół Cukierniczych, Mistrzostwa Polski w Mazurkach Wielkanocnych oraz liczne pokazy, w tym prezentacja tortu, który zdobył mistrzostwo świata w Me-diolanie 2023. Regulamin i zgłoszenia na stronie www.exposweet.pl/konkursy.

PATRONAT
MEDIALNY



Fot. Edward Trzeciakiewicz Good Lookin Food

PATRONAT
MEDIALNY

Charytatywne Garowanie dla Fundacji im. ks. Jana Kaczkowskiego

12 stycznia w restauracji Bukszpryt hotelu Skipper w Rewie odbyła się kolacja „Charytatywne Garowanie dla Fundacji Księdza Kaczkowskiego”. W ramach Projektu Paka podopieczni Okręgowego Ośrodka Wychowawczego w Pszczynie-Łące wraz z szefami kuchni tworzyli

smakowe arcydzieła. Kolację charytatywną specjalnie dla darczyńców przygotowali szefowie kuchni: Patryk Galewski, Jakub Steuermark, Sebastian Cichy, Diana Volokhova, Dominik Karpik, Michał Soliwoda i Krystian Sosnowski (gospodarz). O odpowiedni dobór win zadbał

sommelier Grzegorz Bilot. Serwis realizowali uczniowie ze szkoły im. Hipolita Roszczynialskiego w Rumii w asyście kelnerów hotelu Skipper. W rolę prowadzącego wcielił się Paweł Gruba. Jak podkreślają organizatorzy, w związku z realizacją inicjatywy, udało się zebrać 77 tys. zł, które wpłyną na konto Fundacji im. ks. Jana Kaczkowskiego.



Fot. Edward Trzeciakiewicz Good Lookin Food



Fot. Edward Trzeciakiewicz Good Lookin Food

Adam Anikiel szefem kuchni w Klonn

Adam Anikiel został nowym szefem kuchni w restauracji Klonn w Warszawie. Współtworzył koncepty kulinarne w prestiżowych lokalach takich jak m.in. The Ledbury w Londynie, The Farm w Warszawie oraz Concept 13. – Ogromną radość sprawia mi gotowanie. Kocham swoją pracę. To jest wspaniałe, nieustannie poznawać ciekawych ludzi i dobrze ich karmić – polska



Fot. Arch. FB Restauracja Klonn



wołowina, jagnięcina, warzywa z lokalnych gospodarstw i ryby z czystych akwenów. Nie zabraknie również owoców morza i innych produktów z dalszych regionów świata. Ważne, aby wszystko było w zgodzie z naturą i zdrowym rozsądkiem. Dobry produkt, dobry zespół i samo się robi – mówi **Adam Anikiel**.

Team Poland w drodze do Trondheim

MARZEC

19-20

Przed nami kolejna edycja Bocuse d'Or Europe 2024. Czy kraj Wikingów okaże się dla naszego zespołu szczęśliwy, tego dowiemy się 19-20 marca w Trondheim. W tym roku polskim reprezentantem jest szef Kamil Tłuczek, który sięgnął w listopadzie 2023 r. po złotą statuetkę w krajowej selekcji. Teraz przed nim i Patrycją Szczepaniak (pomocniczką) nie lada wyzwanie.

Międzynarodowa scena kulinarna budzi respekt, a wystąpienie przed szeroką publicznością i znacym profesjonalnym gronem jurorskim, z pewnością nie należy do łatwych.



Fot. Łukasz Korab Media

– Znając już tematy obowiązkowe, wiem, że lekko nie będzie. Na pewno ta europejska edycja będzie inna niż wszystkie do tej pory i od finalistów będą wymagane nie lada umiejętności, jeśli chodzi o kulinarny pomysł na prezentację oraz technikę wykonania. Tegoroczna europejska selekcja po raz kolejny udowodni i potwierdzi, że jest to konkurs numer 1 na świecie dla prawdziwych kulinarnych gigantów. Mamy mocny zespół z kilkudziesięcioletnim doświadczeniem w gastronomii i wielu konkursach kulinarnych, który poradzi sobie doskonale w Trondheim, choć konkurencja jest duża, dlatego trzeba być przygotowanym na 120 % – mówi **Adam Chrzastowski**, Head Chef Akademii Bocuse d'Or Poland.

PATRONAT
MEDIALNY

Kandydaci będą mieli do przygotowania dwa dania w 14 porcjach: jedno – serwowane wyłącznie na talerzu, wydane po 4 godzinach i 55 minutach od rozpoczęcia konkursu oraz drugie danie zaprezentowane na paterze i wydane po 5 godzinach i 35 minutach.

Produkty obowiązkowe do przygotowania dania na talerzu to mięso z renifera oraz Aquavit Linie (zaprezentowane na dwóch osobnych talerzach, ale wyserwowane jednocześnie), zaś tematami obowiązkowymi dania na paterze są: skrei, eskalopki i stockfish, które mają zostać podane w akompaniamencie dwóch dowolnych dodatków oraz trzeciego zaprezentowanego w osobnym naczyniu.

Liczymy, że na trybunach nie zabraknie kibiców z Polski i ogromny doping biało-czerwonych wybrzeży 19 marca w centrum konferencyjnym Spektrum w Trondheim.

PAPIER TO CENIONE ŹRÓDŁO WIEDZY

80%



CZYTELNICY W WIEKU 13-24 LAT KUPILI W 2022 R.
80% KSIĄŻEK W WERSJI PAPIEROWEJ
A TYLKO 14% W WERSJI ELEKTRONICZNEJ*

**Nielsen
BookData**

Connecting the book industry with our data

* dane z Wielkiej Brytanii

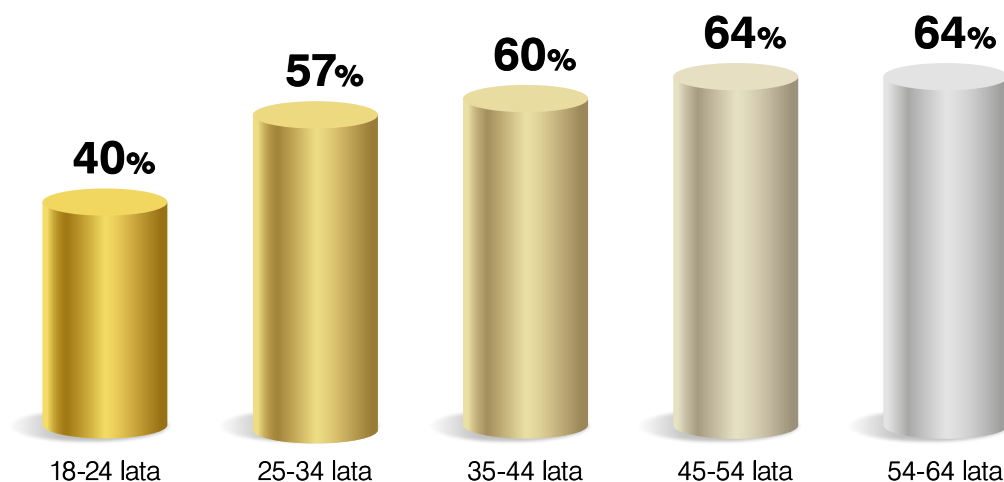
70,3%

PROFESJONALISTÓW BRANŻY HORECA ZRZESZONYCH W STOWARZYSZENIACH
KULINARNYCH W POLSCE UWAŻA PRASĘ GASTRONOMICZNĄ ZA SKUTECZNE
NARZĘDZIE KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ (ANKIETA 09'2022)

KONSUMENTCI – TAKŻE NAJMŁODSI – RÓWNIEŻ CENIĄ SOBIE
INFORMACJE O PROMOCJACH NA PAPIERZE (PANEL BADAWCZY ARIADNA, 2023)*

STRUKTURA DEMOGRAFICZNA CZYTELNIKÓW PAPIEROWYCH GAZETEK REKLAMOWYCH

Źródło: Ogólnopolski Panel Badawczy Ariadna, 31 marca – 14 kwietnia 2023, CAWI (N=1047)



* Dane z badania „Gdzie najczęściej szukasz informacji o promocjach?”

Inne media, w tym reklama online i aplikacje sieci handlowych nie przekroczyły progu 39%.

MARZEC

15-17

Arte Culinaria Italiana

15-17 marca w Mikołajkach odbędzie się XVII Konkurs Włoskiej Sztuki Kulinarnej „Arte Culinaria Italiana”. Konkurs ten to jeden z najbardziej prestiżowych konkursów kulinarnych odbywających się w Polsce, a jego uczestnicy to kucharze z wielu uznanych restauracji i hoteli z całego kraju. Podczas konkursu spotkają się największe w Polsce autorytety w tej dziedzinie, młodzi adepci sztuki kulinarnej, znane gwiazdy telewizyjne oraz pasjonaci kuchni włoskiej. Konkurs ten służy promocji obiektów hotelarsko-gastronomicznych związanych z kuchnią i kulturą włoską oraz prezentacji firm oferujących wysokojakościowe produkty. Przypomnijmy, że autorem, pomysłodawcą i organizatorem konkursu jest Giancarlo Russo, a Hotel Robert's Port Lake Resort & SPA **** w Mikołajkach współorganizuje wydarzenie. W konkursie może uczestniczyć 12 ekip kucharzy



w składzie dwuosobowym. Uczestnikami mogą być kucharze pracujący aktualnie w zawodzie bez względu na zajmowane stanowisko i wiek. Wszystkie zgłoszenia należy przysyłać do dnia 23 lutego na adres e-mail: konkurs@giancarlo.pl DW: szulba@tlen.pl.

PATRONAT
MEDIALNY

PAŹDZIERNIK

4-6

Czas na rybę!

Czas na rybę! to ogólnopolski konkurs kulinarny dla szefów kuchni i uczniów szkół gastronomicznych, który co roku odbywa się na Zamku Książęcym w Niemodlinie. Celem konkursu jest popularyzacja karpia. Tegoroczna edycja konkursu odbędzie się w dniach 4-6 października.

PATRONAT
MEDIALNY

W pierwszy dzień o zwycięstwo na najlepszą potrawę z karpia opolskiego powalczą uczniowie szkół gastronomicznych, natomiast w drugi dzień szefowie kuchni. W ostatnim dniu przewidziane jest forum dyskusyjne pt. „Smaczna przemiana karpia”. Organizatorami konkursu są: Grupa Rybacka „Opolszczyzna”,



Polski Karp Sp. z o.o., Zamek Niemodlin i Kamil Klekowski – Edukacja od Kuchni.

Coca-Cola HBC Polska rozszerza portfolio

30 stycznia w Fabryce Norblina w Warszawie odbyła się premiera nowej marki w portfolio Coca-Cola HBC Polska. Do oferty dołączyła marka Three Cents. Produkty te uzupełniają rozwijającą się w ramach kolekcji firmy kategorię napojów gazowanych dla dorosłych – w ciągu ostatniego roku jej wartość rynkowa w Polsce urosła o 13 %. Three Cents to rzemieślnicze miksery stworzone przez barmanów dla barmanów. Powstające bez użycia konserwantów i sztucznych barwników, a ich szeroka gama smaków tworzona jest na bazie ziół i owoców. Dzięki wysokiej jakości, naturalnym smakom i aromatom oraz unikatowemu poziomowi nagazowania, stały się pierwszym wyborem profesjonalistów już w 36 krajach na świecie, w tym 13 rynkach Coca-Cola HBC. W Polsce sprzedaż tych mikserów



(10 różnych smaków) rozpoczęła się 1 lutego. Już wkrótce będzie można je znaleźć w najbardziej prestiżowych hotelach, restauracjach i koktajl barach w Warszawie oraz Krakowie, a w miarę rozwoju marki także w innych polskich miastach. Poradnik Restauratora uczestniczył w tym wydarzeniu.

KWIECIEŃ

17-19

Targi Gastro-Hotel

32. edycja targów Gastro-Hotel odbędzie się w dniach 17-19 kwietnia na terenie Hali Millenium w Kołobrzegu. – Targi to możliwość spotkań pomiędzy wystawcami, czołowymi producentami i liderami rynku gastronomiczno-hotelarskiego a osobami z branży związanymi na co dzień z gastronomią oraz hotelarstwem. W trakcie każdej edycji targów dokładamy wszelkich starań, aby przygotować dla naszych



gości kompendium wiedzy o nowościach i trendach branżowych, a także szereg atrakcyjnych punktów programu, m.in. ciekawe pokazy, konkursy, szkolenia i degustacje – mówi **Małgorzata Kryszak**, dyrektor targów Gastro-Hotel. Wstęp na targi jest bezpłatny.

CZERWIEC

11

Wielkopolski Kucharz Roku

11 czerwca w Hotelu Edison w Baranowie k. Poznania odbędzie się konkurs im. Rafała Jelewskiego – Wielkopolski Kucharz Roku. Organizatorzy liczą na to, że do rywalizacji o Puchar Prezydenta Miasta Poznania Jacka Jaśkowiaka oraz nominację do XXII edycji Kulinarnej Pucharu Polski staną wybitnie uzdolnieni, ambitni

pasjonaci sztuki kulinarnej z całej Polski, którzy tym samym uczczą pamięć patrona konkursu śp. Rafała Jelewskiego. Termin nadsyłania zgłoszeń upływa 25 kwietnia – wkr_konkurs@wp.pl. Zadaniem uczestników będzie przygotowanie dwóch potraw konkursowych: chłodnika wegetariańskiego oraz dania głównego z użyciem produktów obowiązkowych: boczku lub karkówki z wieprzowiny rasy



złotnicka pstra, chrzanu oraz marchwi.

Wielkopolski Kucharz Roku – Konkurs im. Rafała Jelewskiego zakwalifikował się do finału konkursu Special Events in the World. Ogłoszenie wyników odbędzie się podczas uroczystej Gali Award 15 lutego w Austin (USA).



Mistrzostwa Polski w Przygotowaniu Deseru – zakwalifikowane drużyny

Mistrzostwa Polski w Przygotowaniu Deseru odbędą się trzeciego dnia targów Expo Sweet tj. we wtorek 27 lutego w Centrum Expo XXI w Warszawie. Oficjalne rozpoczęcie nastąpi o godz. 10. Zespoły, które zakwalifikowały się do mistrzostw to: Akita Ramen z Krakowa – Krystian Chlebowski i Marcin Wrona; Kaiser Patisserie ze Słupska – Paulina Dąbrowska i Vyacheslav Khimich; Hotel Hilton restauracja Mercato z Gdańska – Katarzyna Arendarczyk i Mateusz Fiszer; Słodkie Pasje Małgorzaty z Ławicy – Małgorzata Janasz i Przemysław Skibiński; Restauracja Przyszań & Marina z Wrocławia – Krzysztof Winkler i Beata Oblińska; Promo Catering

LUTY

27

by Wojciech Bednarek z Sokolnik – Wojciech i Lidia Bednarek. Każdy zespół przygotowuje dwa zestawy po osiem sztuk identycznych deserów restauracyjnych à la carte. Pierwszy zestaw ośmiu deserów to desery wykonywane z dowolnym użyciem czekolady, bez innych ograniczeń. Natomiast drugi zestaw

powinien mieć charakter deserów owocowych i musi być wykonany bez składników pochodzenia zwierzęcego. Laureatom przyznane zostaną nagrody: I miejsce – czek o łącznej wartości 5 tys. zł; II miejsce – czek o wartości 3 tys. zł; III miejsce – czek o wartości 2 tys. zł. Organizatorem konkursu jest Expo Sweet EZIG – Europejskie Zgrupowanie Interesów Gospodarczych.



Fot. arch. Expo Sweet

Ernest Jagodziński trenerem Bocuse d'Or Team Poland

Ernest Jagodziński został oficjalnym trenerem Bocuse d'Or Team Poland 2024. Wesprze naszego kandydata – Kamila Tłuczka – w przygotowaniach do startu w Norwegii. Szef Ernest to ekspert, doradca i juror konkursów kulinarnych w kraju, a także i zagranicą. Uczestnik i zdobywca srebrnego medalu polskiej selekcji Bocuse d'Or Poland 2019 oraz juror techniczny 2021. Na co dzień prowadzi autorski koncept kulinarno-edukacyjny Chef's Table by Ernest Jagodziński w Poznaniu.



Fot. Bocuse d'Or Poland

Mistrzostwa Polski w Mazurkach Wielkanocnych

LUTY

26

26 lutego podczas targów Expo Sweet odbędą się Mistrzostwa Polski w Mazurkach Wielkanocnych. Uczestnikami konkursu mogą być wyłącznie cukiernie (lub pracownice cukiernicze), piekarnie, ciastkarnie, lodziarnie, kawiarnie lub restauracje. Rywalizacja rozegrana zostanie w dwóch konkurencjach: Mazurek Pokazowy i Mazurek Handlowy. Zgłoszenia należy przesłać na adres: wystawa@exposweet.pl do 16 lutego.

Mistrzostwa Polski Uczniów Szkół Cukierniczych

LUTY

28

28 lutego podczas targów Expo Sweet odbędą się Mistrzostwa Polski Uczniów Szkół Cukierniczych. Temat Mistrzostw brzmi „Kwiaty polskie”. Do finału zakwalifikowały się szkoły: Zespół Szkół Gastronomicznych w Warszawie, Zespół Szkół Przemysłu Spożywczego w Łodzi, Zespół Szkół Gastronomicznych w Częstochowie, Zespół Szkół Gastronomicznych nr 1 w Krakowie, Niepubliczne Technikum „Awans” w Kielcach i Zespół Szkół Gastronomiczno-Hotelarskich w Bydgoszczy.

Wiadomości z życia IGGP



IZBA GOSPODARCZA
GASTRONOMII POLSKIEJ

Integrujemy Przedsiębiorców!

I CHARYTATYWNY BAL GASTRONOMII POLSKIEJ

13 lutego o godz. 20 w Arche Hotel Krakowska w Warszawie odbędzie się I Charytatywny Bal Gastronomii Polskiej. Cel to pomoc finansowa lokalom w Rybniku (Bistro z Ikrą), Płocku (Przystań) i Legionowie (Zdrówko), które zatrudniają osoby z niepełnosprawnościami oraz wsparcie Zespołu Szkół Specjalnych nr 105 w Warszawie w budowie pracowni gastronomicznej dla uczniów. Pozyskane środki ze sprzedaży biletów na bal oraz licytacji dzieł sztuki i loterii fantowej będą przekazane na wspomniane działania. Zapraszamy do udziału wszystkie organizacje gastronomiczne, stowarzyszenia, fundacje, przedsiębiorców gastronomicznych i dostawców



do gastronomii. Organizatorami balu są Izba Gospodarcza Gastronomii Polskiej i Sektorowa Rada ds. Kompetencji Turystyka, a współorganizatorami gastronomiczne stowarzyszenia kulinarne – OSSKiC, Euro-Toques Polska, Klub Szefów Kuchni i Stowarzyszenie Kucharzy Polskich. Rezerwacje pod numerem tel.: 53 511 54 44 lub e-mail: event@izba-gastronomiczna.pl.

LUTY

13

ProWein 2024 kontynuuje 30-letnią historię sukcesu

MARZEC

10-12

10-12 marca odbędą się targi ProWein w Düsseldorfie. Ponad 50 tys. profesjonalistów z branży winiarskiej i spirytusowej z całego świata weźmie udział w tym wydarzeniu. Około 5700 wystawców z ponad 60 krajów zarejestrowało się już na te targi. – Żadne inne targi, ani w Europie, ani za oceanem, nie oferują tak kompletnej gamy produktów. W Düsseldorfie – metropolii wina i alkoholi mocnych – po raz kolejny zaprezentują się zarówno światowi liderzy rynku, jak i małe, znakomite firmy oraz wschodzący nowicjusze. Najnowsze trendy w branży przyjmują tu formułę innowacji, pokazów specjalnych i forów. Ma to niezrównane znaczenie dla kupców z branży detalicznej, hotelarskiej i gastronomicznej – mówi **Peter Schmitz**, dyrektor ProWein. Więcej: www.prowein.de.

Fot. arch. Targi ProWein



MARZEC

21

2. edycja HEINZ Selection

Globalny program Heinz Selection 2023 to widowisko pełne rozmachu i pasji, ukazujące potęgę branży kulinarniej. Pierwsza edycja konkursu przyniosła triumf dla 10 burgerowni z Polski. Marzec 2024 to kolejna szansa na wsparcie lokali tym programem. – Jak wiemy, jest to program globalny, lecz nigdzie na świecie nie przeprowadzono jeszcze konkursu w ramach Heinz Selection. Nie tylko fine dining jest dobrym tematem na konkurs kulinarny. Nasi kucharze pokazali co potrafią zrobić z „burgera”. Ubiegłoroczna edycja była na wysokim poziomie, nie pomyliliśmy się – mówi **Paweł Biskupski**, szef kuchni Kraft Heinz Poland, który nadzorował zmagania finalistów w ubiegłym roku. Międzynarodowe jury konkursu wyłoniło wówczas 10 laureatów, którzy teraz rozwijają się pod opieką programu. Druga edycja konkursu odbędzie się 21 marca w Warszawie podczas GastroTargów SMAKKi. – W tym roku na uczestników czeka kilka

zmian. Rezygnujemy z półfinałów, więc nie będzie szans na podejście innych i poprawki. Kolejną zmianą jest uwzględnienie jako burgerowni nie sieciowych miejsc do 10 lokalizacji. Tym samym wysłuchaliśmy tych, którzy przez to nie zakwalifikowali się w pierwszej edycji, a wciąż prowadzą jednak bardzo lokalne biznesy – dodaje. Program ten daje

burgerowniom wiele korzyści, w tym rozpoznawalność, wsparcie, inspiracje od globalnych ekspertów czy dostęp do unikatowych produktów tej marki. Zgłoszenia można przysyłać do 12 lutego. Zainteresowanych zapraszamy do śledzenia mediów społecznościowych Kraft Heinz Foodservice Polska, gdzie pojawiać się będą aktualności dotyczące konkursu.

PATRONAT MEDIALNY



Fot. arch. Kraft Heinz Poland

KWIECIEŃ

11

PATRONAT
MEDIALNY

Mistrzostwa Polski w Dzikizynie

11 kwietnia w Zespole Szkół Gastronomicznych im. Karola Libelta w Poznaniu odbędzie się IV edycja Mistrzostw Polski w Dzikizynie – Memoriał Mariana Tarnawskiego. Tym razem podstawą dań głównych będą udziec dzikiego daniela z kością oraz comber królika z łąką i nerkami. Uczestnicy będą musieli ponadto wkomponować do swoich receptur produkty dodatkowe:



Fot. Francesco Petardi/HotReCa Las-Kalisz



do dania z daniela pastę ze zredukowanego czerwonego wina i wina porto marki Chef, a do dania z królika pastę ze zredukowanego białego wina marki Chef i ser bursztyn z linii Skarby Serowara. W finale weźmie udział sześć dwuosobowych zespołów złożonych z zawodowych kucharzy. Pięć z nich zostanie wyłonionych przez kapitułę pod przewodnictwem Adama Chrzastowskiego na podstawie nadesłanych propozycji dań. Na obronę tytułu mistrzów Polski w przyrządzaniu dzikizyny mają też szansę zwycięzcy poprzedniej edycji konkursu: Bartosz Zajdel z restauracji Loft w Gostyniu oraz Jakub Żymelski z Hotelu & Restauracji Antonińska w Lesznie. Warunkiem ich udziału w tegorocznych mistrzostwach jest jednak przesłanie proponowanej receptury potrawy konkursowej w wyznaczonym terminie. Mistrzostwa mają status konkursu nominowanego do Kulinarного Pucharu Polski 2024. Zgłoszenia można nadsyłać do 29 lutego na adres e-mail: zgloszenia@mistrzostwadziczynna.pl. Organizatorem konkursu jest Las-Kalisz.

Zagrodowy wspólnie z Klubem Szefów Kuchni na 32. finale WOŚP

Marka Zagrodowy wspomogła Klub Szefów Kuchni w przygotowaniu Restauracji Mistrzów w sztabie głównym WOŚP, której celem było dostarczenie wyjątkowych dań dla wszystkich zaangażowanych w organizację tego wydarzenia. Gotowanie, jak co roku odbyło się także na warszawskim Wilanowie. Kurczak Zagrodowy królował na WOŚP nie tylko w potrawach.

W Centrum Dowodzenia przy PGE chodziła ogromna maskotka Zagrodowego i częstowała krówkami. Szybko stała się celebrytą, z którym chętnie robiono sobie zdjęcia pamiątkowe. Marka Zagrodowy chętnie angażuje się w pomoc potrzebującym, od kilku lat wspiera także Fundację Dajemy Dzieciom Siłę.

Nestlé Professional

Nestlé Professional chce być dla swoich klientów partnerem inspirującym do wzrostu i rozwoju. Partnerem, który dostarcza markowe i znane produkty kulinarne oraz pomysły i rozwiązania w zakresie napojów gorących. Nestlé Professional od 1998 r. zajmuje się kompleksową obsługą rynku żywienia poza domem (Out Of Home), dostarczając kreatywne rozwiązania dla gastronomii i vendingu.

– Jesteśmy jednym z liderów na rynku kawy i produktów spożywczych przeznaczonych do gastronomii oraz miejsc zbiorowego żywienia. Oferujemy swoim partnerom produkty znanych marek tj.: Nestlé, Winiary, Chef, Garden Gourmet, Maggi, Nescafé oraz Buondi. Naszym celem jest również dostarczenie partnerom biznesowym rozwiązań oraz informacji na temat trendów żywieniowych, które wspierają ich wzrost i rozwój – mówi **Marcelina Siudek**, Group Product Manager, Marketing Nestlé Professional.



www.nestleprofessional.pl
Bezpłatna infolinia: 800 111 755



Festiwal Pizza Week

Do 11 lutego mieszkańcy sześciu miast: Warszawy, Krakowa, Poznania, Gdańska, Gdyni i Wrocławia będą mogli skorzystać z Pizza Week, specjalnej oferty będącej efektem współpracy Wolt i Restaurant Club. Ponad 80 pizzerii przygotowało specjalne festiwalowe menu z dostawą do domu. – Coś dla siebie znajdą zarówno miłośnicy bardziej tradycyjnych połączeń, jak i poszukiwacze nowych smaków. Podczas Pizza Week można będzie więc zamówić pizzę skomponowaną m.in. z truflą, piklowanymi burakami, porchettą, czy szalwiovą ricottą – mówi **Marcin Wawrzeń**, Country Manager w RestaurantClub. I dodaje, że zwolennicy klasyki będą mogli cieszyć się ikonicznymi włoskimi dodatkami. Są to m.in. pomidory San Marzano, wspaniałe włoskie sery, takie

jak Mozzarella Fior di Latte, Provolone, Taleggio czy Grana Padano, a także wędliny typu salsiccia, salami spianata, prosciutto cotto czy pikantna kalabryjska Nduja. Pełna festiwalowa oferta znajduje się na pizzaweek.pl.



ULTRA-PREMIUM RZEMIEŚLNICZE MIKSERY THREE CENTS

Coca-Cola HBC wprowadza do oferty nowe, ultra-premium rzemieślnicze miksery Three Cents, stworzone przez barmanów – dla barmanów. Te wysokiej jakości produkty, dzięki naturalnym smakom i aromatom oraz unikatowemu poziomowi nagazowania, stały się pierwszym wyborem profesjonalistów już w 35 krajach na świecie. W Polsce trafiły do sprzedaży 1 lutego z ofertą aż 10 różnych smaków. Na początek będzie można je znaleźć w najbardziej prestiżowych hotelach, restauracjach i koktajl barach w Warszawie oraz Krakowie.



Coca-Cola HBC Polska Sp. z o.o.
poland-baltics.coca-colahellenic.com/pl

KOMORY CHŁODNICZE I MROŹNICZE – PRO ASCOBLOC

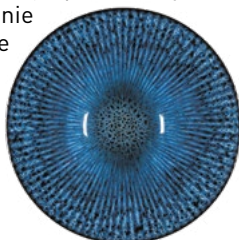
Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom branży HoReCa firma Pro Ascobloc zaprojektowała i wyprodukowała komory gastronomiczne chłodnicze i mroźnicze. Wyróżniają się one modułową konstrukcją, umożliwiającą optymalne dostosowanie parametrów do przechowywania produktów. Ściany komory zbudowane są z powlekanych blach ocynkowanych, wypełnionych jednorodną izolacją poliuretanową o grubości 100 mm. Łatwy i szybki montaż komory gwarantują zamki typu Cam-Lock.



Pro Ascobloc Sp. z o.o.
tel.: 62 785 47 10
www.ascobloc.pl

STONEWARE COSMOS

Kolekcja naczyń Stoneware Cosmos od marki Lubiana to połączenie funkcjonalności, estetyki i trwałości, które sprawi, że Twoje dania nabiorą wyjątkowego charakteru. Niebiesko czarna kolorystyka reaktywnego szkliwa nadają mu niepowtarzalnego uroku, który z pewnością oczaruje wszystkich Twoich gości. To nie tylko zestaw naczyń, to prawdziwe dzieło sztuki stołowej, które stanie się dumą Twojej restauracji.



Zakłady Porcelany Stołowej „Lubiana” S.A.
tel.: 58 680 34 00
www.lubiana.com.pl

MAKI BEZGLUTENOWE INCOLA W NOWYCH OPAKOWANIACH

Dzięki certyfikowanym mąkom marki Incola można przygotować nie tylko wielkanocne mazurki i ciasta. Bezglutenowe mąki – kasztanowa, gryczana, kokosowa, jaglana oraz z ciecierzycy – dostępne są w dwóch opakowaniach: 400 g oraz 2,5 kg. 400 g opakowania wyróżniają się na półce, dzięki nowoczesnej grafice. Wszystkie mąki Incola posiadają certyfikat „przekreślonego kłosa” – to ważna informacja dla osób chorych na celiakię.



GFS Poland Sp. z o.o.
www.incola.com.pl

Gdzie warto być?

DATA	MIEJSCE	IMPREZA	ORGANIZATOR
24.01–11.02.2024	Polska	Festiwal Pizza Week	Restaurant Club
3–7.02.2024	Stuttgart	Olimpiada Kulinarna IKA	Messe Stuttgart
3–7.02.2024	Stuttgart	Międzynarodowe Targi Branży HoReCa Intergastra	Messe Stuttgart
3–7.02.2024	Stuttgart	Specjalistyczne Targi Rzemieślniczej Produkcji Lodów Gelatissimo	Messe Stuttgart
13.02.2024	Warszawa	Charytatywny Bal Gastronomii Polskiej	IGGP
25–28.02.2024	Warszawa	Expo Sweet 2024	Expo Sweet EZIG
25.02.2024	Warszawa	World Chocolate Masters – polskie eliminacje	Expo Sweet EZIG
26.02.2024	Warszawa	Mistrzostwa Polski w Mazurkach Wielkanocnych	Expo Sweet EZIG
27.02.2024	Warszawa	Mistrzostwa Polski w Deserach	Expo Sweet EZIG
28.02.2024	Warszawa	Mistrzostwa Polski Uczniów Szkół Cukierniczych	Expo Sweet EZIG
8–12.03.2024	Hamburg	Międzynarodowe Targi Internorga	Fair Support & Service
10–12.03.2024	Düsseldorf	Targi ProWein	Messe Düsseldorf GmbH
13.03–24.04.2024	Polska	Restaurant Week	Restaurant Club
12–14.03.2024	Nadarzyn	Międzynarodowe Targi Gastronomiczne EuroGastro	Ptak Warsaw Expo
12–14.03.2024	Nadarzyn	Międzynarodowe Targi Branży Hotelarskiej World Hotel	Ptak Warsaw Expo
15–17.03.2024	Mikołajki	Arte Culinaria Italiana	Giancarlo Russo, Hotel Robert's Port Lake Resort & Spa
16–18.03.2024	Katowice	Targi Cukiernicze, Piekarskie i Lodziarskie SweetTARGi	FairExpo
20–22.03.2024	Warszawa	GastroTargi SMAKKi	Space4Trade
20.03.2024	Warszawa	Konkurs kuchni wege Złoty Karczoch	GastroTargi SMAKKi
21–23.03.2024	Poznań	Targi Polskich Win i Winnic	Grupa MTP
21.03.2024	Warszawa	Heinz Selection Finals	Kraft Heinz Polska
21.03.2024	Warszawa	Cup of Poland	GastroTargi SMAKKi

Organizatorów imprez prosimy o przesyłanie informacji na adres redakcji:

„Poradnik Restauratora”, ul. Szczesna 10, 60–587 Poznań, tel.: 61 851 92 41, e-mail: redakcja@poradnikarestauratora.com.pl

LUTY



25-28 LUTEGO 2024

WARSZAWA
HALA 1 / STOISKO 22

MARZEC

SM AK Ki
GASTROTARGI

20-22 MARCA 2024

WARSZAWA
STOISKO B-15

ODWIEDŹ NAS



63 sztuk
Croissants / 1h

60 sztuk
Zapiekane / 1h

gł. 780 mm



600 mm

1945 mm

Taka opcja tylko u nas!

- ✓ W JEDNYM SŁUPKU POŁĄCZYLIŚMY DWA TYPY URZĄDZEŃ
- ✓ NA GÓRZE PIEC CUKIERNICZO-PIEKARNICZY WIESHEU MINIMAT 43S
- ✓ NA DOLE PIEC HYBRYDOWY ATOLLSPEED
- ✓ OBYDWA URZĄDZENIA ZASILANE NA 230V

WIESHEU

Atollspeed
by WIESHEU

tel. +48 22 665 6021
e-mail: biuro@wiesheu.pl

www.wiesheu.pl

WIESHEU
Polska Sp. z o.o.
ul. Połczyńska 116
01-304 Warszawa



LUBIANA



POLSKA GRUPA PORCELANOWA



NOWOŚĆ

KOLEKCJA

ART

Naturalnie doskonała forma

wistil
Porcelana