

WYDAWANY NIEPRZERWANIE OD 1999 ROKU



25. ROK

# PORADNIK RESTAURATORA

WRZESIEŃ 2024 300

OGÓLNOPOLSKI MIESIĘCZNIK  
BRANŻOWY DLA GASTRONOMII

NAKŁAD KONTROLOWANY 10 100 EGZ.  
ISSN 1508-6194



Jeszcze lepsza, **NOWA**  
**JAKOŚĆ SERA CHEDDAR!**

w październiku w sprzedaży!



PROFESSIONAL



AKADEMIA  
**HOCHLAND**  
PROFESSIONAL

[akademiahochland.pl](http://akademiahochland.pl)

# Sprzątaj mądrze. Oszczędzaj czas



Dowiedz się, jak Tork może pomóc usprawnić pracę, zwiększyć jej wydajność i zapewnić efektywne czyszczenie w zrównoważony sposób. Tak, aby wszystko w Twojej restauracji działało niezawodnie.



Lepsza higiena dla lepszych wrażeń gości  
[www.tork.pl/pracarestauracji](http://www.tork.pl/pracarestauracji)

Tork, marka Essity

**TORK**

Think ahead.



Fot. Krzysztof Szygenda

**HEIDI HANDKOWSKA**  
Redaktor Naczelna

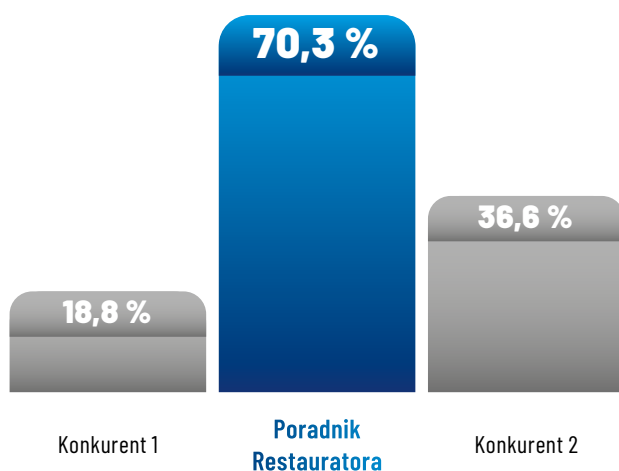
## Jesteśmy dumni...

„Poradnik Restauratora” świętuje swoje 25-lecie – numer, który trzymacie Państwo w rękę, jest wyjątkowy, bo 300! Czwierć wieku temu, gdy w Polsce umacniały się demokracja i wolny rynek, a o gastronomii nie myślało się jak o przyszłościowym biznesie, stworzyliśmy pismo innowacyjne: pełne informacji i porad, łączące interesy przedsiębiorców z różnych

sektorów: producentów, dystrybutorów oraz restauratorów. Dziś mamy tę satysfakcję, że przez 25 lat, przygotowaliśmy dla Was, naszych Czytelników, reklamodawców oraz partnerów biznesowych aż 300 wydań i stworzyliśmy doskonałą platformę komunikacji, na którą składa się wydanie drukowane „Poradnika Restauratora”, strona internetowa i social media. W 1999 r. byliśmy prekursorami mediów branżowych dla gastronomii, a potem przez lata aż do dziś – liderem tego sektora. O wiarygodności i popularności „Poradnika Restauratora” świadczą przytoczone poniżej wyniki badań, wyraźnie wskazujące nasze zalety i zakres przewagi nad konkurencją.

To dla nas ważne, bo rankingi uwiarygadniają nas przede wszystkim w oczach reklamodawców. Ale równie ważny, a może ważniejszy od statystyk jest nasz Czytelnik. Każdemu z Państwa, kto co miesiąc sięga po nasz magazyn, dziękuję za obecność i zapraszam do lektury kolejnego numeru...

### KTÓRE Z DRUKOWANYCH MAGAZYNÓW GASTRONOMICZNYCH DOCIERAJĄ DO PANI/PANA RĄK?



Na podstawie ankiety przeprowadzonej wśród członków stowarzyszeń kulinarnych (Polskie Stowarzyszenie Kulinarne, Klub Szeffów Kuchni, OSSKiC, Polska Inicjatywa Kulinarna, Euro-Toques Polska, Stowarzyszenie Małopolskich Kucharzy i Cukierników) – wrzesień 2022 r.

Anonimowa ankieta dotycząca prasy gastronomicznej została łącznie wysłana do 962 osób. Błąd standardowy w tej ankiecie wynosi 10,17 punktów procentowych. Wyniki badania zarchiwizowane w platformie Google Forms.



# PORADNIK RESTAURATORA

## OGÓLNOPOLSKI MIESIĘCZNIK BRANŻOWY DLA GASTRONOMII

### Wydawca:

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

**GENERALCZYK**  
FIRMA RODZINNA od 1994

Dystrybucja w obiegu zamkniętym  
– bezpośrednio do lokali gastronomicznych.

### Adres redakcji:

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

Prezes Wydawnictwa: Wiesław Generalczyk

### Dyrektor Zarządzający:

Wojtek Generalczyk wojtekg@poradnikhandlowca.com.pl

### Z-cy Dyrektora ds. Sprzedaży:

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

Małgorzata Siuda malgorzatas@poradnikhandlowca.com.pl

### Dział Sprzedaży:

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

### Redaktor Naczelna:

Heidi Handkowska heidih@poradnikrestauratora.com.pl

### Redakcja:

Olga Tylińska olgat@poradnikhandlowca.com.pl  
Beata Woźniak beataw@poradnikhandlowca.com.pl  
Klaudia Walkowiak klaudiaw@poradnikhandlowca.com.pl  
Urszula Wszelaka (Warszawa) urszulaw@poradnikhandlowca.com.pl  
Marta Rybko martar@poradnikhandlowca.com.pl

Stali współpracownicy wydawnictwa: Beata Marcinić, kancelaria prawna Sołtysinski, Kawecki & Szlezak

### 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, SXC.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](http://www.poradnikrestauratora.com.pl)

## Pokolenie Zet

6

Nowych pracowników w gastronomii trudno znaleźć, zatrudnić, a jeszcze trudniej utrzymać. Wiedzą to eksperci od kadr, przedsiębiorcy – branży brakuje osób wykwalifikowanych, spełniających oczekiwania i standardy. W dodatku rynek pracownika to rynek pokolenia Zet, mentalnie odmiennego od tego, które już osiągnęło stanowiska managerskie i zarządcze. W interakcji między nimi nie sprawdzają się dotychczas stosowane metody. Co robi branża HoReCa, by w młodych ludziach obudzić pasję, chęć do pracy i pozostania na dłużej niż do pierwszej wypłaty?

24



32



## Janusz Garnarczyk



Fot. Arch. Janusz Garnarczyk

18

### Temat miesiąca

- 6** Pokolenie Zet smakuje pracę w gastronomii
- 16** Gala wręczenia Hermesów Kulinarynych „Poradnika Restauratora” i Hermesów Handlowych „Poradnika Handlowca”

### Prezentacje

- 18** Rozmowa z: Januszem Garnarczykiem
- 22** Rozmowa z: Maciejem Gierdal

### Od kuchni

- 24** **Menu:** Do startu, gotowi – kawa!
- 32** **Podróże kulinarne:** W USA Sportsbary zastąpiły Saloony!
- 34** **Marketing:** Wartość rynku cateringu dietetycznego w Polsce przekroczyła 3 mld zł
- 36** **Marketing:** Czy zawsze dokonujemy dobrego wyboru pracownika?
- 38** **Menu:** Ziemniak – król polskich obiadów
- 40** **Wyposażenie:** Zaplecze na medal, czyli sprawne urządzenia i higieniczne warunki pracy
- 48** **Wyposażenie:** Jak skutecznie zabezpieczyć dania na wynos?

### W kadrze

- 50** Wydarzenia
- 56** Nowości na rynku gastronomicznym

# „PORADNIK RESTAURATORA” Z POZYTYWNYM WYNIKIEM AUDYTU NAKŁADÓW ZA ROK 2023

Zgodnie z obietnicą złożoną czytelnikom w czerwcowym wydaniu „Poradnika Restauratora” pragniemy poinformować, że po stwierdzonych w przeszłości przypadkach nieuczciwości niektórych wydawców oraz wycofaniu się pewnych tytułów z „nakładu kontrolowanego” bez poddania się audytom, złożyliśmy w PBC wniosek o zaostrzenie warunków kontroli procesu druku prasy branżowej obejmujący m.in. likwidację pośredników druku oraz zwiększenie uprawnień audytorów do kontroli ilości wydrukowanych egzemplarzy.

Pierwsza część naszego postulatów pozostała bez echa, drugą zajęła się grupa robocza, a przygotowany przez nią pakiet zapisów regulaminowych mających szerzej niż dotychczas weryfikować proces druku czasopism branżowych (obejmując m.in. raport ilości wydrukowanych egzemplarzy wyeksportowany

z liczników maszyn drukarskich – taką techniczną możliwość potwierdziły nam czołowe drukarnie w Polsce) został przedłożony Radzie Badania ds. Audytu. Jednak ta 9-osobowa Rada, składająca się głównie z wydawców prasy konsumenckiej oraz zaledwie po jednym przedstawicielu prasy

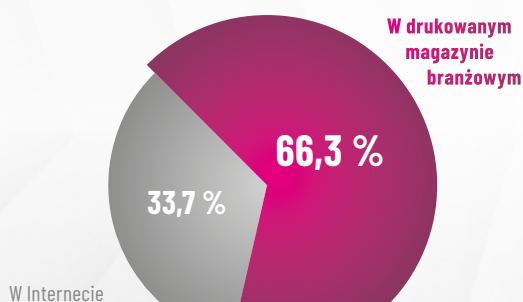
gastronomicznej i prasy handlowej (bez naszego udziału!), jednogłośnie odrzuciła propozycję zaostrzenia kontroli.

Ze względu na rosnące koszty druku i dystrybucji, by podnieść autorytet wydawców prasy branżowej i prestiż PBC, zamierzamy nadal postulować rozszerzenie zapisów regulaminowych dotyczy.

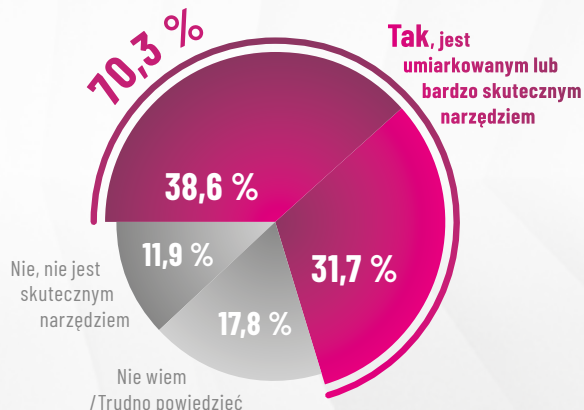
kontroli w celu zwiększenia transparentności i rzetelności deklarowanych ilości drukowanych nakładów. **Dzięki temu reklamodawcy będą mieli 100 % pewność, że ich informacja handlowa została opublikowana w rzeczywistym nakładzie podawanym w ofertach oraz stopkach redakcyjnych.** ✕

## BRANŻOWA PRASA DRUKOWANA TO MEDIUM SILNIEJSZE OD SPECJALISTYCZNYCH KANAŁÓW CYFROWYCH

Jaka forma publikacji wywiadu z Panią/  
Panem jest dla Państwa bardziej prestiżowa?



Czy drukowana prasa jest w Państwa ocenie skutecznym  
narzędziem komunikacji marketingowej?



Na podstawie ankiety przeprowadzonej wśród członków stowarzyszeń kulinarnych – wrzesień 2022 r.

Anonimowa ankieta dotycząca prasy gastronomicznej została łącznie wysłana do 962 osób.

Błąd standardowy w tej ankiecie wynosi 10,17 punktów procentowych. Wyniki badania zarchiwizowane w platformie Google Forms.

STOWARZYSZENIA KULINARNE,  
BIORĄCE UDZIAŁ W ANKIECIE:



# Pokolenie Zet smakuje pracę w gastronomii

*Nowych pracowników w gastronomii trudno znaleźć, zatrudnić, a jeszcze trudniej utrzymać. Wiedzą to eksperci od kadr, wiedzą przedsiębiorcy – branży brakuje osób wykwalifikowanych, spełniających oczekiwania i standardy. W dodatku rynek pracownika to rynek pokolenia Zet, mentalnie odmiennego od tego, które już osiągnęło stanowiska managerskie i zarządcze. W interakcji między nimi nie sprawdzają się dotychczas stosowane metody. Co robi branża HoReCa, by w młodych ludziach obudzić pasję, chęć do pracy i pozostania na dłużej niż do pierwszej wypłaty?*

Z badań przeprowadzonych przez PARP a zamieszczonych w raporcie „Rynek pracy, edukacja, kompetencje” wynika, że osoby urodzone pomiędzy

1995 r. a 2012 r., nazywane pokoleniem Z, wchodzące właśnie w dorosłość, ponad karierę i sukcesy zawodowe cenią rodzinę, życie prywatne,

pasję i zamiłowania. Natomiast w tym zakresie, który najbardziej nas interesuje, czyli pracy, ponad wszystko cenią sprawiedliwość (62 %), szacunek (59 %), tolerancję (55 %), równouprawnienie (49 %), uczciwość (44 %) i wolność (37 %). Zetki mogą zrezygnować z zatrudnienia, gdy ocenią, że misja firmy jest niezgodna z ich światopoglądem, wartościami. Aż 33 % z nich deklaruje, że nie podjęło pracy ze względu na złe opinie o firmie. Z analizy przypadku pokolenia Z w pracy wyłania się... trudny pracownik. Czy jednak na pewno takim jest?

Świadomi diametralnych zmian na rynku restauracyjny zmieniają przede wszystkim swoje podejście do kandydatów i nie oceniają ich przez pryzmat tych czy innych badań. Szukają w nowych pracownikach pozytywnych cech. Wymagania dostosowują do umiejętności, a potem doksztalają kandydatów. Starają się zarazić pasją. Tak kreują środowisko pracy, ustawiają grafiki, obowiązki służbowe, by młodzi ludzie czuli się w pracy dobrze. W przeciwnym razie „Zetka” ucieknie zaraz po wypłacie.

„Poradnik Restauratora” o pokoleniu Z rozmawiał

## AGATA WOJDA

Szef kuchni

Ferment Dom Kultury, Warszawa

Nowe pokolenia wymagają konkretnych zadań i procedur, według których będą wykonywać swoją pracę. Konsekwentnie też będą oczekiwać wywiązania się z obietnic pracodawców i nie zwlekać z porzuceniem pracy, jeśli nastąpi zwłoka w ich realizacji. Potrafią również skorzystać z opcji kontroli Sanepidu lub Państwowej Inspekcji Pracy. Dość dobrze orientują się w aktualnych trendach. Warto tę wiedzę wykorzystać, zwłaszcza przy potrzebie zdobycia rynku nowego, młodego gościa.



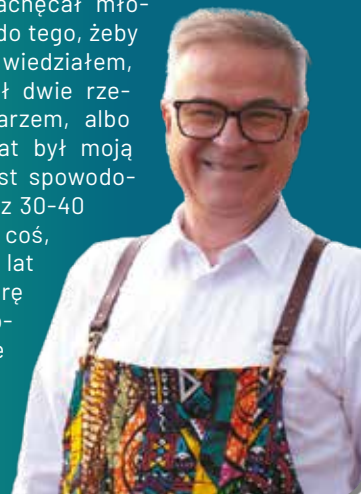
Fot. Arch. Agata Wojda

## BOGDAN GAŁĄZKA

Szef kuchni

Stolica Cafe, Warszawa

Na pewno będę zachęcał młodych i starszych ludzi do tego, żeby się uczyli. 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.



Fot. Piotr Wierzbowski

**Dla tych,  
którzy chcą  
serwować  
lepszą  
przyszłość**

**NOWOŚĆ!**



**Maślany smak, bez masła**

**NADAJE NOWY WYMIAR SMAKU!**

Wszystronny partner kulinarny  
każdego profesjonalisty... idealny  
do gotowania, smażenia, pieczenia,  
stosowania na zimno!



**BUNGE**



z przedsiębiorcami, szefami kuchni i managerami lokali gastronomicznych. Jakie oni mają doświadczenia związane z zatrudnianiem młodych osób i czy znaleźli sposób na rozbudzenie w nich pasji do tej niełatwej pracy?

## UCZYMY SIĘ ŁĄCZYĆ POKOLENIA

Wyzwanie, jakie stanowi różnica w podejściu do życia i pracy widoczna pomiędzy pokoleniami, znane jest ludzkości od zawsze. Jednak obecnie odmienność poglądów okazuje się tak silna, że nie schodzi z łamów gazet i staje się przedmiotem rozpraw naukowych. Także w branży gastronomicznej sporo teoretyzuje się na ten temat. Brakuje jednak głosu przedsiębiorców, którzy mają klucz do tego, jak współpracować z pokoleniem Z.

Tak twierdzi m.in. jedna z najbardziej znanych polskich szefowych kuchni **Agata Wojda**.

– Od kilku już lat na większości konferencji związanych z gastronomią pojawia się rozmowa o tym, jak dobrze współpracować z kolejnymi pokoleniami pracowników. Bardzo chciałabym usłyszeć głosy tych, którzy realnie, przez wiele godzin pracują wspólnie w kuchni lub na sali, i pominąć ekspertów, którym „się wydaje” lub filozofują – podkreśla szefowa Ferment Dom Kultury.

Pewien sposób na pierwszą rozmowę z kandydatem do pracy ma **Bogdan Gałązka**, który od zawsze starał się znaleźć wspólny język z młodzieżą.

– Świat gastronomiczny jest zupełnie inny, zwłaszcza w dużych miastach. Dojrzała szefowie kuchni mogą dostrzegać obszary, które trudno im zrozumieć.

Ja swoje rozmowy kwalifikacyjne zaczynam od pytania „jakimi zamkami się do ciebie zwraca?”. 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 – mówi.

## SZUKAĆ, ZNALEŹĆ, ZATRUDNIĆ I UTRZYMAĆ

Jak wspomniano wyżej bardzo trudno znaleźć pracowników do gastronomii, bo to po prostu trudny i wymagający fach, ograniczający nie tylko czas wolny...

– Wielu moich kolegów z całej Polski ma problem ze znalezieniem rąk do pracy i to na każdym szczeblu. U mnie

### KRZYSZTOF SZULBORSKI

Prezes Stowarzyszenia Kucharzy Polskich

Młody człowiek, który chce odnieść sukces w gastronomii, musi przejść cały proces szkoleniowy i poznać (nawet w minimalnym zakresie) wszystkie działy produkcyjne i ekspedycyjne, dlatego początkujący poznają meandry ciężkiej pracy na zmywaku, ale też przyjemne na pasie wydawczym w kuchni. Na sali restauracyjnej są raczej „barbekami” i „rajnerami”, ale proces szkoleniowy to nie tydzień lub dwa, więc nie każdemu z nich wystarczy cierpliwości, a takie perełki się trafiają. Młodego człowieka pracą trzeba zarazić, pokazać superlatywy tego zawodu, aby z ciekawością i pasją przychodził do restauracji. Pokolenie Zet najchętniej pracowałoby za duże pieniądze, dając z siebie minimum, ale uprzedzam moich pracowników, żeby byli cierpliwi w szkoleniu, bo rąk do pracy w naszej profesji jest zawsze za mało.



Fot. Arch. Krzysztof Szulborski

### JAKUB ŻYMELSKI

Szef kuchni

Hotel & Restauracja Antonińska City, Leszno

Zatrudniam osoby z tzw. Generacji Z, mam w zespole zarówno pracowników młodocianych (praktykantów), jak i świeży narybek prosto po szkole branżowej. Młodzież z tych czasów na pewno potrzebuje wiele uwagi, bez tego ciężko w nich zaszczerpić jakąkolwiek pasję. Pracę z młodzieżą przeważnie zaczynam od oswojenia ich z miejscem pracy. Bez większego nacisku i presji, by mogli się poczuć w miarę swobodnie i pewnie siebie, zaczynają swoje obowiązki od odbieraka oraz zmywaka, czyli od pierwszego szczebla gastronomicznej hierarchii. Po tym czasie zaczynam okres szkolenia – tu podchodzę mocno indywidualnie. Stale obserwuję i widzę, komu można powierzyć bardziej odpowiedzialne zadanie, wtedy taka osoba zaczyna nam pomagać w tzw. „prep’ie” (szatkuje warzywa, szykuje bazy pod zupy i sosy na bufety, przygotowuje dodatki do menu à la carte). Jeśli chodzi o pracowników młodocianych, na tym etapie mogę zwerfikować, kto faktycznie chce zostać w „gastro”.



Fot. Arch. Jakub Żymelski



# FUTURE MENUS

MENU PRZYSZŁOŚCI DLA SZEFOW KUCHNI



POBIERZ BROSZURĘ



Poznaj globalne trendy w świecie gastronomii

## Pobierz raport Future Menus i stwórz *menu jutra*

Inspiracje przygotowane przez szefów kuchni  
dla szefów kuchni

**#GotowiNaJutro**



Unilever  
Food  
Solutions

największym kłopotem jest wakat na pomoc kuchenną. Nie wiem, czy ludzie boją się pracy w gastronomii, czy po prostu jest większe zapotrzebowanie niż chętnych do pracy w tym zawodzie – mówi **Grzegorz Labuda**, szef kuchni w restauracji Sztormowa w Stegnie.

Rzecz rozbija się jednak nie tylko o stanowisko pomocy kuchennej czy zmywak, gdzie pracy jest sporo, ale za to wymagania niezbyt wysokie.

– Młode pokolenie Z w kuchni to temat budzący wiele emocji. W restauracji Wierzbowa 15 regularnie zatrudniamy pracowników z tego pokolenia, jednak często ich zaangażowanie jest tymczasowe. Większość przychodzi po zdobyciu szybkiego doświadczenia, często zmienia miejsca pracy, co wprowadza chaos do zespołu. Niektórzy potrafią docenić wartość nauki, jednak dominująca staje się tendencja

aplikowania na wyższe stanowiska bez odpowiedniego doświadczenia – zauważa **Yassin Bugajny**, szef kuchni restauracji Wierzbowa 15 – Hotel Altus Palace we Wrocławiu.

O małym doświadczeniu a wysokich ambicjach i kontekście pokolenia Z wspomina też **Agata Wojda**.

– Mamy przed sobą bardzo dużych indywidualistów, mamy pracowników na chwilę, z nieokreślonym czasem współpracy z nami. Wielu z nich zaskoczy nas nagłą decyzją odejścia, wykorzysta pobyt wyłącznie do wydobywania receptur i zbudowania ścieżki kariery do CV – przestrzega szefowa kuchni w Ferment Dom Kultury. – Doceniam aspirację tych pokoleń i dużą porcję wewnętrznych ambicji. Jestem świadoma tymczasowości, ale też ponadczasowe jest to, że aby robić rzeczy w gastronomii ważne, wyjątkowe, autorskie i zarabiające...

trzeba to od zawsze robić pracownicy i dobrze – mówi.

Z kolei **Marcin Bielec**, z-ca dyrektora hotelu i szef kuchni w Hotelu Jakubus, wskazuje także zewnętrzne czynniki, które prawdopodobnie negatywnie oddziałują na postawę pokolenia Z wobec pracy.

– To, co wpływa na negatywne zachowania pokolenia Zet, to z całą pewnością ustrój, w którym lepiej pracować na zlecenie i nie płacić podatku, co w konsekwencji utrudnia usamodzielnienie się – zauważa, ale przyznaje, że liczą się cechy osobowościowe kandydata. – Wiele do życzenia pozostawia również dyspozycyjność czy spóźnianie się do pracy. Kwestia tak naprawdę trzymania ręki na pulsie i elastyczności obustronnej

czasami mocno się rozmywa – mówi.

Nasz rozmówca nie traci jednak nadziei i mówi, że „na pewno, gdy stare pokolenie łączy się z nowym, uczy się od siebie nawzajem, więc warto uzbroić się w cierpliwość, nabierając pokory.”

– Zatrudniamy na umowę zlecenie osoby potocznie nazywane pokoleniem Z i tak jak w życiu, są to pracownicy zróżnicowani, w większości wpatrzeni w siebie (przyjmuję, że młodość ma swoje prawa), ale jak ma się w sobie dużo cierpliwości i z drugiej strony jest chęć nauki, to po paru miesiącach nauczamy w restauracji wymaganych obowiązków – podkreśla **Krzysztof Szulborski**, prezes Stowarzyszenia Kucharzy Polskich.

### YASSIN BUGAJNY

Szef kuchni Wierzbowa 15 Hotel Altus Palace, Wrocław

Młode pokolenie w kuchni to zarówno szansa, jak i wyzwanie, które wymaga od nas, jako szefów, odpowiedniego podejścia i umiejętności dostosowania metod pracy do ich specyfiki, charakteru oraz oczekiwań.



Fot. Arch. Yassin Bugajny

### ROBERT SOWA

Doradca kulinarny Szef kuchni N31, Warszawa

Trzeba nauczyć się z nimi pracować, bo czasem nie mają dystansu, czasu i wspomnianej cierpliwości. Często zjada ich stres, wtedy pomocne są opanowanie i doświadczenie. Jako kucharz i restaurator pomagam im też w podejmowaniu szybkich i trafnych decyzji, czasem trzeba odwagi i ryzyka. Osobiście robię wszystko, aby praca w mojej restauracji była ciekawa i interesująca dla potencjalnych młodych pracowników – mam nadzieję, że takowi będą się cały czas pojawiać.



Fot. Arch. Robert Sowa

# NOWOŚĆ!



**POLSKI  
PRODUCENT**

ŹRÓDŁO KWASÓW  
**OMEGA-3**

**76%**  
TŁUSZCZU

**BEZ DODATKU  
SUBSTANCJI  
KONSERWUJĄCYCH**



DIGITAL



SOCIAL MEDIA



POS



SKLEP



## CO NAM W ZETKACH PRZESKADZA?

Starsze pokolenie w dużej mierze traktuje pracę jak swój drugi dom. Nierzadko spędza w niej więcej czasu niż wynika to z umowy. W pracy zawiązuje się przyjaźnie, razem z innymi osobami z zespołu spędza wolny czas. Młodzi pojmują świat inaczej. Choć praca i pieniądze mają dla nich znaczenie, to jednak najważniejsze są life balance i pełen komfort.

– Elastyczność czasowa młodych ludzi jest pozorna i dopasowana w większości sytuacji do tego, co im aktualnie pasuje – mówi **Agata Wojda**. – Plusem może być to, że ucieszy ich fakt wyjścia wcześniej do domu, bo ruch właśnie ułożył się inaczej. Ciężko za to załatać ich wolnym czasem braki personelu wynikające z awarii – dodaje.

Potwierdza to także **Krzysztof Szulborski**. – Niestety, zauważamy, że pracownicy pokolenia Z z dnia na dzień potrafią oświadczyć, że od jutra już nie pracują.

Krytycznie o młodych Zetkach mówi też **Robert Sowa**, szef kuchni restauracji N31 restaurant&bar.

– Zatrudnienie młodych pracowników wiąże się dziś z cudem nad Wisłą. Młodzi ludzie, nawet jeśli posiadają kwalifikacje, pasję i dyplomy z różnych konkursów kulinarnych, na rynku polskim poszukują pracy łżejszej, z większą ilością dni wolnych lub po prostu czegoś innego, niekoniecznie związanego z wyuczoną profesją – zauważa szef **Robert Sowa** i tłumaczy, jak to widzi druga strona. – W opinii młodych ludzi zarobki w gastronomii nie są adekwatne do nadmiaru pracy, jakiej się od nich oczekuje. Uważają, że nie są odpowiednio doceniani, chwaleni i że brakuje szans na rozwój – a to wielka szkoda i nieprawda. Ta opinia panuje wśród osób zatrudnionych na stałe, ale również wśród pracowników tymczasowych – mówi.

Trzeba więc wykazać się po prostu cierpliwością i mądrością życiową, być może wówczas znajdziemy tę „perłę”, która będzie zarówno osobą

pracowitą, jak i posiadającą smykałkę do gastro.

## GDZIE SIĘ PODZIEWA TZW. WARTOŚĆ DODANA?

Każdy mistrz, zatrudniając czeladnika lub ucznia, kieruje się tym, że młodszy pracownik go zastąpi, przynajmniej w niektórych zajęciach. A jeszcze lepiej, gdy wniesie novum do funkcjonowania firmy, które pozwoli na jej optymalne i finansowo korzystne funkcjonowanie. Czy te wyobrażenia jest w stanie spełnić pokolenie Z?

– Gdy masz lat 60, naciśnięcie 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. – mówi **Bogdan Gałązka**, który w pewnym momencie kariery zrobił doktorat i realizuje się jako nauczyciel młodzieży. – 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,

### GRZEGORZ LABUDA

Szef kuchni

Sztormowa, Stegna

Po pierwsze, są bardzo roszczeniowi. Trudno znaleźć osoby, dla których praca będzie pasją. Naoglądali się różnych programów telewizyjnych i wydaje im się, że to jest takie proste. Myślą, że po pół roku zdobyli takie doświadczenie, że mogą być samodzielnymi szefami kuchni, ale tak niestety nie jest. Brakuje im pokory. Są w stanie z dnia na dzień zmienić pracę za przysłówowe 2 zł więcej. Nawet nie przyjdą o tym poinformować, tylko wysyłają SMS, że od jutra ich nie ma. Dla nich to nie pasja, a sposób szybkiego zarobku.



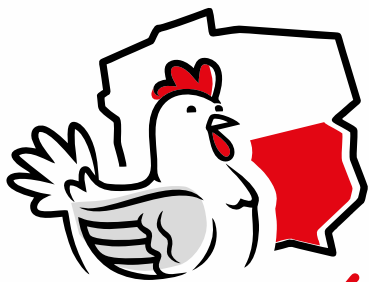
Fot. Arch. Grzegorz Labuda

### NATALIA KWIECIŃ

Manager

Śląska Prohibicja, Katowice

Osoby z pokolenia Z doskonale sprawdzają się na stanowiskach związanych z obsługą klienta oraz marketingiem, zwłaszcza w zakresie mediów społecznościowych. Cenią sobie kontakt z ludźmi, są kreatywne i szybko adaptują się do nowych technologii. Pokolenie to wnosi do branży gastronomicznej wiele atutów, takich jak biegłość w korzystaniu z mediów społecznościowych, co można skutecznie wykorzystać w promocji lokalu i interakcji z klientami online. Ponadto wielu młodych ludzi zna języki obce, co jest istotne w kontaktach z zagranicznymi gośćmi. Są elastyczni i otwarci na nowe doświadczenia, a to ułatwia ich zaangażowanie w różnorodne aspekty pracy w gastronomii. Minusem może być jednak ich oczekiwanie na szybkie efekty i awanse, co nie zawsze jest możliwe w tej branży, oraz mniejsza skłonność do podejmowania długoterminowych zobowiązań.



**Polski Drób**  
- pochodzenie ma znaczenie!

# IDEALNY WYBÓR DLA TWOJEJ KUCHNI



Polski drób to synonim jakości i bezpieczeństwa, ceniony w kraju i za granicą. Od soczystego kurczaka po wyrazistą kaczkę – różnorodność produktów zadowoli każde podniebienie i pozwoli na tworzenie smakowitych dań. Polska tradycja kulinarna w połączeniu z nowoczesnymi metodami produkcji sprawia, że drób z Polski to idealny wybór dla branży HoReCa. Nasze gospodarstwa spełniają najwyższe standardy hodowli, co nie tylko gwarantuje dobrostan zwierząt, ale także zapewnia doskonałą jakość mięsa. Wybierz polski drób i podnieś standardy swojej kuchni, zapewniając swoim gościom wyjątkowe doznania smakowe. **Sprawdź pochodzenie produktu**, bo polski drób to smak, na który zasługują Twoi goście!

**Chcesz wiedzieć więcej na temat polskiego drobiu?**

**Wejdź na nasz fanpage lub stronę internetową!**



[www.drobiearze.pl](http://www.drobiearze.pl)



**Polski drób - pochodzenie ma znaczenie**



**[PochodzenieMaZnaczenie.drobiearze.pl](http://PochodzenieMaZnaczenie.drobiearze.pl)**

ale jeśli przy takim szefie człowiek popracuje rok albo dwa i zostanie na tej kuchni bez klimatyzacji, to naprawdę później doceni coś lepszego – dodaje.

Tyle że do tego lepszego trzeba przetrwać, a w gastronomii to trudne. Nawet wówczas, gdy ma się talent w przydatnych dla biznesu dziedzinach.

– Plusem osób z pokolenia Z jest ich biegłość w social mediach, znajomość języków oraz umiejętność korzystania z wiedzy dostępnej w sieci online – podkreśla **Yassin Bugajny**, szef kuchni restauracji Wierzbowa 15, Hotel Altus Palace, Wrocław. – Ale są i minusy: brak warsztatu a wygórowane oczekiwania, wysokie wymagania wobec innych i niewielka odporność na krytykę. Dopracowane programy szkoleniowe w szkołach gastronomicznych mogą pomóc w rozwijaniu potencjału i wiedzy przyszłych kucharzy. Wyzwaniem pozostaje duża rotacja oraz trudności w radzeniu sobie ze stresem – dodaje.

**Agata Wojda** ma nieco odmienne zdanie. Nie widzi sensu, by w 2024 r. odnotowywać na plus umiejętności obcowania w social mediach. – Wielu z nas to potrafi – zauważa szefowa. – Znajomość języków obcych nie będzie żadnym atutem, jeśli indywidualność, brak

grzeczności i wiedzy zderzą się z oczekiwaniami gości – mówi.

Nasza rozmówczyni ceni w młodych ludziach sympatię do miejsca, w którym wykonują swoją pracę, co potrafi ściągnąć kolejnych gości spośród ich otoczenia. – Starsze pokolenia prawie nigdy nie łączą pracy z życiem prywatnym. Bardzo rzadko zapraszają swoich gości, podczas gdy ta grupa wiekowa nie ma z tym problemu – zauważa **Agata Wojda**.

A **Jakub Żymielski** dodaje: Ich dużymi atutami są komunikatywność i otwartość. W większości przypadków potrafią powiedzieć o swoich potrzebach, znając też swoje obowiązki. Poza tym są niezdecydowani, ciągle szukają nowych pomysłów na siebie, przez co zaczepienie tzw. zajawki do gotowania nie jest takie proste.

Cały katalog zalet młodych pracowników wymienia **Robert Sowa**.

– Otwarte głowy na nowe wyzwania i pomysły, mocni fizycznie, odporni na ciężką pracę, ciekawość zawodu, znajomość języków obcych to atuty bardzo cenne zwłaszcza w dzisiejszych czasach – podkreśla szef. – Osobiście posiadam młody team, z którego jestem bardzo zadowolony, a fluktuacja jest bardzo mała, co ma przełożenie na zadowolenie moich

gości i moje. Oczywiście mówię tu o personelu kuchennym, ponieważ w serwisie preferuję doświadczenie. Młodzi ludzie są ciekawi nowinek, również gastronomicznych, podróżują, czytają, oglądają wszystko to, co związane z kuchnią, która jest wciąż modna. Natomiast minusem młodych osób jest brak odporności na używki i wszelkie pokusy, czasem brak cierpliwości i zbyt duża indywidualność – a wiadomo, że „team work” w gastronomii to najważniejsza rzecz – dodaje.

## NIE TAKA ZETKA STRASZNA, JAK O NIEJ MÓWIA

Okazuje się, że nawet z tak powszechnie krytykowanego pokolenia da się wyłowić talenty. Trzeba tylko na to zapracować...

– Każde pokolenie jest inne i będzie oczekiwać od rynku czegoś innego. Logiczne jest, że jeśli chcemy utrzymać dobry standard, musimy skupiać się na szkoleniach i nie szukałbym tu winy w pokoleniu Z w naszej branży. Widzimy, jak młoda gastronomia się rozwija i coraz częściej wskakuje na europejskie czy światowe podium w konkursach – zauważa **Marcin Bielec**. – Pokolenie Z to świadome pokolenie, które stawia na równowagę między czasem wolnym a pracą. Wiemy, jak wyglądała praca w latach 60. i 70., gdy nie było mowy o szkoleniach, targach, komputerach, mediach, a jak to wygląda w obecnych czasach. Wiemy też, że szanowanie pracownika, wydawanie poleceń i zaangażowanie w szkolenia i rozwój ludzi w branży gastro był znikomy. Nowe pokolenie tzw. Z to globalna zmiana na lepsze! Pojawiają się profesjonalści, jak również słabsze osoby, ale zawsze tak było... – mówi. ✕

### MARCIN BIELEC

Szef Kuchni, z-ca dyrektora Hotel Jakubus, Jakubowice

Praca z młodymi ludźmi jest jak tworzenie nowego tworu – sprawdzają się na każdym stanowisku, ale autem będzie praca, w której pracodawca będzie potrafił zaangażować się w partnerstwo, zainwestować w szkolenia, jasno wyznaczyć cele i oczekiwania, a w tym wszystkim znaleźć przestrzeń na wolne dla tego pracownika. Pokolenie Z wymaga od rynku współpracy obustronnej, musimy się nauczyć słuchać i dawać, ale też konsekwentnie oczekiwać i rozliczać z powierzonych zadań.



Fot. Arch. Marcin Bielec

Beata Marcińczyk

# 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

**h**andlowiec

GENER **▲** LCZYK  
FIRMA RODZINNA

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



# Gala wręczenia Hermesów Kulinarnych „Poradnika Restauratora”

19 września br. odbędzie się uroczysta Gala, na której Wydawnictwo Generalczyk wyróżni wybitne postaci światów HoReCa i FMCG statuetkami Hermesów. Wraz z kapitułą nagradzamy ciężką pracę przede wszystkim szefów kuchni,

a także wybitnych restauratorów, managerów obu branż czy niezależnych handlowców. Kapituła docenia również sieci handlowe, restauracyjne i hotelowe, od tych najmniejszych, skupiających kilka punktów, po gigantów rynku. Przyznanie

## PAWEŁ KAŁUSKI

szef kuchni Sofitel Warsaw Victoria  
Laureat Hermesa Kulinarnego

Nagroda Hermesa to taki trochę kulinarny Oscar, który stanowi uhonorowanie dla osób i firmy wyróżniających się w branży gastronomicznej. A ponieważ nominacja do nagrody pochodzi od ekspertów z naszej branży, to jej wartość jest szczególna. Dla mnie wyróżnienie to było dowodem na to, że kierunek, który obrałem, ma sens, a to, co robię, jest zauważane przez innych profesjonalistów. To ogromna satysfakcja i motywacja do dalszego działania.



Fot. Arch. Sofitel Warsaw Victoria

## BOGDAN GAŁĄZKA

współwłaściciel i szef kuchni  
Stolica Café w Warszawie  
Laureat Hermesa Kulinarnego

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 (przyp. red. Gothic Restaurant na Zamku w Malborku), a pomimo to zostaliśmy docenieni. Hermes Kulinarny to prestiżowa nagroda – głosują na nią szefowie kuchni, a nie redakcja. Drodzy koledzy, starajcie się o Hermesa. To jest istotne – buduje gastronomię i relacyjność.



Fot. Piotr Wierzbowski

## MICHAŁ DOROSZKIEWICZ

właściciel autorskiej pracowni  
cukierniczej OVO w Poznaniu  
Laureat Hermesa Kulinarnego

Już po otrzymaniu nominacji byłem bardzo szczęśliwy. Jest to ogromne wyróżnienie dla mnie. Moja kropka nad i w docenieniu branży. Hermes Kulinarny to wyjątkowa, prestiżowa nagroda. Myślę, że został przyznany za całość tego, co robię na co dzień. Jest to też potwierdzenie tego, że wybieram odpowiednie kierunki w reprezentowaniu rzemiosła na arenie krajowej i międzynarodowej. To przecież moja stale trwająca przygoda z cukiernictwem, moja życiowa pasja.



Fot. Arch. Michał Doroszkiewicz

## SYLWESTER CACEK

prezes Sfinks Polska  
Laureat Hermesa Kulinarnego

Nagroda jest dla mnie dużą radością i traktuję ją jako nagrodę zbiorową dla wszystkich osób stanowiących o naszej spółce i sieci, dla naszego całego zespołu, wliczając w to franczyzobiorców i pracowników restauracji. Odbieram ją jako wyraz docenienia naszego podejścia i naszych wysiłków, zwłaszcza po wszystkich niełatwych przejściach, z którymi musieliśmy sobie radzić, podobnie jak cała branża w ostatnich kilku latach. W imieniu całego Sfinksa – bardzo dziękuję.



Fot. Arch. Sfinks Polska



# i Hermesów Handlowych „Poradnika Handlowca” coraz bliżej!

Hermesa Kulinarnego i Handlowego było i jest wolne od jakichkolwiek opłat czy licencji. Wyróżniając laureatów tą cieszącą się dużym uznaniem nagrodą, nie oczekujemy zwrotu finansowego w formie wykupu powierzchni reklamowej na łamach naszych tytułów. Redakcja wraz z kapitułą skupia się na wyróżnianiu szefów kuchni czy handlowców,

którzy swoimi codziennymi działaniami dają przykład innym kolegom po fachu. Na szacunek trzeba sobie zasłużyć ciężką pracą, którą wykonują wszyscy nagrodzeni. Wypowiedzi kilku z dotychczasowych laureatów na temat znaczenia nagrody Hermesa prezentujemy poniżej. ✕



## ADAM MANIKOWSKI

wiceprezes zarządu,  
dyrektor zarządzający, Żabka Polska  
Laureat Hermesa Handlowego

To olbrzymie wyróżnienie, szczególnie dlatego, że zostało przyznane przez naszych partnerów – dostawców i producentów. Nagroda Hermesa jest dowodem uznania dla całego mojego zespołu – kilkuset pracowników departamentu komercyjnego i rozwoju, marketingu oraz logistyki Żabka Polska, a także naszych franczyzobiorców, którzy każdego dnia obsługują klientów w ponad 10 700\* sklepów Żabka w kraju. Jestem dumny z naszych wspólnych osiągnięć i wyników.

\* Dane z 27 sierpnia 2024 r.



Fot. Arch. Żabka Polska

## PIOTR WOJCIECHOWSKI

prezes Gminnych Składów Cho no tu  
Laureat Hermesa Handlowego

Jestem bardzo dumny z tej nagrody. Cieszę się, że doceniono nasze starania i profesjonalizm w podejściu do klienta. Do tej pory dostaliśmy inne wyróżnienia, natomiast statuetkę Hermesa otrzymaliśmy pierwszy raz. Tym bardziej jest mi miło.



Fot. Arch. Piotr Wojciechowski

## KRZYSZTOF BERTLING

właściciel, markety Kabe  
Laureat Hermesa Handlowego

Gdy wywołano nas na scenę, byliśmy mile zaskoczeni, ponieważ to wyróżnienie sprawiło, że znaleźliśmy się wśród gigantów handlu. Na Gali wręczenia Hermesów byli przedstawiciele Biedronki, Żabki, Carrefoura i innych dużych sieci, a tu nagle mała firma Kabe stoi ze statuetką w ręku wśród światowych marek. Bardzo mnie to ucieszyło i zaskoczyło. W naszym biurze w sklepie w Nowej Karczynie mamy półkę, na której stoi szereg nagród i na pewno Hermes do nich dołączy.



Fot. Arch. Krzysztof Bertling

## MICHAŁ KOSELA

współwłaściciel Delikatesy EPI, Wrocław  
Laureat Hermesa Handlowego

Uważam, że to bardzo ważna nagroda, ponieważ ten sklep jest jedyny w swoim rodzaju, jeśli chodzi o jakość asortymentu, obsługę i atmosferę. Hermes to dla nas potwierdzenie tego, że środowisko polskich przedsiębiorców docenia wartość EPI. To nagroda nie tylko dla zmarłego taty, ale przede wszystkim dla całego zespołu. Jest nam przykro, że tata nie mógł partycypować w dzisiejszym wydarzeniu. Całe życie powtarzał, że firmy rodzinne oraz mikro-, mała i średnia przedsiębiorczość mają ogromny wpływ na wzrost gospodarczy i tworzenie stabilnych miejsc pracy. Chcemy spełniać jego i nasze marzenia.



Fot. Arch. Michał Kosela

**NAJLEPSZĄ  
REKLAMĄ  
KUCHNI  
JEST JAKOŚĆ  
SERWOWANYCH  
DAŃ**



## Rozmowa z **Januszem Garnarczykiem**, dyrektorem F&B w hotelu Lemon Resort Spa w Gródku nad Dunajcem

**Heidi Handkowska:**  
Od 10 lat jest Pan związany z hotelem Lemon Resort Spa, najpierw jako szef kuchni, a obecnie jako dyrektor gastronomii.

**Janusz Garnarczyk:**  
Od samego początku współtworzyłem to miejsce. Zacząłem pracę kilka miesięcy wcześniej, zanim hotel został oficjalnie otwarty. Miałem możliwość zaprojektowania kuchni od podstaw. Nie było łatwo pozyskać gości, bo znajdujemy się z dala od miast, ale się udało. Hotel jest położony w Beskidzie Sądeckim, na pogórzu rożnowskim i otoczony wodami Jeziora Rożnowskiego.

Rok temu pani dyrektor generalna hotelu Katarzyna Bak zaproponowała mi objęcie stanowiska dyrektora F&B. Trochę się obawiałem, jednak podjąłem wyzwanie. Odkąd tu jestem, wciąż coś się dzieje, pojawiają się kolejne wyzwania, np. latem funkcjonuje dodatkowo beach bar, czyli mała restauracja letnia z barem zlokalizowana w strefie basenowej. Niedawno została otwarta nowa kuchnia produkcyjna, a na jesień planujemy kolejną restaurację w ramach hotelu. Gastronomia to bardzo wymagająca dziedzina i wciąż coś się tutaj dzieje.

W momencie, w którym objąłem stanowisko dyrektora F&B, musiałem

wyznaczyć nowych szefów kuchni w restauracji. Dawid Rozmus i Adam Marmuszewski współpracują ze mną już od wielu lat. Są bardzo ambitni i zawsze mogą na nich polegać. Zaczęli pracę w Lemonie zaraz po ukończeniu szkoły. Na razie obydwaj zarządzają jedną restauracją, ale niedługo powstanie kolejna, więc każdy z nich będzie odpowiedzialny za jeden z lokali.

**Gródek nad Dunajcem zamieszkuje ok. 10 tys. mieszkańców. Jak to wpływa na frekwencję i jakiego typu goście Was odwiedzają?**

To nawet nie jest miasteczko, bardziej miejscowość o charakterze wypoczynkowym. Lokalsi stanowią całkiem duży procent naszych gości. Najczęściej przyjeżdżają z Limanowej czy Nowego Sącza, a także z Krakowa, Rzeszowa, Tarnowa. Wpadają do nas na obiad i po to, żeby spędzić tutaj dzień. Od samego początku nie chcieliśmy bazować tylko na gościach hotelowych. Restauracja stricte hotelowa źle mi się to kojarzy – jako taki byt konieczny. Dlatego też stworzyliśmy osobną komunikację z gośćmi z zewnątrz (social media restauracji), aby pokazać, że jesteśmy otwarci na wszystkich. Dzisiaj ok. 50 % to goście hotelowi, a 50 %

z zewnątrz. Aczkolwiek są momenty, kiedy 80 % stanowią klienci spoza hotelu. Mamy coraz więcej stałych gości, więc cel został osiągnięty.

Trudno znaleźć powody do narzekania. Cały rok mamy obłożenie – może jedynie między świętami Bożego Narodzenia a feriami jest trochę luźniej. Jednak w tym okresie odbywają się liczne szkolenia i konferencje, a co za tym idzie bankiety, kolacje czy grille. Niedawno oddaliśmy do użytkowania kolejną salę konferencyjną i liczymy na to, że przyjdzie do nas jeszcze więcej gości biznesowych.

**Jak kształtuje się rynek gastronomiczny w powiecie nowosądeckim?**

Nie mamy dużej konkurencji. Niestety Nowy Sącz gastronomiczno-kulinarnie nie jest potęgą, ale to też się zmienia i powstają nowe restauracje. Mamy sporo firm, lecz lokali gastronomicznych

na wysokim poziomie jest niewiele. Mieszkańcy najczęściej odwiedzają bary i pizzerie.

**Dlaczego warto do Was przyjechać? Co takiego znajduje się w menu, co naprawdę warto zjeść?**

Jesteśmy restauracją hotelową i musimy dbać o każdego gościa, dlatego nie ukierunkowujemy się na jeden rodzaj kuchni. Co prawda dominują u nas specjały kuchni włoskiej, lecz mamy też dobrej jakości steki sezonowane, ryby, owoce morza czy sałatki. Korzystamy z oferty lokalnych producentów oraz dostawców i na bazie tych produktów budujemy własne menu.

Staramy się wyjść naprzeciw potrzebom gości i przygotowujemy również potrawy odpowiednie dla ich diety. Serwujemy potrawy bezglutenowe, natomiast informujemy gości o tym, że jego śladowe ilości mogą się znaleźć w daniu.

Goście przychodzą do nas, aby skosztować dań innych niż te dostępne w pozostałych restauracjach. Często chcą spróbować czegoś nowego, takim przykładem

### Janusz Garnarczyk

- » Od 10 lat związany z hotelem Lemon Resort Spa, najpierw jako szef kuchni, obecnie jako dyrektor gastronomii.
- » Swoją kulinarną drogę rozpoczął w Krynicy-Zdroju (restauracja Koncertowa, potem hotel Motyl, następnie hotel Mercure).
- » Absolwent Akademii Kulinarnej w Krakowie, członek zarządu Stowarzyszenia Klubu Szefów Kuchni, juror w licznych konkursach kulinarnych.

były chociażby ślimaki, których sprzedawało się bardzo dużo. W naszej kuchni wszystko przygotowujemy sami od podstaw i tym się wyróżniamy. Bardzo cenimy sobie produkty lokalne i regionalne – z przyjemnością dodajemy je do naszych dań.

### Czy są dania, które Pan faworyzuje i których nigdy nie zabraknie w restauracji?

Niewątpliwie burgery, które od lat stanowią hit restauracji. Są to lemon burger w wersji pikantnej na bazie włoskich produktów, takich jak np. parmezan, suszone pomidory, dojrzewający boczek wieprzowy czy tradycyjne włoskie salami, słodko-słony chef burger, a także klasyczny burger, który ma w swoim składzie m.in. wołowinę, bekon, sałaty czy kiszony ogórek. Nie zapomnieliśmy również o weganach – wegan burger (boczniaki, wędzony tofu, ogórek kiszony, suszony pomidor, rukola).

Dużym powodzeniem cieszą się świeże mule, które sprowadzamy z Francji, a ponadto stek z antrykotu sezonowanego co najmniej przez 90 dni. I nie zamierzam go usunąć z karty, bo wiele osób z Krakowa

przyjeżdża specjalnie po to, by móc się nim delektować.

Mamy taką zasadę, że zanim coś dodamy do głównej karty, to trafia to do tej sezonowej. W ten sposób testujemy gusta naszych gości. Jeśli któreś danie wybija się na prowadzenie, a goście o tym mówią i wracają, by je ponownie zamówić, to wtedy trafia ono do karty głównej. Tak było np. ze ślimakami.

### Jak stworzyć idealny bilans między dobrym food costem a idealnym menu?

Food cost, bar cost, staff cost, wszyscy to teraz liczą. W dzisiejszych czasach, kto nie umie liczyć, będzie zmuszony zamknąć restaurację albo zostanie skazany na to, że lokal zacznie generować straty. Nie wyobrażam sobie, jak można prowadzić lokal bez odpowiednich wyliczeń, nie wiedząc, jaki ma się rzeczywisty food cost. Żyjemy w czasach, kiedy wszystko wciąż drożeje i zmienia ceny w zależności od pory roku. I trzeba to wszystko koniecznie mieć pod kontrolą. To nie jest tak, że 30 % food costu w restauracji, to świętość i tego należy się trzymać, choćby nie wiem co. Uważam, że są dania, na których

można mieć większy food cost i takie, na których może być mniejszy, wówczas zachodzi równowaga.

Skoro

serwujemy np. bardzo

drogiego

w za-

kupie

stecka,

to mo-

żemy so-

biepозwolić

na wyższy

food cost,

bo mamy

na nim

większą

marżę. Zara-

biamy na nim

tyle, ile np. na trzech porcjach makaronów. Nie zawsze warto trzymać się tych magicznych 30 %. Są dania, które mają 18-22 % i takie przekraczające 35 %.

### Często spotykam się z opinią, że pracownicy w gastronomii to duży problem. Trudno znaleźć odpowiednie osoby, jest duża rotacja. Z czego to według Pana wynika?

Zawsze miałem znakomity zespół ludzi z pasją zaangażowanych w pracę. Nigdy nie lubiłem rotacji personelu. Nikt tego nie lubi, bo to zawsze powoduje chwilowe utrudnienia i konieczność wprowadzenia nowej osoby, nauczania jej naszych praktyk i naszych dań. Cenię sobie osoby rozwijające się przy mnie oraz pozwalające się rozwijać także mnie samemu. Od lat buduję również zespół w oparciu o ludzi, którzy się jeszcze uczą albo kończą szkołę i szukają pracy. W naszej restauracji zatrudniam obecnie 50 osób.

Często słyszę, że koledzy mają problemy z pracownikami z pokolenia Z – z ich pozyskaniem, ale też z tym, żeby chcieli w ogóle pracować. Jednak nie demonizowałbym tego aż tak bardzo. Wydaje mi się, że zawsze tak było, że jedni chcieli pracować, uczyć się, coś osiągnąć i tacy, którzy mieli dwie lewe ręce. Jestem w branży od blisko 30 lat i trochę już widziałem. Po prostu musimy się dostosowywać do zmieniającego się świata.

### Na co Pan zwraca uwagę, rekrutując personel?

Zdarza się, że przychodzą na rozmowę kwalifikacyjną osoby i już po samym „dzień dobry” i kilku pierwszych zdaniach wiem, że z tej mąki chleba nie będzie. Reklamują się niesamowicie, a później się okazuje, że nie idzie to w parze z tym, co potrafią. Ale są też i tacy, którzy nie mają doświadczenia, a wykazują chęć do pracy. Wówczas jesteśmy w stanie taką osobę



nauczyć wszystkiego, „wyrzeźbić ją” na potrzeby naszej restauracji.

Ostatnio miałem dwóch praktykantów – kelnerów. Jeden z nich od samego początku mówił, że chce pracować w gastronomii i się szkolić, a drugi zastanawiał się, czy to na pewno jest to, co chciałby w życiu robić. Przeszkoliliśmy ich z obsługi gości, brali czynny udział w obsłudze naszych klientów. Na koniec chłopak, który wcześniej się wahał, przyznał, że złapał bakcyła – po tym miesiącu spędzonym w naszej restauracji stwierdził, że chce pracować w gastronomii. To była najlepsza recenzja, jaką mogliśmy usłyszeć od młodego człowieka.

Często w restauracjach, czy też kuchniach praktykanci tylko zamiatają podłogi, ścierają kurze lub myją naczynia i lodówki. U mnie tak nie jest. Praktykant wykonuje taką samą pracę jak pozostali i zwykle wychodzi z dużo większymi umiejętnościami. Najważniejsze to znaleźć pracownika, dla którego gotowanie jest pasją i dać mu dobre warunki do rozwoju. Nie zniechęć go.

**Nie tylko z pasją Pan gotuje, lecz także „wylapuje” i szkoli lokalne talenty. Pana uczniowie zdobywają nagrody w ogólnokrajowych konkursach np. Arte Culinaria Italiana. W jaki sposób sukcesy zdobyte w konkursach kulinarnych przekuć na sukces zawodowy?**

Od wielu lat, jeżeli jest taka możliwość, to wysyłam pracowników na konkursy. Na przykład Klaudiusz Gromala i Dominik Lorek zostali zwycięzcami tegorocznej edycji Włoskiej Sztuki Kulinarnej Arte Culinaria Italiana, a w ubiegłym roku Dominik Jeleński i Wojciech Bąba przywieźli brązowy medal. W listopadzie w konkursie Host Professional w Cukrowni Żnin wystartuje nasz szef kuchni Dawid Rozmus z Wojtkiem Bąbą. Poza tym Dominik Lorek właśnie wysłał swoje zgłoszenie do World Skills Poland. Również nasi uczniowie, praktykanci mają taką szansę.

Wspieramy ich w przygotowaniach, używając kuchni, zapewniając produkty i służąc radą. Zawsze jest na to miejsce i czas, a moi pracownicy się w to mocno angażują.

W restauracji Lemon organizujemy też cyklicznie wewnętrzny konkurs na dania do sezonowej karty zimowej. Każdy, kto pracuje na kuchni, może takie danie przygotować, następnie w gronie managerów je oceniamy i wybieramy te najlepsze. Wybrane dania trafiają do karty sezonowej, publikujemy je na Instagramie i FB wraz z ich autorem, a autorzy dań dodatkowo otrzymują voucher do innej restauracji. W ten sposób nagradzamy ich za kreatywność i zaangażowanie. Zauważyłem, przy okazji tych konkursów, że nie ma u nas niezdrowej rywalizacji. Wszyscy raczej wspierają się i doradzają, co i jak poprawić.

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

Znam wielu młodych chłopaków, którzy na dzień dobry zachłysłni się tym, że trafili się do wielkiej kuchni w dobrej restauracji i szybko się wypalili. Jeżeli ma się pasję, to ważne, aby znaleźć odpowiednie miejsce, w jakim będzie się ją rozwijało. Jest wiele możliwości odbycia stażu w dobrych restauracjach, zainspirowania się i zobaczenia jak to wygląda. Ludzie są największą wartością restauracji. Jeśli młody człowiek trafi pod odpowiednie skrzydła i dostanie możliwość rozwoju,



to ciężką pracą i zaangażowaniem zdobędzie doświadczenie, umiejętności i wiedzę, które później pozwolą mu wybierać miejsca, w jakich chce pracować. Często jednak młody człowiek dostaje pierwszą pracę w lokalu, gdzie nie przestrzega się dobrych praktyk higienicznych, nie ma receptur i nie ma żadnych reguł. Wówczas już na samym początku się zniechęca.

**Którą ze światowych kuchni chciałby Pan poznać bliżej?**

Dla mnie wciąż kuchnia włoska ma jeszcze tyle do odkrycia. Włosi, podobnie jak my, niezwykle cenią sobie tradycyjne, domowe jedzenie. Dania mają być aromatyczne i przyrządzone ze świeżych, lokalnych, sezonowych produktów. Dlatego ich kuchnia, niezmiennie od lat, cieszy się nieślabnącą popularnością. Gdy jestem w podróży, to zawsze staram się skosztować lokalnych specjałów. Może mi posmakuje, może nie, ale przynajmniej mam świadomość, że spróbowałem czegoś w takiej wersji, w jakiej powinno być to podawane. Nie chciałbym na wyjeździe za granicą zjeść schabowego.

Jeśli chodzi o podróże kulinarne, które chciałbym odbyć, to chyba marzy mi się wyprawa do Japonii. Mają bardzo oryginalne podejście do gotowania i świetne produkty. ✕



Fot. Arch. Farm Frites

# 30 lat minęło I CO DALEJ?

Rozmowa z **Maciejem Gierdal**,  
Commercial Director CEE w firmie Farm Frites

**Heidi Handkowska:** Farm Frites w Polsce niezmiennie od 30 lat jest wiodącym producentem mrożonych wyrobów ziemniaczanych w Europie Środkowo-Wschodniej. Jesteście firmą znaną z profesjonalizmu i wysokiej jakości wyrobów. Odnieśliście pełny sukces. Jak buduje się taką pozycję?

**Maciej Gierdal:** Recepta na sukces to koncentrowanie się na celach i ludziach. Uważam jednak, że to właśnie ludzie są najważniejsi, zarówno współpracownicy tworzący „zgrany zespół”, jak i klienci, którzy są najlepszym weryfikatorem jakości produktów i serwisu, jaki oferujemy. Chcemy być jak najbliżej klientów gastronomicznych. W każdym kraju

stawiamy na współpracę z dystrybutorami specjalizującymi się w segmencie HoReCa, a jednocześnie docieramy bezpośrednio do właścicieli i managerów restauracji oraz punktów gastronomicznych, gdzie frytki znajdują się w menu.

Oprócz mnie, któremu również mija 30 lat pracy w Farm Frites, słowa uznania należą się wielu wybitnym managerom, którzy tworzą nasz ZESPÓŁ prawie od początku – to m.in. Piotr Tyma, Szef Sprzedaży – 29 lat w firmie, Anna Grzebiela – Szefowa BOK – 27 lat razem, Robert Koniuszy, Dyrektor Finansowy – 26 lat, Joanna Klasa, Marketing Manager CEE, Agnieszka Woźnowska, Sales Manager HoReCa & Modern Trade oraz

Agnieszka Bartosiak, Product Manager – 24 lata w firmie. Oczywiście pojawiają się nowe osoby zasilające zespół, które kontynuują nasze dzieło, oferując najlepszy serwis sprzedażowy i posprzedażowy klientom gastronomicznym w Polsce, jak również w 30 krajach Europy Środkowo-Wschodniej.

Jednym z kluczowych elementów sukcesu była też podjęta kilkanaście lat temu decyzja o specjalizacji w segmencie HoReCa. Co nie oznacza, że nie produkujemy frytek dla detalu. Jednak 90 % biznesu skoncentrowane jest na gastronomię.

W ciągu tych lat musieliśmy się również wielokrotnie zmierzyć z zawirowaniami gospodarczymi zarówno w Polsce, jak

i w Europie, a ponadto z globalnym kryzysem zdrowotnym i gospodarczym związanym z pandemią COVID-19. Jednak dzięki godnej postawie do naśladowania właściciela firmy, Pieta de Bruijne, nie został zwolniony ani jeden pracownik.

**Trwałe skutki zmian klimatycznych w Europie spowodowały w ostatnich latach deficyt ziemniaków. Jak sobie Poradziliście z tą sytuacją?**

Wielokrotnie brakowało nam zakontraktowanego surowca na potrzeby przetwórstwa. Anomalie



pogodowe powodowały, że ziemniaków było mniej lub nie miały wystarczająco wysokiej suchej masy, przez co frytka po obróbce nie była tak chrupiąca, jak być powinna. Musieliśmy wówczas zaopatrzyć się na giełdzie. Zdarzało się, że trzeba było wówczas zapłacić dwukrotną stawkę za tonę ziemniaków. Mamy również możliwość kupowania ziemniaków w różnych krajach. Do fabryk w Belgii i Holandii trafiają zatem nie tylko lokalne ziemniaki, ale również z Niemiec, Francji i Egiptu.

### Jakie trendy dominowały przez te ostatnie 30 lat na rynku wyrobów ziemniaczanych?

Gusta i preferencje konsumentów ciągle się zmieniają. Staramy się sprostać potrzebom klientów gastronomicznych, którzy oczekują zarówno stabilnej jakości frytek, jak i ciekawych propozycji nowych produktów oraz conceptów.

W latach 90. klienci gastronomiczni zachwycali się frytkami karbowanymi. Później Polacy zafascynowali się naszymi cienkimi 7 mm frytkami serwowanymi w czerwonych, kartonowych opakowaniach oznakowanych żółtą literą „M”. Pod koniec lat 90.

miałem przyjemność uczestniczyć w projekcie tworzenia frytki Fast Fry, która zdominowała polski rynek przez następne 20 lat. Do dzisiaj bardzo dobrze się sprzedają, ponieważ można je przygotować o połowę krócej niż standardowe frytki, co pozwala zaoszczędzić czas i energię, a jednocześnie utrzymać wysoki poziom obsługi gości. Natomiast ostatni krzyk mody to frytki Crispy Coated – dzięki specjalnej powłoczce ze skrobi ziemniaczanej utrzymują ciepło i chrupkość dłużej, niż standardowe frytki. Produkt ten bardzo dobrze sprzedawał się podczas epidemii koronawirusa, gdy pandemiczne obostrzenia spowodowały skokowy wzrost popularności posiłków na wynos.

Dużą popularnością cieszą się specjalności ziemniaczane np. uformowane z purée ziemniaczanego szyszki, kuleczki lub gwiazdki, które w menu à la carte stanowią dodatek skrobiowy na talerzu. Nie można zapomnieć o naszych bezglutenowych plackach ziemniaczanych, produkowanych w fabryce w Łęborku od 2004 r. W ślepych testach zawsze wygrywają z plackami

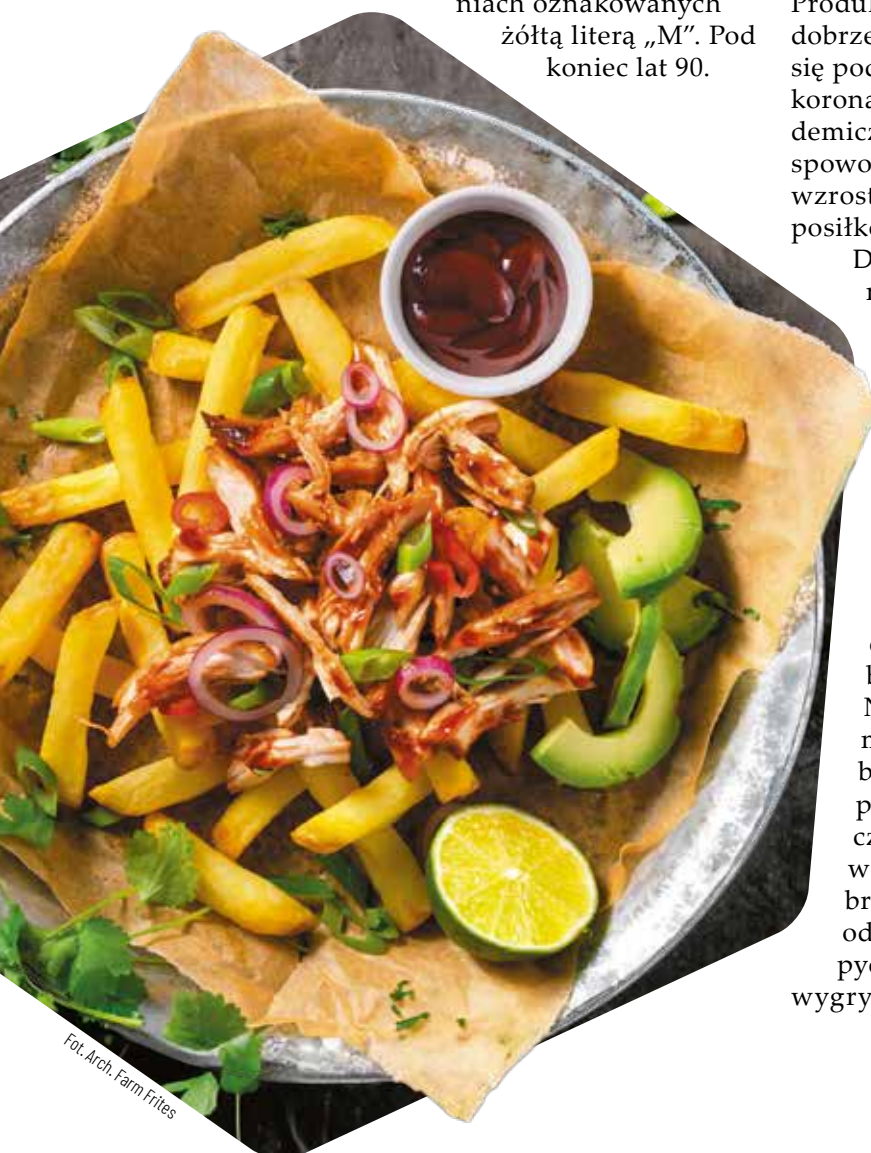
innych producentów na rynku europejskim. Niedawno zwiększyliśmy ich produkcję, uruchamiając nową linię produkcyjną.

Warto wspomnieć także o wzroście zainteresowania appetizerami czyli przekąskami, które same w sobie stanowią już danie. np. paluszki z sera mozzarella, papryczki jalapeño czy krążki cebulowe. Są idealne do sałatek lub sprawdzają się jako przekąska z dipem.

### Jakie macie plany na przyszłość?

Pragniemy dalej dostarczać naszym klientom produkty najwyższej jakości, wytwarzane w zrównoważony sposób i w bezpiecznym środowisku.

Kryzys surowcowy powoli się kończy i przed nami nowe zbiory ziemniaczane. Mamy nadzieję, że matka Natura pozwoli, że będą to pierwsze od kilku lat dobre plony i wystarczy surowca, aby zażegnać problem braków produktowych na najbliższe lata, co pozwoli zabezpieczyć ilości pod potrzeby stale rosnącego rynku HoReCa. Czekają nas też duże zmiany. Wprowadzamy w tym roku nowe hasło marki – serving happiness. Mamy nadzieję, że wywoła to pozytywne emocje i uśmiech na twarzach naszych klientów. ✕



Fot. Arch. Farm Frites

# Do startu, gotowi



*Na świecie pije się co roku nawet 700 mld filiżanek kawy. Tak mówią dane Food Research Institute. Szacowana wartość rynku kawy w Polsce to ok. 7 mld zł – połowę tej wartości stanowi kawa spożywana poza domem.*

## CO PREFERUJĄ POLACY?

Według badań Centrum Badawczo-Rozwojowego BioStat (2022 r.), 65 % Polaków wypija około 2,5 filiżanki kawy dziennie, co przekłada się na blisko 100 litrów i ponad 3,5 kg kawy na osobę w skali roku. Również wyniki badania PMR przeprowadzonego w ramach raportu „Rynek HoReCa w Polsce 2023. Analiza rynku i prognozy rozwoju na lata 2023-2028. Wpływ inflacji, wojny w Ukrainie i skutków pandemii COVID-19” mówią, że kawa jest najpopularniejszym napojem zamawianym w lokalach gastronomicznych, co stanowi deklarację 51 % respondentów. Z przewodnika „Coffee Spots. Polska” wyłania się z kolei obraz dotyczący rynku kawiarni premium. Polacy nie tylko spożywają więcej kawy, lecz także przeznaczają na nią znacznie więcej wydatków. Jednak z perspektywy lokalu serwowanie kawy to za mało, by biznes mógł się rozwijać.

Kawiarnie coraz częściej podejmują dodatkowe działania. Często same palą i podają kawę, a ponadto zapewniają ofertę piw, win oraz świeżego pieczywa – niejednokrotnie pochodzącego z własnego wypieku.

## JAKIE SĄ POCZĄTKI KAWY?

Dokładnie nie wiemy. Można się natomiast natknąć na pewną legendę – historia kawy mogła rozpocząć się w starożytnych lasach kawowych na płaskowyżu etiopskim. Pewien pasterz kóz odkrył kawę po tym, jak zaobserwował, że jego kozy po zjedzeniu owoców z drzewa stały się energiczne i nie spały w nocy. Człowiek ten podzielił się swym odkryciem z opatem miejscowego klasztoru, a ten przygotował napój, który pozwalał zachować czujność podczas nocnych modlitw. Wieść o energetyzujących jagodach zaczęła się rozprzestrzeniać. Dotarła na wschód

na Półwysep Arabski, a potem na cały świat. W XVI w. kawę uprawiano już w Persji, Egipcie, Turcji i Syrii. Napój pito zarówno w domach, jak i w licznych kawiarniach qahveh khaneh, gdzie kwitło życie towarzyskie. Przy kawie rozmawiano, słuchano muzyki, grano w szachy. Kawiarnie stały się ośrodkami wymiany informacji – nazywano je „Szkołami Mędrców”.

## FILIŻANKA W CENTRUM WYDARZEŃ

Do Europy kawa dotarła w XVII w. Pierwotnie do tego gorzkiego trunku podchodzono z rezerwą. Jednak fakt ten nie przeszkodził w tym, by kawiarnie stawały się centrami aktywności społecznej i komunikacji w Anglii, Austrii, Francji, Niemczech czy Holandii. W Anglii nazywano je penny University – każdy mógł tu zajrzeć, kupić filiżankę kawy za symbolicznego pensa i słuchać debat sławnych uczonych z epoki. Gdy trwał rozkwit prasy, kawiarnie pełniły funkcję centrów dystrybucyjnych. Na tablicach i plakatach kawiarni pojawiały się informacje gospodarcze, kursy akcji, informacje o ładunkach statków przybywających do Londynu. Z czasem kawa zaczęła zastępować piwo i wino. Warto wspomnieć historię Edwarda Lloyd’a – w swojej kawiarni w Londynie gościł on armatorów, kupców i kapitanów statków. Gromadził i upubliczniał informacje dotyczące tego, co dzieje się na morzu, co jest aktualnie dostarczane do portu, zatrudnił także gońców, którzy dostarczali najnowsze informacje z doków. Później na tej podstawie rozwinęły się usługi ubezpieczeniowe, takie jak Lloyds of London. W tamtych czasach w samym Londynie funkcjonowało ponad 300 kawiarni. Mimo że kawa zyskiwała popularność w coraz



# Kawa palona lokalnie dla Waszej przyjemności.

Świeżo palona na Kaszubach kawa,  
 z palarni wspieranej 150-letnim  
 doświadczeniem firmy matki  
 z Hamburga, może zagościć  
 także w Twoim lokalu.  
 Na życzenie w paczkach  
 z personalizowaną etykietą  
 z Twoim logo.

*Darek  
 Warielowski*

roaster w Palarni Kawy J.J. Darboven



Jesteś zainteresowany ofertą rzemieślniczych  
 kaw do gastronomii? Skontaktuj się z nami.

501 673 150  
 801 673 150

www.darboven.pl  
 www.palarnia.darboven.pl

J.J. Darboven Poland Sp. z o.o.  
 ul. Stoczniovców 2A, 84-230 Rumia

Pozostałe marki J.J. Darboven:

*Alfredo*  
 ESPRESSO

**Cilles**  
 T E E

**Cilles**  
 KAFFEE

Café  
 Intención

**J.J. DARBOVEN**  
 CLASSICS

**BrosiÓ**

**MÖVENPICK**  
 OF SWITZERLAND

**J.J. DARBOVEN**  
 CLASSICS  
 ORIGINS

**IDEE**  
 KAFFEE

**J. AY J. AY'S**  
 COLD BREW COFFEE

**COCAYA**

szybszym tempie, nadal pito herbatę – aż do 1773 r., kiedy koloniści zbuntowali się przeciw podnoszeniu na nią podatku. Popyt na kawę zaczął rosnąć, powstawały plantacje poza Arabią. W drugiej połowie XVII w. sadzonki kawy dotarły do Holendrów, którzy uprawiali je na Jawie (dzisiejsza Indonezja). Następnie plantacje zaczęły pojawiać się na wyspach Sumatra i Celebes. W 1714 r. burmistrz Amsterdamu podarował królowi Francji sadzonkę kawy – zasadzono ją w Królewskim Ogrodzie Botanicznym w Paryżu. Jedną sadzonkę podarowano oficerowi marynarki, który przetransportował ją na Martynikę. W ciągu 50 lat sadzonka rozprzestrzeniła się na ponad 18 milionów drzew kakaowych na wyspie i jest uznawana za tę, dzięki której rozwinęły się drzewa kawowe na Karaibach,

w Ameryce Południowej i Środkowej. Słynna brazylijska kawa pochodzi natomiast z dużego bukietu kwiatów, podarowanego przez żonę francuskiego gubernatora wysłannikowi cesarza do Gujany Francuskiej. Ukryła w nim kilka sadzonek kawy, którymi Francuzi nie chcieli się podzielić. To początki przemysłu wartego miliony dolarów. W dalszym ciągu misjonarze, podróżnicy, handlowcy i koloniści przewozili nasiona na coraz to nowe obszary. Plantacje powstawały w lasach tropikalnych, ale także na surowych wyżynach górskich. Pod koniec XVIII wieku kawa stała się jedną z najbardziej dochodowych upraw eksportowych na świecie.

### JAKA KAWA – TAKI KLIENT

Obecnie coraz więcej osób potrafi docenić

walory kawy, sposób jej zaparzania oraz serwowania. Wpływ na to, z jakiego ekspresu będzie serwowana kawa, ma w dużej mierze specyfika lokalu. Czego innego będą się spodziewali goście hotelowi podczas jedzenia śniadania z bufetu, a czego innego w restauracji czy kawiarni. W hotelu stanie ekspres automatyczny, który goście będą obsługiwali samodzielnie. Natomiast wytrawny barista będzie pracował na ekspresie kolbowym, pozwalającym na precyzyjne parzenie oraz powtarzalną jakość serwowanych kaw. Taką powtarzalność i udogodnienia dla baristów mogą zagwarantować np. ekspresy wyposażone w dwa bojłery, z czego jeden parzy kawę, a drugi – spienia mleko. Warto także postawić na równomiernie mielące młynki czy pozwalające na przewidywalny rezultat ubijania

kawy tamperu. Klient najbardziej wymagający z pewnością doceni sumę wszystkich inwestycji i kunszt parzenia kawy w takim lokalu.

Potwierdza to również **Agnieszka Hołowińska**, dyrektor Działu Out Of Home Grupa Mokate.

– Nie możemy zapominać o atmosferze, w której kawa jest serwowana. Estetyka filiżanki, sposób podania, a nawet drobne detale, jak elegancka pianka czy precyzyjnie wykonane latte art, wpływają na doświadczenie konsumenta. W Mokate Professional stawiamy na kompleksowe wsparcie dla lokali – od dostarczenia najwyższej jakości kawy w najlepszych cenach, po szkolenia i doradztwo, które pomagają stworzyć ofertę idealnie dopasowaną do potrzeb rynku i specyfiki danego miejsca. Dobra kawa to inwestycja – zwraca się w postaci lojalności klientów i pozytywnych opinii – mówi.

Należy pamiętać o tym, że także jakość ziaren do przygotowania kawy ma kolosalne znaczenie.

– Rzemieśnicze palarnie specjalizują się w produkcji kaw wyższej jakości niż te produkowane przez palarnie przemysłowe. Z tego powodu w 2020 roku uruchomiliśmy w naszej siedzibie w Rumi Palarnię J.J. Darboven, w której produkujemy kawę jakości specjality



Café Monitor 2024, ARC Rynek i Opinia

Podstawa procentowania: wszyscy badani, którzy piją kawę na mieście, N=1722

# MOKATE

PROFESSIONAL

## LINIA PRODUKTÓW DLA HOTELI



### KAWY ZIARNISTE

Stanowią przykład kaw doskonałych.  
Od subtelnej i delikatnej, po intensywną i głęboką.  
Twoi goście pokochają każdą z nich.

### PRODUKTY JEDNOPORCJOWE

Zabielacz i kawa rozpuszczalna.  
Bo dobrze jest mieć wybór.



MOKATE PROFESSIONAL-SMAK, KTÓRY WYRÓŻNIA.



## CAFÉ MONITOR 2024 – ARC RYNEK I OPINIA Jak pijemy kawę na mieście?

Na przełomie czerwca i lipca 2024 r. agencja ARC Rynek i Opinia po raz siedemnasty przeprowadziła badanie, które przybliży nam kawowe nawyki Polaków. Kawa na mieście okazuje się być istotnym elementem codzienności – 5 % pijących kawę na mieście sięga po nią codziennie, a niemal połowa robi to przynajmniej raz w tygodniu. Mężczyźni są bardziej skłonni do picia kawy poza domem, spożywając średnio 1,7 filiżanki w tygodniu i 1,6 w weekendy.

Popołudnia, to ulubiony czas na kawę, która najczęściej towarzyszy spotkaniom towarzyskim. Kawa na mieście coraz częściej towarzyszy również podróżom prywatnym, co wskazuje na coraz większą rolę, jaką odgrywa kawa w życiu aktywnych Polaków.

Dla niemal 2/3 badanych głównym powodem picia kawy jest jej smak, a dla ponad połowy stanowi ona codzienny rytuał i chwilę przyjemności.

Choć niektórych odstrasza cena, kawa na mieście przyciąga wyjątkową atmosferą i możliwością delektowania się ulubionym napojem w otoczeniu innych ludzi. Coraz więcej kawoszy docenia te korzyści, czyniąc kawę na mieście integralną częścią ich życia, której nie zastąpi nawet najlepiej przygotowana kawa domowa.

i premium – wskazuje **Dariusz Wasilewski** z Roaster w Palarni J.J. Darboven i dodaje: – Dla części naszych klientów palimy kawę na zamówienie, co daje również walor świeżości palenia, bardzo istotny dla wielu odbiorców. Produkcja na miejscu w limitowanych ilościach pozwala nam ponadto przygotowywać spersonalizowane etykiety na opakowania naszych kaw, np. z logo klienta.

### MLECZNA – NAJLEPSZA

Latte czy cappuccino? Charakterystyczny posmak to załuga białek znajdujących się w mleku. Zawiera ono także cukry (głównie laktozę), substancje mineralne (wapń) oraz witaminy. Mleko dodane do kawy zmienia jej teksturę i smak. Łagodzi gorycz i powoduje, że staje się kremowa.

– Mleko do kaw włoskich powinno

wyróżniać się wysoką zawartością białka. To właśnie ono sprawia, że produkt doskonale się spienia, tworząc gęstą, kremową i trwałą piankę – tłumaczy **Piotr Jankowski**, dyrektor Wydziału Handlu SM Mlekoop. – Ta stabilność jest cechą wyjątkowo poszukiwaną przez baristów, szczególnie tych zajmujących się sztuką latte art. W odpowiedzi na potrzeby zarówno kawiarni, jak i restauracji, w których serwuje się kawę z ekspresu automatycznego, powstała nasza nowość – Mleko UHT Łaciate Barista o zawartości białka 3,6 % – dodaje.

W zależności od upodobań dostępne są różne warianty mlecznych kaw. Oprócz wspomnianych latte i cappuccino można raczyć się też macchiato czy flat white. Różnią się one proporcjami kawy i mleka. Znaczenie ma poza tym rodzaj mleka. Mleko krowie – najbardziej tradycyjny

wyбір – sprawia, że kawa jest delikatniejsza. Ci, którzy poszukują alternatyw, mogą sięgnąć po napój roślinny: migdałowy, sojowy, kokosowy czy owsiany – w wersji barista spieniają się tak jak zwykłe mleko. Są najchętniej wybierane przez wegan, a także ze względów etycznych i dietetycznych. Wśród napojów roślinnych do wyboru są również te smakowe: wanilia, czekolada lub migdał. Osoby nietolerujące laktozy sięgają po mleko bez jej zawartości – jest podobne w smaku i teksturze do mleka krowiego.

### KAWA NA ROZGRZEWKĘ

Z czym serwować kawę, by ukontentować kubki smakowe nawet najbardziej wybrednych smakoszy? Jednym z najbardziej popularnych dodatków do kawy jest cukier, który neutralizuje gorycz espresso.

Natomiast zdrowszą alternatywą może być miód w różnych odmianach: faceliowy, miód akacyjny, wielokwiatowy lub lipowy – kawa staje się wtedy jeszcze większym zastrzykiem energii. Miód wzmacnia jednocześnie odpornościowe działanie kawy, wzbogaca ją o witaminy i mikroelementy, przyspiesza procesy metaboliczne i zmniejsza ryzyko zachorowania na depresję. Z miodem idealnie komponuje się także kardamon, który również wykazuje właściwości przeciwwirusowe, antybakteryjne i rozgrzewa. Także dodatek imbiru zwiększa odporność. Przy obniżonym nastroju pocieszeniem może się okazać kawa z syropem smakowym, od wyboru do koloru: karmelowy, waniliowy, czekoladowy, cynamonowy bądź różany.

### W DESEROWEJ ODSŁONIE

Kawa może zmienić swoje oblicze dzięki takim dodatkom jak śmietana, lody, kostki lodu czy czekolada. Kawiarnie w propozycjach na lato kuszą kawami na zimno, czyli caffè frappe – grecką wersją orzeźwiającego napoju. Do jej przygotowania używa się zimnej wody i zimnego mleka oraz kostek lodu. Wysokie miejsce wśród deserowych propozycji zajmuje kawa po wiedeńsku – to mocne espresso, do którego



**MLEKPOL**

*Nowa jakość  
Twojej kawy!*



## *Menu*



MACCHIATO



LATTE MACCHIATO



CAPPUCCINO



CAFFÉ LATTE



FLAT WHITE



MOCHA

dodana jest śmietanka lub mleko z rozpuszczoną czekoladą. Jako garnish na wierzch łąduje spienione mleko czy bita śmietana wraz ze startą czekoladą lub szczyptą cynamonu. Ważne jest też podanie tego trunku: zaleca się stylowe filiżanki z podstawkiem albo niskie szklanki. Kawosze często wybierają także kawę mokka – na bazie espresso, z dodatkiem mleka i dobrej jakościowo czekolady. W ciepłe dni kusi jej mrożona wersja. Affogato to kolejna pozycja dla smakoszy kawy ze słodkimi dodatkami. Tu pojawiają się dwa składniki: espresso i lody. Jednak – jak zwykle – diabeł tkwi w szczegółach. Są tacy, którzy kochają smak lodów rozpuszczających się w gorącej kawie. Inni chłodzą espresso kostkami lodu i dopiero wtedy mieszają

je z ulubionymi lodami. Rekomenduje się tu lody o smaku waniliowym, śmietankowym lub stracciatella. Affogato przyrządza się również na bazie cold brew coffee zamiast espresso.

### NAJCIEKAWSZE PROPOZYCJE I TRENDY W SZTUCE BARISTYCZNEJ

Kawa i tonik – kto nie przecierał oczu ze zdziwienia, trafiając pierwszy raz na tę pozycję w menu? To gwarancja orzeźwienia i pobudzenia. Mocna kawa, kostki lodu i dobrej jakości tonik – do wypicia najlepiej do południa. Swoich fanów ma także kawa po wietnamsku, przygotowywana w specjalnym zaparzaczu phin – słodczy dodaje jej skondensowane mleko. Inną propozycją będącą przysmakiem Wietnamczyków jest kawa jajeczna, czyli

połączenie czarnej kawy z żółtkiem utartym z cukrem. Nie można także pominąć kawy Kopi Luwak – pozyskiwanej z odchodów zwierząt, które zjadają owoce kakaowca, ich układ pokarmowy trawi jednak tylko skórkę i miąższ, ale odrzuca ziarno kawy – zostaje ono wydalone. Kawa ta jest ceniona za brak goryczy i kwaśnego smaku. To produkt uchodzący za bardzo ekskluzywny. Z kolei poszukiwacze intensywnego aromatu sięgną po sól do kawy. Picie kawy przez kostkę sera? To Kaffeost – szwedzka tradycja zanurzania w kawie sera z mleka krów, kóz lub reniferów. Australijski sposób na kosztowanie kawy nazywa się natomiast Tym Tam Slam – czyli picie kawy przez ciasteczka z odgryzionymi rogami, uwalniające

krem karmelowy i masę czekoladową. Dla osób dbających o zdrowie odżywianie propozycją do rozważenia jest Bulletproof Coffee – czarna kawa z dodatkiem masła lub oleju kokosowego pochodząca z kultur tybetańskich. Celem picia tego trunku ma być ograniczenie spożycia węglowodanów. Słowem: tłuste śniadanie mające nasycić na dłużej.

Ze względu na kulturę, sposoby serwowania czy jakość ziaren – kawa jest częścią naszej osobowości. Obecna w naszym życiu – reguluje je, jest świadkiem małych i wielkich momentów, a jej towarzystwo zawsze wnosi coś pozytywnego. To co: kawa? ☘

Marta Rybko

## SRI LANKA – WYSPA HERBATY, SŁONI, RAJSKICH PLAŻ I NIE TYLKO

Łza Indii – tak mówią o Sri Lance turyści, a także z prawdziwą dumą sami Lankijczycy. Jestem szczególnie związany z tym krajem, ponieważ od 2019 r. pełnię funkcję Konsula Honorowego Sri Lanki w Polsce. Moja piąta już wizyta to spotkania z wyjątkowymi ludźmi, nie tylko te biznesowe.

Podczas audiencji u arcybiskupa, kardynała Sri Lanki Malcolma Ranjith poruszyliśmy tematy związane z sytuacją katolików na wyspie. Kościół katolicki angażuje się aktywnie w pomoc najsłabszym, czego dowodem jest budowa domu społecznego chorych na raka, prowadzonego przez siostry zakonne pod przewodnictwem ks. prałata Bazyla Fernando.

Sri Lanka słynie z najlepszych herbat na świecie. Podpisaliśmy kolejną umowę na dostawy herbat cejlońskich do Polski pod marką Chelcey Tea. Odwiedziliśmy także drugiego producenta



herbat Bogawantalawa, który dostarcza nam herbaty premium pod marką Ceylon Noble. Wszystkie herbaty są produkowane na prywatnych plantacjach i tam też oryginalnie pakowane. Już od 2025 r. będziemy oferować 13 blendów. To bardzo innowacyjna oferta zaskakujących smaków herbacianych – znajdzie się na naszej platformie e-commerce o nazwie Nowe Smaki Życia ([www.nowesmaki.com.pl](http://www.nowesmaki.com.pl)).

**Kontakt:** Jacek Czauderna, tel.: 600 204 403

REKLAMA

# Desery Restauracyjne

## Klasyka czy Nowoczesność?

Poznaj gotowe przepisy i wzbogać swoją kartę menu z deserami!

Zeskanuj kod

i pobierz darmowy e-book od Akademii Czekolady Callebaut



# W USA SPORTSBARY ZASTĄPIŁY SALOONY!

*Według definicji „sportsbar” to miejsce, w którym w gronie znajomych można kibicować ukochanej drużynie sportowej lub atlecie, jednocześnie sącąc drinka i zając przekąski. W Polsce to wciąż dość mało popularny format gastronomiczny, redakcja „Poradnika Restauratora” przyjrzała mu się bliżej, tam, gdzie cieszy się ogromnym zainteresowaniem – w USA, w stanie Kolorado.*

Saloony na tzw. Dzikim Zachodzie gromadziły kowboi, szeryfów i panie o różnym ciężarze obyczajów. Klienci mogli tam wypić drinka i zjeść drobne przekąski – taki obraz utrwaliły nam westerny. Dziś, podróżując po USA, ciężko trafić na taki przybytek, ale w każdej miejscowości znajdziemy tzw. sportsbar, gdzie nikt nie używa już rewolwerów, lecz czasem dochodzi do wymiany uprzejmości między kibicami różnych drużyn czy sportów. Go Cubs! – słyszymy w reakcji na czapkę drużyny Chicago Cubs, choć od Illinois dzieli nas setki mil.

W Hotelu Stanley w Estes Park w restauracji Cascades znajduje się bar, gdzie można zamówić klasycznego steka czy burgera, popijając dobrym whiskey. Oczywiście wszędzie wiszą telewizory (choć dość skromnych rozmiarów) wyświetlające rozgrywki sportowe.

Lepszy poziom kibicowania ulubionym sportowcom zapewnia placówka sieci Boston's Restaurant & Sports Bar, którą odwiedzamy w Grand Junction. W głównej sali znajdują się aż 4 wielkie nowoczesne telewizory pozwalające w trakcie konsumpcji śledzić jednocześnie rozgrywki piłkarzy w Copa America, dwóch różnych meczów baseballu oraz popularną w USA dyscyplinę Cornhole (rzut woreczkiem do otworu). Nad położonym z boku barem kolejny pas ekranów, dlatego bez

względu na to, które miejsce klient wybierze w tym lokalu – sport jest w nim wszędzie.

Boston's to sieć franczyzowa założona w 1964 r. w kanadyjskim Edmonton, dziś posiadająca w całej Ameryce Północnej ponad 400 lokali, obsługująca rocznie ponad 40 milionów gości. W USA koncept cały czas prowadzi ekspansję – aktualnie czynnych jest 26 placówek, a kolejne 21 czeka na otwarcie. W menu obok pizzy (od której zaczęła się historia sieci) znajdziemy szeroki wybór sałatek

i burgerów. W Stanach Zjednoczonych nie może zabraknąć także żeberka i steków. Oczywiście dostępne są też gazowane napoje bezalkoholowe w formie tzw. darmowej dolewki, a wśród piw Budwiser, Miller, Coors czy Corona.

W miejscowości Moab, położonej w Utah, redakcja „Poradnika Restauratora” odwiedziła sportsbar Zax operujący tam od 2002 r. W całym lokalu wisi mnóstwo średniej wielkości ekranów wyświetlających zmagania sportowców w przeróżnych dyscyplinach – od baseballu, przez golfa, tenis, po trwający akurat wyścig Formuły 1. W menu znajdziemy oczywiście to, co Amerykanie lubią najbardziej – burgery z frytkami, steki, pizzę i sałatki.

Choć Loungin' Lizzard w Cortez nie jest standardowym sportsbarem, to w lokalu znajdziemy



Cascades Bar, Estes Park





Loungin' Lizard, Cortez



Zax, Moab



Boston's Sports Bar, Grand Junction



Jimmers BBQ, Montrose

oczywiście kilka ekranów, na których w czasie naszego pobytu wyświetlany jest mecz drużyn baseballowych Texas A&M i Tennessee. Goście mogą zająć miejsce w klasycznych boksach, przy stolikach i barze. Menu nietypowe – widoczne tylko na wielkiej kredowej tablicy – od zup i sałatek, przez tacos, po pizzę i burgery. W Jimmers BBQ w Montrose nad barem znów ekrany, ale to jedyne

dwa w całym lokalu, podobnie jest w San Luis Valley Brewing Company, w miejscowości Almosa nad słynną rzeką Rio Grande – 2 telewizory nad barem i szeroki wybór głównie piw, a ponadto burgerów i pizzy. Menu tym razem w formie papierowej gazetki przynoszonej przez obsługę.

Jak widać w USA trudno znaleźć lokal, w którym sport nie towarzyszyłby gastronomii.

W Polsce ten format jest wciąż stosunkowo mało popularny, ale przy rosnącej liczbie dyscyplin, jakimi pasjonują się Polacy – piłka nożna (nie tylko w czasie wielkich turniejów, liga polska, hiszpańska, angielska etc.), skoki narciarskie, siatkówka, tenis, żużel, Formuła 1 – taka forma organizacji lokalu może zwiększyć liczbę gości, chcących z rodziną lub przyjaciółmi wspólnie spotkać się i dopingować ulubionych sportowców.

Długość meczu czy pojedynku sportowego może wydłużyć pobyt klientów i zwiększyć wysokość ich rachunków. Może warto więc w lokalach łączących funkcję baru i restauracji zainstalować kilka ekranów, aby w ten sposób wyróżnić się od konkurencji? Ten model w USA sprawdza się doskonale. Zatem dlaczego nie w Polsce? ✕

Tekst i zdjęcia:  
Redakcja

„Poradnika Restauratora”

## RAPORT PMR „RYNEK CATERINGU DIETETYCZNEGO W POLSCE 2024”

# Wartość rynku cateringu dietetycznego w Polsce przekroczyła 3 mld złotych

Catering dietetyczny jest jednym z segmentów rynku HoReCa. Jak wynika z raportu „Rynek cateringu dietetycznego w Polsce 2024” (opublikowanego przez PMR Market Experts) jego wartość w 2023 r. przekroczyła 3 mld złotych. Segment rósł w tempie 19 % r/r. Prognozy wskazują, że dynamika rozwoju rynku w kolejnych latach będzie wysoka, jednak niższa niż w latach 2020-2023, kiedy była napędzana m.in. pandemią czy wysoką inflacją.

## POLACY NIE OSZCZĘDZAJĄ NA DIECIE

Chęć utrzymania zbilansowanej diety oraz przywiązanie do wygody – to między innymi te czynniki wyznaczają rytm zachowań zakupowych Polaków na rynku HoReCa. Ci w 2023 r., mimo rosnących cen, chętnie korzystali z usług cateringu dietetycznego. Odsetek osób kupujących tę usługę utrzymuje się w granicach 13-14 %, pozostając na tym samym poziomie od 2021 r.

– Należy podkreślić, że chociaż wartość sprzedaży w 2023 r. realnie nie wzrosła, to nominalnie zwiększyła się

o prawie 19 % w porównaniu do 2022 r., przekraczając barierę 3 mld zł. Duży udział w tak wysokim wzroście rynku z pewnością miała inflacja – mówi **Karolina Szałas**, starszy analityk w PMR Market Experts, wiodącej firmie badawczo-konsultingowej w Polsce. Jak dodaje: „Prognozy rozwoju rynku diet pudełkowych w Polsce jasno wskazują, że w kolejnych latach ten segment będzie się rozwijał dynamicznie. Będą temu sprzyjać trendy demograficzne, coraz większa dostępność różnorodnych opcji cateringu dietetycznego, również w mniejszych miejscowościach, a także wydłużający się czas korzystania z diety”.

## POLACY KORZYSTAJĄ Z CATERINGU OD PONIEDZIAŁKU DO PIĄTKU

Eksperti wskazują, że większość osób (55 %) sięgających po dietę pudełkową korzysta z niej w dniach roboczych. Odstępstwem są weekendy, kiedy przyuszczalnie wybierają inne usługi dostępne na rynku HoReCa.

Jak wynika z analizy PMR Market Experts osoby zamawiające catering dietetyczny chętniej niż pozostali korzystają z usług hotelowych czy gastronomicznych, w tym z opcji posiłków podawanych poza domem. Aż 86 % badanych jada w restauracjach, 81 % zamawia jedzenie z dowozem, a 75 % kupuje posiłki w lokalach gastronomicznych. ✕

Oprac. red.

Raport „Rynek cateringu dietetycznego w Polsce 2024” został opublikowany w lipcu 2024 roku przez firmę PMR Market Experts. Analizuje obecną sytuację, w tym kluczowe czynniki kształtujące rynek oraz trendy, a także prognozy na lata 2024-2029.

## Korzystanie z usług HoReCa przez użytkowników cateringu dietetycznego w Polsce w 2023 r.



Na podstawie badania PMR zrealizowanego w kwietniu-maju 2024 r. na próbie 1 009 dorosłych Polaków korzystających z usług HoReCa. Sondaż przeprowadzono z wykorzystaniem techniki CAWI. Źródło: PMR, 2024

# Dlaczego warto jeść kukurydzę?

**Kukurydza jest źródłem substancji odżywczych o działaniu zdrowotnym, dlatego warto wprowadzić ją do naszej diety!**



Ziarno kukurydzy zawiera głównie skrobię, która jest źródłem energii, potrzebnej do pracy naszych mięśni i układu nerwowego.

W ziarnie znajdują się niewielkie ilości białka konieczne do budowy naszego ciała i karotenoidy, mające właściwości antyutleniające. Zarodek ziarna jest bogaty w tłuszcze nienasycone i witaminę E oraz w mikroelementy takie jak żelazo, cynk, magnez i potas. Ostona nasienna zawiera błonnik ułatwiający przemianę materii oraz fitosterole ograniczające wchłanianie cholesterolu. Kukurydza jest również bogata w witaminy z grupy B, szczególnie witaminę B1 i witaminę B12.

## **Spożywanie kukurydzy ogranicza występowanie chorób cywilizacyjnych: nowotworów, chorób układu krążenia i chorób metabolicznych**

Karotenoidy, witamina E i cynk wzmacniają ochronę organizmu przed niekorzystnymi czynnikami zewnętrznymi: zanieczyszczeniem powietrza, stresem, nikotyną, promieniowaniem UV. Skrobia kukurydziana ulega powolnemu rozkładowi w organizmie, co zapobiega nagłemu wzrostowi poziomu cukru we krwi. Jest to szczególnie

ważne w diecie chorych na cukrzycę. Należy jednak pamiętać, że kukurydza, z powodu dużej zawartości tego węglowodanu, jest kaloryczna, więc warto spożywać ją z umiarem. Kukurydza jako jedyne zboże nie zawiera glutenu, dlatego jest podstawą diety chorych na celiakię. Białka zawarte w kukurydzy są hypoalergiczne i dzięki temu ograniczają ryzyko alergii pokarmowych.

## **Jedna roślina – bogactwo form**

Kukurydza odznacza się dużą różnorodnością, zarówno jeśli chodzi o wysokość łodygi, liczbę liści, wielkość kolby i kształt ziarniaków. Na świecie uprawiane są różne podgatunki kukurydzy. Najpopularniejszymi z nich są kukurydza szklista – flint, kukurydza zębokształtna – dent, kukurydza cukrowa i kukurydza pękająca – pop corn.

## **Co robimy z kukurydzy?**

Najpopularniejszym sposobem wykorzystania kukurydzy flint i dent jest wykorzystanie paszowe. Ziarno i kisonka kukurydzy są paszami energetycznymi o dobroczynnym wpływie na zdrowie zwierząt. Mięso uzyskane ze zwierząt żywionych kukurydzą odznacza się wysoką jakością i apetycznym wyglądem, np.: kurczak kukurydziany, czy kaczka kukurydziana. Gryś, kaszka, mąka, powstałe z przemiału ziarna w młynach ku-

kurydzianych służą do produkcji: płatków śniadaniowych, chrupek, snacków, wafli, ciast, piwa, tortilli, nachos, chleba, mamiągły – polenty. Kukurydza cukrowa jest cennym warzywem. Mówi się, że jest jedną z ośmiu najważniejszych roślin warzywnych na świecie. Jej wartość odżywcza wynika w dużej mierze z zawartości łatwo przyswajalnych, wysokoenergetycznych cukrów prostych oraz błonnika. Znajdziemy w niej tak samo dużo mikroelementów i witamin. Skrobia kukurydziana wchodzi w skład: dań gotowych, zup w proszku, odżywek dla dzieci, dżemów, sosów, wędlin czy słodyczy. Wykorzystywana jest także w przemyśle chemicznym w produkcji: plastików biodegradowalnych, klejów, farb, kosmetyków. Pop corn jest to specjalny rodzaj kukurydzy, której ziarniaki pękają na skutek ciśnienia pary wodnej, powstającej pod wpływem wysokiej temperatury, po czym w wnętrzu ziarna wydostaje się chrupiąca skrobiowa masa. Olej z kukurydzy, pozyskiwany z zarodków jest ceniony szczególnie ze względu na dużą zawartość kwasu linolowego, mającego dobroczynny wpływ na skórę, hamując procesy jej starzenia.



## **Polski Związek Producentów Kukurydzy – ponad 40 lat w służbie producentom kukurydzy**

PZPK zrzesza firmy hodowlane i nasienne produkujące wysokiej jakości materiał siewny kukurydzy, rolników uprawiających kukurydzę oraz przedsiębiorstwa zajmujące się przetwórstwem jej ziarna. PZPK jest członkiem CEPM Europejskiej Konfederacji Produkcji Kukurydzy, zrzeszającej Organizację producentów kukurydzy z dziesięciu krajów Unii Europejskiej. Celem Związku jest obrona interesów swoich członków, a także propagowanie uprawy kukurydzy i różnych kierunków jej wykorzystania. W ramach środków z Funduszu Promocji Ziarna Zbóż i Przetworów Zbożowych KOWR, od kilku lat, PZPK promuje wykorzystanie spożywcze ziarna kukurydzy i jej przetworów, a także kukurydzy cukrowej jako wartościowego warzywa.



www: kukurydza.info.pl  
e-mail: pzp@kukurydza.info.pl



## **Uwaga Konkurs „Kukurydziane Inspiracje 2024”**

### **Zapraszamy do udziału**

Szczegóły na stronie:  
kukurydziane-inspiracje.pl

Finał Konkursu odbędzie się 28 listopada 2024 w Instytucie Kulinarnym Transgourmet w Piasecznie k. Warszawy

#Fundusze Promocji



Fot. Jarosław Walczyk

### JAROSŁAW WALCZYK

Prezes Klubu Szefów Kuchni  
www.klubszefowkuchni.pl  
Doradca gastronomiczny

Idealny kandydat powinien wyróżniać się następującymi cechami i umiejętnościami.

**Pasja i zaangażowanie.** Prawdziwy kucharz kocha to, co robi. Jego pasja przekłada się na kreatywność, dbałość o szczegóły i ciągłe doskonalenie umiejętności. Warto zwrócić uwagę na osoby, które z entuzjazmem opowiadają o swojej pracy i chętnie podejmują nowe wyzwania kulinarne.

**Doświadczenie i wiedza.** Profesjonalny kucharz powinien mieć solidne doświadczenie w branży gastronomicznej. Znajomość różnych technik kulinarnych, kuchni świata oraz umiejętność pracy z różnorodnymi produktami to podstawa. Warto zwrócić uwagę na ukończone kursy i szkolenia, które potwierdzają kwalifikacje kandydata.

**Umiejętności organizacyjne i zarządzanie czasem.** W kuchni liczą się precyzja

i organizacja. Dobry kucharz potrafi zaplanować pracę, zarządzać czasem i zasobami, a także szybko reagować

na zmieniające się sytuacje. Umiejętność pracy pod presją czasu i zachowanie spokoju w trudnych momentach to niezwykle cenne cechy.

**Kreatywność i innowacyjność.** W dzisiejszych czasach goście oczekują zarówno smacznych, jak i oryginalnych potraw. Warto szukać kucharzy, którzy potrafią zaskoczyć nowymi pomysłami, łączyć smaki i wyeksponować danie wizualnie.

**Umiejętność pracy w zespole.** Kuchnia to praca zespołowa, dlatego dobry kucharz powinien być komunikatywny, otwarty na współpracę i potrafić dzielić się wiedzą z innymi. Umiejętność

# Czy zawsze dokonujemy dobrego wyboru pracownika?

*Wybór odpowiedniego kucharza ma kluczowe znaczenie dla sukcesu każdej restauracji czy firmy cateringowej. Profesjonalny kucharz to nie tylko osoba posiadająca umiejętności kulinarne, lecz także lider, który potrafi zarządzać zespołem i dbać o najwyższą jakość potraw.*

motywowania zespołu i tworzenia pozytywnej atmosfery pracy to kluczowe elementy sukcesu.

**Higiena i bezpieczeństwo.** Kucharz przestrzega najwyższych standardów higieny i bezpieczeństwa żywności. Znajomość zasad HACCP, czyli Systemu Analizy Zagrożeń i Krytycznych Punktów Kontroli, przywiązywanie wagi do czystości stanowiska pracy i respektowanie przepisów to absolutna konieczność. Istotna jest też dbałość o wizerunek osobisty.

**Otwartość na feedback.** Dobry kucharz jest otwarty na konstruktywną krytykę i chętnie uczy się

na swoich błędach. Umiejętność przyjmowania feedbacku i wyciągania wniosków to niezwykle ważny element rozwoju zawodowego.

## PROFESJONALNE PODEJŚCIE DO REKRUTACJI

Osoba rekrutująca powinna traktować kandydatów indywidualnie, eliminując w ten sposób błąd poznawczy. Warto przygotować ściśle określony szablon z pytaniami – dzięki takim metodom można uzyskać konkretne wyniki punktowe. Ważne jest także, aby rekrutacji dokonywały przynajmniej dwie osoby. Ostateczna ocena kandydata opiera

się wtedy na kilku opiniach rekruterów, co eliminuje efekt pierwszego wrażenia.

## JAK UNIKNĄĆ EFEKTU PIERWSZEGO WRAŻENIA W PRAKTYCE

**Ustandaryzowane pytania.** Korzystajmy z zestawu pytań, które są identyczne dla wszystkich kandydatów. Dzięki temu będziemy mieli punkt odniesienia, a nasza ocena będzie bardziej obiektywna.

**Skupmy się na konkretach.** Podczas rozmowy

zwracajmy uwagę na konkretne osiągnięcia kandydata, jego umiejętności i doświadczenie. Starajmy się dowiedzieć, w jaki sposób jego umiejętności mogą przynieść korzyści naszej firmie.

**Zachowajmy otwartość.** Postarajmy się nie oceniać kandydata tylko na podstawie wyglądu czy zachowania w pierwszych minutach rozmowy. Dajmy sobie czas na lepsze poznanie danej osoby.

**Dokładna analiza.** Po zakończonej rozmowie przeprowadźmy dokładną analizę odpowiedzi kandydata,

porównując je z wymaganiami stanowiska. Zastanówmy się, w jaki sposób kandydat może dopasować się do kultury naszej firmy.

**Wielowymiarowe oceny.** Korzystajmy z wielu źródeł informacji na temat kandydata, takich jak referencje, portfolio czy zadania praktyczne, aby uzyskać pełny obraz jego umiejętności i potencjału.

## PODSUMOWANIE

Pamiętajmy, że proces rekrutacji to dwustronna relacja, w której zarówno rekruter, jak i kandydat muszą się

wzajemnie poznać. Unikanie błędów poznawczych, takich jak efekt pierwszego wrażenia czy efekt halo, jest kluczem do sukcesu w wyborze najlepszego kandydata. Dzięki profesjonalnemu podejściu, obiektywności i uwzględnieniu różnorodnych metod oceny, możemy zwiększyć szanse na zatrudnienie idealnego kucharza, który przyczyni się do sukcesu naszej firmy gastronomicznej. ✕

Oprac. red.

# Dla szefów wszystkich kuchni

Zyskujesz:

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

**Skontaktuj się z nami**

**TRANS GOURMET SELGROS**

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

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

Obserwuj nas  
**LinkedIn**  
/transgourmet-polska

Dołącz do grupy Selgros i Transgourmet dla HoReCa na facebook



Fot. Arch. Artur Piotrowski

**ARTUR PIOTROWSKI**

Szef kuchni,  
właściciel  
Ogólnopolska Ambasada Dżiczyzny  
Restauracja Lizawka  
Euro-Toques Polska  
www.eurotoques.pl

# ZIEMNIAK KRÓL POLSKICH OBIADÓW



*Bulwy ziemniaka gotuje się, dusi, piecze, grilluje, smaży. Podaje się je jako danie główne, jego uzupełnienie, przekąskę, a nawet deser. Można przyrządzać potrawy z kartofli surowych lub gotowanych.*

Ziemniaki w przeróżnych postaciach królują na naszych stołach. Robi się z nich frytki, purée, placki. Te ostatnie można podać np. ze śmietaną, mięsem, cebulą, jogurtem, z cukrem, z dodatkiem owoców. Purée warto wzbogacić gniecioną marchewką, czosnkiem, ziołami. Z wykorzystaniem tego popularnego warzywa przygotowuje się ponadto kluski śląskie, cepeliny z mięsnym nadzieniem, kopytka, pyzy, farsz do ruskich pierogów. Pokrojone w kostkę lub talarki dodaje się do sałatek i zup. Ziemniaki zapewniają nieograniczone możliwości w zakresie ich obróbki kulinarnej. Dzięki nim można puścić wodzę fantazji w kuchni – kroić, miąć, mieszać, podawać w dowolnej formie. Pasują do wszystkiego.

## NIE TAKI ZIEMNIAK STRASZNY. CO WARTO O NIM WIEDZIEĆ?

Ziemniak składa się w 77 % z wody, w 18 % z węglowodanów (głównie skrobi), 2 % białka, 1,5 % błonnika i znikomych ilości

tłuszczu (0,1 %). Znajdziemy w nim wiele witamin: C, A, E, B<sub>1</sub> (tiamina), B<sub>2</sub> (ryboflawina), B<sub>3</sub> (niacyna) i B<sub>6</sub> (pirydoksyna), K, D i PP, a także cennych minerałów (potas, wapń, magnez, fosfor, żelazo, cynk, miedź i mangan). Spożywanie tego warzywa zaspokaja wiele potrzeb organizmu na makro- i mikroelementy, pozytywnie wpływa na układ pokarmowy, krwionośny, nerwowy i moczowy, a ponadto poprawia stan skóry i wspomaga wzrok.

Ziemniaki są lekkostrawne i nie tuczą – 100 g zawiera 60–80 kcal (mniej niż fasolka szparagowa). Zazwyczaj kaloryczne jest to, z czym je jemy. Najlepiej przyswajane są kartofle pieczone w łupinach.

## JAKI ZIEMNIAK I DO CZEGO?

### Typ A – sałatkowy

Ziemniaki te są najtwardsze, nie rozgotowują się i po ugotowaniu zachowują swój kształt – można je pokroić w kostkę lub w talarki. Dzięki dużej zawartości i wilgotności świetnie nadają się do sałatek jarzynowych,

mrożonek, zapiekania w piekarniku oraz sprawdzają się jako składnik zup. Ugotowane i pokrojone w krążki mogą być podsmażane na patelni, ale nie będą rumiane i chrupiące. Niska zawartość skrobi i duża wilgotność powodują, że lepiej nie robić z nich placzków ziemniaczanych i frytek, a robiąc kluski śląskie, kopytka lub kartacze, trzeba będzie dosypać mąki, przez co ciasto wyjdzie zbyt twarde. Odmiany to m.in.: Pierwiosnek, Belana, Bernina, Agata, Denar, Vineta.

### Typ B – ogólnoużytkowy

To najczęściej spotykany i najchętniej wybierany typ ziemniaków. Zawierają one więcej skrobi i są mniej wilgotne od ziemniaków typu A. Nadają się do wszechstronnego wykorzystania – sukces kulinarny zależy wyłącznie od umiejętności kucharskich. Nie rozgotowują się zbyt łatwo, a jednocześnie nie są twarde i stosunkowo łatwo dają się rozgnieść widelcem. Po ugotowaniu mają lekko spękaną powierzchnię. To podstawowy

typ ziemniaków w daniach obiadowych, w zupach i jako dodatek do dań mięsnych. Z powodzeniem można je również wykorzystać do farszu w pierogach, do klusek, kopytek i kartaczy albo do smażenia (placki ziemniaczane, frytki). Podczas smażenia powoli i równo się rumienia. Odmiany to m.in.: Ruta, Kolia, Zebra, Żagiel, Irga, Bellarosa, Irys, Syrena, Zagłoba.

### Typ C – mączysty

Ziemniaki te mają tendencję do rozgotowywania się, a po ugotowaniu są suche i sypkie. Nadają się jako zagęstnik do zup typu krem lub do robienia purée. Doskonale udaje się z nich ciasto na knedle, kluski śląskie, kopytka lub pyzy, bo nie wymagają dodania dużej ilości mąki i dzięki temu ciasto zachowuje sprężystość. To najlepszy wybór dla miłośników frytek i placków ziemniaczanych. Mała wilgotność i duża zawartość skrobi powodują, że w trakcie smażenia na powierzchni powstaje rumiana, chrupiąca skórka, a pod nią delikatny miąższ. Ziemniaki typu C znakomicie nadają się też do pieczenia, wyrobów garmazeryjnych i niektórych ciast. Odmiany to m.in.: Lawina, Mila, Jurata, Jurek, Owacja, Gustaw.

### HISTORIA ZIEMNIAKA

Jego ojczyzną jest Ameryka Południowa. Ziemniak był uprawiany już przez

Inków – pierwsze ślady upraw odnaleziono w okolicach jeziora Titicaca, na wysokości 4 tys. m n.p.m. Około 8 tys. lat temu na górskich zboczach powstawały poletka i systemy nawadniające. Sycący i odporny na trudne warunki ziemniak stał się głównym produktem żywnościowym ówczesnej ludności.

Do Europy przywędrował wiele wieków później, w 1554 r., dzięki podbijającym Amerykę Południową Hiszpanom. Jego poja-

pysznymi bulwami. Kilkadziesiąt lat później można było je kupić na każdym rynku Flandrii.

W Polsce ziemniak pojawił się za sprawą króla Jana III Sobieskiego. Przywiózł on sadzonki, otrzymane od cesarza Leopolda I, ukochanej Marysienice. Najpierw ziemniaka uznano za roślinę ozdobną – jego walory smakowe docenił dopiero ogrodnik Łuba za czasów panowania Augusta II. Sadził on warzywo w ogrodzie na Nowolipkach, a plony dostarczał na dwór magnaterii. Po kilkudziesięciu

latach kartofel trafił do większości domów polskich. A gdy w końcowej fazie XVIII wieku odkryto, że można pozyskać z niego skrobię oraz alkohol, powierzchnie upraw zwiększyły się jeszcze bardziej.

Mimo trudnych początków ziemniak zyskał niezwykłą popularność w Europie. W XIX w. stał się podstawą diety większości mieszkańców naszego kontynentu i za gościł na dobre w kuchniach wielu krajów. Pomagał przeżyć milionom – niejednokrotnie zapobiegał klęsce głodu. Obecnie ziemniaki zajmują 4. miejsce na świecie pod względem spożycia, za pszenicą, ryżem i kukurydzą. Przeciętny mieszkaniec Ziemi spożywa rocznie około 32 kg ziemniaków. ✕

Oprac. red.



wie- nia się nie wzbu- dziło zbytniego entuzjazmu. Początkowo spożywanie bulw ziemniaka kojarzono z roz- przestrzenianiem się chorób wśród ludzi i zwierząt – zyskał przydomek: diabelskie jabłko. Na kontynent europejski uprawa powróciła w XVIII wieku. Opaci z klasztoru św. Piotra pod Gandawą (dzisiejsza Belgia) bardzo cenili sobie smak ziemniaków. Dzierżawców swych pól zobowiązali do płacenia czynszu

# Zaplecze na medal, czyli sprawne urządzenia i higieniczne warunki pracy

*Stawiając na wysoką efektywność w biznesie gastronomicznym, nie wystarczy skupić się na umiejętnościach kulinarnych, choć bez nich niewiele można zdziałać. Doskonała kuchnia to podstawa. W pracy zespołowej liczy się jednak dobra organizacja, a do tego są potrzebne narzędzia automatyzujące wykonywane zadania. Optymalnie wyposażone zaplecze i higieniczne warunki przygotowywania potraw stanowią dziś nieodłączne elementy sprawnego funkcjonowania lokalu.*

Pozytywny odbiór miejsca w przypadku wizyty w restauracji to prawdopodobieństwo, że klient odwiedzi lokal ponownie. Przyjemne doświadczenie związane z dobrą kuchnią, miłą obsługą, atrakcyjnym wnętrzem i wysokimi standardami higieny jest w dużej części zasługą sprawnej organizacji pracy. Trzeba pamiętać o wielu czynnikach, takich jak m.in. zamawianie wysokiej

jakości produktów, wykorzystanie potencjału zespołu, analizowanie na bieżąco i planowanie, ale też inwestycji w dopasowane do potrzeb wyposażenie, które obniża koszty utrzymania, pozwala zyskać na czasie i pomaga w przygotowaniu oraz wydawaniu posiłków.

Wybór profesjonalnego sprzętu to w przypadku lokalu gastronomicznego po prostu konieczność – kiedy nie można

przygotować odpowiedniej ilości potraw albo zapewnić w krótkim czasie nieskazitelnej czystości naczyń i akcesoriów, trudno liczyć na zadowolenie klientów.

Niezależnie od skali działalności, profesjonalne zmywarki, piece konwekcyjno-parowe, ekspresy do kawy, okapy, roboty kuchenne oraz zaawansowane systemy chłodnicze podnoszą wydajność pracy.

Lista sprzętów może różnić się od siebie w zależności od specyfiki lokalu i rodzaju serwowanych dań. W restauracjach kuchnia i zaplecze kuchenne mają tych potrzeb najwięcej, wyposażenia wymagają też wnętrza socjalne oraz porządkowe, sala konsumpcyjna i zaplecze techniczne.

Profesjonalne rozwiązania to istotna inwestycja, a decyzję o wybraniu odpowiednich urządzeń powinna poprzedzać analiza ofert oraz dokładne rozeznanie w warunkach proponowanych przez poszczególne firmy. Wybierając niezbędny sprzęt do gastronomii, warto postawić na producentów, którzy gwarantują innowacyjne modele, cieszą się zaufaniem oraz posiadają dobre zaplecze serwisowe.

## ARTUR PRZYBYLAK

Director of Sales  
Unox Polska

Nie zawsze łatwo jest zrozumieć stopień zabrudzenia komory pieczenia i wybrać najbardziej odpowiedni program czyszczenia. Z tego powodu nasza firma stworzyła innowacyjny profesjonalny piec samo-czyszczący. Dzięki bardzo precyzyjnym czujnikom weryfikuje ilość nagromadzonego brudu i na podstawie tej oceny dopasowuje najbardziej efektywny program mycia w każdej sytuacji, unikając marnowania wody i detergentu.

## SPRAWNE, WYDAJNE, NASZPIKOWANE ELEKTRONIKA...

Najlepiej zainwestować w urządzenia wysokiej jakości, ponieważ będą one intensywnie





# *Uwolnij* najlepsze smaki!

Dzięki piecowi konwekcyjno-parowemu UNOX CHEFTOP-X™ możesz piec, gotować na parze, smażyć, grillować i wiele więcej, ale dzięki akcesorium HYPER.Smoker możesz również wędzić mięso, ryby lub warzywa prawdziwym drewnem!



[unox.com](http://unox.com)





używane każdego dnia, narażone na trudniejsze warunki, awarie i uszkodzenia mechaniczne. Ważne, by służyły jak najdłużej – ciągłość pracy w tej branży jest niezwykle istotna. Wszelkie przestoje wiążą się z ryzykiem strat.

– Szafy chłodnicze są fundamentem zaplecza każdej profesjonalnej kuchni, odgrywając kluczową rolę w zarządzaniu żywnością. Umożliwiają one przechowywanie produktów w ściśle kontrolowanych warunkach – mówi **Dariusz Jaskulski**,

z naszym nowych rozwiązań jest zastosowanie tłoczonych boków w szafach chłodniczych Premium, co zdecydowanie ułatwia czyszczenie i pozwala zaoszczędzić cenny czas. Elementem, który sprawdza się w naszych szafach chłodniczych i mroźniczych, jest monitoring wi-fi. Gwarantuje on pomiar temperatury oraz wilgotności, a w przypadku zaniku prądu,

Kierownik  
Sekcji  
Rozwoju  
w firmie Dora  
Metal.

### DARIUSZ JASKULSKI

Kierownik Sekcji Rozwoju  
Dora Metal

Elementem, który sprawdza się w naszych szafach chłodniczych i mroźniczych, jest monitoring wi-fi. Pozwala on na pomiar temperatury oraz wilgotności, a w przypadku zaniku prądu, spadku lub wzrostu temperatury wysyła powiadomienie na telefon czy mail – w konsekwencji zapewnia możliwość zabezpieczenia towaru, a co za tym idzie czasem sporych pieniędzy. Ważny element prowadzenia lokalu gastronomicznego stanowi także energooszczędność. Osiągniemy ją dzięki nowemu, wydajnemu czynnikowi chłodniczemu R290, który jest podwójnie eko – ekologiczny i ekonomiczny (pozwala na zmniejszenie kosztów prowadzenia lokalu).

spadku lub wzrostu temperatury wysyła powiadomienie na telefon czy mail – w konsekwencji zapewnia możliwość zabezpieczenia towaru, a co za tym idzie czasem sporych pieniędzy.

**Dariusz Jaskulski** podkreśla też, że ważny element prowadzenia lokalu gastronomicznego

stanowi energooszczędność. – Osiągniemy ją dzięki nowemu, wydajnemu czynnikowi chłodniczemu R290, który jest podwójnie eko – ekologiczny i ekonomiczny (pozwala na zmniejszenie kosztów prowadzenia lokalu) – dodaje.

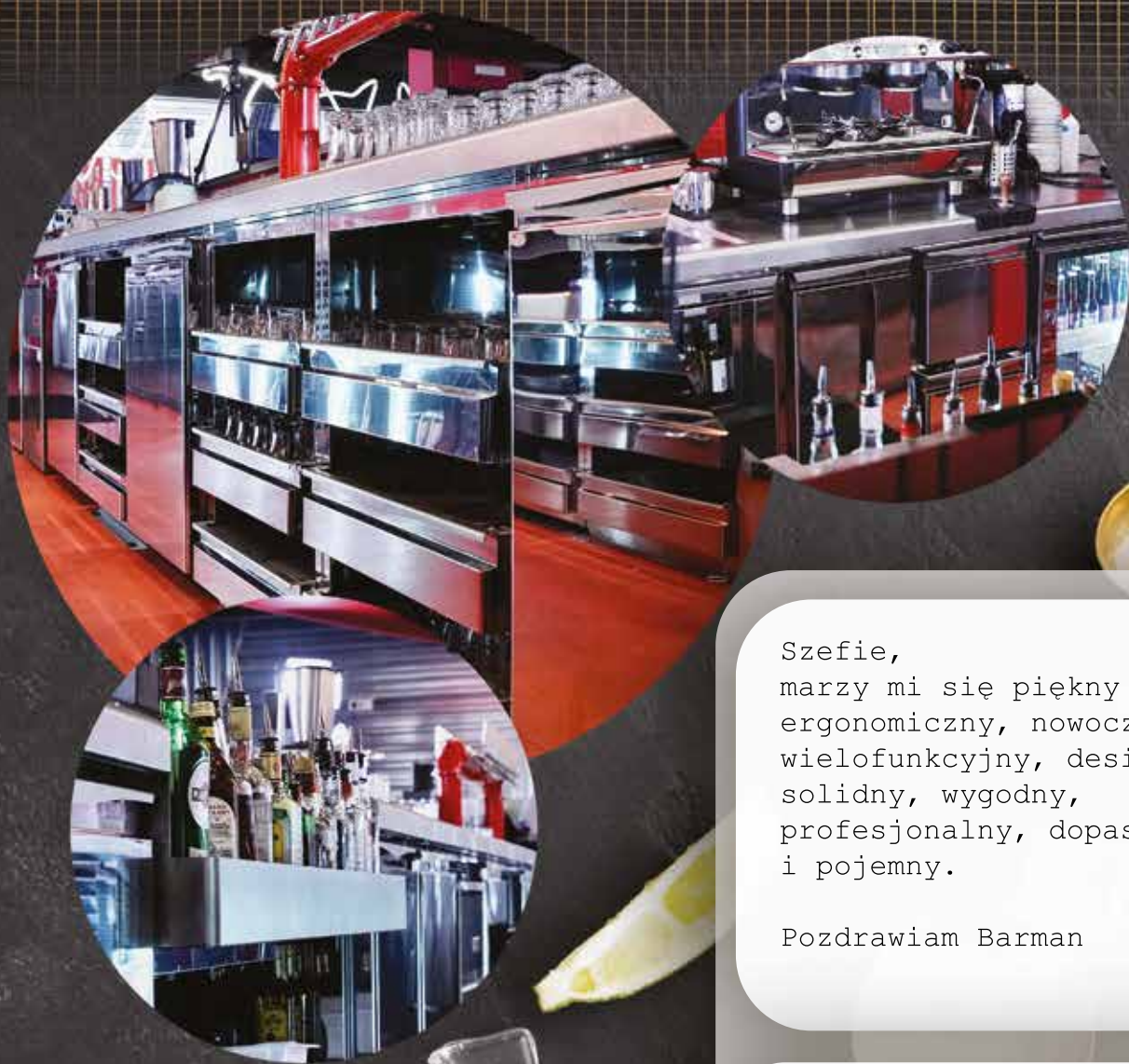
Najlepsze urządzenia wyróżnia nieprzeciętna trwałość, wielozadaniowość, łatwość czyszczenia, funkcjonalność i intuicyjność obsługi. Nie brakuje w nich nowinek technicznych, takich jak specjalne sondy, zautomatyzowane systemy i sterowanie komputerowe, które są już dostępne w większości sprzętów, m.in. w piecach konwekcyjno-parowych, zmywarkach, okapach czy urządzeniach chłodniczych.

Dodatkowym atutem będzie bezproblemowe serwisowanie i wsparcie ekspertów.

**Marcin Wajda**, Dyrektor Komunikacji i Marketingu Winterhalter Polska, poleca rozwiązania pomagające restauratorom oszczędzać cenny czas, który można poświęcić temu, co najważniejsze – tworzeniu niezapomnianych doświadczeń kulinarnych dla swoich gości.

– System Connected Wash pozwala na zdalne monitorowanie stanu urządzeń oraz zużycia chemii, prądu i wody.

# BAR line



Szefie,  
marzy mi się piękny bar, taki  
ergonomiczny, nowoczesny,  
wielofunkcyjny, designerski,  
solidny, wygodny,  
profesjonalny, dopasowany  
i pojemny.

Pozdrawiam Barman

....



# Spełniamy marzenia barmanów!



Dzięki temu można błyskawicznie reagować na ewentualne problemy, minimalizować przestoje w pracy, porównywać zużycie w różnych urządzeniach, a na dodatek udostępniać informacje serwisantowi. Drugie rozwiązanie to długoterminowy najem zmywarek – idealny dla tych, którzy chcą uniknąć wysokich kosztów i zapewnić sobie... święty spokój. W ramach usługi zapewniamy nie tylko maszynę, lecz także pełną obsługę serwisową przez cały czas trwania umowy – mówi.

### **RYZIKO AWARII OGRANICZONE**

Trwałość, odporność na wysokie temperatury i wilgoć oraz przygotowanie do ciągłego działania to zalety nowoczesnych sprzętów, ale do awarii może doprowadzić wiele czynników: zużycie się urządzenia, jego nieprawidłowe zamontowanie bądź użytkowanie, niewiedza, a nawet drobne, zaniedbania, pozornie niegroźne, lecz powtarzane regularnie. Nie zawsze uda się uniknąć awarii, trzeba jednak zrobić wszystko, by zminimalizować jej ryzyko i korzystać z wyposażenia przez długi czas.

Zdaniem **Anny Pycińskiej**, Marketing Director w firmie Rational, aby urządzenia gastronomiczne na zapleczu kuchennym służyły jak najdłużej, warto przestrzegać kilku kluczowych zasad.

– Są to przede wszystkim regularna konserwacja i przeglądy techniczne zgodne z zaleceniami producenta. Wczesne wykrywanie usterek oraz ich naprawa mogą zapobiec poważniejszym awariom. Poza tym mycie urządzeń, co jest kluczowe dla ich długowieczności. Z punktu widzenia właścicieli ważna jest także kontrola parametrów pracy. Regularne sprawdzanie, czy urządzenia działają poprawnie i jakie procesy są użyte, może zapobiec ich przedwczesnemu zużyciu. Taką obserwację ułatwia ConnectedCooking, gdzie z poziomu telefonu komórkowego

czy laptopa można na bieżąco kontrolować, jak działa urządzenie – mówi **Anna Pycińska**.

Najważniejsze są więc: prawidłowa codzienna obsługa, przestrzeganie instrukcji, przeglądy oraz umiejętna konserwacja z zastosowaniem specjalnych środków. W przypadku sprzętów podłączonych do wody – zmywarki, kostkarki, ekspresy do kawy itp. – istotne będzie dostosowanie parametrów wody do zalecanych przez producenta. Osadzający się kamień może szybko doprowadzić do awarii. Problemy generuje także przekraczanie wielkości załadunków lub ciągłe wydłużanie pracy.

### **TEGO TRZEBA DOPILNOWAĆ**

Szczególnej troski wymagają urządzenia gastronomiczne nasycone elektroniką i czujnikami, np. piece konwekcyjno-parowe, które pracują przez wiele godzin w wysokiej

#### **WOJCIECH NIZIO**

Regional Brand Activation Manager  
Tork

Coraz więcej menedżerów restauracji zwraca uwagę na to, gdzie są rozmieszczone na zapleczu kuchennym dozowniki z produktami higienicznymi. Jeżeli dostęp będzie do nich utrudniony i pracownik będzie musiał ich poszukiwać wzrokiem, po prostu ich nie użyje. Najczęstszy wybór stanowią dozowniki bezdotykowe, zmniejszające ryzyko rozprzestrzeniania się zarazków. Dodatkowym atutem naszych dyspenserów jest możliwość pobierania czystości po jednym odcinku, co pozwala zmniejszyć zużycie produktu i ograniczyć ilość odpadów.

temperaturze, wilgoci i oparach. Niedoceniane, niezbyt lubiane, ale i niezbędne jest codzienne czyszczenie urządzeń. Dzięki temu można zapobiec osadzeniu się na sprzętach zabrudzeń i resztek żywności (częste przyczyny awarii). Mimo postępującej automatyzacji są to prace, które mogą zostać wykonane nie do końca efektywnie.

– Nie zawsze łatwo jest zrozumieć stopień zabrudzenia komory pieczenia i wybrać najbardziej odpowiedni program czyszczenia. Z tego powodu firma Unox stworzyła innowacyjny profesjonalny piec samoczyszczący. Dzięki bardzo precyzyjnym czujnikom weryfikuje ilość nagromadzonego brudu i na podstawie tej oceny dopasowuje najbardziej efektywny

### MARCIN WAJDA

Dyrektor Komunikacji i Marketingu  
Winterhalter Polska

Niezawodne narzędzia to podstawa każdej gastronomii, niezależnie od wielkości i rodzaju serwowanych dań. I właśnie w dostarczaniu takich narzędzi specjalizuje się Winterhalter. Jesteśmy szczególnie dumni z dwóch naszych rozwiązań: systemu Connected Wash, pozwalającego na zdalne monitorowanie stanu urządzeń oraz zużycia chemii, prądu i wody, a ponadto długoterminowego najmu zmywarek – idealnego dla tych, którzy chcą uniknąć wysokich kosztów i zapewnić sobie... święty spokój. W ramach usługi zapewniamy nie tylko maszynę, lecz także pełną obsługę serwisową przez cały czas trwania umowy.

program mycia w każdej sytuacji, unikając marnowania wody i detergentu. – mówi **Artur Przybylak**, Director of Sales w firmie Unox Polska. – Nasze piece to inteligentne piece samoczyszczące – dodaje.

By urządzenia gastronomiczne pozostały sprawne,

najlepiej dopilnować kilku istotnych spraw już na samym początku. Ważnym aspektem są szkolenia dla personelu, bo większość gwarancji nie obejmuje napraw spowodowanych nieprawidłowym użytkowaniem. Gwarancja to zazwyczaj okres kilku lat na darmową



z miłości do  
**Zmywania**

**Wynajmij**  
profesjonalną zmywarę  
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](http://wynajmijzmywarke.pl)

**wynajmij  
zmywarke.pl**

REKLAMA



wymianę części bądź robociznę i podlegają jej uszkodzenia, które powstały na skutek wadliwego wyprodukowania urządzenia lub ujawniły się w trakcie eksploatacji. W przypadku wykrycia nieprawidłowości w działaniu urządzenia liczy się czas, bo każdy przestój oznacza straty, a dalsza eksploatacja grozi pogorszeniem sytuacji. Dlatego już na etapie zakupu sprzętu warto przyrzeć się zasadom serwisowania w okresie gwarancyjnym oraz po jego upływie i zorientować się, na jakie działania może liczyć klient. Sprawny serwis to przede wszystkim serwis z dobrym kontaktem, dyspozycyjnością oraz skutecznością. Czas wykonania naprawy powinien być jak najkrótszy, a usunięcie awarii, jeśli to możliwe, wykonane na miejscu. W sytuacji, gdy problemy zaczynają się po upływie okresu gwarancyjnego, producenci często oferują w dalszym ciągu wsparcie techniczne oraz bezpośredni

kontakt do autoryzowanych punktów, gdzie można zamówić usługę naprawy.

### HIGIENICZNE ZAPLECZE – CODZIENNY OBOWIĄZEK

Idealna czystość w pomieszczeniach lokalu gastronomicznego to obowiązek, ale i wyzwanie. Są tam miejsca szczególnie wymagające – żywność to pożywka dla bakterii czy grzybów, w takim środowisku łatwo przenoszą się też wirusy. Dlatego higiena stanowiska pracy podczas

przygotowywania potraw to kwestia bezpieczeństwa gości i pracowników.

Jak ograniczyć do minimum ryzyko w trakcie pracy w tych wrażliwych obszarach? Konieczne jest bezwzględne przestrzeganie procedur,

częste mycie i dezynfekcja rąk oraz czyszczenie powierzchni i sprzętów kuchennych z wykorzystaniem profesjonalnych preparatów. Na co dzień nie zawsze jednak udaje się wszystkiego dopilnować, zwłaszcza gdy brakuje wypracowanego systemu. To od niego zależy trwałość dobrych nawyków i sprawne wykonywanie obowiązków. Warto zastosować czytelne oznakowania, materiały szkoleniowe i informacyjne, infografiki oraz ustalić konieczną częstotliwość dezynfekcji

#### ANNA PYCIŃSKA

Marketing Director  
Rational

Jeśli mycie jest wyzwaniem, warto rozważyć model z systemem iCareSystem AutoDose. To zintegrowany system mycia, w którym środki myjące i pielęgnacyjne są bezpiecznie umieszczone w urządzeniu w postaci stałej. Umożliwia to autonomiczne mycie za naciśnięciem jednego przycisku lub zgodnie z harmonogramem. Z punktu widzenia właścicieli ważna jest także kontrola parametrów pracy. Regularne sprawdzanie, czy urządzenia działają poprawnie, jakie procesy są użyte, może zapobiec ich przedwczesnemu zużyciu. Taką obserwację ułatwia ConnectedCooking, gdzie z poziomu telefonu komórkowego lub laptopa można regularnie sprawdzać, jak działa urządzenie.

powierzchni i sprzętów, a następnie sprawdzać, czy te zasady są wdrażane i czy przyniosą oczekiwany rezultat.

Osoby pracujące z żywnością mają obowiązek higienicznego mycia rąk zgodnie z procedurami HACCP. Środek do dezynfekcji powinien znajdować się w łatwo dostępnym miejscu. **Wojciech Nizio**, Regional Brand Activation Manager w firmie Tork, zauważa, że coraz więcej menedżerów restauracji zwraca uwagę na to, gdzie umieszcza się dozowniki z produktami higienicznymi na zapleczu kuchennym.

– Jeżeli dostęp do nich będzie utrudniony i pracownik będzie musiał ich poszukiwać wzrokiem, po prostu ich nie użyje. Najczęstszym wyborem są dozowniki bezdotykowe, zmniejszające ryzyko rozprzestrzeniania się zarazków – mówi.

Do dezynfekcji rąk zwykle stosuje się nowoczesne środki, skuteczne bez użycia wody, m.in. płyny i żele na bazie alkoholu o potwierdzonym naukowo działaniu przeciw grzybom i wirusom. Wybierając

takie produkty, warto stawiać na wersje bezpieczne dla skóry.

### CZYSZTE DŁONIE TO DOPIERO POCZĄTEK...

Nie mniej ważne jest szorowanie i dezynfekowanie powierzchni roboczych, naczyń, sprzętów i wszystkich przedmiotów, które mają kontakt z żywnością. Na zapleczu kuchennym, poza blatami i urządzeniami, nieskazitelnie czyste powinny być również wszelkie powierzchnie: umywalki, podłoga, ściany, okna czy lampy. Do ich skutecznego i szybkiego czyszczenia, mycia oraz odkażania przydatna okaże się cała gama wysokiej jakości środków i akcesoriów. Warto zwrócić uwagę na skuteczność, wydajność oraz zgodność z wymaganymi normami. Najbezpieczniej jest korzystać z produktów dedykowanych konkretnym powierzchniom, a unikać środków szorstkich i trących, które mogą je uszkodzić.

– Dużym zainteresowaniem wśród właścicieli lokali gastronomicznych cieszy się nasze włókninowe wielozadaniowe

czyściwo, które w 99 % zostało wytworzone z biomateriałów. Produkt posiada certyfikat OK Biobased stowarzyszenia TÜV Austria i osiąga wyniki porównywalne z tradycyjnymi produktami dostępnymi na rynku – mówi **Wojciech Nizio**, Regional Brand Activation Manager w firmie Tork.

Środki chemiczne przeznaczone do czyszczenia i konserwacji sprzętów również najlepiej jest dobierać według przeznaczenia, np. inne mogą sprawdzać się do czyszczenia wnętrza chłodziarek, a inne do pieców konwekcyjno-paryowych. W kuchni potrzebne są też skuteczne preparaty o właściwościach odłuszczeniowych. Chemia profesjonalna stosowana w obiektach gastronomicznych musi nie tylko usuwać zanieczyszczenia, lecz także spełniać normy bezpieczeństwa – na rynku są firmy, które posiadają w ofercie środki o specjalistycznym zastosowaniu oraz niezbędną dokumentację. ✕

Beata Woźniak

## Prosto. Bezpiecznie. Czysto.

# Z zasobnikami z chemią myjącą i pielęgnacyjną.

Zintegrowany system mycia rozpoznaje wymaganą ilość chemii myjącej i pielęgnacyjnej, uruchamia się automatycznie zgodnie z ustalonym harmonogramem lub na żądanie. Zwiększa bezpieczeństwo i oszczędza czas pracy.



**iCareSystem AutoDose.**  
Tylko dla iCombi Pro.\*



\* dla wybranych modeli

**RATIONAL**

REKLAMA

# JAK SKUTECZNIE ZABEZPIECZYĆ DANIA NA WYNOS?

*Klienci restauracji zwracają uwagę na to, jak pakowane są dania zamawiane przez nich na wynos. Im lepszej jakości opakowanie, tym lepsza opinia o danym punkcie gastronomicznym. Dlatego też coraz częściej tradycyjne pojemniki odchodzą do lamusa, a na ich miejsce zajmują całkiem nowe rozwiązania do pakowania żywności, takie jak np. opakowania do zgrzewu. Zapewniają one nie tylko doskonałe zabezpieczenie dań, lecz także utrzymanie ich świeżości i smaku na dłużej.*

Pojemniki do zgrzewu sprawdzają się w każdym lokalu gastronomicznym serwującym posiłki na wynos. To również bardzo dobry wybór dla firm oferujących

catering dietetyczny z dowozem do klienta. Dzięki temu, że do ich wykonania wykorzystywane są materiały odporne na wysoką temperaturę, można umieszczać w nich gorące

posiłki np. zupę czy danie obiadowe, a ponadto odgrzewać je, nie wyjmując z pudełka.

## JEDNO-, DWU- LUB TRZYKOMOROWE

Wśród pojemników do zgrzewu najczęściej można spotkać: tacki lub miseczki jednokomorowe (np. pierogi, naleśniki), dwudzielne czy trójdzielne (np. surówka, dodatkowy sos, frytki), a także okrągłe pojemniki, które sprawdzają się do pakowania zup, sosów czy dań Dalekiego Wschodu. Wtedy poszczególne części dania są od siebie oddzielone, czego klienci oczekują od dań w dostawie. Występują one w różnych wariantach kolorystycznych i rozmiarach.

Najpopularniejsze pojemniki do zgrzewu są wykonane z polipropylenu. Można je używać od  $-40^{\circ}\text{C}$  do  $+120^{\circ}\text{C}$ , co oznacza, że można nakładać w nie gorące dania, ale również wykorzystywać do zamrożenia. Materiał PP jest odporny, nie

### IWONA NOWAK

Purchasing and Marketing Manager  
Metroopack

Od blisko 20 lat zajmujemy się sprzedażą maszyn i urządzeń do pakowania żywności wyłącznie od europejskich producentów. Naszą domeną są kompleksowe rozwiązania, opracowane dla tego segmentu rynku żywności, który poszukuje profesjonalnych sposobów pakowania produktów spożywczych i dań gotowych w zgrzewalne opakowania. Oferujemy linie pakujące, przetwórcze i automatyczne systemy dozujące do spójnego, precyzyjnego dozowania oraz pakowania żywności gotowych posiłków i produktów. Opatentowane rozwiązania w naszych urządzeniach sprawiają, że cykl pakowania i zgrzewania jest szybki, niezawodny i poparty wieloletnim doświadczeniem. Nieustannie poszerzamy naszą ofertę o urządzenia wspierające produkcję i pakowanie żywności jak np. detektory metali, wagi przemysłowe czy systemy monitorujące i kontrolujące system produkcyjny.



wpływa na smak żywności i może być ponownie wykorzystany. Na rynku pojawiły się też opakowania z trzciny cukrowej czy pulpy celulozowej.

### RODZAJE ZGRZEWAREK

W zależności od ilości produkcji stosuje się różnego typu zgrzewarki. W przypadku małych restauracji są to zgrzewarki ręczne, którymi sukcesywnie można zamykać pojedyncze pojemniki, a w wielkich firmach cateringowych wykorzystuje się zgrzewarki półautomatyczne i automatyczne, pozwalające na przygotowanie setek porcji w stosunkowo niedługim czasie.

### JAK WYGLĄDA PROCES PAKOWANIA?

Po zapakowaniu w nie jedzenia wkładamy opakowanie do specjalnej prasy, która szczelnie domknie opakowanie warstwą folii pakowej. Idealna folia musi być funkcjonalna tj. łatwo się otwierać, a jednocześnie zapobiegać parowaniu jedzenia umieszczonego w pojemniku. Domknięcie odbywa się za pomocą zgrzewarki o odpowiedniej dla rodzaju pojemnika matrycy. Całość trwa kilka chwil i gwarantuje sterylne zamknięcie, co jest szczególnie ważne przy płynnych produktach spożywczych i daniach takich jak sosy, zupy, napoje.

### PODSUMOWANIE

Takie pakowanie zapewnia lepszą izolację termiczną pokarmów zamkniętych w pojemnikach, gdyż ciepło, które jest oddawane przez pokarm, znajduje się w środku i nie ma możliwości wydostania się, tak jak ma to miejsce w przypadku pojemników z oddzielnymi pokrywkami. Poza tym jest łatwiejsze i bezpieczniejsze w transporcie, ponieważ nie ma ryzyka otwarcia się pudełka i rozlania zawartości. Zajmują również mniej miejsca. I co ważne są bardziej ekonomiczne – zużycie materiałów opakowaniowych, w tym wypadku plastiku, jest o około 25 % mniejsze niż w przypadku pojemników zamykanych wieczkiem. ✕

oprac. Eliza Marek

# METROOPACK

MASZYNY OPAKOWANIA TECHNOLOGIE

# METROO.pl

SKLEP ON-LINE



IDEALNE  
OPAKOWANIA



NIEZAWODNE  
MASZYNY



IDEALNIE ZAPAKOWANE



SERWIS GWARANCYJNY  
I POGWARANCYJNY

metroopack.eu

biuro@metroopack.eu

+48 570 140 270



REKLAMA

## Czas na rybę!

PAŹDZIERNIK

5

Znamy skład jury oceniającego konkursowe potrawy z karpem w roli głównej podczas tegorocznej edycji konkursu Czas na rybę! Wciąż można jeszcze dołączyć do grona uczestników – organizatorzy czekają na zgłoszenia **do 13 września br.** W konkursowej potrawie muszą się znaleźć karp opolski oraz warzywa kiszone. Jeśli uczestnicy będą używali produktów tłuszczowych, zapewni je firma Bunge – właściciel marki Kruszwica. Jury konkursu dla profesjonalistów (5.10): Marcin Bielec, Jean Bos, Krzysztof Gawlik, Wojciech Harapkiewicz, Wolfgang P. Menge, Joanna Ochniak, Marcin Przybysz, Giancarlo Russo, Marcin Soból, Robert Sowa, Paweł Stawicki, Krzysztof Robert Szulborski, Jarosław Uściński, Jarek Walczyk. Jury konkursu dla uczniów szkół gastronomicznych (4.10): Janusz Garnarczyk, Radosław Kłapacz, Krzysztof Malinowski, Marek Namysłowski, Joanna Ochniak, Artur Piotrowski, Krzysztof Wierzba. Profesjonaliści walczą o nominację do Kulinarного Pucharu Polski oraz nagrodę o wartości 8 tys. zł. Dodatkowo firma Unox zaprasza



laureatów na zwiedzanie fabryki pieców we Włoszech. Uczniowie mogą wygrać nagrody o wartości do 2400 zł oraz minimalnie tygodniowy staż u szefa kuchni ze stowarzyszenia Euro-Toques Polska. Informacje o konkursie można znaleźć na stronie: [czasnarybe.opolskieryby.pl](http://czasnarybe.opolskieryby.pl).



## J.J. Darboven Poland

Jesienią tego roku firma planuje rozpocząć współpracę z kilkoma manufakturowymi palarniami kawy w Polsce. Spośród blisko 400 działających lokalnie palarni, zamierza wybrać te, które osiągnęły sukces na rynku, ale potrzebują wsparcia w dalszej ekspansji. J.J. Darboven, jako kluczowy gracz w branży urządzeń do parzenia kawy, oferuje partnerom profesjonalne ekspresy i serwis, w tym m.in. automatyczne ekspresy Schaerer oraz sprzęt włoskiej Astorii. Firma obsługuje już około 12 tys. maszyn i zapewnia solidne wsparcie serwisowe. Projekt zakłada także finansowanie urządzeń oraz współfinansowanie ogólnopolskiej dystrybucji marek



lokalnych palarni. Inicjatywa ta nawiązuje do modelu współpracy Grupy J.J. Darboven, który firma pragnie wdrożyć w Polsce. Kontakt: [palarnia@darboven.pl](mailto:palarnia@darboven.pl).

## Serving happiness – nowe hasło Farm Frites

Czasy się zmieniają i firma Farm Frites również, a wizja i misja firmy ewoluowały. Dlatego wprowadzają nowe hasło w pełni odzwierciedlające ich zasady i przekonania: serving happiness. „Serving happiness” – „serwujemy szczęście” jest po to, by wywoływać pozytywne emocje i uśmiech, by podkreślić fakt, że zaangażowanie Farm Frites wykracza poza wytwarzanie wysokiej jakości produktów, a ich

celem jest dzielenie się radością we wszystkim, co robią. Począwszy od współpracy z rolnikami i uprawę najsmaczniejszych odmian ziemniaków, poprzez przetwarzanie ich w najwyższej jakości produkty ziemniaczane, a kończąc na opracowywaniu nowych produktów i rozwiązań realizujących aktualne i antycypujących przyszłe potrzeby przedsiębiorców gastronomicznych na całym świecie.



## Kongres Szefów Kuchni i Restauratorów



8 października w Warszawie odbędzie się Kongres Szefów 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 udział szefowie kuchni, restauratorzy i kucharze. Rejestracja jest obowiązkowa. Osoby spoza branży nie mogą uczestniczyć w wydarzeniu. Więcej: [kongresszefowkuchni.pl/program](http://kongresszefowkuchni.pl/program).

## Polska wieprzowina gwarantem smaku i bezpieczeństwa

Królowa może być tylko jedna i na polskich stołach jest nią wieprzowina. Nie jest to przypadek, a wynik ciężkiej pracy rolników, hodowców i przedsiębiorców dbających o to, aby mięso pochodzące z Polski odznaczało się najwyższą jakością.

Nowoczesne wyposażenie gospodarstw oraz wdrożenie innowacyjnych metod hodowli w ostatnich latach istotnie przełożyły się na poprawę mięsności i zmniejszenie otłuszczenia trzody. Dzięki lepszemu żywieniu oraz utrzymaniu zgodnie z wymogami dobrostanu, kaloryczność wieprzowiny znacząco się zmniejszyła. Bardzo korzystnie wypada poziom cholesterolu zawartego w polskim mięsie, który jest nawet o kilkadziesiąt procent niższy od norm amerykańskich.

Rodzima wieprzowina jest regularnie badana pod kątem występowania

toksyn oraz poddawana kontrolom alergenicności. Możemy mieć pewność, że to mięso służy naszemu zdrowiu, kondycji i samopoczuciu. Skąd wynika to przekonanie? Przede wszystkim wieprzowina pochodząca z Polski jest źródłem łatwo przyswajalnego żelaza. To solidny rezerwuar witaminy E, witamin z grupy B oraz selenu i cynku.

Wartość prozdrowotna polskiego mięsa wieprzowego w ciągu ostatnich lat uległa znacznej poprawie, co sprawia, że to najchętniej wybierane mięso w Polsce. Nie ma się co dziwić, wieprzowina to produkt absolutnie dla każdego. Towarzyszy nam od pokoleń, przez co głęboko

zakorzeniła się w polskiej tradycji kulinarnej. Nadaje się do pieczenia, smażenia, gotowania, duszenia, grillowania czy wędzenia. Szeroki i zróżnicowany asortyment, a co za tym idzie mnogość przepisów na wieprzowe specjały, sprawia, że zaspokoi ona wymagania najbardziej wymagających konsumentów.

Optymizmem napawa rosnąca z roku na rok świadomość społeczeństwa dotycząca zdrowego odżywiania w oparciu o zbilansowaną dietę bazującą na regionalnych produktach wysokiej jakości. Polacy dziś czytają etykiety, a sondaże konsumenckie wskazują, że są w stanie nawet zapłacić więcej za produkt pochodzący z Polski.

Autor: Tomasz Królikowski  
[tomek\\_krolikowski\\_](https://www.instagram.com/tomek_krolikowski_)



**WIEPRZOWINA**  
 Wychodzi na zdrowie 2



## Kulinary Puchar Polski – sześć duetów, jedna szansa

WRZESIEŃ

26

Rok oczekiwań, rywalizacja w konkursach nominowanych i tylko jeden tytuł, o który powalczy dwanaścioro profesjonalistów w swoim fachu. 22. edycja Kulinarneho Pucharu Polski odbędzie się 26 września w Poznaniu. „Smak i dbałość o środowisko” – to hasła, które zawodnicy i zawodniczki będą musieli przekuć w czyn. W przystawce produkt główny ma stanowić wątróbka gęsia. Pozostałe produkty obowiązkowe w tej potrawie to: maliny, gruszki, orzechy włoskie, polski ocet owocowy i gorzka czekolada. Podstawowym produktem w daniu głównym będzie kaczka. Na talerzu musi znaleźć się mięso z nogi i piersi. Reszta produktu ma zostać wykorzystana do zrobienia sosu. Pozostałymi produktami obowiązkowymi w daniu głównym będą: polska kasza, polska nalewka owocowa, borowiki, kapusta biała lub włoska



PATRONAT MEDIALNY

oraz olej z esencją masła. Jak zapowiada jury pod przewodnictwem Iwony Niemczewskiej, ważnym elementem podczas przygotowań dań konkursowych będą zrównoważony rozwój i idea zero waste.

## Made For Restaurant w Poznaniu

LISTOPAD

19

19 listopada w Andersia Hotel & Spa Poznań odbędzie się konferencja hybrydowa, czyli spotkanie dla gastronomii Made For Restaurant. Podczas tego wydarzenia organizatorzy planują m.in. wspólnie uporządkować gastro-biznes na nowych warunkach, skupiając się na jego precyzji, policzalności i powtarzalności. Pokażą holistyczne podejście do zarządzania procesami w gastronomii, przyjrzą się tematowi franczyzy, czyli możliwościom skalowania biznesu, a także rozszerzą temat sztucznej inteligencji w gastro. Udział



w wydarzeniu dla właścicieli i pracowników restauracji, hoteli oraz firm cateringowych jest bezpłatny.

## Piec konwekcyjno-parowy CHEFTOP-X™

Dzięki CHEFTOP-X™ Unox rewolucjonizuje interakcję kucharz-piec, ustanawiając nowy standard w technologii kulinarnej. Jego zdolność do komunikacji i adaptacji na podstawie opinii szefów kuchni podnosi wydajność gotowania. Działając na najnowocześniejszym systemie operacyjnym, piec jest połączony z aplikacją Digital.ID™, umożliwiając zdalne sterowanie i tworzenie przepisów. Wyposażony w funkcję sterowania głosowego „Hey.Unox” płynnie integruje tę znajomość z profesjonalnymi

kuchniami, wypełniając lukę między domowymi i komercyjnymi doświadczeniami kulinarnymi. Dzięki innowacyjnemu czujnikowi Optic.Cooking wizualnie identyfikuje żywność, inicjując odpowiedni program gotowania i dostosowując parametry w oparciu o dane wejściowe szefa kuchni po każdym cyklu. Ta precyzja zapewnia spójną replikację pożądaných wyników, usprawniając pracę szefów kuchni i zapewniając powtarzalność



w zespołach kuchennych. CHEFTOP-X™ jest mistrzem efektywności energetycznej, oferując do 38,6 % więcej oszczędności niż piec bez certyfikatu Energy Star®.

## Akademia Hochland Professional

Akademia Hochland to innowacyjna platforma dla profesjonalistów z branży HoReCa, cukierników, piekarzy i lodziarzy oraz producentów dań gotowych. Zapisując się do Akademii, uzyskujemy dostęp do praktycznych korzyści biznesowych – są to m.in.: punkty za zakupy produktów Hochland Professional, które można wymienić na sprzęty i wyposażenie do profesjonalnej kuchni, baza receptur czy warsztaty cukiernicze i kulinarne. 10 września w Szkole Ashanti w Łodzi odbędzie się kolejna edycja warsztatów przygotowana dla Sushi Masterów. Trenerami będą



Mistrz Świata Sushi z Tokio, Alon Than i cukiernik Mariusz Górecki. Uczestnicy szkolenia poznają techniki przygotowania

sushi w stylu edo oraz przepisy na orientalne desery. Więcej: hochlandprofessional.pl.

60 YEARS  
SIAL  
INSPIRE FOOD BUSINESS

MIĘDZYNARODOWE TARGI SPOŻYWCZE

LEMON ON  
THE CAKE\*

\*Cytryna na torcie, Targi SIAL Paris honorują swój emblemat świętując 60-lecie istnienia.

Odwiedź [sialparis.com](https://sialparis.com)

SKORZYSTAJ Z NIŻSZEJ  
CENY DO 19  
PAŹDZIERNIKA

**PARYŻ** — 19 – 23 października 2024

Kontakt dla więcej informacji: Andrzej BEREDA : [promopol@promosalons.pl](mailto:promopol@promosalons.pl)



## 16. Młody Kreator Sztuki Kulinarnej



8 listopada w Atelier Chefs Culinar we Wiskitkach poznamy zwycięzcę konkursu kulinarnego Młody Kreator Sztuki Kulinarnej. Tematem XVI edycji konkursu jest: danie główne ze schabu wieprzowego bez kości, z dodatkiem dowolnego rodzaju przyprawy Delikat Knorr Professional. Tym razem uczniowie mają za zadanie stworzyć recepturę, nagrać krótki film z przygotowania dania oraz zrobić zdjęcie finalnego

efektu na talerzu. Zgłoszenia można nadsyłać do 6.10 na adres mailowy: ufs.poland@unilever.com. Do drugiego ostatniego etapu gotowania na żywo zostanie zaproszonych 10 finalistów. Przewodniczącym jury został Kamil Tłuczek. Lista uczestników przechodzących do II etapu Konkursu zostanie zamieszczona na stronie internetowej ufs.com w terminie do dnia 15.10 br. Organizatorem wydarzenia jest Unilever Polska, a patronem medialnym „Poradnik Restauratora”.



## Trophée Mille Poland 2024

22 października w Chefs Atelier w Wiskitkach odbędą się polskie eliminacje do międzynarodowego konkursu kulinarno-cukierniczego dla szkół gastronomicznych Trophée Mille Poland 2024. Uczniowie będą rywalizować o przepustkę do wielkiego finału w Reims we Francji. Konkurs jest skierowany do uczniów szkół gastronomicznych: zawodowych,

średnich i wyższych, którzy w dniu finału międzynarodowego tj. marzec 2025 r. nie mogą mieć ukończonych 25 lat. W celu otrzymania regulaminu i formularza należy wysłać maila na adres smarten@smarten.pl z odpowiedzią na pytanie „Dlaczego chcecie wziąć udział w II edycji konkursu Trophée Mille Poland”. Informacja o zakwalifikowanych zespołach zostanie podana do wiadomości 23 września.

## 4. urodziny KonCi by Sebastian Cichy

9 września restauracja KonCi by Sebastian Cichy obchodzi 4. urodziny. Menu lokalu jest oparte na kuchni polskiej wraz z sezonowymi produktami. Raz w miesiącu szef Sebastian zaprasza gości ze świata kulinarnego i organizuje kolacje. Odwiedzili go już m.in. Kurt Sheller, Andrzej Polan, Michał Soliwoda, Jakub Steuermark, Mariusz Gachewicz, Bartłomiej Witkowski czy Artur Lenczewski. 26 września po raz trzeci odbędzie się kolacja degustacyjna pod hasłem „Od Morza do Gór”, gdzie swoje dania zaprezentują: Mariusz Jamroszczyk (Bałtowski Zapiecek),



Dominik Karpik (hotel Hilton, Gdańsk), Dawid Wojciechowski (hotel Copernicus, Toruń), Arkadiusz Stefański (Jabłona, Powidz). – Sukces to ludzie, którymi się otaczamy. Nie ma szefa kuchni bez zespołu i zespołu

bez szefa kuchni. I pamiętajmy, że marzenia się nie spełniają, trzeba je realizować – mówi **Sebastian Cichy**, szef kuchni i współwłaściciel restauracji KonCi by Sebastian Cichy.

## Made in Fenomen



WRZESIEŃ

6

6 września w gdańskiej restauracji Fenomen odbędzie się II edycja „Spotkanie gastronomii Made in Fenomen”. Projekt łączy ideę targową wraz ze spotkaniem branży HoReCa. Podczas tego wydarzenia będzie można m.in. zapoznać się z nowościami produktowymi czołowych producentów branży oraz odkryć nowe trendy smakowe i wizualne prezentowane przez znanych szefów kuchni. Organizatorzy to Fenomen Team oraz Stowarzyszenie Kucharzy Polskich.



## SkillsPoland 2024 – regionalne eliminacje

W dniach od 24 do 27 września w Poznaniu odbędą się regionalne eliminacje SkillsPoland. Do udziału są zaproszeni młodzi pasjonaci gotowania i cukiernictwa. Rejestracja trwa do 5 września. Konkursy regionalne to pierwszy krok na drodze do ogólnopolskiego konkursu SkillsPoland, który odbędzie się w listopadzie 2024 r. Zwycięzcy zmierzą się tam z najlepszymi zawodnikami z całego kraju, a wybrani spośród nich zostaną członkami kadry narodowej na konkurs EuroSkills 2025 w Danii. Jak podkreślają organizatorzy, to okazja, aby sprawdzić umiejętności w praktyce i zdobyć doświadczenie, które będą atutem w dalszym rozwoju kariery zawodowej. SkillsPoland to także możliwość nawiązania kontaktów, a ponadto wymiany doświadczeń z innymi pasjonatami kulinariów i cukiernictwa. Więcej: [frse.org.pl](http://frse.org.pl).



Fresh Start!  
Targi w świeżym wydaniu

[horeca.krakow.pl](http://horeca.krakow.pl)  
[enoexpo.krakow.pl](http://enoexpo.krakow.pl)

31. Międzynarodowe Targi Wyposażenia Hotelu i Gastronomii

# HORECA®

Gastro | Hospitality | Sweet

21. Międzynarodowe Targi Wina w Krakowie

# ENOEXPO®

## 06-08 listopada 2024

Odbierz bezpłatną  
wejściówkę!



REKLAMA

## Dora Metal

– jesteśmy tam,  
gdzie gastronomia!

Nowa linia ciągów wydawczych „Fryderyk” od Dora Metal została uhonorowana prestiżowym Medalem Europejskim. To wyjątkowe wyróżnienie podkreśla dbałość firmy o najwyższą jakość i innowacyjność, którą dostarcza klientom. – Dla nas to nie tylko ogromne wyróżnienie, ale przede wszystkim

potwierdzenie, że nasze produkty są w czołówce na rynku – mówi **Jan Polcyn**, prezes Grupy Dora Metal. – Linia „Fryderyk” została zaprojektowana z myślą o maksymalnej funkcjonalności, trwałości i nowoczesnym designie, aby zaspokoić potrzeby nawet najbardziej wymagających klientów. Dziękujemy naszym pracownikom, partnerom i klientom za zaufanie i wsparcie – to dzięki Wam możemy świętować ten sukces – dodaje. Katalog systemów wydawczych: [shorturl.at/itNP7](http://shorturl.at/itNP7).



## Grzybobranie dla gastronomii

WRZESIEŃ

22-24

W dniach 22-24 września po raz szósty odbędzie się „Grzybobranie dla gastronomii”, tym razem w Hotelu Villa Leśne Ustronie w Lubieszewie Tczewskim. Wydarzenie to jest skierowane 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 (tel.: 501 775 300),



a współorganizatorzy to Villa Leśne Ustronie i WSTiH w Gdańsku Jan Zacharewicz.

### ŁACIATE BARISTA

Mleko UHT Łaciata Barista można używać do kaw tradycyjnych i mrożonych, a także do koktajli oraz deserów. Co ważne, zachowuje swoje właściwości również w procesie gotowania i pieczenia, co czyni je wszechstronnym składnikiem kulinarnym. Mleko UHT Łaciata Barista wyróżnia wysoka zawartość białka, wynosząca aż 3,6 %. To właśnie ono sprawia, że produkt doskonale się spienia, tworząc gęstą i kremową piankę, która utrzymuje się na dłużej.



Spółdzielnia Mleczarska „Mlekoop”  
tel.: 86 273 04 00  
[www.mlekoop.com.pl](http://www.mlekoop.com.pl)

### AKADEMIA CZEKOLADY CALLEBAUT

Akademia Czekolady Callebaut, miejsce inspiracji i nauki ze świata czekolady i cukiernictwa, przygotowała inspirujący i kreatywny e-book z darmowymi przepisami na desery restauracyjne. Co więcej, wszystkie desery są dostępne w dwóch wersjach: klasycznej i nowoczesnej – dla tych, którzy lubią tradycyjne podejście do swojego deserowego menu i tych, którzy szukają innowacyjnego sposobu na osłodzenie podniebienia swoich gości. Receptury przygotował były szef Akademii, a obecnie Ambasador marki belgijskich czekolad Callebaut – Maciej Majzon – Wójtowicz. E-book jest do pobrania bezpośrednio na stronie Akademii Czekolady.



Barry Callebaut Polska Sp. z o.o.  
tel.: 42 683 77 00  
[www.barry-callebaut.com](http://www.barry-callebaut.com)



## J.AY J.AY'S NITRO COLD BREW COFFEE

J.AY J.AY'S Nitro Cold Brew Coffee to rodzaj kawy, który powstaje przez nasycenie schłodzonej kawy azotem. Dzięki temu napój wyróżnia się kremową, gładką konsystencją i lekko musującą teksturą. Proces parzenia na zimno oraz dodanie azotu sprawiają, że NITRO COLD BREW ma mniej goryczy niż tradycyjna kawa. Wzbogacona syropem lub napojem smakowym zyskuje ciekawszy smak dopasowany do indywidualnych gustów. Idealne orzeźwienie na lato? J.AY J.AY'S Nitro Cold Brew Coffee!



**J.J. Darboven Poland Sp. z o.o.**  
tel.: 58 671 21 71  
[www.darboven.com](http://www.darboven.com)  
[coldbrew.darboven.pl](http://coldbrew.darboven.pl)

## SCOOPSY ZE SKÓRKĄ

Scoopsy ze skórką to grubsze frytki o specjalnym wydrążonym cięciu, co czyni je idealnymi do nabierania sosów. To nie wszystko! Są powlekane specjalną bezglutenową powłoczką utrzymującą ciepło i chrupkość jeszcze długo po usmażeniu, dlatego sprawdzają się w dostawach do domu oraz w ofercie na wynos. Podobnie jak inne produkty powlekane mogą być smażone we frytownicy, ale też nadają się do przygotowania w piekarniku i w piecach MerryChef. Super chrupiące i pyszne, więc „Scoopsnij sobie”!



**Farm Frites CEE Sp. z o.o.**  
tel.: 59 863 75 00  
[sprzedaz@farmfrites.pl](mailto:sprzedaz@farmfrites.pl)  
[www.farmfrites.pl](http://www.farmfrites.pl)  
FB: Farm Frites Polska

## MAJONEZ BESKIDZKI

Majonez Beskidzki to produkt o wysokiej zawartości tłuszczu – 76 %, którego receptura jest oparta na oleju Beskidzkim i jajach od kur z chowu z wolnego wybiegu. Stanowi źródło kwasów Omega 3, posiada wysoką zawartość witamin E i K. Nie zawiera substancji zagęszczających i konserwujących. Dzięki kremowej konsystencji oraz doskonałemu smakowi idealnie nadaje się jako baza do dipów i sosów, do past kanapkowych, sałatek, pieczenia, panierowania i dekorowania potraw.



**Zakłady Tłuszczowe  
Bielmar Sp. z o.o.**  
tel.: 33 819 82 00  
[www.bielmar.pl](http://www.bielmar.pl)

## NOWOŚCI OD MOKATE PROFESSIONAL

Linia Loyd HoReCa Professional to oferta herbat dedykowanych gastronomii. Są one pakowane w piramidki, aby uwolnić maksimum smaku i aromatu. Precyzyjnie wyselekcjonowane herbaty zadowolą każde podniebienie. Występują w siedmiu wyjątkowych smakach.

Doskonale prezentują się w drewnianym ekspozytorze z welurem i tłoczonym logo Loyd, a najlepiej smakują serwowane w naszej najnowszej, kolorowej linii filiżanek.



[www.mokateprofessional.com](http://www.mokateprofessional.com)

## MYCIE PIECA PRZESTAJE BYĆ PROBLEMEM

iCareSystem AutoDose to nowy autonomiczny system mycia nablutowych urządzeń konwekcyjno-parowych iCombi Pro od Rational. Chemia myjąca i pielęgnacyjna jest bezpiecznie przechowywana w urządzeniu w postaci stałej. iCareSystem AutoDose uruchamia się albo o określonej godzinie, na przykład zawsze po zamknięciu restauracji, albo po naciśnięciu przycisku, gdy pasuje to do codziennej rutyny. W ustawieniach można zaprogramować sprzątnięcie oddzielnie na każdy dzień, w zależności od użytkowania urządzenia lub według harmonogramu tygodniowego. iCombi Pro automatycznie pobiera z zasobników chemię myjącą i pielęgnacyjną w wymaganym stężeniu.



**Rational Sp. z o.o.**  
tel.: 22 864 93 26  
[www.rational-online.com](http://www.rational-online.com)

## PIEC KONWEKCYJNO-PAROWY CHEFTOP-X™

CHEFTOP-X™ to najnowszy, zaawansowany technologicznie piec konwekcyjno-parowy Unox wyposażony w najnowocześniejszy system operacyjny. Dzięki wbudowanemu mikrofonowi umożliwia sterowanie głosowe. Czujnik optyczny sprawia, że jest to pierwszy piec, który rozpoznaje żywność i automatycznie uruchamia programy gotowania. Wykorzystuje sztuczną inteligencję, aby poprosić o informacje zwrotne na temat wyników gotowania, zoptymalizować jego wydajność i dać wskazówki dotyczące zużycia energii, co pozwala zmniejszyć wpływ użytkowników na środowisko.



**Unox Polska Sp. z o.o.**  
tel.: 58 680 34 00  
[www.unox.com](http://www.unox.com)

# Gdzie warto być?

DATA	MIEJSCE	IMPREZA	ORGANIZATOR
2-8.09.2024	Lublin	Europejski Festiwal Smaku	Kresowa Akademia Smaku
6.09.2024	Gdańsk	Made in Fenomen	Stowarzyszenie Kucharzy Polskich, Fenomen Team
8.09.2024	Poznań	20. Master Chef 4 Dogs	Marcin Kaczmarek
10-11.09.2024	Lublin	Chefs Only	Marketing&More
19.09.2024	Poznań	Hermesy Kulinarne Poradnika Restauratora - gala	Wydawnictwo Generalczyk
21-22.09.2024	Rzeszów	Festiwal 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
4-5.10.2024	Niemodlin	Czas na rybę!	Grupa Rybacka „Opolszczyzna”, Kamil Klekowski
8.10.2024	Warszawa	Kongres Szefów Kuchni i Restauratorów	Evential
9.10.2024	Katowice	Najbardziej Merytoryczna Konferencja Gastronomii	K2 Centrum Szkoleniowo Konsultingowe
19-23.10.2024	Paryż	Międzynarodowe Targi Spożywcze SIAL	Targi SIAL Paris
19-20.10.2024	Warszawa	Kongres Gastroedukacja	Akademia Kelnerska Grzegorza Górnika
20-22.10.2024	Singapur	Światowy Kongres WorldChefs	WorldChefs
22.10.2024	Wiskitki	Trophée Mille Poland 2024 - eliminacje	Smarten Public Relations
26-27.10.2024	Kraków	Wege Festiwal	Wege Festiwal
6-8.11.2024	Kraków	Targi HORECA®/GASTROFOOD	Targi Kraków
8.11.2024	Wiskitki	Młody Kreator Sztuki Kulinarnej	Unilever Polska

**Organizatorów imprez prosimy o przesyłanie informacji na adres redakcji:**

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

# Nowość!



## GNOCCHI ZIEMNIACZANE



**SAWEX**  
foods

KONTAKT B2B:

tel. 609 794 775

e-mail: artur.pieprzowski@sawexfoods.pl

tel. 505 917 501

e-mail: beata.michalak@sawexfoods.pl

[WWW.SAWEXFOODS.PL](http://WWW.SAWEXFOODS.PL)

## PRZYGOTUJ BEZGLUTENOWE MENU



[WWW.OCELIO.PL](http://WWW.OCELIO.PL)



FARM FRITES®



30 lat  
...razem

w Polsce  
od 1994 roku

