

WYDAWANY NIEPRZERWANIE OD 1999 ROKU



25. ROK

PORADNIK RESTAURATORA

SIERPIEŃ 2024 (299)

OGÓLNOPOLSKI MIESIĘCZNIK
BRANŻOWY DLA GASTRONOMII

NAKŁAD KONTROLOWANY 10 100 EGZ.
ISSN 1508-6194



HIGH PROTEIN

Pożywne śniadanie
dla Twoich gości



Odwiedź nas:
www.duda.pl





DOLINA DOBRA

Przechlewo



od 1994

PRODUKT
POLSKI

zaczynij dzień na TAK



✓ pożywne ✓ szybkie ✓ lekkie



Fot. Krzysztof Szycenia

HEIDI HANDKOWSKA
Redaktor Naczelna

Welcome to Poland!

Mamy dobre informacje! Podsumowanie pierwszych tygodni sezonu wakacyjnego w branży HoReCa wskazuje, że będzie on prawdopodobnie jednym z najlepszych od wielu lat. Powody do zadowolenia mają przede wszystkim hotelarze – w niektórych obiektach obłożenie sięga nawet 90 %. Ze względu na stosunkowo przystępne ceny nad polskie morze ściąga coraz więcej obcokrajowców. Również polscy turyści lubią wypoczywać nad Bałtykiem i jedynie w maju było ich tu ponad 2,7 mln.

Liczba turystów zagranicznych w Polsce wg danych GUS w maju wyniosła 645,37 tys. wobec 602,01 tys. w maju 2023 r. Przyjeżdżają do nas nie tylko Niemcy, którzy zachowują pozycję lidera w tym rankingu, lecz także goście z Wielkiej Brytanii, Czesi, Węgrzy, a ponadto Amerykanie!

Co ważne dla przedsiębiorców prowadzących działalność w branży hotelowo-gastronomicznej znacznie więcej gości wykupuje i korzysta z pełnej oferty obiektu – od noclegu, poprzez całodzienne wyżywienie, po ofertę wellness i spa. To dobry prognostyk w kierunku podnoszenia konkurencyjności oferty i jakości usług, a przede wszystkim dla dochodów osób prowadzących działalność gospodarczą związaną z turystyką. Coraz więcej hoteli wychodzi naprzeciw oczekiwaniom gości i przygotowuje ofertę całoroczną, bo Bałtyk jest piękny także zimą!

Poza tym okazuje się, że nasz klimat bywa oceniany jako przyjaźniejszy dla aktywnego wypoczynku niż upały i niebezpieczeństwa z nimi związane, które pojawiają się na południowych krańcach Europy.

Jedynymi przeciwnościami w spędzeniu satysfakcjonującego urlopu nad Bałtykiem mogą być sinice oraz wzrastające zanieczyszczenie jego wód wynikające z pozostałości po II wojnie światowej, które do dziś spoczywają na dnie morza, co wiąże się np. z emisją talu (metal ciężkiego).

Władze Gdańska (i nie tylko one) już prowadzą batalię o wsparcie finansowe i technologiczne w procesie oczyszczania morza, same nie dadzą jednak rady. Dlatego dla dobra branży HoReCa apelujemy o przeznaczenie środków rządowych oraz unijnych. Trzymajmy więc kciuki za czysty Bałtyk, bo dzięki niemu wielu z nas ma pracę!

Milej lektury!

OGÓLNOPOLSKI MIESIĘCNIK BRANŻOWY DLA GASTRONOMII

Wydawca:

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

GENER▲LCZYK
FIRMA RODZINNA od 1994

Dystrybucja w obiegu zamkniętym
– bezpośrednio do lokali gastronomicznych.

Adres redakcji:

60-587 Poznań, ul. Szczęсна 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 klaudiaw@poradnikhandlowca.com.pl
Urszula Wszelaka (Warszawa) urszulaw@poradnikhandlowca.com.pl
Marta Rybko martar@poradnikhandlowca.com.pl

Stali współpracownicy: Beata Marciniaczyk

Dyrektor Administracji i Marketingu:

Zbyszko Zalewski zbyszkoz@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.studio

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

Korekta: Julia Pruszyńska

Druk: Eurodruk-Poznań Sp. z o.o.

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



Organizator plebiscytu
Hermesy 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 skrótów i redakcyjnego opracowania 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

Sezon letni w gastronomii – raport

5

Redakcja „Poradnika Restauratora” jest zawsze tam, gdzie dużo dzieje się w branży. W szczycie sezonu wakacyjnego odwiedziliśmy najstojniejsze kurorty: nad morzem – Sopot i w górach – Zakopane, bo tam, dzięki turystyce tętni życie, a lokalni przedsiębiorcy otwierają podwoje swoich restauracji i hoteli zarówno dla stałych, jak i zupełnie nowych gości.

Bogdan Gałązka



Fot. Piotr Wierzbowski

18

Temat miesiąca

- 5 Tatry i Bałtyk – wabiki na turystów z całego świata
- 9 Udanego dnia! – Twoje śniadanie

Prezentacje

- 18 Rozmowa z: Bogdan Gałązka

Od kuchni

- 24 **Marketing:** Pokolenie Z wybiera bary szybkiej obsługi
- 26 **Podróże kulinarne:** Hotelowe Eldorado?
- 28 **Marketing:** Influencer? Persona non grata!
- 29 **Podarunek Hotelarza:** Aktualności
- 30 **Poradnik Hotelarza:** Nowe standardy ochrony małoletnich w hotelach – co hotelarze muszą wiedzieć?
- 32 **Prawnik radzi:** Co dalej z jedzeniem w restauracji po imprezie okolicznościowej?
- 34 **Wyposażenie:** Zmywanie na wysokich obrotach, czyli optymalizacja kosztów i innowacje

W kadrze

- 38 Wydarzenia
- 42 Nowości na rynku gastronomicznym



9

Fot. Arch. Design Hotels



26

Fot. Redakcja „Poradnik Restauratora”

Sezon letni w gastronomii – raport

Tatry i Bałtyk

– wabiki na turystów z całego świata

*Redakcja „Poradnika Restauratora” jest zawsze tam, gdzie dużo dzieje się w branży. W lipcu, w szczycie sezonu wakacyjnego odwiedziliśmy najśłynniejsze kurorty: nad morzem – **Sopot** i w górach – **Zakopane**, bo tam, dzięki turystyce tętni życie, a lokalni przedsiębiorcy otwierają podwoje swoich restauracji i hotele zarówno dla stałych, jak i zupełnie nowych gości. Sprawdziliśmy, jakie wyzwania stanęły przed branżą HoReCa i jak sobie ona z nimi radzi.*

Od początku roku liczba turystów korzystających z wypoczynku nad polskim morzem przekroczyła 2 mln* miesięcznie, z czego ok. 0,5 mln to turyści zagraniczni. Nasz Bałtyk, choć podobno zimny i ostatnio nękany przez sinice, znoszący skutki pożaru w Porcie Północnym i prawdopodobnie znacznie skażony talem,

wciąż przyciąga wczasowiczów, a co za tym idzie – daje pracę tysiącom osób zatrudnionych w branżach noclegowej i gastronomicznej. Dbanie o niego to nasz wspólny obowiązek.

Redakcja „Poradnika Restauratora” w lipcu br. odwiedziła nadmorskie i górskie miejscowości, uważnie

obserwując i analizując natężenie turystów oraz funkcjonowanie gastronomii. Śmiało możemy powiedzieć, że pesymiści, malkontenci i piniacze, którzy co roku starają się odstraszyć turystów od wypoczynku nad Bałtykiem czy w Tatrach, publikując w sieci informacje o „rachunkach grozy”, w tym roku powinni po prostu zamilknąć i przestać straszyć.

Oczywiście, jeśli wybierzemy się na jedną z głównych atrakcji Sopotu – Monciak, czyli ulicę Bohaterów Monte Cassino, to ceny w kawiarniach czy restauracjach są nieco wyższe np. w Meridian Molo, lokalu znajdującym się na końcu zabytkowego drewnianego molo. Spowodowane jest to lokalizacją. Nie oznacza to jednak, że nad morzem zjeść można tylko drogo, bo tuż obok, wzdłuż przepięknej promenady przy al. Wojska Polskiego, znajdują się lokale z przystępnymi cenami np. przepyszna i niedroga kawa w „Na fali”.

Odwiedziliśmy Bar Przystań w Sopocie – bar rybny położony nad morzem, 1 km na wschód od słynnego molo. Dania (i ceny) godne polecenia. Na przykład tatar z łososia norweskiego – 23 zł, zupa rybaka (500 ml) – 25 zł, ryby smażone sprzedawane wg wagi (100 g: dorsz płat –15,50 zł, sandacz filet – 18 zł czy flądra bałtycka tuszka – 13 zł).

Promenada wiedzie aż do sąsiednich miast – Gdyni i Gdańska, jednak w Sopocie została



Fot. 10x redakcja „Poradnika Restauratora”



Deptak - zwany „Monciakiem”, Sopot



Sopot

poprowadzona przez szczególnie atrakcyjne tereny, bo pośród wspaniałych XIX i XX-wiecznych willi z przepięknymi drewnianymi werandami, wykuszami i ogrodami letnimi. To w nich przed kilkudziesięcioma laty wypoczywała śmietanka artystyczna i polityczna nie tylko Niemiec i Polski, lecz także całej Europy. Kurort nie ma sobie równych pod tym względem, zwłaszcza że swój charakter zachował bez względu na wydarzenia historyczne. Dlatego tak wielu turystów zapuszcza się w jego uliczki i przysiadają przy kawie w małych, uroczych kawiarenkach.

GDAŃSK – ZAWSZE OTWARTY NA TURYSTÓW

Nieco inaczej mają się sprawy w stolicy województwa pomorskiego. Gdańsk dysponuje niemal 11 tysiącami miejsc noclegowych, a w 2022 r. odwiedziło go ponad 3,7 mln turystów**. Funkcjonuje tu doskonała komunikacja (z niemal całym światem) dzięki połączeniom lotniczym i kolejowym oraz obwodnicy. To jedyne miasto w Polsce, w którym nad morze można dojechać tramwajem (i to nie jednym!). Kto pracuje w lokalach w Gdańsku,

Gdyni i Sopocie, wie, że na brak pracy w sezonie nie można narzekać. Turystów przyciągają, oprócz samego Bałtyku, liczne wydarzenia kulturalne i sportowe. A co może odstraszyć? Po pierwsze sinice – temat powracający od lat, jednak nie z taką mocą jak w 2018 r., gdy praktycznie zamknięte były w tym samym czasie niemal wszystkie kąpieliska. Po drugie – pojawiające się w mediach informacje o zagrożeniu skażeniem talem i innymi substancjami pochodzącymi z wraków znajdujących się na dnie morza. Po trzecie – w tym sezonie Gdańsk i Sopot zostały dotknięte skutkami pożaru magazynów w Porcie Gdańskim. Przez 5 dni, od poniedziałku 15 lipca do piątku 19 lipca br. woda w Bałtyku była skażona a kąpiel zakazana.

– Po uzyskaniu pozytywnych wyników badań próbek

wody i posiedzeniu sztabu, wszystkie sopockie kąpieliska ponownie otwarte! Jednak sytuacja jest dynamiczna, może zmienić się z dnia na dzień, warto śledzić serwisy kąpielowe na bieżąco – informowała **Magdalena Czarzyńska-Jachim**, prezydentka Sopotu. Turysty jednak nie zawiedli, rzadko kto odwoływał rezerwację, bo przecież Gdańsk jako miasto sam w sobie jest atrakcją turystyczną, zarówno pod względem

historycznym, architektonicznym, jak i artystycznym oraz kulinarnym!

Słona woda, zanieczyszczenia spływające do morza, szczególnie fosfor i azot, o czym alarmowali swego czasu dziennikarze w szwedzkiej telewizji publicznej SVT oraz panujące w wakacje wysokie temperatury sprawiają, że sinice nad Bałtykiem są zmorą dla turystów, gdyż





Menu w języku arabskim w restauracji „Odkoscznia”



występują właściwie każdego lata. Co prawda można je zaobserwować niezależnie od aktualnej pory roku, ale to właśnie w najcieplejszych miesiącach stają się one wyjątkowo uciążliwe i niebezpieczne. Czerwone flagi pojawiają się wówczas na plażach w Gdyni, Sopocie i Gdańsku.

I co roku powtarza się to samo pytanie – kiedy najlepiej jechać nad morze, by móc w pełni korzystać z uroków lokalnego klimatu, pięknych piaszczystych plaż, słońca i kąpieli?

Trudno na nie odpowiedzieć, dlatego dla dobra branży Ho-ReCa apelujemy o przeznaczenie środków rządowych oraz unijnych na rzecz czystego Bałtyku. Władze Metropolii Gdańsk-Gdynia-Sopot, które już prowadzą batalię o wsparcie finansowe i technologiczne w procesie oczyszczania morza, same nie dadzą rady. A zmniejszenie zanieczyszczenia wód Bałtyku spowoduje większe zainteresowanie naszym wybrzeżem wśród turystów i to nie tylko z Polski.

ZAKOPANE – TURYSTYCZNA WIEŻA BABEL

Kolejnym celem podróży podczas naszego dziennikarskiego rajdu po kurortach było

Zakopane, z którego przywieźliśmy mnóstwo pozytywnych wrażeń. Podobnie jak nad morzem – nie natknęliśmy się na „paragony grozy”. Z przyjemnością stwierdziliśmy, że naprawdę syty obiad można zjeść na najbardziej rozpoznawalnym zakopiańskim deptaku – Krupówkach, już za przysłowiowe „parę złotych” – w bistro „Schronisko Krupówki”. Kultowy schabowy z ziemniakami kosztuje 28 zł. Idąc w górę Krupówkami ulicą Zamoyskiego, trafiamy pod numer 11. Stoi tu datowana na 1888 rok willa,

a w niej restauracja „Mała Szwarcaria”. W letnim menu porcja pierogów z owocami (borówka lub truskawka) i sosem waniliowym kosztuje 35 zł, chłodnik z botwinki z jajkiem przepiórczym 26 zł, a polędwiczki wieprzowe w sosie borowikowym z kopytkami – 60 zł. Pod numerem 18 w restauracji „Odkoscznia”, w przytulnej drewnianej karczmie również stawiają na przystępne ceny. Siedząc na tarasie z widokiem na Giewont, za pomidorówkę trzeba zapłacić 19 zł (inne zupy – 22 zł). Placki ziemniaczane (3 sztuki) z gulaszem wołowym i śmietaną



Krupówki, słynny deptak Zakopanego, odwiedzają licznie turyści z Dubaju

Menu w bistro „Schronisko Krupówki” na Krupówkach, Zakopane

Schronisko PTTK na Polanie Chochołowskiej



Restauracja „Marzanna”, Zakopane



plus surówka to koszt 49 zł, naleśnik z bananem, malinami i białą czekoladą – 35 zł, a góralski schab grillowany z dodatkami – 53 zł. Na przeciwko Nosala warto odwiedzić kultowe miejsce z prawdziwymi domowymi obiadami. Już z ulicy zapraszają nas ogromne pomarańczowe sztuczki z napisem: „Zięć zaprasza, a teściowa jest tu szefem”. W menu „Marzanny”

znajdziemy m.in. kwaśnicę – 16 zł, esencjonalny rosół z makaronem – 12 zł, kotlet schabowy z surówką – 30 zł oraz pierogi ruskie z boczkiem – 30 zł.

Wyraźnie widać, że Zakopane nie stoi w miejscu, a rozwija się pod względem otwartości na turystów. W kilku lokalizacjach powstają nowe, duże hotele, realizowanych jest mnóstwo mniejszych inwestycji. Zapewne za rok wiele z nich otw-

rzy swe podwoje dla gości. A tych przybyło w tym sezonie szczególnie dużo.

Najbardziej zauważalna grupa to Arabowie z Bliskiego Wschodu, którzy wyróżniają się na tle tłumu ze względu na charakterystyczne stroje – kobiety w burkach lub hidżabach. Z roku na rok przybywa ich do stolicy Tatr coraz więcej. Są zafascynowani unikalnym klimatem gór oraz deszczu, kulturą i sztuką góralską, a także wysokim standardem usług hotelowych i smacznym jedzeniem. To z myślą

o nich wiele lokali przygotowało menu po arabsku (również jedzenie w stylu halal), zresztą w kilku innych językach też – co jest odbierane jako ukłon w stronę zagranicznych gości. Do Zakopanego licznie przybywają ponadto Czesi, Słowacy, Niemcy, a nawet Węgrzy oraz goście z północy – Litwini, Łotysze, Estończycy i Finowie. Z naszych rozmów z nimi (przy dobrej kawie) wynika, że przyciągają ich tu folklor, stosunkowo niskie ceny oraz szeroki katalog usług wellness i spa w nowoczesnych ośrodkach – wygląda to inaczej niż w dużo dalej położonej Austrii.

Wnioski nasuwają się same – Polska staje się coraz bardziej atrakcyjną destynacją dla turystów, którzy doceniają naszą przyrodę, czystość w miastach i wioskach, naszą otwartość i dobre, zdrowe jedzenie. Dobrze jest widzieć, że potrafimy te atuty wypromować i dzięki nim zarabiać, prowadząc tak trudne biznesy, jak gastronomia czy hotelarstwo. ✕

Heidi Handkowska
Wiesław Generalczyk

*<https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/turystyka/turysci-w-bazie-noclegowej-kwiecien-2024-roku,5,141.html>

**<https://newtrendsintourism.com/why-gdansk.qbpage>

Restauracja „Mała Szwajcaria”, Zakopane



Udanego
dnia!

- Twoje Śniadanie

Rutyna, która kształtuje dobowy rytm, dostarcza energii i ma wpływ na zdrowie. Może również stanowić ciekawe doświadczenie będące elementem bliskich i dalekich podróży. Śniadanie to pretekst do spotkań i najważniejszy posiłek dnia.

ŚNIADANIE MARZEŃ

Raport „Śniadania Polaków”*, który sporządziła Agencja Streetcom z okazji Europejskiego Dnia Śniadania przypadającego na 24 kwietnia, pokazuje odpowiedzi na pytanie o idealne śniadanie, czyli takie, na które można by sobie pozwolić, gdyby nie istniały ograniczenia czasowe i finansowe. Śniadania te powinny być ciepłe, urozmaicone, zdrowe i sycące. Co zatem pojawiłyby się na stołach sympatyków śniadań? Byłyby to omlety, jajecznice, naleśniki, pankejkki, owsianki, kiełbaski, owoce i warzywa. Na takim stole nie pojawiłyby się natomiast tak popularne kajzerki czy chleb. Ustałyby

miejsca bajglom, bagietkom i rogalikom. Jajecznica i omlet cieszyłyby podniebienia, gdyby w ich składzie oprócz jajek znalazły się takie dodatki jak boczek, kiełbasa czy warzywa. Jednak samo śniadanie to nie wszystko. W idealnej wersji ten posiłek składałby się z dwóch dań. Co byłoby tym drugim? Respondenci chcieliby o poranku zjeść także deser, zawierający owoce lub ciasta. Kropkę nad i stanowią kawa oraz herbata (także z dodatkami) lub świeżo wyciskany sok z owoców.

NA DZIEŃ DOBRY PODCZAS URLOPU I PODRÓŻY BIZNESOWEJ

Wyjazdy i pobyty w hotelach to dla podróżujących w dużej

mierze pretekst do poznania regionalnych smaków. Hotelowe kuchnie i restauracje odgrywają ważną rolę w krzewieniu lokalnej kultury i prezentacji wyrobów pochodzących od okolicznych dostawców.

Grzegorz Nowak, szef kuchni Qubus Hotel Bielsko-Biała, wymienia: – Ogromną popularnością cieszą się produkty i potrawy regionalne, takie jak sery i wędliny z lokalnych gospodarstw. Goście chwalą duży wybór pieczywa, a od kilku lat niektóre chleby wypiekają własnoręcznie nasi kucharze. W wybranych hotelach posiadamy też specjalne piece do wędzenia i w związku z tym serwujemy mięsa oraz ryby z własnej wędzarni. Sporo

produktów przygotowujemy sami w ramach idei home-made. Najmłodszym gościom poranki umilają gofry, które można samemu wypiekać i wybierać ulubione dodatki – mówi.

Oprócz tradycyjnych śniadań coraz większą popularnością cieszą się propozycje wegetariańskie i wegańskie. – Świeże sałatki, owoce, smoothie, a także wyroby z hotelowej cukierni doskonale wzbogacają bufet śniadaniowy – opowiada **Małgorzata Strzelecka**, szefowa kuchni Hotel Hyatt Place Kraków. – Dodatkowym atutem śniadań z pewnością jest świeżo wypiekane pieczywo, podane jeszcze ciepłe z prawdziwym masłem. W sezonie letnim ogromną popularnością



GRZEGORZ NOWAK

Szef kuchni

Qubus Hotel Bielsko-Biała

Na szwedzkim bufecie codziennie proponujemy ponad 100 produktów. Wśród porannych pyszności goście wybierają najczęściej jajecznicę ze świeżych jajek czy kiełbaski na ciepło. W bufecie ciepłym codziennie proponujemy 6 dań. Zapewniamy również szeroki wybór warzyw, owoców, jogurtów, bakalii czy płatków muesli. Popularnością cieszą się świeżo wyciskane soki.

Fot. 2x Arch. Qubus Hotel

soczystość i kruchość śniadaniowych potraw goście hotelowi poczują przez nawet 4 godziny od umieszczenia ich w barmarże.

– My – za pośrednictwem szefów kuchni współpracujących z nami hoteli – dostarczamy jednak nie tylko doceniane przez gości walory smakowe, lecz także konsultujemy preferowane sposoby podawania naszych wędlin – zawsze jesteśmy otwarci na tego rodzaju współpracę oraz na rynkowe trendy. To właśnie te ostatnie zdecydowały o wprowadzeniu do oferty śniadaniowego menu hotelowego

cieszą się kiszonki, konfitury i przetwory, które nasz zespół wykonuje samodzielnie. Bywa, że oferta śniadaniowa zmienia się z dnia na dzień, a wybrane potrawy zastępują inne. To efekt reagowania na potrzeby gości aktualnie przebywających w obiekcie hotelowym. Zawsze obserwujemy i słuchamy, a następnie odpowiadamy zmianą asortymentu śniadań – opowiada.

Nie tylko różnorodność produktów

i dań, ale także ciekawe doświadczenia mogą być dla podróżujących atrakcją. **Dawid Wojciechowski**, Executive Chef w restauracji Salt w Copernicus Toruń Hotel, poleca live cooking. – Przez wielu tak uwielbiany, bo można skomponować jajecznicę z ulubionymi dodatkami. Gość, opuszczając hotel, ma wyjeżdżać z poczuciem, że swój pobyt zakończył pełnowartościowym posiłkiem, który zaspokoił wszelkie

jego potrzeby w tym zakresie – a pozytywne opinie, tylko nas w tym utwierdzają – mówi.

Doświadczeniem staje się również degustacja znanych śniadań, ale w nowej odsłonie. Na przykład walory smakowe wędlin można wydobyć dzięki przygotowaniu ich bez wody – długotrwałe utrzymywanie parówek w wodzie pozbawia je smaku. Jak zaznacza **Bernadeta Migdał**, Key Account Manager HoReCa & B2B Cedrob Foods,

wysoko proteinowych plastrów z gotowanego kurczaka z linii Duda High Protein – dodaje.

Jak uważa **Michał Pabich**, Sales Manager EU East w Eipro, przemysłane śniadanie to takie z obowiązkowym składnikiem, jakim jest jajko. – Pyszna Jajecznicza Eifix lub świeże ciasto na gofry i naleśniki mają tu swoje stałe miejsce. Jajecznicza dodatkowo jest już przyprawiona i gotowa do spożycia. Świeże ciasto natomiast stanowi doskonałą podstawę dla kreatywnych pomysłów. Kolejnym obowiązkowym elementem bufetu śniadaniowego jest pasteryzowane jajko w skorupce Peggys. Można go używać tak samo, jak nieprzetworzonego jaja w skorupce – mówi.

JAKIE ŚNIADANIA JEDZĄ POLACY?

Zgodnie z raportem „Śniadania Polaków” większość osób w naszym kraju najczęściej na śniadanie wybiera kanapki. Na drugim miejscu znajduje się jajecznicza. Ten pożywny, a przede wszystkim ciepły posiłek daje uczucie sytości przez kilka pierwszych godzin po spożyciu. Na trzecim miejscu podium plasują się tosty i parówki.

Według **Justyny Figiel Kwapisz**, Commercial Director w Goodvalley Polska, Polacy uwielbiają lekkie, a zarazem pożywne śniadania – najchętniej z dodatkiem mięsa, które zapewni im poranną porcję pełnowartościowego posiłku. W krótkim czasie można przygotować kiełbaski śniadaniowe bez konserwantów i sztucznych dodatków.

– W linii topowych produktów śniadaniowych znajdują się kiełbaski z dodatkiem suszonych pomidorów, serowe i serowe z dodatkiem jalapeno, pikantne oraz tradycyjne śląskie i białe kiełbaski – mówi.

PRZEPIS NA DŁUGOWIECZNOŚĆ

Co jedzą codziennie ci, którzy dożywają wieku 100 lat? Ich śniadania są zdrowe i bogate w składniki odżywcze. Odkrył to Dan Buettner, amerykański podróżnik oraz badacz odległych kultur i obyczajów. W poszukiwaniu recepty na długowieczność wyruszył w świat, by dotrzeć do miejsca, gdzie żyje najwięcej stulatków. Aż dwie dekady poświęcił poznawaniu nawyków tychże ludzi, skupiając się w swoich badaniach głównie na jedzeniu. Trafił na półwysep Nicoya, należący do Kostaryki. Przyglądał się życiu pracowników jednego z lokalnych przedsiębiorstw. Wstawali oni już o 4:00 rano, gdyż musieli napalić w glinianych piecach. Gotowali na nich czarną fasolę oraz wyrabiali ciasto, które składało się z mieszanki mąki kukurydzianej i domieszki drzewnego popiołu, formując cienkie tortille. Do ugotowanej fasoli

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

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



Eifax 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



Fot. 2x Arch. Destigo Hotels

MAŁGORZATA STRZELECKA

Szef kuchni

Hotel Hyatt Place Kraków

Coraz więcej gości poszukuje potraw roślinnych, dlatego wprowadzenie wegańskich i wegetariańskich opcji jest koniecznością. Nie można zapominać o regionalnych produktach oraz regionalnych dostawcach, którzy tworzą unikatową propozycję dla naszych śniadań. Małopolskie specjały, takie jak obwarzanki, oscypki, kiełbasa krakowska nie tylko wzbogacają menu, lecz także promują lokalną kulturę i tradycje kulinarne.

ziarna, z jakich jest wytwarzana, to bogactwo przeciwutleniaczy i wysokiej zawartości kofeiny wspierającej metabolizm.

ZE ŚNIADANIEM PRZEZ ŚWIAT

Warunki geograficzne, obyczaje i kultura – to tylko niektóre czynniki wpływające na kształt posiłków, jakie są spożywane w różnych częściach świata. Duża ilość warzyw, ryżu i ryb to składniki japońskiego przepisu na ten pierwszy posiłek dnia. Dodatkowo do dań ciepłych są natto – ze sfermentowanej soi oraz tamagoyaki, czyli zawinięte w rulon omlety polane sosem sojowym.

dodawali paprykę, cebulę i lokalne zioła. Posiłek gotował się na niewielkim ogniu przez około godzinę – do momentu, aż jego składniki zmiękły. Następnie do garnka wsypywano ryż. Tak przygotowane danie spełniało receptę na prosty, zdrowy i sycający posiłek sprzyjający zdrowiu, który popijano kawą ze szczerpu ziaren „pea berry”. Dlaczego akurat ten przepis został uznany za idealny? Cała jego

moc tkwi w doskonałej kompozycji mikroelementów. Rozłóżmy go na czynniki pierwsze: tortilla z kukurydzy jest źródłem pełnowartościowych węglowodanów mającym niski indeks glikemiczny. Stanowi także świetną podstawę dla farszu. Popiół drzewny natomiast poprawia wchłanianie niacyny zawartej w kukurydzy. Dlaczego niacyna? Przyczynia się ona do utrzymania prawidłowego metabolizmu energetycznego,

wpływa na prawidłowe funkcjonowanie układu nerwowego, psychiki, zachowanie zdrowej skóry i zmniejszenie uczucie zmęczenia i znużenia. Jak powszechnie wiadomo, fasola to źródło przeciwutleniaczy, białka i potasu. Oczyszcza jelita, obniża ciśnienie i reguluje poziom insuliny we krwi. Ryż to również źródło białka i aminokwasów. Wisienką na torcie okazuje się ta wyjątkowa kawa. Otóż



MLEKPOL

*Nowa jakość
Twojej kawy!*



Menu



MACCHIATO



LATTE MACCHIATO



CAPPUCCINO



CAFFÉ LATTE



FLAT WHITE



MOCHA



Fot. 2x Arch.Copernicus Toruń Hotel

DAWID WOJCIECHOWSKI

Executive Chef

Copernicus Toruń Hotel

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 śniadania stricte wege.



W Japonii często spożywa się ciepłą zupę miso. W Maroku królują „naleśniki tysiąca otworów”, czyli baghrir. Na wierzchu ciasta po wylaniu go na patelnię pojawiają się dziurki. Naleśniki z semoliny, mąki pszennej i drożdży zjada się z masłem i miodem, a popija aromatyczną herbatą arabską. Francuzi natomiast celebrować poranki z tartine – czyli niewielką kanapką z bagietki posmarowanej masłem lub dżemem w towarzystwie kawy, herbaty czy gorącej czekolady.

Pojawia się także owoc w postaci jabłka lub banana. Bagietkę często zastępuje croissant albo pain au chocolat. Pozostając w Europie, nie można nie wspomnieć o śniadaniu angielskim. To słynne tosty, bekon, jajka, kiełbaski i fasolka po bretońsku. Zapewnia ono poczucie sytości, stanowiąc dobrą bazę na początek dnia. Za oceanem możemy zaobserwować tendencje do słodkich dań, czyli „american pancakes” z syropem klonowym. Jednak w menu Amerykanów znajdziemy także

jajka z bekonem. Nowojorczyccy gustują w bajglach. Z kolei meksykański przepis na śniadanie to chilaquiles. To chrupiące placki tortilli z sosem salsa i fasolką. Na nich lądują jajka sadzone i duża ilość dodatków w postaci sera, cebulki i awokado.

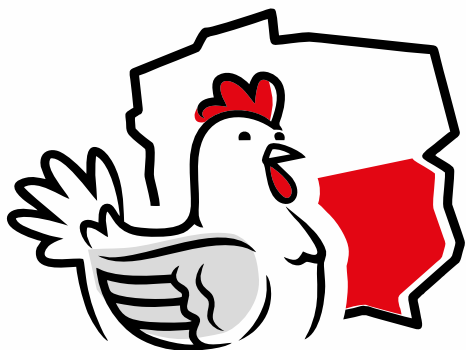
MOŻNA NIE JEŚĆ W OGÓLE, ALE NIE MOŻNA JEŚĆ ŻŁE

... taką zasadę wyznawał Salvador Dali, jeden z najbardziej rozpoznawalnych artystów XX w. Zarówno jakoś

posiłków, jak i obecność śniadania mają znaczenie. Jego pozytywny wpływ na zdrowie jest nie do przecenienia. Do tego stopnia, że przez lata wizyta u lekarza może być jedynie formalnością. Wygląda na to, że dobry dzień to taki, który zaczyna się od śniadania na „na dzień dobry”. ✕

Marta Rybko

*Badanie zrealizowane przez Agencję Streetcom Poland w dniach 10-16.04.2024 r. techniką CAWI na grupie Polaków w wieku 18-65 lat. N = 6488.



Polski Drób
- pochodzenie ma znaczenie!

**TRADYCYJNY
I NOWOCZESNY SMAK**

BEZPIECZNY DLA ZDROWIA



Polska ma długą tradycję w produkcji mięsa drobiowego, która łączy się z nowoczesnymi technologiami i metodami hodowli. Od kilku lat jesteśmy największym producentem mięsa drobiowego w Unii Europejskiej. Farmy polskich hodowców drobiu są również jednymi z najnowocześniejszych na świecie. Stosowane rozwiązania zapewniają spełnienie najwyższych norm bezpieczeństwa żywności oraz dobrostanu zwierząt. Drób spoza UE nie musi spełniać tych samych, restrykcyjnych przepisów dobrostanowych, co może wpływać na jego jakość i bezpieczeństwo.

Dzięki połączeniu tradycji i nowoczesności, polski drób jest nie tylko smaczny, ale i bezpieczny dla zdrowia. Wybierając polski drób, wybierasz produkt, który łączy w sobie najwyższą jakość mięsa oraz dobrostan zwierząt. Unikaj drobiu spoza Unii – wybieraj polski drób!

Chcesz wiedzieć więcej na temat polskiego drobiu?

Wejdź na nasz fanpage lub stronę internetową!



Polski drób - pochodzenie ma znaczenie



PochodzenieMaZnaczenie.drobiarze.pl



Olej rzepakowy: Nowoczesne zastosowania w branży HoReCa

W branży HoReCa (hotel, restauracja, catering), gdzie jakość, wydajność i zdrowie są priorytetami, rafinowany olej rzepakowy zyskuje na znaczeniu jako wszechstronny składnik kulinarny. Jego unikalne właściwości sprawiają, że jest idealnym wyborem do różnorodnych zastosowań w gastronomii. Przyjrzyjmy się, w jaki sposób olej rzepakowy rafinowany może wspierać nowoczesne kuchnie, wnosząc zarówno smak, jak i zdrowie do profesjonalnych potraw.

ZALETY OLEJU RZEPAKOWEGO RAFINOWANEGO W HORECA

Olej rzepakowy charakteryzuje się neutralnym smakiem, wysoką stabilnością termiczną oraz bogactwem składników odżywczych, takich jak nienasycone kwasy tłuszczowe omega-3 i omega-6 oraz witamina E. Te cechy powodują, że jest idealnym wyborem do różnych technik kulinarnych, które są codziennie wykorzystywane w hotelach, restauracjach i firmach cateringowych.

SMAŻENIE I PIECZENIE W DUŻEJ SKALI

W branży HoReCa, gdzie przygotowywane są duże ilości jedzenia, stabilność termiczna oleju rzepakowego rafinowanego jest kluczowa. Dzięki wysokiej temperaturze dymienia (około 220°C) olej ten doskonale nadaje się do smażenia na głębokim tłuszczu, grillowania oraz pieczenia. Wyróżnia się neutralnym smakiem – pozwala to na zachowanie oryginalnych aromatów składników, co jest niezwykle istotne w profesjonalnej gastronomii.

PRODUKCJA WYROBÓW PIEKARNICZYCH

Olej rzepakowy jest idealnym zamiennikiem dla tłuszczów zwierzęcych w produkcji wyrobów piekarniczych. Jego zastosowanie w ciastach,



drożdżówkach i innych wypiekach sprawia, że produkty te są lżejsze i zdrowsze, a jednocześnie dłużej zachowują świeżość i wilgoć. W branży HoReCa, w której liczy się zarówno smak potraw, jak i zdrowie gości, olej rzepakowy jest niezastąpiony.

INNOWACYJNE ZASTOSOWANIA W PROFESJONALNEJ KUCHNI SOUS-VIDE

Technika sous-vide, czyli gotowanie próżniowe w niskiej temperaturze, zyskuje na popularności w branży HoReCa. Olej rzepakowy jest sprawdzonym medium używanym do marynowania w tej metodzie, zapewniając równomierne gotowanie i zachowanie pełni smaku oraz wartości odżywczych potraw. Dzięki swojej neutralności olej nie wpływa na smak dań, pozwalając na wydobycie naturalnych aromatów składników.

TWORZENIE EMULSJI I DRESSINGÓW

Olej rzepakowy można z powodzeniem wykorzystać do tworzenia różnych emulsji i dressingów. Jego lekka konsystencja i stabilność umożliwiają uzyskanie gładkich i jednorodnych sosów, kluczowych w wysokiej

jakości restauracjach. Sosy na bazie oleju rzepakowego są nie tylko smaczne, lecz także zdrowsze, co jest coraz bardziej doceniane przez klientów.

OLEJ W DANIACH ROŚLINNYCH

W dobie rosnącej popularności diety roślinnej olej rzepakowy rewelacyjnie sprawdza się jako składnik do przygotowywania dań wegańskich i wegetariańskich. Neutralny smak i właściwości zdrowotne tego oleju pozwalają na kreatywne eksperymentowanie z roślinnymi składnikami, a w konsekwencji tworzenie smacznych i wartościowych posiłków. Rafinowany olej rzepakowy może być używany do smażenia tofu, warzyw oraz do przygotowywania różnorodnych past czy hummusów.

EKONOMIA I WYDAJNOŚĆ

W branży HoReCa, gdzie kontrola kosztów jest kluczowa, olej rzepakowy gwarantuje świetną wydajność i ekonomiczność. Jego stabilność termiczna i trwałość pozwalają na wielokrotne użycie bez utraty jakości, co znacząco redukuje koszty operacyjne. Dodatkowo duża dostępność oleju rzepakowego na rynku sprawia, że jest on konkurencyjny cenowo.

ZDROWIE I BEZPIECZEŃSTWO

Olej rzepakowy, dzięki swojemu składowi, jest zdrowszą alternatywą dla wielu innych tłuszczów używanych w kuchniach. Niska zawartość tłuszczów nasyconych i wysoka zawartość tłuszczów nienasyconych w jego składzie wspiera zdrowie serca. Dla profesjonalnych kucharzy i restauratorów dbanie o zdrowie klientów jest priorytetem, co czyni olej rzepakowy idealnym wyborem. ✕

Agnieszka Jasińska
Kulinarne Nawigacje

Olej rzepakowy to wszechstronny i zdrowy składnik, który znajduje szerokie zastosowanie w branży HoReCa. Jego właściwości, takie jak neutralny smak, wysoka stabilność termiczna i korzystny skład odżywczy, czynią go doskonałym wyborem do różnorodnych technik kulinarnych i innowacyjnych zastosowań w profesjonalnej kuchni. Dzięki niemu kucharze mogą tworzyć smaczne, zdrowe i ekonomiczne potrawy, zaspokajając potrzeby nawet najbardziej wymagających gości.

**REKONSTRUKCJA
STARYCH RECEPTUR
KULINARNYCH
TO TROCHĘ
JAK PRACA
DETEKTYWA**

Rozmowa z

Bogdanem Gałązką, dr. n. hum. w dziedzinie historii, senior szefem i współwłaścicielem restauracji Stolica Café w Warszawie.

Swoją karierę wiązał Pan z zarządzaniem zasobami ludzkimi – studiował Pan na SGH w Warszawie i kierował działami kadr w dużych korporacjach. Co spowodowało, że postanowił Pan w 2007 r. zmienić ścieżkę zawodową i objąć stanowisko szefa kuchni w Gothic Cafe & Restaurant na zamku w Malborku?

Bogdan Gałązka: Tak naprawdę to zaczęło się w 2002 r., kiedy wyjechałem do USA. Ale od początku. Pochodzę z Podlasia i od najmłodszych lat chciałem zostać kucharzem. Jednak w latach 80. prestiż tej profesji był niski i w efekcie skończyłem szkołę o kierunku elektrycznym, a później studia w Warszawie.

W latach 2000-2001 pracowałem w wydawnictwie jako zastępca dyrektora działu sprzedaży. W tym samym czasie Kurt Scheller otwierał akademię gotowania przy ul. Koszykowej. Uczęszczałem tam na różne kursy z Pascalem Brodnickim czy Grześkiem Łapanowskim. Kiedyś Chef Kurt powiedział: „Bogdan, czy ty nie chcesz zostać kucharzem zawodowym?”. Miałem wtedy 33 lata i to był punkt zwrotny w moim życiu zarówno osobistym, jak i zawodowym. Rzuciłem wszystko i wyjechałem do Stanów,

gdzie mieszkali moi rodzice i brat. Najpierw przez dwa lata chodziłem do Hunter Collage, by nauczyć się porządnie języka angielskiego.

Moim marzeniem było studiowanie w CIA, czyli Culinary Institute of America, ale okazało się to jednak niemożliwe ze względów finansowych – chodziło o setki tysięcy dolarów. Znalazłem szkołę w Nowym Jorku – Culinary Academy of New York. To był program 18-miesięczny – 12 miesięcy nauki w szkole i 6 miesięcy praktyki. Byłem z tego bardzo zadowolony, ale też zmęczony, bo równocześnie pracowałem. Praktyki odbywałem m.in. w restauracji u Daniela Boulud na Manhattanie. W tym czasie jego restauracja miała aż 3 gwiazdki, teraz ma 2. Pracowałem na Long Island jako szef kuchni.

W 2007 r., gdy rozchorował się mój tata, wróciliśmy do Polski. To był moment, w którym musiałem podjąć decyzję, co robić dalej. W tym czasie zadzwonił mój wspólnik z wiadomością, że jest przetarg na prowadzenie restauracji-kawiarni na zamku w Malborku i tak zaczęła się moja przygoda z tym miastem. Byliśmy 13 lat na zamku, aż do wybuchu pandemii.

Moja kuchnia wspaniale wpisała się w to miejsce. To było coś więcej niż restauracja, to był rodzaj instytucji kultury.

Podobno wtedy turyści nie przyjeżdżali na zamek w Malborku, by podziwiać siedzibę zakonu, ale żeby spróbować słynnej średniowiecznej kuchni, którą Pan serwował. Czy przygotowując dania, wspomagał się Pan starymi przepisami? Łączył Pan tradycję z nowoczesnością?

Wielokrotnie nasi klienci pisali, że pobyt w restauracji zrobił na nich większe wrażenie niż pobyt na zamku. To trochę tak jak z przewodnikiem oprowadzającym gości – przy stole należy porwać opowieścią, obsługą – wówczas jak motyle unoszą się nad talerzami. Chcieliśmy, aby to miejsce jedzeniem, a także wystrojem nawiązywało do czasów świetności zamku

w Malborku. W Polsce ten zamek nie kojarzy się z czymś wysmienitym, raczej z Niemcami czy powieścią „Krzyżacy” Sienkiewicza.

A tu toczyło się też normalne życie. Krzyżacy bardzo dobrze gotowali. Używali kuchni jako narzędzia dyplomacji, pokazania potęgi tego miejsca. Zostały z tego okresu księgi rachunkowe i na ich podstawie wypisaliśmy sobie produkty, jakich używano w XIV w. Wiadomo, że życie było regulowane postami – obowiązywały one przez 3/4 roku. Dzisiaj można by rzec, że szli zgodnie z trendami – kuchnia zielona. Dla mnie Krzyżacy zrobili coś, co dzisiaj nazywamy dyplomacją kulinarną. Doskonale rozumieli, że poprzez pięknie nakryty stół czy wysmienite dania więcej ugrają.

Wracając do samego jedzenia i potęgi tego miejsca, wiemy, że wielki mistrz sprowadzał na dwór 12 gatunków wina, suszone owoce, daktyle, rodzyunki czy mleko migdałowe. Miał swoje stawy i sady. Uwielbiał ser. Wypiekano tu ponad 10 gatunków chleba – od białego,

Bogdan Gałązka

LAUREAT HERMESA



- » Szef kuchni i restaurator, historyk jedzenia specjalizujący się w rekonstrukcji historycznej kuchni średniowiecza i późnego renesansu.
- » Przez trzynaście lat był współwłaścicielem Gothic Restaurant na Zamku w Malborku. Obecnie prowadzi Stolica Café w Warszawie.



pszennego, po razowca z grubej mąki. Jedli pieczone mięsiva, dzi-
czyznę, faszzerowane ryby (szczu-
paki, sandacze, łososie, leszcze, bie-
ługi, jesiotry) i faszzerowane ptaki
(żurawie, perliczki, szczygły, skow-
ronki). Pałac pachniał cynamo-
nem, imbirem, goździkami i kurą
– zieloną i czarną po krzyżacku,
pierwsza: w cieście naleśnikowym,
panierowana w pietruszce; druga:
w prażonym, czarnym sezamie.

Stworzyliśmy dwa duże pro-
jekty. Jeden przygotowaliśmy
w lipcu – oblężenie Malborka.
Kolacje były inspirowane najważ-
niejszymi traktatami kulinarnymi
epoki średniowiecza i rene-
sansu m.in. dzika marchew, sos
beszamelowy, parmezan. Zasadni-
czo były to warzywa kopcowane.

Kolejnym dużym przedsięwzię-
ciem było wydarzenie „Posmakuj
zamku”. Wtedy ja jako przewodnik
zabierałem turystów na oprowa-
dzenie po zamku, ale w różnych
jego częściach czekały na gości
niespodzianki, np. w kuchni

konwentu można było spróbo-
wać serów i owoców; w Wielkim
Refektarzu – wina musującego.
Zwieńczeniem zwiedzania była
kolacja w restauracji. Chciałem
odczarować to miejsce. Ówczesny
dyrektor Muzeum Zamkowego
w Malborku, Mariusz Mierzwiński,
zdawał sobie sprawę z tego, jak
ważne jest jedzenie i jak wpisuje
się w historię tego miejsca. Bardzo
wspierał to nasze przedsięwzięcie.

**W 2023 r. po prawie trzyletniej
przerwie powrócił Pan z nowym
kulinarnym projektem. W bu-
dynku kina Iluzjon, siedzibie
Muzeum Sztuki Filmowej
w Warszawie, otworzył Pan
kawiarnię Stolica Café. Kto
najczęściej odwiedza lokal?**

Doświadczenie i wiedza zdo-
byta na zamku, uprzejmość oraz
życzliwość gości zaowocowały
w nowym miejscu, w którym
jestem od 1,5 roku – Stolica Café
– kawiarnia i bistro na starym
Mokotowie. To jest kolejny projekt

i kolejne niebywale ciekawe miejsce
zarówno na mapie Warszawy,
jak i kultury polskiej – najstarsze
kino, zachowane architektoniczne
tak jak zostało wybudowane,
poza małymi może zmianami.

Nazwa lokalu nawiązuje
do starej nazwy kina – Kino Stolica,
która obowiązywała w 1948 r.
Dopiero po remoncie, w latach
2000, zmieniono nazwę na Kino
Iluzjon. W tworzeniu pierwszego
menu pomogła nam dr Aleksandra
Drzał-Sierocka, autorka dosko-
nałej pracy doktorskiej na temat
jedzenia w filmie. Niektóre dania
pozostały do dziś np. hummus
o nazwie „Make hummus no war”
nawiązujący do dokumentalnego
filmu dotyczącego konfliktu pale-
styńsko-izraelskiego ukazanego
z perspektywy kulinariów. Od-
wiedzający nas goście to również
ludzie kultury. W kinie cały czas
dzieją się festiwale i wydarzenia
filmowe. Jest to kontynuacja tego,
co zaczęło się w Malborku, ale
w trochę innym otoczeniu.

W dużej mierze jesteśmy śniadaniownią, mamy też lunchy i wieczorne menu. Śniadania serwujemy bardzo długo, ale miejsce od nas tego wymaga. Znaleźliśmy kompromis, że są one dostępne do godz. 17:00, a od godz. 17:30 – kolacje. Nasza karta jest wegetariańsko-wegańsko-mięsna. Myślę, że udało mi się zachować zdrowy balans i dać gościom wybór.

Jesteśmy bardzo specyficznym lokalem. Mieścimy się w holu kina, dlatego to miejsce nie sprzyja prywatnym, biznesowym rozmowom. Śniadania już tak, ponieważ znajduje się tu piękna przeszklona ściana. Upodobały nas sobie ambasady i agencje PR. Natomiast wieczorem jest to miejsce, w którym ludzie przed kinem lub po kinie wypiją lampkę wina i mogą zjeść coś małego. W sobotę i niedzielę zapraszam na nasze słynne naleśniki. W niedzielę serwujemy rosół z ręcznie robionym makaronem, kotlet schabowy albo mielone z buraczkami. Tworzymy rodzinną atmosferę. W Malborku goście się zmieniali, tutaj mamy stałych klientów. Dzieci często wołają do mnie „Dziadek Bogdan” albo „Wujek Bogdan”. Jest to miłe.

Jak ocenia Pan kulinarną świadomość naszego społeczeństwa? Czy goście coraz częściej zwracają uwagę na to, co jedzą?

Bez wątplenia zmieniła się gastronomia. Myślę, że wszyscy tego doświadczamy. Kiedyś ludzie robili fortunę na gastronomi, ponieważ produkt i praca były stosunkowo tanie. Dzisiaj ceny i wynagrodzenia pracowników poszybowały w górę. Ten, kto prowadzi gastronomiczny biznes, doskonale wie, że obecnie bez Excela się nie obędziemy. Ceny zmieniają się każdego dnia.

Świadomość jest w narodzie, zawsze była. Zupełnie inaczej karmiliśmy w Malborku i inaczej karmimy w Stolica Café. W Malborku mieliśmy w okresie letnim turystów, którzy jednorazowo zostawiali więcej pieniędzy. Tutaj

mamy gości odwiedzających nas codziennie czy co drugi dzień. Aby to nie był jednorazowy strzał, to musimy tak skalkulować cenę, żeby takiej osobie opłacało się stołować się u nas regularnie.

Nasi goście zwracają uwagę na to, co jedzą. Na pewno jest dużo większa świadomość karmienia dzieci. Patrzą na to z radością.

Mamy kranik, skąd można brać wodę, miski dla psów i nawet menu napisane brajlem – to społeczna wrażliwość z naszej strony. Te wszystkie elementy powodują, że świadomość ludzi w całej Polsce się zmienia. Bardziej rozumiemy. Idą kolejne pokolenia, które mają zupełnie inną świadomość wychowania dzieci, karmienia siebie nawzajem. Pracuję w gastronomii 30 lat i ta zmiana jest ogromna, na lepsze. Świadomość, edukacja. Jedyne co się nie zmieniło to, że nadal jest to ciężka praca. Szczególnie latem, to jest piekło.

Jaką radę przekazałby Pan młodym osobom, które stawiają pierwsze kroki w branży kulinarnej?

Pamiętajcie, żeby biegać maratony trzeba najpierw nauczyć się chodzić. Przychodzą do nas młodzi chłopcy i dziewczęta – rezygnują, bo jest gorąco, bo jest ciasno i długo się pracuje. To prawda, ale jeśli przy takim szefie człowiek popracuje rok albo dwa i zostanie na tej kuchni bez klimatyzacji, to naprawdę później doceni coś lepszego.

Na pewno będę zachęcał młodych i starszych ludzi do tego, żeby się edukowali. Zawsze wiedziałem, że w życiu będę robił dwie rzeczy: będę albo kucharzem, albo nauczycielem. Doktorat był moją drugą nogą. To też jest spowodowane tym, że gdy masz 30-40 lat na kuchni to jest to coś, co cię unosi. Gdy masz lat 60, nadciśnienie i parę innych rzeczy przychodzi w życiu, to nagle się okazuje, że nie ustoisz 12 godzin i nie dorównasz tym młodym. Nagle się okazuje, że masz

zapalenie stawu, zwyrodnienie, że nóż zaczyna wypadać z ręki itp. Czasami, kiedy skarżę się mamie, to ona mówi: „było berło, ale się zderło?”. To święta prawda. Wiedziałem, że w pewnym momencie przestanę gotować. Będę rozmawiał z gośćmi, nauczał, ale nie gotowania a zarządzania, relacji z ludźmi czy między sobą, bycia liderem na kuchni, tego, jak reagować na zmieniający się świat.

Świat gastronomiczny jest całkiem inny, zwłaszcza w dużych miastach. Dojrzała szefowie kuchni mogą dostrzegać obszary, które trudno im zrozumieć. Ja swoje rozmowy kwalifikacyjne zaczynam od pytania „jakimi zaimkami się do ciebie zwracać?”, to jest przykład zmiany. Jeszcze 5 lat temu nikt o tym nie myślał. W takim mieście jak Warszawa, gdzie jest duże skupisko ludzi, gdzie młodzież przed wieloma rzeczami ucieka, szuka schronienia, uważam, że mi jako pracodawcy korona z głowy nie spadnie, jeśli o to zapytam.

Jestem Pan pierwszym szefem kuchni w Polsce ze stopniem naukowym doktora nauk humanistycznych w dziedzinie historii.

Doktorat jest narzędziem, które daje mi energię do bycia aktywnym. Do nauczania i przekazywania wiedzy. Jestem wykładowcą na uniwersytecie Vistula w warszawskiej Szkole Wyższej Turystyki i Hotelarstwa. Prowadzę zajęcia z zarządzania gastronomią, z historii gastronomii, turystyki kulinarnej oraz zarządzania wydarzeniami. To jest taki czas, kiedy ja mogę się dzielić swoim doświadczeniem. Zrobienie doktoratu zajęło mi ok. 13 lat. Gdyby nie pandemia, to nie miałbym na to czasu.

Kluczowy był rok 2020, Wielka Sobota, pusty Plac św. Piotra i wystąpienie Papieża Franciszka, który powiedział, że mamy wziąć z tego czasu to, co najlepsze, a nie co najgorsze.

To był moment zwrotny w moim życiu naukowym, bo następnego

dnia wstałem, usiadłem i zacząłem pisać doktorat, co i tak zajęło mi 2 lata – stało się to jedyną rzeczą, nad jaką miałem w tamtym momencie kontrolę. Restauracja na zamku już nie istniała i nie pandemia mi ją zabrała. Odebrano mi wszystko, co było moje, pozostała pustka i poczucie ogromnej straty. Ale i zostało coś, na co miałem realny wpływ i to był doktorat. Nad tym mogłem się skoncentrować, wiedziałem, że nikt mi tego nie zabierze.

Bocuse czy Escoffier swoich czasów. Praca ma charakter edukacyjny.

W swojej karierze odbył Pan kilka inspirujących podróży m.in. do Meksyku, Iranu czy Malezji, gdzie doskonalił Pan techniki kulinarne. Wielu kucharzy twierdzi, że receptą na szybki sukces w zawodzie są praktyki i praca zawodowa poza granicami naszego kraju. Czy zgadza się Pan z tym?

Młodzi ludzie obecnie są dużo bardziej zaradni językowo, nie potrzebują wiz do podróżowania.

mi od czasu do czasu, np. robimy nutellę z melasy i daktyli oraz lody szafranowe. W Meksyku mam przyjaciela, Chef Sławomir Korczak, który wygrał krajowe eliminacje do World Chocolate Master w Meksyku. Prowadzi koncept „Polska European Bakery and Chocolate”, gdzie można zjeść polskie drożdżowe ciasta, bagietki, babki wielkanocne. Ludzie przyjeżdżają po to pieczywo z odległych miast. Poza tym podróże kształcą.

Wiele Pan już osiągnął. Jakie ma Pan plany, marzenia?

Z pewnością będę szedł w stronę edukacji. Chcę pracować na Uniwersytecie, bo sprawia mi to dużo radości. Bardzo chciałbym dożyć momentu, w którym wpisze polską wigilię na krajową i światową listę UNESCO. W październiku drukiem ukaże się mój doktorat. Planuję w związku z tym przygotować kolację i pokazać, czym w XIX w. był smak i jak wyglądała kuchnia. Obym tylko miał zdrowie, życzliwość i będzie dobrze.

W 2012 r. otrzymał Pan Hermesa Kulinarnego „Poradnika Restauratora” dla Gothic Cafe and Restaurant w Malborku w kategorii „Restauracja Ogólnopolska”. Co dla Pana znaczy to wyróżnienie?

W tamtym momencie mojego rozwoju zawodowego nagroda ta była dla mnie czymś ważnym, dającym wiarę i siłę, nie tylko mnie, lecz także całemu zespołowi. Prowadziłem restaurację dla turystów, a pomimo to zostaliśmy docenieni.

Hermes Kulinarne to prestiżowa nagroda – głosują na nią szefowie kuchni, a nie redakcja. Drodzy koledzy, starajcie się o Hermesa. To jest istotne – buduje gastronomię i relacyjność. ✕

Przed nimi świat stoi otworem. Niektórzy z nich podróżują i odwiedzają znane restauracje. Choć uważam, że w Polsce mamy wielu wybitnych szefów kuchni, zawsze mieliśmy. I to nie gwiazdki Michelin to określają, ale ich ogromne talenty.

Zdarza się, że pobyty na zagranicznych stażach niewiele dają. Nie ma co się łudzić, że znany szef kuchni dopuści nas do wielkiego gotowania. Natomiast zobaczenie całego procesu serwisu, odprawy, kultury organizacji, stołu – bezcenne. Pomimo że wiąże się to z kosztami, absolutnie rekomenduję.

Moje dwie ulubione destynacje do podróżowania to Meksyk i Iran. Smaki irańskie towarzyszą

Zachęcam do pisania i interesowania się kulturą stołu, jedzeniem, historią jedzenia – to piękna sprawa. Promotorem mojej pracy jest prof. Jarosław Dumanowski, a głównym bohaterem szef Jan Szyttler, ikoniczna postać XIX-wiecznego świata kucharzkiego na terenach dawnej Rzeczypospolitej Obojga Narodów. Dziś można śmiało powiedzieć, że był on jak Paul





HoReCa



Bananowe
z sosem
Stony Karmel

www.koral.com.pl

RAPORT PMR „RYNEK HORECA W POLSCE 2024”

Pokolenie Z wybiera bary szybkiej obsługi

Rynek HoReCa stanowi istotną część krajowego sektora usług, odgrywając kluczową rolę w gospodarce. Jak wynika z raportu „Rynek HoReCa w Polsce 2024”, opublikowanego przez PMR Market Experts, osiągnął on zdecydowany wzrost w porównaniu do 2020 r., czyli początku pandemii COVID-19. Eksperti podkreślają dynamiczny rozwój segmentu barów szybkiej obsługi, prognozują wzrost zainteresowania cateringiem dietetycznym oraz mówią o roli „zetek” w rozwoju całego rynku.

POWRÓT NA ŚCIEŻKĘ WZROSTU

Rynek HoReCa w Polsce wraca na ścieżkę realnych wzrostów. Pozytywne otoczenie makroekonomiczne, prognozowane obniżenie inflacji, powrót liczby turystów do poziomu sprzed pandemii oraz poprawa sytuacji materialnej Polaków

do 2029 roku to główne czynniki wpływające na to zjawisko.

– Szacuje się, że wartość rynku HoReCa w Polsce w 2024 r. wzrośnie o 8,4 % względem poprzedniego roku. Ten w ostatnim czasie znajdował się pod silnym wpływem rosnących cen, co skłaniało Polaków do ograniczania wydatków. Jednymi z kluczowych obszarów, wokół których szukali oszczędności, było jedzenie poza domem czy

zamawianie posiłków na do-wóz. Aktualnie odnotowaliśmy spadek deklaracji o ograniczaniu wydatków o 11 p.p. w porównaniu do 2023 r. To korzystna informacja dla rynku HoReCa – mówi **Justyna Zagórska**, analityk w PMR Market Experts.

CZY UDZIAŁ SEGMENTU RESTAURACYJNEGO BĘDZIE MALAŻ?

Restauracje, stanowiące największą część rynku HoReCa, będą stopniowo ustępować miejsca cateringowi indywidualnemu oraz gastronomii hotelowej w ciągu najbliższych lat. Segment ten charakteryzuje się najwyższą dynamiką wzrostu i wraca do wartości sprzed pandemii. Obserwowane przeobrażenia można przypisać zmieniającym się preferencjom konsumentów, wygodzie korzystania z usług cateringowych oraz ogólnemu rozwojowi turystyki i rosnącej

Ograniczenie wydatków z powodu wzrostu cen przez Polaków korzystających z usług HoReCa w Polsce (%), kwiecień/maj 2023 i kwiecień 2024



83 %
IV/V 2023



72 %
IV 2024

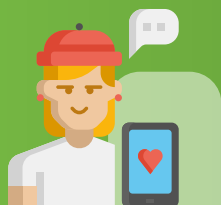
Wyjaśnienie: n=986 w 2023 r. i n=985 w 2024 r.

Badanie przeprowadzone wśród 1009 dorosłych Polaków, którzy w 2023 r. korzystali z usług rynku HoReCa w Polsce.

Źródło: Raport PMR „Rynek HoReCa w Polsce 2024”.

Zamawianie dań klasycznych typu mięso i dodatki na miejscu w lokalu gastronomicznym* w Polsce, według pokoleń, kwiecień 2024

34 %



Pokolenie Z
1995 - ...

46 %



Pokolenie Y
(Millennials)
1980 - 1995

48 %



Pokolenie X
1964 - 1980

51 %



Baby Boomers
1946 - 1964

* wśród pięciu najczęściej wybieranych dań

Wyjaśnienie: n=978. Badanie przeprowadzone wśród 1009 dorosłych Polaków, którzy w 2023 r. korzystali z usług rynku HoReCa w Polsce.

Źródło: Raport PMR „Rynek HoReCa w Polsce 2024”.

liczbie zagranicznych turystów odwiedzających Polskę.

Popularne jest także zamawianie jedzenia na dowóz – z takiej formy korzysta 60 % badanych. Blisko połowa Polaków, głównie kobiet, jako główny powód korzystania z takich usług wskazuje urozmaicenie codziennych posiłków przygotowywanych w domu. Mężczyźni z kolei chętnie zamawiają jedzenie w związku z wydarzeniami sportowymi.

BARY SZYBKIEJ OBSŁUGI ODWIEDZANE NAJCHĘTNIEJ

Okazuje się, że spośród restauracji, pizzerii, kawiarni, barów alkoholowych oraz szybkiej obsługi, to te ostatnie są liderem wzrostu wartości sprzedaży w trudnym dla branży 2023 r. Prawie połowa ankietowanych przyznała, że decyduje się na posiłek w barze szybkiej obsługi dwa, trzy razy w miesiącu lub częściej. Drugim wyborem są pizzerie, a trzecim restauracje. W gronie najchętniej

odwiedzanych przez Polaków lokali znajdują się m.in. KFC czy Orlen Stop Cafe. Z ich usług częściej korzystają mężczyźni niż kobiety oraz młodzi ludzie w wieku 18-24 lata.

POKOLENIE Z ZMIENIA RYNEK HORECA

Eksperti PMR Market Experts wskazują przedstawicieli Pokolenia Z jako ważną grupę konsumentów, mającą coraz większy, realny wpływ na funkcjonowanie lokali gastronomicznych. Ci, chętniej niż klasyczne dania z kuchni polskiej, wybierają kuchnię amerykańską, a kawę wymieniają na napoje gazowane. Osoby urodzone po 1995 roku częściej niż do restauracji chodzą do wspomnianych barów szybkiej obsługi oraz pizzerii. Przy wyborze lokalu zdecydowana większość z nich kieruje się ocenami, na przykład w Google. Ważne są także dla nich opinie popularnych kulinarnych vlogerów i influencerów.

Co istotne, „zetki” bardzo chętnie sięgają po konkurencyjne

dla rynku HoReCa produkty typu food-to-go, czyli ciepłe i zimne przekąski, takie jak hot-dogi, zapiekanki, gotowe dania czy drożdżówki oraz przygotowywane na miejscu napoje (kawa, herbata, świeżo wyciskane soki). Aż 40 % przedstawicieli tego pokolenia uważa je za pełnowartościowe posiłki, mogące zastąpić te zjedzone w lokalu gastronomicznym. Jak podkreślają eksperci, konkurencja ze strony sklepowej gastronomii będzie stanowić coraz większe wyzwanie dla branży HoReCa. ✕

Oprac. red.

Raport „Rynek HoReCa w Polsce 2024” został opublikowany w czerwcu 2024 roku przez firmę PMR Market Experts. Analizuje obecną sytuację oraz prognozy na lata 2024-2029. Rzuca światło na dynamiczne zmiany zachodzące w strukturze rynku HoReCa, które zostały znacząco zaburzone pandemią COVID-19.

HOTELOWE ELDORADO?

Redakcja „Poradnika Restauratora” odwiedziła w czerwcu stan Kolorado, którego stolicą jest Denver. Ze względu na infrastrukturę kongresową miasto stanowi cel wielu wyjazdów biznesowych, a okoliczna przyroda z licznymi parkami narodowymi przyciąga turystów oraz ekipy filmowe z Hollywood. Postanowiliśmy przybliżyć naszym Czytelnikom, jak branża HoReCa funkcjonuje w Kolorado.

Estes Park to miejscowość położona u bram parku narodowego Gór Skalistych – rezerwatu przyrody, który rocznie odwiedza ponad 4,5 miliona turystów. Choć Estes Park jest kurortem, to ze względu na ochronę pobliskiej przyrody nie ma tam wyciągów i kolejek górskich. Miejscowość stanowi przede wszystkim bazą wypadową dla wycieczek pieszych i samochodowych. W znanej sieci kawiarni

Starbucks wita nas baner – najpierw kawa, potem przygoda. Oferta noclegowa obejmuje wiele sieci hotelowych m.in. Best Western czy Holiday Inn, jednak najwięcej znajduje się tam lokalnych obiektów, takich jak Murphy’s Resort. W domkach nocują amerykańskie rodziny wybierające się na wycieczki górskie czy łowienie ryb w okolicznych strumieniach. Goście mogą korzystać z podgrze-



wanego basenu i jacuzzi, miejsca do grillowania i skromnego pomieszczenia stołówek, w którym są serwowane kontynentalne śniadania – tosty, owoce, serek, dżem. Nad miasteczkiem, na wzgórzu, położony jest historyczny Stanley Hotel, działający od 1909 r. i zarządzany od IV pokoleń przez rodzinę Hall. Hotel słynie głównie z tego, że to właśnie w nim kręcono wiele scen komedii „Głupi i głupszy” z 1994 r., co upamiętniają liczne gabloty

ze zdjęciami odtwórców głównych ról – Jima Carreya i Jeffa Danielsa. Znany autor horrorów Stephen King, nocując w tym obiekcie, wpadł na pomysł napisania popularnej książki „Lśnienie” (jednak filmową adaptację z udziałem Jacka Nicholsona kręcono gdzie indziej). Dziś fani gatunku chętnie nocują w hotelu, w którym ponoć czasem faktycznie straszy. Obiekt posiada rozbudowaną ofertę hotelową, restaurację fine-dining oraz typowy amerykański sportsbar. W holu zaparkowano samochód marki Stanley, którego jako Stasia moglibyśmy podziwiać w „Autach” Disneya. Na przestrzeni

lat gośćmi hotelu byli m.in. Bob Dylan, Joan Baez, Allen Ginsberg i Peter Gabriel. Kolonialny obiekt jest nie tylko miejscem noclegowym, ale także największą nie przyrodniczą atrakcją Estes Park, jego zakamarki możemy poznać, korzystając z oferty kilku tematycznych wycieczek wraz z przewodnikiem, w tym z wizyty w piwnicy z Whiskey oraz z wyprawy z największym dreszczykiem emocji zatytułowanej „The Shining”.

W znacznie rzadziej odwiedzanej części stanu Colorado swoje rancho miał znany piosenkarz Joe Cocker. Crawford to miejscowość licząca jedynie 500 mieszkańców, położona trochę pośrodku niczego, ale



to właśnie tam w 1994 r., powstało rancho „Mad Dog” – wyceniana dziś na 18 mln dolarów posiadłość w stylu anglikańskim, wystawiona aktualnie na sprzedaż.

W samym sercu małego miasteczka znajdowała się restauracja „Mad Dog Ranch Fountain Cafe”, w której od czasu do czasu można było spotkać Joe, a znacznie częściej jego żonę Pam. Dziś 10 lat od śmierci muzyka restauracja jest już nieczynna, ale lokalna społeczność wspomina dobre jedzenie i miłą obsługę, z której słynął lokal. Przez okno nadal dostrzeżemy elementy wyposażenia. Sam Joe spoczywa na malutkim cmentarzu, zaledwie 300 m dalej. Jego żona – Pam Cocker – przeprowadziła się ponoć do Denver.

To właśnie w tym największym mieście stanu Colorado reprezentacyjna 16. aleja, zamiast tętnić życiem, jest jednym wielkim rozkopem – remonty, podobnie jak te w Polsce, wciąż się przeciągają. Zarówno handel, jak i restauratorzy mają ciężko, ale kiedyś trzeba przecież wymienić infrastrukturę. Przy hotelu Hyatt funkcjonuje



Red Cliffs Lodge

restauracja Bubba Gump. To jedna z kilkunastu takich placówek w USA, powstała z inspiracji kultowym filmem „Forrest Gump”. W 1995 r. Anthony Zolezzi wykupił prawa do nazwy Bubba Gump Shrimp Co. od wytwórni Paramount Pictures. Rok później wspólnie z siecią restauracji Rusty Pelican otworzył w Kalifornii pierwszy lokal. Dziś ta sieć franczyzowa posiada 22 placówki w USA i 16 poza granicami Stanów Zjednoczonych m.in. w Japonii, Meksyku, Kanadzie, a nawet Katarze.

Wystrój każdej placówki to raj dla miłośników filmu „Forrest Gump”. W gablotach wiszą liczne zdjęcia i gadżety z planu filmowego (mundur Bubby z Wietnamu, spodenki, w jakich Forrest biegł przez USA). W poczekalni goście mogą zasiąść na replice ławki, na której główny bohater snuł swoją opowieść przy pudełku czekoladek. W menu podzielonym na sekcje „z fermy” i „z morza” znajdziemy oczywiście krewetki, podawane na wiele sposobów,

czy to jako danie główne, czy to w formie przystawki do klasycznego steka wołowego. Są też małże czy kalmary, ale to ulubione krewetki Bubby odmienia się tu przez wszystkie przypadki.

Ceny jak na USA umiarkowane. Każda restauracja ma też sklepik z gadżetami, w którym znajdziemy nie tylko pudełko czekoladek, lecz także T-shirty czy magnesy. „Forrest Gump” w Polsce cieszy się statusem filmu kultowego, zatem może czas na kolejną placówkę tej sieci, tym razem nad Wisłą?

Tymczasem atmosferę westernów można poczuć w Red Cliffs Lodge, tuż nad rzeką Colorado. Ten pięknie położony ośrodek oferuje szeroką gamę noclegów: od domków wakacyjnych, po klasyczne pokoje hotelowe.

Z restauracji Cowboy Grill rozciąga się przepiękny widok



Restauracja Bubba Gump, Denver

na zakola najstynniejszej rzeki dzikiego zachodu. W podziemiach urządzono małe muzeum – znajdziemy tam pamiątki i plakaty z wielu filmów i teledysków kręconych na pograniczu stanów Utah i Colorado – m.in. „Blaze of Glory” Bon Jovi, „Powrót do Przyszłości III”, „Jeździec znikąd”, „Droga do San Juan”, „Thelma i Louise”. To kolejny dowód na to, że Hollywood to nie tylko Los Angeles! ✕

Tekst i zdjęcia:
Redakcja

„Poradnika Restauratora”



Stanley Hotel, Estes Park

Influencer?

Persona non grata!

Przedsiębiorcy działający na terenie Unii Europejskiej i rządy poszczególnych krajów rozpoczęli ostrą walkę z nieuczciwymi influencerami. Chodzi o objęcie ich publikacji w Internecie zasadami obowiązującymi media tradycyjne. Influencerzy doczekali się takiego stanu rzeczy, bo nie oznaczali w odpowiedni sposób postów typowo reklamowych, a także potrafili hejtować hotele i restauracje, które nie chciały podjąć z nimi współpracy w zamian za darmowy nocleg. Posypały się pierwsze kary.

Do tej pory odbiorca treści na Instagramie czy w serwisie Tik Tok nie był w stanie odróżnić zwykłego posta od tego, który był faktyczną reklamą produktów czy usług. Internetowa gwiazda potrafiła wyemitować na swoim profilu filmik, shorta czy post, wychwalając produkt bądź usługę, nie wspominając o tym, że wzięła za to „grubą kasę”. Jednak za „grubą kasą” lubią oglądać się służby fiskalne i instytucje odpowiedzialne za etykę mediów. W tego typu działalności influencerów dopatrzone się nieuczciwości przede wszystkim wobec odbiorców. Oceniono, że nie mają oni możliwości oceny, czy ów post jest obiektywny, czy jest zwykłym naciąganiem na zakup danych produktów lub usług. Karę miliona euro zapłaciła za tego

typu nieuczciwość włoska gwiazda social mediów, która ma ponad 30 mln followersów! O sprawie szeroko rozpisywały się media, bo był to pierwszy przypadek zastosowania nowego prawa wobec influencerki. Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM), czyli odpowiednik polskiego Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK)

stwierdził, że włoska bizneswoman modowa i influencerka nawiązała do zakupu świątecznego ciasta sugerując, że pieniądze ze sprzedaży trafią na konto szpitala dziecięcego w Turynie. Tak się jednak nie stało. Karą obarczono ją oraz firmę produkującą owo ciasto. Z medialnych doniesień wiadomo, że pod tym samym kątem są analizowane profile innych popularnych influencerów, mających co najmniej milion obserwujących.

Inną przyczyną, dla której różne służby zainteresowały się biznesem w social mediach, są... wymuszenia.

Jedną z najgłośniejszych spraw dotyczy brytyjskiej internetowej influencerki i hotelu oraz kawiarni White Moose Cafe w Dublinie. Dziewczyna skierowała do ich właściciela propozycję – za nocleg dla dwóch osób „zapłaci” filmem. Hotelarz opublikował tę treść w social mediach (bez ujawniania danych adresatki), wyśmiewając dziewczynę. Czym miałyby zapłacić personelowi? Rólką w filmiku? Stanowczo powiedział „nie”! Sprawa stała się na tyle głośna, że żyły nią media w kilkudziesięciu krajach.

Ta forma pracy influencerów już zaczęła spędzać sen z powiek także przedsiębiorcom działającym w Polsce w sektorach gastronomicznym i hotelarskim. Influencerzy piszą do nich maile, że w danym terminie będą przebywać w okolicy i z przyjemnością (za darmo)

skorzystają z noclegu oraz wyżywienia, a w zamian oferują pozytywny post na swoim profilu. Okazuje się jednak, że wielu z nich wcale nie ma tak ogromnych zasięgów w sieci, jakimi się chwala. Poza tym w kilku przypadkach zdarzało się, że po przybyciu do hotelu



organizowali niezgodnione z płacówką eventy, zajmowali przestrzeń, której nie wynajmowali, zachowywali się mało kulturalnie, a także opisywali miejsce w niepochlebny sposób.

Od kilku miesięcy influencerski szturm przeżywali górale. Otwarcie przyznawali, że coraz częściej otrzymują maile z propozycjami współpracy. Znane są przypadki, że po wysłaniu odpowiedzi odmownej dany przedsiębiorca był hejtowany na wszystkich możliwych platformach, a to, co budował latami – dobrą markę i pozytywny wizerunek – tracił w kilka dni po krytycznych wpisach.

Dokładnie rok temu włoscy hotelarze w Rzymie powiedzieli „Ora basta!” influencerom i blogerom. Doprowadziła do tego propozycja jednej z agencji marketingowych, w której portfolio znalazła się sławna uczestniczka reality show i jednocześnie influencerka. Agencja zaproponowała „standardowo” darmowy nocleg dla 5 osób i psa w zamian za wpis oraz „jedynie” 600 euro gaży dla swojej gwiazdy. To była kropla, która przelała czarę goryczy. Hotelarze odmowy argumentowali tym, że postami i filmikami nie są w stanie zapłacić za wodę, prąd, wpisy w Internecie nie opłaca sprzątaniam pokoju czy obsługi kuchni.

Efektom tego typu działań i jedności branży jest to, że wiele lokali i hoteli nie podejmuje współpracy z influencerami, a informacje o tym zamieszcza na swoich stronach internetowych.

Dla zaspokojenia ciekawości wiernych Czytelników „Poradnika Restauratora” na koniec ciekawa pointa. Gdy sprawa influencerki vs White Moose Cafe stała się głośna, hotelarz z Dublina wystawił jej rachunek za działania marketingowe na kwotę... 5,2 mln euro! Używając jej nomenklatury, napisał, że wspomniano o niej w ponad 100 mediach w 20 krajach z potencjalnym zasięgiem 450 mln osób! Na szczęście dla kobiety rachunek był symboliczny. Trudno jednak nie skomentować tego przysłowiem „Przyszła kryska na Matyska” albo „Niósł wilk razy kilka, ponieśli i wilka”. ✕

Heidi Handkowska

Magdalena Eliaz nową dyrektorką generalną Hotelu Bristol

Z dniem 2 września br. Magdalena Eliaz zostanie nową dyrektorką generalną warszawskiego Hotelu Bristol, który jest częścią portfolio The Luxury Collection. W ostatnich latach zarządzała hotelami marki Sheraton Grand, najpierw w Poznaniu, a następnie w Tel Awiwie. Może poszczycić się wszechstronnym doświadczeniem zdobytym zarówno w kraju, jak i za granicą. Pracowała dla największych sieci hotelarskich, takich jak Hilton i Marriott International.

Pascal Gadet nowym dyrektorem generalnym Hotelu Radisson Collection w Warszawie

Z dniem 1 lipca br. dyrektorem generalnym warszawskiego hotelu Radisson Collection Hotel Warsaw został Pascal Gadet, który jest związany z Grupą Radisson od 20 lat. W trakcie swojej kariery pracował m.in. w Le Méridien Waldorf w Londynie, a następnie w Indiach, w hotelach Le Royal Meridien Bombai & Le Meridien Pune. W 2004 r. dołączył do Radisson Hotel Group i pracował jako dyrektor generalny sieci Radisson w Kuwejcie i egipskim Al-Kusajr, a w latach 2012-2018 był dyrektorem generalnym Radisson Blu Amsterdam, gdzie pełnił też funkcję dyrektora okręgu na Holandię. W 2018 r. przeniósł się do Moskwy, gdzie wprowadzał na rynek Radisson Blu Olimpijskiy, a od 2020 r. zarządzał jako cluster general manager hotelami Radisson Blu i Park Inn przy lotnisku Szeremietiewo. Od 2022 roku pełnił funkcję dyrektora generalnego warszawskiego hotelu Radisson Blu Sobieski.

Destigo Hotels nowa polska marka hotelowa

Grupa Dobry Hotel – w procesie całościowego rebrandingu – wprowadziła na rynek własną markę dla hoteli i obiektów. Będą one funkcjonować pod nazwą Destigo Hotels. Nowa marka konsumencka i identyfikacja wizualna odzwierciedlają walory i potencjał obiektów zarządzanych przez Dobry Hotel. To także elementy planowanej ekspansji zagranicznej firmy. Prace nad projektem trwały ponad dwa lata – zostały poprzedzone wnikliwą analizą, wewnętrznymi konsultacjami, warsztatami i badaniami rynku. Obecnie Destigo Hotels ma w swoim portfolio 23 obiekty w atrakcyjnych turystycznie i biznesowo regionach oraz miastach Polski.

Stabilne wyniki Accor

Pierwsza połowa 2024 r. potwierdza perspektywy wzrostu, jakie grupa Accor prognozowała rok temu, z odnotowanym stabilnym popytem na usługi hotelowe. Wskaźnik RevPAR wzrósł o 6 % w porównaniu do analogicznego okresu ubiegłego roku. Jednocześnie w ciągu sześciu miesięcy tego roku grupa odnotowała przychody w wysokości 2 677 mln euro. Dywizja Premium, Midscale i Economy osiągnęła w tym czasie wzrost na poziomie 4 %, zaś Luxury & Lifestyle – 22 %. ✕

Oprac. red.

Nowe standardy ochrony małych w hotelach

– co hotelarze muszą wiedzieć?

15 sierpnia br. wchodzi w życie obowiązki dotyczące wprowadzenia SOM, czyli standardów ochrony małych. Nowe regulacje dotyczą również obiektów hotelarskich. Za nieprzebranie przepisów tzw. ustawy Lex Kamilek grożą kary do 30 tys. zł. Tymczasem wciąż wielu właścicieli obiektów noclegowych nie wie, jak ma wdrożyć nowe przepisy, co będzie podlegać kontroli i jak sprawdzać pokrewieństwo gości z małymi.

Badania w tej sprawie przeprowadził portal nocowanie.pl, który współpracuje z obiektami noclegowymi z całej Polski. W ankiecie wzięło udział blisko 500 przedstawicieli branży noclegowej. Tylko ponad połowa z nich przyznała, że wprowadziła już wszystkie wymagane zmiany. Dodatkowe 4 % zadeklarowało, że jest na dobrej drodze do ich wprowadzenia i właśnie się przygotowuje. Wielu

z nich nie kryje jednak, że po prostu brakuje im wiedzy. Zauważają również, że rodzice wcale nie są chętni do współpracy, a pytania często traktują jako wścibskie czy nietaktowne. Hotelarze zwracają uwagę, że nie mają sposobu na to, by skutecznie i legalnie weryfikować, w jakiej relacji z dzieckiem pozostaje dorosły gość hotelu.

Trudności przysparza też stworzenie odpowiednich dokumentów.

Samodzielnego opracowania Standardów Ochrony Małych w obiekcie podjęło się tylko 38 % respondentów. Z darmowych wzorów wyszukanych w Internecie skorzystało 28 % badanych, a do pomocy prawników w tej sprawie odwołało się 5 %. Również 5 % skorzystało ze szkoleń przygotowanych przez organizacje turystyczne i instytucje pozarządowe, ale 32 % przyznaje, że nie ma jeszcze takiego dokumentu.

CO SKŁADA SIĘ NA STANDARDY OCHRONY MAŁYCH?

Standardy obejmują zasady reagowania w przypadku podejrzenia krzywdzenia dziecka, zasady bezpiecznych relacji między personelem a dziećmi, szkolenia dla personelu oraz regularną ewaluację wprowadzonych rozwiązań. Każdy z tych elementów musi być jasny i zrozumiały dla wszystkich pracowników, aby w razie potrzeby mogli oni natychmiast zareagować, powiadamiając odpowiednie służby.

Integralną częścią standardów ochrony małych jest również obowiązek sprawdzenia niekaralności pracowników mających albo mogących mieć kontakt z dziećmi. Weryfikacja dotyczy Rejestru Sprawców Przepięstw na tle seksualnym, Krajowego

Podstawą prawną standardów ochrony dzieci w Polsce jest ustawa z dnia 13 maja 2016 r. o przeciwdziałaniu zagrożeniom przestępczością na tle seksualnym i ochronie małych, znowelizowana ustawą z dnia 28 lipca 2023 r. o zmianie ustawy – Kodeks rodzinny i opiekuńczy oraz niektórych innych ustaw. Nowelizacja ta, znana jako tzw. ustawa Kamilka, weszła w życie 15 lutego 2024 r. Od 15 sierpnia br. wszystkie podmioty pracujące z dziećmi muszą posiadać standardy ochrony, a odpowiednie organy mogą przeprowadzać kontrole.

Każdy pracownik dokonujący zameldowania lub obsługi gościa w hotelu ma obowiązek poinformować go o przestankach zbierania informacji o małych. Warto w widocznym miejscu – najlepiej przy recepcji lub w niewielkiej odległości od niej – umieścić widoczną tabliczkę informującą o tym, że hotel dba o bezpieczeństwo dzieci i stosuje procedury ochrony małych przed skrzywdzeniem.



Rejestru Karnego oraz rejestrów karnych krajów, w których dana osoba mieszkała w ciągu ostatnich 20 lat, a także rejestru karnego państwa obywatelstwa w przypadku obcokrajowca.

CO POWINNO ZWRÓCIĆ UWAGĘ PRACOWNIKA HOTELU?

Personel w hotelu powinien być wyczulony na wszelkie podejrzane sytuacje, m.in. takie jak fakt, że dziecko jest pod opieką osoby będącej pod wpływem środków psychoaktywnych, towarzyszący dorosłemu nastolatek jest pod wpływem takich środków lub osoba dorosła zachowuje się w sposób zagrażający dobru dziecka. W takich sytuacjach należy podjąć odpowiednie działania zgodnie z ustaleniami standardów ochrony małoletnich.

Niepokojący może być także to, że gość, który chce wynająć pokój z dzieckiem, nie ma ze sobą bagażu ani rzeczy należących do dziecka (ubrania, piżamy, przyborów toaletowych, zabawek). Oczywiście przyczyny braku bagażu mogą być różne i nie zawsze oznaczają, że dziecko jest krzywdzone. Ważna jest jednak świadomość, że może to być sygnał, iż dzieje się coś niepokojącego. W takiej sytuacji warto podjąć działania, które umożliwią uzyskanie dalszych informacji o tożsamości gości, ich powiązaniach i relacjach.

Istotną kwestią jest ponadto zachowanie gościa, który wynajmuje pokój tylko dla siebie na kilka dni i przyprowadza do niego dzieci. Czy jest to jedno i to samo dziecko, czy też codziennie inne – w każdym przypadku jest to sygnał alarmujący – powinien

JAK STOSOWAĆ STANDARDY OCHRONY MAŁOLETNIICH W PRAKTYCE?

Szkolenia – każdy pracownik hotelu powinien zostać przygotowany do stosowania nowych przepisów, przede wszystkim w zakresie wprowadzonych w obiekcie procedur i zasad. Warto też zaplanować szkolenia dotyczące rozpoznawania symptomów krzywdzenia dziecka, aby pracownicy wiedzieli, które sytuacje wymagają ich reakcji i interwencji.

Procedury identyfikacji dziecka – podczas melowania gości personel powinien sprawdzić tożsamość dziecka oraz jego relację z osobą dorosłą (hotel może informować o konieczności posiadania odpowiedniego dokumentu na etapie rezerwacji). W przypadku jakichkolwiek podejrzeń należy przeprowadzić szczegółową identyfikację, poprosić o dodatkowe dokumenty potwierdzające pokrewieństwo lub prawo do opieki nad dzieckiem.

Zasady bezpiecznych relacji między personelem a dziećmi – wszelkie interakcje powinny odbywać się z poszanowaniem godności i prywatności najmłodszych. Zasady bezpiecznych relacji są szczególnie istotne w przypadku podmiotów, które oferują praktyki uczniowskie (odbywające się także w wakacje).

Procedury interwencji – każdy hotel powinien opracować jasne i zrozumiałe procedury interwencji w przypadku podejrzenia zagrożenia dobra dziecka i wyznaczyć osobę odpowiedzialną za podejmowanie interwencji.

Otwarta komunikacja – standardy ochrony małoletnich należy komunikować nie tylko pracownikom, gościom: dzieciom i ich opiekunom. Informacje te powinny być opracowane w zrozumiałej formie i udostępnione np. w formie broszur lub plakatów w pokojach hotelowych oraz na stronie internetowej obiektu.

skłonić obsługę do zbadania sytuacji i powiązań gościa z przeprowadzanymi dziećmi.

Aby wspomóc hotelarzy w praktycznym wdrożeniu nowych przepisów, Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę przygotowała zestaw przykładowych procedur. Te dokumenty mogą być wykorzystywane jako wzór do opracowania własnych standardów ochrony małoletnich w obiektach noclegowych. Dostarczają one konkretne wskazówki i rekomendacje, jak identyfikować relacje między

dziećmi a dorosłymi gośćmi oraz jak postępować w sytuacjach wymagających interwencji. Hotelarze mogą zapoznać się z tymi materiałami i pobrać zestaw procedur, mających na celu zwiększenie bezpieczeństwa nieletnich gości odwiedzających ich obiekty. Pełne informacje oraz dokumenty do pobrania są dostępne na stronie internetowej Fundacji, co pozwala hotelarzom na bezpośrednie dostosowanie się do nowych wymagań prawnych. ✕

Oprac. red.



Fot. Izabela Wardaszko

IZABELA WARDASZKO

Radca prawny
Kancelaria Adwokata
i Doradcy Restrukturyzacyjnego
Pawła Lewandowskiego
kancelaria@lewandowskikancelaria.pl
www.lewandowskikancelaria.pl

Problem jedzenia, które pozostało po organizacji przyjęcia, może wydawać się trudny do rozwiązania. W wielu grupach tematycznych toczą się dyskusje dotyczące wydawania przez restauracje jedzenia po zakończeniu imprezy. Oczywiście, jak w każdym tego typu przypadku, każdy ma inny pogląd na tę sytuację. Nie brakuje oburzonych głosów przekonujących o tym, że w danym miejscu jedzenie nie zostało wydane lub wydano go za mało. Gdzie szukać odpowiedzi na zadane pytania i czy kwestie te są gdzieś prawnie uregulowane? Wszystko sprowadza się do umowy zawartej pomiędzy restauratorem a organizatorem/klientem. Wydanie jedzenia, jakie pozostało, to bowiem kwestia typowo umowna. Mimo

tego zawarta pomiędzy restauratorem a organizatorem umowa bardzo często na ten temat milczy, a to błąd, który może prowadzić do konfliktów.

Od strony prawnej: istotne są regulacje umowne i to one określą dalszy los jedzenia pozostałego po zakończeniu np. przyjęcia weselnego czy chrztu.

Najczęściej można spotkać się z trzema rodzajami zapisów znajdujących się w umowach na organizację przyjęcia:

1. Organizator/klient zabiera całość jedzenia, które pozostało po zakończeniu przyjęcia;
2. Organizator/klient zabiera tylko to jedzenie, które w trakcie przyjęcia zostało wyserwowane na salę. To jedzenie leżało

Co dalej z jedzeniem w restauracji po imprezie okolicznościowej?

Lato sprzyja organizacji przyjęć okolicznościowych i firmowych. Co roku powraca też pytanie, co z pozostałym jedzeniem? Czy należy do restauratora, czy do klienta, który przecież zapłacił za organizację imprezy? Czy jedzenie należy wydać, czy zostawić w restauracji? Jeżeli wydać, to ile i jak: czy tylko to, co znajduje się na stołach, czy również porcje pozostałe na zapleczu? Skorzystać z pojemników restauracyjnych, czy z tych zapewnionych przez klienta? Czy można pobrać opłatę za pojemniki jednorazowe?

na sali co najmniej kilka godzin i mogło być dotykane przez różne osoby, a więc restauracja i tak ponownie go nie wyda;

3. Organizator/klient nie zabiera ze sobą żadnego jedzenia, które pozostało po zakończeniu przyjęcia.

Wybór konkretnego rodzaju jest związany z modelem prowadzenia działalności restauracji, np. czy tego rodzaju wydarzenia są tam organizowane ciągle, nawet kilka jednocześnie (jedzenie często nie jest wydawane), czy też pojedynczo i na mniejszą skalę (najczęściej jedzenie jest wydawane).

Brak zapisu w umowie dotyczącego kwestii wydawania jedzenia organizatorowi po zakończeniu przyjęcia zazwyczaj oznacza, że jedzenie to nie zostanie mu wydane. Jeżeli organizatorowi zależy na wydaniu jedzenia, to w jego interesie i z jego inicjatywy powinny zostać podjęte rozmowy i negocjacje w kwestii tego zagadnienia. Taka możliwość istnieje jeszcze przed zawarciem umowy na organizację przyjęcia.

Restauratorzy również mają interes w uregulowaniu kwestii pozostałego jedzenia w umowie.

Jest to bowiem kwestia bardzo konfliktowa, która może prowadzić do negatywnych opinii na temat danego miejsca, a jak wiemy, są one obecnie niezwykle istotne.

Co więc należy uregulować w umowie? Warto zawrzeć w niej co najmniej kilka ważnych aspektów:

1. Czy jedzenie zostanie wydane organizatorowi? Jeżeli tak, czy będzie to jedzenie wyserwowane, czy jedzenie pozostałe po zakończeniu przyjęcia w całości?
2. Kiedy i w jakich godzinach można odebrać jedzenie,

które ma być wydane organizatorowi?

3. Czy jedzenie należy odebrać bezpośrednio po zakończeniu przyjęcia?

4. W co zostanie zapakowane jedzenie, które ma być wydane organizatorowi: czy powinien on dostarczyć własne opakowania, czy też restauracja dysponuje opakowaniami zwrotnymi, bądź jedzenie zostanie zapakowane w jednorazowe, dodatkowo płatne opakowania?

Pobieranie opłat za jednorazowe opakowania do pakowania jedzenia po zakończonym

przyjęciu często także budzi duże emocje. Klienci zarzucają restauratorom, że są to opłaty ukryte. Jednakże zapewnienie jednorazowych opakowań do jedzenia nie jest obowiązkiem restauratora. Dlaczego więc ma on ponosić koszt ich zakupu? Sporządzenie umowy pozwala uniknąć właśnie takich wątpliwości.

Podsumowując, to co stanie się z jedzeniem po zakończeniu przyjęcia jest kwestią pozostawioną do regulacji stronom w zawieranej na tę okoliczność umowie. Warto więc

zadbać o to, by została ona sporządzona we właściwy sposób. Pozwoli to zapobiec powstaniu potencjalnych konfliktów, a koszty zainwestowane w przygotowanie umowy będą na pewno niższe niż korzyści, które zarówno restaurator, jak i organizator/klient mogą osiągnąć. ✕

Oprac. red.



Fresh Start!

Targi w świeżym wydaniu

31. Międzynarodowe Targi Wyposażenia Hotelu i Gastronomii

HORECA®

Gastro | Hospitality | Sweet

21. Międzynarodowe Targi Wina w Krakowie

ENOEXPO®

06-08 listopada 2024

Targi
w Krakowie

EXPO
KRAKOW

Super Pakiet Wystawcy

Zgłoś się do 30 czerwca!

horeca.krakow.pl
enoexpo.krakow.pl



REKLAMA

Zmywanie na wysokich obrotach, czyli optymalizacja kosztów i innowacje

Niezależnie od skali działalności gastronomicznej czyste i lśniące naczynia zawsze będą jednym z najważniejszych elementów wizerunku lokalu. Osiągnięcie powtarzalnego efektu bez profesjonalnych urządzeń myjących byłoby trudne, dlatego warto poszukać rozwiązań nowoczesnych, skutecznych, energooszczędnych i co bardzo istotne, dopasowanych do własnych potrzeb.

Łatwiejsza i przyjemniejsza praca w kuchni, wyższy poziom higieny i bezpieczeństwa, oszczędność czasu, mniejsze zużycie wody, a więc redukcja kosztów, i ten niepowtarzalny blask, którym lśnią naczynia.

Trudno dziś wyobrazić sobie wyposażenie lokalu gastronomicznego bez profesjonalnej zmywarki. Oczywiście wciąż istnieje opcja zmywania ręcznego, ale czy można wówczas liczyć na dokładność i powtarzalny efekt, szczególnie w przypadku szkła, biorąc pod uwagę pośpiech i ogromne ilości

naczyń do umycia? Powszechnym zjawiskiem w gastronomii jest też nieprzewidywalność – w momencie, gdy pojawi się większa liczba gości, zamiast angażować kolejne osoby z personelu, można oszczędzić czas oraz siły pracowników na inne zadania, stawiając na opcję szybkiego i skutecznego umycia różnych rodzajów naczyń przez nowoczesny sprzęt. A ten cechuje się dużą różnorodnością zastosowań oraz dostępnością wielu modeli wyposażonych w innowacyjne funkcje. Im większy lokal, tym bardziej inwestycja w profesjonalną zmywarkę będzie opłacalna, chociaż nieskazitelnie czyste, wypolerowane szkło bez plam i zacieków to wizytówka każdego lokalu, a specjalistyczne urządzenia można nabyć



MARCIN WAJDA,

Dyrektor Komunikacji i Marketingu
Winterhalter Polska

Z mojego doświadczenia wynika, że wyposażenie biznesu w sprzęt klasy premium jest gwarantem sporadycznych usterek. Wiemy, że pracownicy serwisu naszej konkurencji mają zażyłe relacje ze swoimi klientami, ale niestety: serwisanci Winterhalter rzadko mają okazję do podobnych spotkań. Wszystko przez to, że nasze urządzenia po prostu działają niezawodnie. Być może usterka byłoby więcej, gdyby nie funkcja Connected Wash, która pozwala monitorować i analizować zużycie zasobów oraz diagnozować urządzenie zdalnie. Ewentualne awarie mogą być szybko zidentyfikowane i naprawione. Przedsiębiorcy, decydujący się na długoterminowy najem naszych zmywarek, mogą także liczyć na pełną gwarancję i wsparcie przez cały czas trwania umowy. Mówiąc krótko: wybierając zmywarkę Winterhalter, nasi klienci dostają w pakiecie święty spokój.

także w wariantach przeznaczonych do małych restauracji, kawiarni czy barów.

NIEPRZECIĘTNOŚĆ

Zakup lub wynajem zmywarki gastronomicznej to inwestycja, a inwestycja z czasem powinna zapracować. Dlatego nie warto skupiać się na przeciętnych modelach i niesprawdzonych markach. Potrzebne będzie nowoczesne urządzenie o funkcjonalnych parametrach, które powinno zmieścić wiele naczyń, myć różne ich rodzaje i pracować na wysokich obrotach. Druga kwestia to sposób działania. Zmywarki powinny być z jednej strony ekonomiczne,

by zużywać jak najmniej wody, a z drugiej – szybkie i skuteczne, by praca w kuchni nie miała przestojów z powodu braku czystych szklanek czy sztućców. Urządzenie musi być więc odpowiednio duże i działać sprawnie.

Poza tym w przypadku profesjonalnego zmywania w gastronomii oszczędność

JAK OPTYMALNIE KORZYSTAĆ ZE ZMYWARKI?

Przy myciu dużej ilości naczyń zmywarka to duża oszczędność wody i czasu. Jednak by nie narażać się na niepotrzebne koszty, warto przestrzegać kilku zasad:

- » Postępować zgodnie z zaleceniami producenta dostarczającego urządzenia do lokalu.
- » Czyścić filtr zmywarki oraz usuwać z naczyń resztki, które mogłyby go zatkać. Czysta zmywarka to lepsza efektywność.
- » Umieszczać brudne naczynia najbliżej źródła wody, a czystsze nieco dalej.
- » Dobierać odpowiedni program do konkretnej ilości naczyń i sztućców, korzystać z programów eko i wypełniać zmywarkę maksymalną zawartością dla wybranego programu mycia.
- » Używać profesjonalnych środków, które zapewnią czystość i połysk.
- » Jeśli problemem jest zbyt twarda woda, utrudniająca usuwanie brudu z naczyń, konieczne są specjalne filtry czy uzdatniacze oraz stosowanie podczas mycia specjalistycznych preparatów.



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

wody zużywanej w ramach tego procesu ma nie tylko aspekt finansowy, lecz także ekologiczny, w dzisiejszych czasach coraz istotniejszy. Warto przyjrzeć się zatem stosowanym technologiom i jakości używanego sprzętu pod tym kątem – najnowocześniejsze modele zużywają znacznie mniej wody niż te sprzed kilkunastu lat, dlatego może już najwyższy czas na zmianę...

W czym jeszcze kryje się nieprzeciętność urządzenia? Na co dzień liczą się wszelkie rozwiązania zapewniające optymalną żywotność i przystosowanie do ciągłej pracy. Zmywarka powinna być wydajna i odporna na możliwe uszkodzenia, bo ryzyko jest duże, gdy korzysta się z urządzenia każdego

dnia i obsługują je różne osoby. Sprzęty przemysłowe cechują się większą wytrzymałością niż zwykle, a jeśli do tego dodamy renomę producenta i postawimy na innowacyjny model, może posłużyć nam wiele lat.

– Z mojego doświadczenia wynika, że wyposażenie biznesu w sprzęt klasy premium jest gwarantem sporadycznych usterek – mówi **Marcin Wajda**, Dyrektor Komunikacji i Marketingu Winterhalter Polska.

I wreszcie kwestia wygody użytkownika. Ona również powinna być na najwyższym poziomie, prosta i intuicyjna, zaczynając od sposobu sterowania, poprzez komfort załadunku naczyń, aż do przydatnych funkcji, jak np. wyparzenie czy automatyczny dozownik

do środków myjących i nabłyszczających. Producenci wciąż pracują nad innowacjami generującymi oszczędności i poprawiającymi komfort użytkownika. Obecnie na rynku są dostępne m.in. modele wyróżniające się wyjątkowo cichą pracą, wyposażone w systemy odzysku ciepła, z funkcją oszczędzania zużycia prądu i wody, zmiennymi systemami ciśnienia mycia oraz regulacją parametrów dla obniżenia kosztów i zwiększenia skuteczności, a także z termostatem i elektronicznym wyświetlaczem do odczytu temperatury wody. Co istotne, budowa specjalistycznych zmywarek pozwala na bezproblemowe utrzymanie ich w czystości.

DOPASOWANE DO PROFESJONALNEJ KUCHNI

Dobry wybór to taki, który odpowiada na indywidualne potrzeby. Każdy lokal jest nieco inny, dlatego, zanim zapadnie decyzja o zakupie konkretnego modelu zmywarki, warto rozważyć kilka czynników. Przede wszystkim trzeba wziąć pod uwagę rodzaj naczyń, które są najczęściej używane. Wśród zmywarek można znaleźć specjalne modele do szkła, przydatne przede wszystkim w barach i pubach. Temperatura mycia i płukania jest w nich dostosowana do delikatnego materiału, a wbudowany uzdatniacz wody to gwarancja optymalnego efektu bez polerowania. Z kolei w restauracjach najbardziej przydatne są zmywarki do talerzy, wyposażone w funkcję wyparzenia. W kawiarni czy herbaciarni sprawdzą się mniejsze urządzenia, np. podblatowe, w których można umyć głównie szklanki, kubki, małe talerzyki, sztućce, filiżanki itp. Potrzeby

TOMASZ KRAKE

Business Development Manager Cooking Eastern Europe
Area Sales Manager Poland East, Export Department
Hobart GmbH

Od lat staramy się wychodzić naprzeciw coraz to nowym wyzwaniom w zakresie technologii do zmywania. Nasze zmywarki podblatowe oferują szereg uniwersalnych rozwiązań niezbędnych w każdym lokalu gastronomicznym. Zacznijmy od zmywarek dedykowanych do mycia szkła z funkcją suszenia, która eliminuje konieczność ręcznego polerowania szkła – jest to rozwiązanie oszczędzające czas oraz bardziej higieniczne. Kolejne zmywarki są przeznaczone do mycia naczyń z systemem podwójnego kosza pozwalającym na umycie dwa razy większej

ilości naczyń w tej samej ilości wody. Każdą z tych zmywarek można dodatkowo doposażyć w specjalną funkcję mycia szklanych butelek i karafek wykorzystywanych do serwowania wody mineralnej w lokalach gastronomicznych. Kolejnym rozwiązaniem, jakie posiadają nasze urządzenia, jest zmywanie kubków wielokrotnego użytku, które w ostatnich czasach są coraz popularniejsze. Nasz ostatni wynalazek stanowi system umożliwiający mycie sztućców oraz eliminację konieczności ich polerowania, co w dobie niedoborów personelu może być naprawdę wspaniałą opcją. Naszymi priorytetami są funkcjonalność, prostota obsługi, żywotność naszych urządzeń oraz ich jak najekonomiczniejsze funkcjonowanie oszczędzające zasoby i dbające o portfele naszych klientów.



Dobrze dopasowana do potrzeb zmywarka może pomóc obniżyć ilość wody niezbędnej do efektywnego umycia naczyń, przyczyniając się nie tylko do oszczędności pieniędzy, lecz także do ochrony środowiska. Przy większej skali nawet 0,5 l wody mniej podczas jednego cyklu zmywania ma spore znaczenie.

mniejszego lub średniej wielkości lokalu może też zaspokoić zmywarka uniwersalna. W znacznie większej zmywarce kapturowej zmieszczą się zarówno talerze, jak i duże garnki, misy czy tace. Do mycia tac warto wybrać ponadto specjalne urządzenia, idealne do dużych lokali przygotowujących imprezy okolicznościowe. Wśród modeli specjalnego przeznaczenia wyróżniają się też takie do mycia naczyń plastikowych albo butelek. W hotelach

natomiast świetnym rozwiązaniem są zmywarki tunelowe, o ogromnej wydajności i konstrukcji przypominającej taśmę fabryczną. W każdej grupie urządzeń znajdziemy również różne ciekawe rozwiązania, które, w zależności od specyfiki lokalu, mogą być przydatne i znacząco wpłynąć na oszczędności.

– Nasz ostatni wynalazek stanowi system umożliwiający mycie sztuczków oraz eliminację konieczności ich polerowania, co w dobie niedoborów personelu może być naprawdę wspaniałą opcją – mówi **Tomasz Krake**, Business

Development Manager Cooking Eastern Europe Area, Sales Manager Poland East, Export Department Hobart GmbH.

Nowoczesne sprzęty są coraz bardziej wydajne i skuteczne, zużywając przy tym mniej wody i energii. Przy tak zróżnicowanej ofercie na rynku, decyzja o wyborze idealnej zmywarki do lokalu nie zawsze jest prosta. W takiej sytuacji można skorzystać z porad ekspertów firm sprzedających profesjonalne urządzenia dla gastronomii, by wybrać model na miarę swoich potrzeb i możliwości. ✕

Beata Woźniak

HOBART

NAJWYŻSZA WYDAJNOŚĆ W TWOJEJ KUCHNI

» Zmywaj naczynia za pomocą najbardziej ekonomicznych i wydajnych maszyn dostępnych na rynku. «

SZTUĆCE PREMIUM



KARAFKI ORAZ BUTELKI

WSZELAKIEGO RODZAJU SZKLANE NACZYNIA



WSZELAKIEGO RODZAJU TALERZE I MISKI

TWORZYWO SZTUCZNE WIELOKROTNEGO UŻYTKU

HOBART GmbH | www.hobart.pl

REKLAMA

PAŹDZIERNIK
8

Kongres Szeów Kuchni i Restauratorów

8 października w Warszawie odbędzie się Kongres Szeów Kuchni i Restauratorów. Tematy przewodnie tegorocznej edycji to kuchnia włoska, zarządzanie restauracją ze szczególnym naciskiem na przywództwo oraz produkt jako istotny element sukcesu. Na scenie pojawią się rozpoznawalni mówcy oraz uznani branżowi eksperci m.in. Jarosław Walczyk, Jarosław Uściński, Janusz Profus czy Andrea Camastra. Uczestnicy spotkają się, by skorzystać z części edukacyjnej oraz zapoznać się z aktualną ofertą dla HoReCa w części ekspozycyjnej. Możliwość posmakowania wielu produktów, w tym rynkowych nowości, jest równie ważnym atutem tego spotkania. W trakcie wydarzenia możliwe jest także poznanie oferty w zakresie wyposażenia dla gastronomii. W kongresie mogą bezpłatnie wziąć



PATRONAT
MEDIALNY

udział szefowie kuchni, restauratorzy i kucharze. Rejestracja jest obowiązkowa. Osoby spoza branży nie mogą uczestniczyć w wydarzeniu. Program: www.kongresszefowkuchni.pl/program.

Hobart na Icon of the Seas

Icon of the Seas należący do Royal Caribbean jest obecnie największym statkiem wycieczkowym na świecie. Dzięki 20 pokładom i łącznej długości 365 m może na nim podróżować aż 10 tys. pasażerów wraz z załogą. Na wycieczkowcu do dyspozycji gości jest 40 restauracji, 7 basenów, największy pływający park wodny z 6 najdłuższymi zjeżdżalniami, aquapark dla dzieci i strefa surfing. Ponadto statek ten określa się jako „najbardziej przyjazny środowisku wycieczkowic” Royal Caribbean. Jest napędzany skroplonym gazem ziemnym (LNG) i wyposażony w technologię ogniów paliwowych oraz możliwość odzyskiwania ciepła odpadowego. Nic więc dziwnego, że firma Hobart zaopatrzyła go w technologię zmywania, która bez problemu radzi sobie z różnymi wyzwaniami. Ciekawi jesteście, ile zmywarek potrzeba na takim statku? Na pokładzie znajduje się ponad 150 zmywarek Hobart, w tym 82 zmywarki podblatowe, 42 zmywarki kapturowe i 15 zmywarek do mycia akcesoriów wyposażenia kuchennego, a także 9 dużych zmywarek tunelowych taśmowych i 7 zmywarek tunelowych koszowych.



Kingi Pienińska nagrodzona przez International Taste & Quality Institute

Kingę Pienińską wyróżnia wyrazisty i orzeźwiający górski smak, za który co roku zdobywa najwyższe wyróżnienie 3*** Superior Taste Award przyznawane przez International Taste & Quality Institute. To wyróżnienie Międzynarodowego Instytutu Smaku i Jakości w Brukseli, zrzeszającego niezależnych szefów kuchni i sommelierów, którzy są opiniotwórczymi liderami w dziedzinie smaku. Trzy gwiazdki są najwyższym wyróżnieniem przyznawanym przez Instytut. Za doskonałym smakiem Kingi Pienińskiej stoi jej pochodzenie — region Pienin i Podhala należących do najczystszych gór Europy, o unikatowej budowie geologicznej, która działa jak naturalny filtr. Jest czerpana w otulinie Pienińskiego Parku Narodowego, ze źródła Św. Kingi oraz jest rozlewana w rejonie z ponad 170-letnią tradycją rozlewnictwa wód mineralnych.

XXIV Spotkanie Producentów, Handlowców, Sieci Handlowych i Restauratorów

Wyjątkowe i prestiżowe wydarzenie branż FMCG i HORECA w Polsce

Poznań, 19 września 2024 r.



PORADNIK
RESTAURATORA



PORADNIK
HANDLOWCA

handlowiec

GENER **▲** LCZYK
FIRMA RODZINNA

„Poradnik Handlowca” najbardziej wiarygodnym i opiniotwórczym
tytułem prasy handlowej w badaniu TRM KANTAR 2022/2023

10-lecie istnienia restauracji Hyćka

Niedawno poznańska restauracja Hyćka świętowała 10-lecie istnienia. Jednocześnie przedstawiono nowego szefa kuchni, Pawła Kubere, który dołączył do zespołu. „Poradnik Restauratora” uczestniczył w tym wydarzeniu. – Przez ostatnią dekadę Hyćka stała się miejscem, gdzie wielkopolska tradycja jest pielęgnowana i promowana, a lokalne smaki zachwycają naszych gości. W trakcie tych dziesięciu lat nie tylko raczyliśmy naszych gości wybornymi daniami, ale także aktywnie uczestniczyliśmy w życiu społeczności lokalnych – Śródky, Poznania i Wielkopolski. Edukowaliśmy, opowiadaliśmy o kuchni regionalnej i jej znaczeniu oraz nawiązywaliśmy bliskie relacje z lokalnymi producentami. Nasza pasja do kuchni regionalnej to zarówno serwowanie potraw, jak i poszukiwanie



najlepszych regionalnych produktów – dziczyzny, serów, mięsa i warzyw – mówią **Alicja i Marcin Sadowscy**, właściciele restauracji. Podczas kolacji można było delektować się specjalnie skomponowanym menu, które podkreślało pasję do regionalnej kuchni. Na początku zaserwowano trio: daniel/śledź/kaczka, a następnie zupę szczawiową z przepiórczym jajkiem, wędzonym pstrągiem i koperkową oliwą. Podano także perlicę z cebulką, bobem i sosem pieprzowym oraz miętusa z leczo, ziemniakiem i sosem z kiszanej kapusty. Ucztę zwińczył deser – truskawki z hyćką. – Wierzymy, że nowe pomysły naszego szefa kuchni będą doskonałym uzupełnieniem dotychczasowej tradycji Hyćki i wprowadzą niezapomniane doznania smakowe. Klasyki menu pozostaną bez zmian, ale niektóre z nich lekko odświeżymy i nadamy im nowego charakteru – dodaje **Marcin Sadowski**.

Festiwal Kwiatów Jadalnych

13-14 lipca w Ogrodach Hortulus w Dobrzycy odbył się Kulinarny Festiwal Kwiatów Jadalnych „Jadalne róże w syropie, winie i konfiturze”. To już 9. edycja wydarzenia. Sercem festiwalu jak zawsze była kwiatowa kuchnia, którą dowodził szef kuchni Mariusz Siwak. Znany ze swojej pasji do eksperymentowania i odkrywania nowych smaków kucharz, zaskakiwał odwiedzających innowacyjnymi połączeniami i niespotykanymi smakami, takimi jak np. zupa z liliowca na mleku kokosowym, tartaletki z kwiatami jadalnymi w odświeżonej słodkiej oraz słonej czy kwiatowa sałatka z łososiem. Na festiwalu można było tradycyjnie zjeść coś nieco kwiatowego w letnim barze Piwonia, który serwował ciasta własnego wypieku z kwiatami i desery: panna cotta z konfiturą różaną, rogaliki z musem różanym oraz ciasteczka



różane i lawendowe. Nowością był bar Piwonia serwujący dania grillowe oraz potrawy w kociołkach gotowane na żywym ogniu. W menu znalazły się m.in. gulasz kwiatowo-warzywny, bigos z młodej kapusty i kwiatów ziół, pikantna zupa orientalna z kwiatami liliowca, a także największy hit festiwalu – kwiaty cukinii nadziewane serkiem śmietankowym w tempurze. Dużym powodzeniem cieszyła się kuchnia wegetariańska i wegańska, która proponowała domowe pierogi wypełnione kwiatowymi farszami na słodko i wytrawnie np. kwiaty lawendy, aksamitki, pysznogłówki, begonii. Spore zainteresowanie wzbudzały też wegańskie burgery.

PATRONAT
MEDIALNY

PAŹDZIERNIK

4-6

Czas na rybę!

Od 4 do 6 października na Zamku Książęcym w Niemodlinie o zwycięstwo w konkursie na najlepszą potrawę z karpia opolskiego będą walczyli uczniowie szkół gastronomicznych i profesjonaliści. Organizatorzy – Grupa Rybacka Opolszczyzna i szef kuchni Kamil Klekowski

– zapraszają do wysłania zgłoszeń, na które czekają do 13 września. W konkursowej potrawie – daniu głównym, oprócz samego karpia muszą się w tym roku znaleźć dodatkowo kiszzone warzywa. Profesjonaliści walczą o nominację do Kulinarного Pucharu Polski oraz nagrodę o wartości 8000 zł. Uczniowie mogą zdobyć nagrody o wartości do 2400 zł

PATRONAT MEDIALNY



i minimalnie tygodniowy staż u szefa kuchni ze stowarzyszenia Euro-Toques Polska. Więcej: www.czasnarybe.opolskieryby.pl.

Mięsne Specjały Polskiej Kuchni

Finał konkursu „Mięsne Specjały Polskiej Kuchni – Instytut Kulinaryny Transgourmet” za nami. Najlepsi okazali się Dawid Stąpór i Wiktoria Banaś z restauracji Żółty Słoń w Kielcach. Jury doceniło kunszt i kreatywność kucharzy, którzy przygotowali roladkę cielęcą z farszem krewetkowym. Drugie miejsce zajęli Pablo Andreas Zamora i Mychał Chyciński (Compass Culinary Group), a trzecie miejsce przypadło Danielowi Warszawskiemu i Erykowi Czarneckiemu (Hotel H15 Boutique, Warszawa). – Rywalizacja stała na bardzo wysokim poziomie i jak zgodnie zauważyli członkowie jury – wskazanie najlepszych było nie lada wyzwaniem. Serdecznie gratuluję wygranej Dawidowi i Wiktorii oraz liczę na to, że powtórzą sukces laureatów poprzedniej edycji naszego konkursu, którzy



PATRONAT MEDIALNY

tryumfowali także w Kulinarным Pucharze Polski. Cieszę się również, że dzięki współpracy OSSKiC oraz Transgourmet Foodservice i Selgros HoReCa udało się zorganizować wydarzenie, które zyskuje coraz większą renomę na kulinarnej mapie Polski – mówi **Bartosz Peter**, ekspert Instytutu Kulinarynego Transgourmet i Kapitan Kadry Narodowej Kucharzy. Organizatorem wydarzenia jest Ogólnopolskie Stowarzyszenie Szefów Kuchni i Cukierni oraz Transgourmet Foodservice i Selgros HoReCa.

PATRONAT MEDIALNY



WRZESIEŃ

22-24

Grzybobranie dla gastronomii

22-24 września po raz szósty, odbędzie się Grzybobranie dla gastronomii, tym razem w Hotelu Villa Leśne Ustronie w Lubiszewie Tczewskim. Wydarzenie to skierowane jest do branży gastronomicznej i turystycznej, czyli szefów kuchni, cukierni, kucharzy, regionalnych rzemieślników, artystów czy szkół gastronomicznych. Podczas dwóch dni odbędzie się m.in.: tradycyjne wspólne wyjście na grzyby; I Olimpiada Sportowa Branży Gastro; III konkurs kulinarny dla szkół na zasadzie black box. Organizatorem wydarzenia jest Sławomir Miotk, a współorganizatorzy to Villa Leśne Ustronie i WSTiH w Gdańsku Jan Zacharewicz.

SZTUĆCE BEZ POLEROWANIA!

Firma Hobart wprowadziła na rynek rozwiązanie eliminujące konieczność polerowania umytych sztućców. Rozwiązanie to polega na umieszczeniu do 80 szt. sztućców w specjalnym koszu na sztućce, który w trakcie mycia, płukania i suszenia wykonuje ruchy rotacyjne, zmieniając ich pozycję i dzięki temu umożliwia to lepsze dotarcie strumieniom wody myjącej. Jednocześnie usuwa resztki zanieczyszczeń, a w fazie suszenia, strząsając resztki wody, eliminuje smugi i zacieki w tradycyjnym systemie zmywania należałoby je wypolerować. Rozwiązanie jest w pełni zautomatyzowane, dzięki czemu zmywarka od razu sugeruje wybranie właściwego programu.

Hobart GmbH
tel.: 790 828 828
www.hobart.pl



PEGGYS JAJA PASTERYZOWANE

Peggys to pasteryzowane jaja z chowu ściółkowego, delikatnie poddawane obróbce cieplnej przy użyciu unikalnego procesu. Procedura ta eliminuje ryzyko przeniesienia zagrożeń zdrowotnych – głównie bakterii, np. salmonelli. Jaja są więc higieniczne, żywność należy do bezpiecznej i zachowuje swoją naturalność. Cechuje je najwyższe bezpieczeństwo, łatwe przechowywanie, prosta obsługa, wydajniejsze zarządzanie, a także dłuższa trwałość niż w przypadku jaj niepasteryzowanych.

Eipro Vermarktung GmbH & Co. KG
tel.: 62 733 92 52
peggys.eipro.de



RAFINOWANY OLEJ RZEPAKOWY

Rafinowany olej rzepakowy zdobywa popularność w kuchni fusion dzięki swojej wszechstronności. Jego neutralny smak doskonale podkreśla aromaty przypraw, a lekka konsystencja nie obciąża potraw tłuszczem, co jest kluczowe w tej dynamicznie rozwijającej się dziedzinie kulinarnej. Bogactwo kwasów omega-3 i omega-6 oraz witaminy E w oleju rzepakowym dodaje potrawom wartości odżywczych. Wysoka temperatura dymienia sprawia, że olej ten jest idealny do różnorodnych technik kulinarnych – od smażenia, po delikatne sauté.

www.pokochajolejrzepakowy.eu



SMAKOWE KIEŁBASKI ŚNIADANIOWE Z SUSZONYMI POMIDORAMI

Smakowe kiełbaski z suszonymi pomidorami od Doliny Dobra to produkt o czystym składzie, bez konserwantów i sztucznych dodatków. Wykonane w 100 % z polskiego mięsa stanowią idealną propozycję dla miłośników aromatycznych smaków. Kiełbaski z dodatkiem wyrazistych, suszonych pomidorów doskonale sprawdzą się zarówno jako przekąska, jak i pożywne, lekkie pierwsze lub drugie śniadanie. Wyroby Doliny Dobra powstają w oparciu o unikatowy model produkcji „od pola do stołu”, co daje gwarancję świeżości i smaku.

Dolina Dobra
www.dolinadobra.pl



SORBET MANGO MARAKUJA GRYCAN

Sorbet Mango Marakuja Grycan ma intensywnie owocowy, tropikalny smak łączący bestsellerowe mango z egzotyczną, kwaskową i bardzo wyrazistą marakują, której pestki przyjemnie chrupią w czasie jedzenia. To prawdziwy rarytas w ofercie marki Grycan. Produkt jest bezglutenowy, wegański i nie zawiera laktozy. Pojemność: 500 ml.

Grycan - Lody od pokoleń
www.grycan.pl



NOWOŚCI OD KORAL

Nowości gałkowe Koral to Wata cukrowa sygnowana marką Barbie™, Karmel w wersji Hot Wheels™ Monster Truck oraz Banan z sosem słony karmel. Zarówno w ofercie Koral, jak i marki premium Bracia Koral nie zabraknie istniejących w niej od lat, tradycyjnych oraz bardziej wyszukanych i docenianych smaków. W 2024 r. otrzymaliśmy aż 3 tytuły w programie: Dobra Marka - Jakość, Zaufanie, Renoma. Dla sektora HoReCa przygotowaliśmy atrakcyjne stoiska, materiały wsparcia sprzedaży oraz gadżety, które pozwolą przygotować lokal na sprzedaż deserów lodowych i zachęcać do ich zamawiania.

PPL Koral Sp.j.
tel.: +48 17 860 93 33
www.braciakoral.pl



Gdzie warto być?

DATA	MIEJSCE	IMPREZA	ORGANIZATOR
15-18.08.2024	Poznań	Ogólnopolski Festiwal Dobrego Smaku	OFDS
24-25.08.2024	Gruczno	Festiwalu Smaku Gruczno	Towarzystwo Przyjaciół Dolnej Wisły
2-10.09.2024	Lublin	Europejski Festiwal Smaku	Kresowa Akademia Smaku
6.09.2024	Gdańsk	Made in Fenomen	Stowarzyszenie Kucharzy Polskich, Fenomen Team
9-11.09.2024	Lublin	Chefs Only	Marketing&More
19.09.2024	Poznań	Hermesy Kulinarne Poradnika Restauratora	Wydawnictwo Generalczyk
20-22.09.2024	Rzeszów	Karpaty na Widelcu	Estrada Rzeszowska
22-24.09.2024	Lubiszewo Tczewskie	Grzybobranie dla Gastronomii	Sławomir Miotk
25-27.09.2024	Poznań	Targi Polagra	Grupa MTP
26.09.2024	Poznań	Kulinary Puchar Polski	Grup MTP
27-29.09.2024	Poznań	Smaki Regionów	Grupa MTP
3-5.10.2024	Warszawa	BioExpo Warsaw	Ptak Warsaw Expo
4-6.10.2024	Niemodlin	Czas na rybę!	Grupa Rybacka „Opolszczyzna”
8.10.2024	Warszawa	Kongres Szeferów Kuchni i Restauratorów	Evential
19-23.10.2024	Paryż	Międzynarodowe Targi Spożywcze SIAL	Targi SIAL Paris
19-20.10.2024	Warszawa	Kongres Gastroedukacja - Warszawa 2024	Akademia Kelnerska Grzegorza Górnika
20-22.10.2024	Singapur	Światowy Kongres WorldChefs	WorldChefs
26-27.10.2024	Kraków	Wege Festiwal	Wege Festiwal
6-8.11.2024	Kraków	Targi HORECA®/GASTROFOOD	Targi Kraków
10-11.11.2024	Przysiek	Kujawsko-Pomorski Festiwal Gęsiny	Województwo Kujawsko-Pomorskie
19.11.2024	Poznań	Made For Restaurant on the Tour	FOR Solutions

Organizatorów imprez prosimy o przesłanie informacji na adres redakcji:

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



WYBÓR SOMMELIERÓW, WYKWINTNOŚĆ W KAŻDYM ŁYKU



KINGA
NATURALNA WODA MINERALNA
PIENIŃSKA

