

WYDAWANY NIEPRZERWANIE OD 1999 ROKU



25. ROK

# PORADNIK RESTAURATORA

GRUDZIEŃ 2024 (303)

OGÓLNOPOLSKI MIESIĘCZNIK  
BRANŻOWY DLA GASTRONOMII

NAKŁAD KONTROLOWANY 10 100 EGZ.  
ISSN 1508-6194



## NOWA ODSŁONA

SCHŁADZARKO-ZAMRAŻARKA SZOKOWA Z FUNKCJĄ GRZANIA

*Kupując nasze urządzenie,  
w prezencie otrzymujesz:*

 **MULTIFUNKCYJNE URZĄDZENIE**  
schładzanie, szybkie zamrażanie, wolne gotowanie, regeneracja potraw

 **JEDNOCZESNE STOSOWANIE TAC PIEKARNICZYCH**  
400X600 I TAC GN 1/1

 **LAMPĘ UV-C**  
poprawiająca higienę komory

 **INTUICYJNY WYŚWIETLACZ DOTYKOWY**



Grupa DORA METAL



[WWW.DORA-METAL.PL](http://WWW.DORA-METAL.PL)



z miłości do  
*Zmywania*

winterhalter®

# Wynajmij

profesjonalną zmywarę  
gastronomiczną



## 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<sup>pl</sup>**





**HEIDI HANDKOWSKA**  
Redaktor Naczelna

## Czas na nowe oblicze restauracji

Koniec roku zazwyczaj jest tym czasem, gdy dokonujemy różnych podsumowań – w życiu i w pracy, a potem w Nowym Roku kompletujemy listę wyzwań na kolejne dwanaście miesięcy. To także dobry moment, by przyjrzeć się gastronomii. Nowej, bo jakże innej od tej sprzed pandemii. O wielu zjawiskach,

które się w niej pojawiły, pisaliśmy na łamach „Poradnika Restauratora”. Rosnąca liczba lokali typu street food to skutek lockdownu. Mały lokal – mniej personelu, łatwiej z niego zrezygnować albo w błyskawicznym czasie zmienić przeznaczenie. To również niższe koszty utrzymania i działalności gospodarczej. Foodsharing – dzielenie się jedzeniem, a czasem jedzenie z jednej miski z innymi – to także wyraz przeciwstawienia się zamknięciu w czasie COVID-19. Teraz jesteśmy jeszcze bardziej otwarci niż przed 2020 r.

Czy jednak wraz z tym „otwarcie” nie doszło do pewnego nadużycia, nieumiarkowania w zachowaniach? Chcąc wesprzeć restauratorów odbudowujących swoje biznesy, ludzie zaczęli coraz częściej chodzić do restauracji. Ba! Wydaje się, że część z nich, korzystając z bezpłatnego Wi-Fi, przeniosła tam swoje biura – siedzą przy stolikach od rana do popołudnia z rozłożonym laptopem, spotykają się z partnerami biznesowymi, a nawet prowadzą rekrutację pracowników!

Najbardziej jednak nieprzystające do miejsca i czasu są głośne rozmowy telefoniczne, załatwianie biznesów przez komórkę, reagowanie podniesionym głosem na usłyszane informacje. Nasze pokolenie, a młodsze tym bardziej, nie umie rozstać się z telefonem, ale w lokalu, gdzie spotyka się wiele kręgów towarzyskich przy różnych stolikach, gdzie toczą się rozmaite rozmowy, a przede wszystkim, gdzie się konsumuje, powinna panować przyjazna, spokojna atmosfera.

Co więcej, przedstawiciele Gen-Z znaleźli sobie nową rozrywkę, co jest widoczne zwłaszcza w dużych miastach. Siedząc przy stole zza karafki, wazonu, filara robią zdjęcia VIP-om, a zwłaszcza celebrytom, by pochwalić się nimi w social mediach. A przecież restauracja powinna być pewnego rodzaju azylem, w którym można spokojnie zjeść i porozmawiać... Tak było jeszcze do niedawna, bo w lokalach przestrzegano podstawowych zasad savoir-vivre.

Może nadszedł odpowiedni moment, by podjąć działania w tym zakresie? I wziąć przykład z miejsca, gdzie w towarzystwie innych, obcych osób powinniśmy czuć się komfortowo – z pociągów PKP Intercity. Obowiązuje w nich Kodeks Kulturalnego Podróżowania – zbiór jakże prostych zasad zachowania podczas podróży. Może to właśnie Nowy Rok będzie dobrym momentem, by podjąć takie wyzwanie i wprowadzić w lokalu podobne zasady, by wszystkim gościom było po prostu miło...

Życzę spokojnych Świąt oraz roku pełnego wyzwań i sal pełnych zadowolonych gości!

Miłej lektury!



**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 klaudiw@poradnikhandlowca.com.pl  
Urszula Wszelaka (Warszawa) urszulaw@poradnikhandlowca.com.pl  
Marta Rybko martar@poradnikhandlowca.com.pl

**Stali współpracownicy wydawnictwa:** Beata Marcińczyk,  
kancelaria prawna Sołtysinski, Kawecki & Slezak

**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, SXCH, 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)

## Święta 2024 – integracja tradycji i innowacji

6

Święta Bożego Narodzenia to wyjątkowy czas na całym świecie. Wówczas przy stole spotykają się bliźni i dalsi członkowie rodziny, a centralnym miejscem rozmów i radości jest stół, na którym goszczą tradycyjne potrawy – w formie, w jakiej serwowały je nasze babcie, albo zupełnie od niej odmiennej. Na długo przed tym czasem świąteczne menu komponują szefowie kuchni, starając się przyciągnąć do lokalu stałych i nowych gości.



## Mariusz Dąbała



Fot. Studio Wasabi

### Temat miesiąca

**6** Święta 2024 – integracja tradycji i innowacji

### Prezentacje

- 10** Rozmowa z: Mariusz Dąbała
- 14** Rozmowa z: Zbigniew Andrzejewski
- 16** Rozmowa z: Janusz Trendewicz

### Od kuchni

- 17** Poradnik hotelarza
- 18** Menu: Veganuary – moda, która przetrwała się w styl życia
- 24** Badania: W tym roku więcej turystów w nadmorskich hotelach
- 26** Menu: Królowa wigilijnego stołu: Barszcz czy grzybowa? Wojna na talerzu!
- 28** Menu: Ciasta to ważny element świątecznej układanki. Jak uzyskać ich nową odsłonę?
- 30** Marketing: Nowe trendy w prezentacji dań: od minimalizmu do ekstrawagancji
- 32** Marketing: Catering na noworoczne imprezy firmowe, czyli jaki?
- 34** Marketing: Toaleta wizytówką restauracji
- 36** Prawnik radzi: Co nas czeka w 2025 r., czyli zmiany w prawie dla restauratorów

### W kadrze

- 38** Wydarzenia
- 43** Nowości na rynku gastronomicznym



**Z okazji Świąt Bożego Narodzenia wszystkim  
Partnerom, Reklamodawcom, Restauratorom,  
Szefom Kuchni i Czytelnikom „Poradnika Restauratora”  
życzymy spokojnej, rodzinnej atmosfery  
oraz samych sukcesów w nadchodzącym roku 2025.**

**Wydawca i Pracownicy „Poradnika Restauratora”**

Abramczyk Sp. z o.o. AJ Food Sp. z o.o. ARC Rynek i Opinia Akademia Gastronomiczna w Polsce  
Arte Culinaria Italiana Akademia Kelnerska Grzegorza Górnika All Good S.A Atlantic Sp. z o.o.  
Aviko Sp. z o.o. Avangarda Łukasz Konik Bar Academy - Profesjonalne doradztwo gastronomiczne  
Barry Callebaut Polska Sp. z o.o. Bazzara SRL Bocuse d'Or Poland Big Flag Bidfood (Farutex Sp. z o.o.)  
Bela Mesa Sp. z o.o. Bunge Polska Sp. z o.o. Bonduelle Polska S.A. Cedrob Foods S.A.  
Chefs en Or - polska edycja Czas na rybę! Carlsberg Polska Sp. z o.o. Convention Bureau - Wrocław  
Coca-Cola HBC Polska Sp. z o.o. Chefs Culinar Sp. z o.o. Dora Metal Sp. z o.o. ECDF Dotacje Sp. z o.o. Sp.k.  
Ecolab Sp. z o.o. Eipro Vermarktung GmbH & Co. KG EOL Polska Sp. z o.o. Essity Poland Sp. z o.o.  
Euro-Toques Polska Expo Sweet EZIG Evoca Poland Sp. z o.o. Essity Poland Sp. z o.o.  
Fanex Sp. z o.o. Festiwal Śląskie Smaki Farm Frites Central Eastern Europe Sp. z o.o.  
Flora Professional Sp. z o.o. Foods Brothers Sp. z o.o. Froneri Polska Sp. z o.o. FROSTA Sp. z o.o.  
Fundacja Gastronomia na Obcasach Fundacja Klubu Szefów Kuchni FWIP Sp. z o.o.  
GastroTargi SMAKKi Gluten Free Solutions Poland Sp. z o.o. Goodvalley Sp. z o.o. Grana Sp. z o.o.  
Graffen Europe Sp. z o.o. Grzybobranie dla gastronomii Grupa Żywiec S.A. H.J. Heinz Sp. z o.o.  
Hello Coffee Sp. z o.o. Hobrat GmbH Hochland Polska Sp. z o.o. Jacek Czauderna SKA  
Jawo Sp. z o.o. J.J. Darboven Poland Sp. z o.o. Kinga Rylska, Food Town Fabryka Norblina  
Kancelaria Adwokata i Doradcy Restrukturyzacyjnego Pawła Lewandowskiego  
Komat Mieczysław Kozłowski Kongres Szefów Kuchni i Restauratorów Krosno Glass S.A.  
Kulinarny Puchar Polskiego Mięsa Wołowego i Wieprzowego Kulinarny Puchar Polskiego Mięsa  
Kulinarny Festiwal Kwiatów Jadalnych Kulinarny Puchar Polski Lantmännen Unibake Poland Sp. z o.o.  
Link Mobility Poland Sp. z o.o. Lodziarnie Firmowe Sp. z o.o. Metro-Plast Sp.j. Mitmar Sp. z o.o.  
Made For Restaurant Mistrzostwa Polski w Dzikizynie Mięsne Specjały Polskiej Kuchni  
Międzynarodowe Targi Poznańskie MV Group Distribution PL Sp. z o.o. Mokate Sp. z o.o.  
Międzynarodowe Targi Gastronomiczne EuroGastro MT Targi Polska S.A.  
Nałęczów Zdrój Sp. z o.o. Nestlé Professional S.A. Nestlé Waters S.A. Nordzucker Polska S.A.  
North Coast S.A. OSHEE Polska Sp. z o.o. Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska w Piątnicy  
Ogólnopolskie Stowarzyszenie Szefów Kuchni i Cukierni Piwniczanka Sp.P. Pro Ascobloc Sp. z o.o.  
Polska Inicjatywa Kulinarna Polska Izba Gospodarcza Restauratorów i Hotelarzy  
Polska Izba Produktu Regionalnego i Lokalnego Polskie Stowarzyszenie Grilla i BBQ  
Pomorska Akademia Kulinarna Polskie Stowarzyszenie Producentów Oleju  
Polski Związek Producentów Kukurydzy Polski Drób Sp. z o.o. Sp.k.  
Przedsiębiorstwo Produkcji Lodów Koral Sp.j. Prymat Sp. z o.o. Poznańscy Kucharze Razem  
Ptak Warsaw Expo Rational Sp. z o.o. RM Gastro Polska Sp. z o.o.  
Sawex Foods Sp. z o.o. S.C. Johnson Sp. z o.o. Skłodowscy Sp. z o.o. Sokołów S.A.  
Spotkanie gastronomii Made in Fenomen Stowarzyszenie Akademia Gastronomiczna  
Stowarzyszenie Barmanów Polskich Stowarzyszenie Beskidzki Klub Kulinarny  
Stowarzyszenie Kucharzy Kujaw i Pomorza Stowarzyszenie Kucharzy Polskich  
Stowarzyszenie Małopolskich Kucharzy i Cukierników Stowarzyszenie Sommelierów Polskich  
Szkoła Główna Turystyki Vistula w Warszawie Stowarzyszenie Kucharze Bez Granic  
Spółdzielnia Mleczarska „Mlempol” Swedeponic Polska Sp. z o.o. Syrve Limited  
Targi Frankfurt P. Łukaszewicz Sp. K. Targi Gastro Hotel Targi Kielce  
Targi w Krakowie Targi Expo Sweet Targi ProWein Trophée Mille Poland  
Terravita Sp. z o.o. Tchibo Coffee Service Polska Sp. z o.o.  
Transgourmet Polska Sp. z o.o. Triada Augusto Pomorze D. i T. Aleksandrowicz Sp.j.  
Unilever Food Solutions Sp. z o.o. Unox Polska Sp. z o.o.  
Vandemoortele Polska Sp. z o.o. VegLab Katarzyna Gubała  
Wielkopolski Kucharz Roku Wiesheu Polska Sp. z o.o.  
Winterhalter Gastronom Polska Sp. z o.o.  
Zakłady Porcelany Stołowej „Lubiana” S.A.  
ZT Bielmar Sp. z o.o. Żabka Polska Sp. z o.o.

**Dziękujemy za współpracę  
w 2024 roku**

# ŚWIĘTA 2024

## - INTEGRACJA TRADYCJI I INNOWACJI

*Święta Bożego Narodzenia to wyjątkowy czas na całym świecie. Wówczas przy stole spotykają się bliźsi i dalsi członkowie rodziny, a centralnym miejscem rozmów i radości jest stół, na którym goszczą tradycyjne potrawy – w formie, w jakiej serwowały je nasze babcie, albo zupełnie od niej odmiennej. Na długo przed tym czasem świąteczne menu komponują szefowie kuchni, starając się przyciągnąć do lokalu stałych i nowych gości.*

– Okres Świąt Bożego Narodzenia w restauracji jest dla mnie ulubionym czasem w całym roku. Komponując menu na te wyjątkowe chwile, zawsze staram się sięgać po produkty wyrafinowane. Zależy mi na tym, by podkreślić uroczysty charakter świąt, gdzie dzielimy z innymi ludźmi momenty przy stole – mówi **Adam Lelewer**, szef kuchni restauracja Rządówka w Ostoi Chobienice. – Te spotkania szczególnie zapadają w pamięci moich gości – dodaje.

Często mówi się, że w takich momentach ważne są miejsce, czas i ludzie, z którymi się spotykamy, by spotkanie to uznać za udane. Jednak w tym okresie równie ważnym aspektem jest jakże wyjątkowe,

bo świąteczne menu. W żadnym innym czasie na polskich stołach nie gości taki różnorodny zestaw potraw, które jednoznacznie kojarzą się ze świętowaniem. W wielu domach przestrzega się zasady serwowania w Wigilię dwunastu dań, niegdyś symbolizujących 12 miesięcy w roku (każde danie to podziękowanie za pomyślność w jednym z nich), a obecnie 12 Apostołów. Niezależnie od symboliki na świątecznym stole pojawić się powinny: zupy – wigilijny barszcz (z uszkami albo pierogami), grzybowa, rybna, pierogi – z kapustą i grzybami, ruskie, a nawet z mięsem (od 2003 r. kościół odstąpił od ścisłego postu w Wigilię), ryba po grecku, kutia albo łazanki z makiem, kompot

z suszu owocowego albo z dyni i oczywiście karp, a na deser sernik, makiowiec i pierniki. Jednak czy na pewno? Wszelkie stereotypy łamią szefowie kuchni, którzy z doskonałym wyczuciem łączą tradycję z nowoczesnością.

### CZAS PRZYGOTOWAŃ

Przygotowania do świąt w lokalach w całej Polsce zaczynają się już w listopadzie, gdy szefowie kuchni komponują menu z wyjątkowymi, świątecznymi daniami – pachnącymi bogactwem aromatów przypraw i cytrusów. W grudniu skupiają się na odpowiedniej organizacji pracy załogi kuchni, gdy w sali lokalu odbywają się tzw. firmowe wigilie, czyli świąteczne spotkania. Im bliżej świąt, tym więcej mają pracy w przygotowaniu dań cateringowych.

– Przemyslenia nad świątecznym menu zaczynam już na początku jesieni, przywołując na myśl moje ulubione bożonarodzeniowe dania oraz wina, zaglądam do albumów kulinarnych cenionych szefów kuchni, nie zapominając przy tym o aktualnych trendach obecnych w social mediach. Dbam o to, by dania, które serwuję, współgrały z charakterem Ostoi Chobienice,

czyli wyróżniały się nutą polskich tradycji z nowoczesnym, lekko francuskim sznytem – zaznacza **Adam Lelewer**.

Szefom trzeba oddać, że mimo nawału pracy robią wszystko, by goście byli zadowoleni z serwowanych dań – opartych na tradycji i lokalności, ale czasem w zupełnie innej, ciekawszej odsłonie niż tej zapamiętanej z dzieciństwa – zdekonstruowanych, z zupełnie nieoczywistymi składnikami.

### RYBY NA WIGILIJNYM STOLE

Królem wigilijnego stołu jest karp, choć prawdopodobnie pojawił się na stołach dopiero po II wojnie światowej, gdy okazało się, że jego hodowla nie jest wymagająca. Tradycja serwowania smażonego karpia w wigilię zwycięża nawet upodobania smakowe, bo niemal każdy z gości „dla tradycji” kosztuje kawałek, mimo że nie lubi tej ryby. Szefowie kuchni poszli jednak dalej i przygotowują niezliczone potrawy z różnych ryb i owoców morza w wielu wariantach, bardziej tradycyjnych, a czasem wywodzących się nawet z kuchni Wschodu.

– W Pałacu Mała Wieś przygotowaliśmy świąteczne menu, które łączy



# terravita

DLA PROFESJONALISTÓW  
OD PROFESJONALISTÓW



## POLEWA MULTI INTENSE

OBLEWANIE | FORMOWANIE | MUSY | GANASZE | ZAMSZE

### CO JĄ WYRÓŻNIA:

- **Aż 16 %** zawartości kakao w składzie
- **100 % nieutwardzonych tłuszczów** (NH) w recepturze
- Nie wymaga temperowania przed zastosowaniem
- **Multi – funkcjonalność i mnogość zastosowań**

NOWOŚĆ!

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

tradycyjne polskie smaki z nutą wyrafinowania i ekstrawagancji. Wśród przekąsek nasi goście znajdą terynę rybną z warzywami i sosem tatarskim oraz tatar z łosiosia z awokado i kaparami – to połączenie świeżości i klasyki z nowoczesnym twistem – mówi **Marcin Capała**, dyrektor gastronomii w Pałacu Mała Wieś. – Wśród dań gorących zaskoczmy panierowanym karpem w sosie piernikowym – proponujemy klasyczne danie w nieoczywistej odsłonie, na którą zawsze czekają goście naszej restauracji Stara Wozownia – dodaje.

Z kolei **Adam Lelewer** zdradza: Na danie główne zaproszę moich gości na wędzonego węgorza z pierożkami z sandacza i consomme z białych ryb.

Na restauracyjnych stołach pojawią się szlachetne sandacz i jesiotr – w panierce panko, pieczone lub duszone. Każdej z ryb może towarzyszyć bukiet warzyw, grzyby albo... pomarańcze i owoce granatu.

Zmiany przeszła też potrawa zwana rybą po grecku, której lżejsze wydanie proponował na łamach „Poradnika Restauratora” **Artur Graiber**, obecnie szef kuchni w Masuria Arte na Mazurach. Sugerował, by rybę piec w niskiej temperaturze na smakowym oleju, a warzywom nadać nową formę np. zrobić żel z cebuli, a marchew subtelnie połączyć z imbirem. Śledzie w śmietanie wydają się już reliktem przeszłości, bo teraz są serwowane po kaszubsku, sułtańsku,

z pomarańczami, jabłkami, miodem, w przyprawach korzennych, z buraczkami, żurawiną i imbirem albo w postaci, którą lubi wielu gości – doskonałego tatara z klasycznymi dodatkami.

Wydaje się, że zarówno goście gustujący w rybach, jak i ci, którzy na co dzień ich unikają, znajdą dla siebie coś odpowiedniego.

## WSZYSCY KOCHAJĄ PIEROGI

Ryby są ważnym elementem świątecznego menu, a poprzez swoje różnorakie struktury i mięsa pozwalają kucharzom na wykorzystanie wyobraźni i przygotowanie ich w wyjątkowej odsłonie. Jednak na wigilijnych stołach królują przede wszystkim pierogi, które mają tyle odsłon, ile jest smaków (istnieją także warianty z rybą). Tradycyjnie w wigilijny wieczór powinny wyróżniać się te z kapustą i grzybami, podobnie jak uszka serwowane do zup. W lokalach nie poprzestaje się na jednym rodzaju, zwłaszcza gdy oferują świąteczny catering, bo ten powoli staje się... kolejną świąteczną tradycją. Goście coraz częściej zamawiają pierogi do domu, oszczędzając czas, który wolą spędzić z rodziną niż na lepieniu ciasta.

– Nie każdy ma czas i energię, by przygotować wszystkie potrawy samodzielnie, ale każdy chce poczuć magię domowych smaków – zauważa **Radosław Kozłowski**,

Executive Chef Pierogarni Stary Młyn.

Im bliżej morza, rzek i jezior, tym pierogarnie oraz restauracje oferują ciekawsze odsłony pierogów z nadzieniem rybnym – nawet ze śledziem. Karczma Biesiada ze Stalowej Woli serwuje pierogi z oscypkiem, podkreślając lokalność dania. Do katalogu tych świątecznych specjałów można także dołączyć pierogi z ęsiną, z łosiosiem lub z kaszą i grzybami, z soczewicą, szyszkami rakowymi albo z nadzieniem z ogonów wołowych – dla tych, którzy kochają ryby, dla tych, którzy wolą mięso i dla tych, którzy zdecydowanie są wegetarianami. Czasem lekka modyfikacja dania robi duże wrażenie – jak na przykład dodanie do ciasta pudru z grzybów, jarmużu, dyni albo buraków. Ich kolory i zapachy na pewno zainteresują gości, a być może będą też jednym z tematów rozmów przy świątecznym stole.

## ZUPA ZUPIE NIERÓWNA

Barszcz, grzybowa i rybna – to podstawowy katalog zup wigilijnych. W rankingach popularności zwycięża barszcz z uszkami. To najczęściej wybierana zupa na Lubelszczyźnie, w woj. warmińsko-mazurskim i na Podlasiu. Grzybowa w Wigilię jest najbardziej popularna w województwie łódzkim. Są też takie regiony, gdzie w tym czasie podaje się żur z grzybami, kapuśniak

albo lokalne moczka i siemiotka (głównie na Śląsku). By zadowolić każdego z gości, a także zaskoczyć innowacją wystarczy nieco zmodyfikować jego formę np. barszcz zaserwować z uszkami z cieniutkich płatków buraków zblanszowanych w roztworze octu jabłkowego, z kapustą duszoną z rodzynkami i grzybami albo z tortellini lub ravioli. Zupy trudno dekonstruować, ale przy odrobinie wyobraźni jest możliwe wyczarowanie ich w nowej, ciekawej odsłonie.

## SŁODKIE ZWIĘCZENIE ŚWIĄT

W Święta Bożego Narodzenia nie może zabraknąć makowca, sernika i pierników! Klasyki zmodyfikowane w przemyślany sposób to coś, co idealnie zwieńczy świąteczny dzień.

– Klasyczny makowiec może zyskać na atrakcyjności, gdy połączymy go z kremem z białej czekolady i dołożymy skórki z limonki, która nada mu nutkę świeżości. Do seromakowca możemy się pokusić o dodanie aromatycznego amaretto lub ajerkoniaku. Tradycyjny piernik zyska mnóstwo nowego smaku dzięki dosypaniu orzechów włoskich i suszonych fig – podpowiada **Daniel Żurkowski**, właściciel Cukierni Pasjonata. Proponuje też skojarzenie brownie z przyprawą piernikową.

W Pałacu Mała Wieś także rządzą tradycyjne ciasta. – Deserowy finał to między innymi strucla



makowa i pieczony sernik z cynamonem i skórka pomarańczowy – smaki, które wzruszają i zabierają gości w świat świątecznych wspomnień z dzieciństwa – mówi **Marcin Capała**, dyrektor gastronomii.

A co z deserami w formie monoporcji? Albo deserami w ogóle? Nie może ich zabraknąć, bo oprócz niewzruszonych zasad tradycji goście oczekują nowych propozycji. – Zwieńczeniem celebrowania świątecznych chwil przy stole będzie deser w postaci korzennego ciastka z pomarańczy z rokitnikowym kremem angielskim – zdradza **Adam Lelewer** z restauracji Rządówka.

**Daniel Żurkowski** stawia na nowoczesność i... młodość. W przygotowaniu ciasta czy deseru poleca wykorzystanie matchy, tak popularnej wśród pokolenia Z. Jedną z jego propozycji to sernik z puszystą pianką na bazie

mascarpone, sproszkowanej herbaty matcha i białej czekolady. – Uwierzcie, że wykończenie tego rarytasu częstkami liofilizowanej maliny i kruszonymi pistacjami wywoła efekt wow! – zapewnia.

### ŚWIĄTECZNE WYZWANIA

Dla wielu szefów kuchni i kucharzy święta to czas na testowanie eksperymentalnych dań opartych na bazie smaków znanych z babcinej kuchni. – W świątecznych ofertach z pewnością nie zabraknie nowoczesnych odsłon tradycyjnych potraw, nad którymi intensywnie pracują szefowie kuchni. Fanex proponuje produkty pozwalające na zrealizowanie innowacyjnych pomysłów na ten okres – mówi **Łukasz Lisowski**, ekspert ds. gastronomii i szef kuchni Fanex. – Są to oczywiście takie klasyki jak

majonez, chrzan, żurawina, czy też francuska musztarda z chrupiącymi ziarenkami gorczycy. Ale na tym się nie skończy – orientalna odłona świątecznej ryby z sosem Teriyaki, doskonały tatar przygotowany z dobrej jakości tuńczyka, czy też pstrąga z dodatkiem limonkowego kawioru Fan&JOY, czy też śledź w meksykańskim wydaniu, to tylko namiastka tego, co możemy udoskonalić i unowocześnić w tradycyjnej świątecznej kuchni, ale i zaskoczyć naszych gości – dodaje.

Przygotowując świąteczne, a zwłaszcza wigilijne potrawy, trzeba mieć na uwadze to, że w dużym stopniu to one łączą pokolenia przy wspólnym stole. Dla wielu naszych gości są symbolem zarówno religijnym, jak i społecznym, będąc świadectwem polskiej gościnności i szacunku dla tradycji. ✕

Beata Marcińczyk



# ...i ŚWIĘTA nabierają SMAKU



SKONTAKTUJ  
SIĘ Z NAMI!



WWW.FANEX.PL

REKLAMA

**PERFEKCYJNY  
TALERZ  
I SEZONOWY  
PRODUKT**

*Martusz Dąbala  
Szef Kuchni*



## Rozmowa z **Mariuszem Dąbałą**, szefem kuchni w restauracji Carska w Białowieży

**Heidi Handkowska:**  
Białowieża żyje przede wszystkim turystyką. Sytuacja na granicy z Białorusią naruszyła ten od lat ustanowiony porządek rzeczy. Restauracja Carska znajduje się kilkaset metrów od granicy polsko-białoruskiej. Czy problemy przygraniczne mają wpływ na liczbę gości w restauracji?

**Mariusz Dąbała:**  
Już od ponad dwóch lat widać negatywne skutki, jakie dla turystyki zarówno w Białowieży, jak i całym pasie przygranicznym niesie kryzys na granicy z Białorusią. Gości jest zdecydowanie mniej – o 30-40 %.

W sezonie odwiedzają nas głównie goście indywidualni, a teraz stali, którzy przyjeżdżają do apartamentów odpocząć.

Na pewno każdy artykuł w prasie czy wywiad w telewizji informujący o nielegalnym przekroczeniu granicy powoduje, że w danym tygodniu turystów jest znacznie mniej. Przecież przy wyborze miejsca na urlop kierujemy się głównie poczuciem bezpieczeństwa.

Jednak przez te lata nie zauważyłem ani jednego imigranta w tej okolicy. Można śmiało do nas przyjeżdżać.

**Grudzień to najgorętszy miesiąc dla gastronomii. W okresie poprzedzającym rodzinne święta przychody restauratorów wzrastają nawet kilkukrotnie. Akcent przesuwają się z klientów indywidualnych na zbiorowe imprezy firmowe. Jak to wygląda u Was?**

W grudniu planujemy spotkania teatralne. Podczas spektaklu „Kolacja na cztery ręce” do udziału w kolacji dwóch najwybitniejszych muzyków baroku: Jana Sebastiana Bacha i Fryderyka Haendla zapraszamy też widzów. Menu jest ściśle związane ze scenariuszem sztuki i składają się na nie m.in.: ostrygi, karczochy, zupa cebulowa, krewetki czy ślimaki. Goście uczują, delektując się jednocześnie grą aktorską.

Zdarza się, że organizujemy spotkania firmowe dla 60-80 osób, ale najczęściej kameralne dla 20-25 osób. Nie mamy takich dużych sal.

**W menu dominują dania z dziczyzny**

**i kuchni kresowej. Skąd receptury?**

Przygotowuję dania w oparciu o dawne przepisy, pochodzące ze starych książek kucharskich, których mam pokaźny zbiór. Staram się czerpać inspirację z tych receptur, chcąc przybliżyć gościom naszej restauracji produkty, jakie występowały w tym okresie, a ponadto połączenia smakowe czy techniki obróbki.

Menu jest spójne z miejscem, w jakim znajduje się restauracja. Carska mieści się w zażytkowym budynku dworca kolejowego „Białowieża Towarowa” zbudowanego w 1903 r. dla Cara Mikołaja II. W karcie znajdziemy

dziczyznę, ryby np. jesiota czy kawior. Łączę kuchnię polską z kresową, francuską i trochę podlaską. To jest taki miks wszystkiego. Jednak zawsze mamy kilka dań spoza karty.

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

Dania mięsne. Są takie, których w ogóle nie zmieniam np. połówki z jeleńca czy comber z sarny z kostką. Zmianie ulegają jedynie sezonowo dodatki np. jesienią purée z kasztanów na koniaku, a latem z cukinii. To są takie moje must have.

**Każdy z nas ma jakąś piętę Achillesa. Co jest Pana?**

Desery. Oczywiście bez problemu



**Mariusz Dąbała**

**LAUREAT HERMESA KULINARNEGO**

- » Od 3 lat szef kuchni w restauracji Carska w Białowieży.
- » Laureat Hermesa Kulinarnego „Poradnika Restauratora” 2024 w kategorii „Restauracja”.
- » Właściciel firmy MD Culinary Consulting.
- » Z gastronomią jest związany od 15 lat – to nie tylko jego praca, lecz także pasja.
- » Jako członek Culinary Team of Poland został brązowym medalistą Międzynarodowej Olimpiady Kulinarnej IKA 2020 r. w Stuttgarcie.
- » Uczestniczył w wielu konkursach kulinarnych, również jako ich juror.
- » Odbywał staże w restauracjach nagrodzonych gwiazdkami Michelin, doskonalił się podczas wielu szkoleń oraz pracując w prestiżowych restauracjach, takich jak np. Restauracja Belvedere w Łazienkach Królewskich w Warszawie.



Fot. J. Edward Trzeciakiewicz

zrobię sernik z białą czekoladą czy złożę deser, ale nie jest to coś, co lubię robić. Na szczęście mam znakomite dziewczyny na kuchni zimnej i deserowni – panią Martę i panią Justynę, które się tym zajmują. Natomiast, jeśli przygotowujemy deser degustacyjny, to korzystamy z pomocy zaopiecznionego pastry chefa..

**Co sądzi Pan o obecnych trendach w gastronomii? W jakim kierunku podążamy?**

Perfekcyjny talerz i sezonowy produkt. Polska kuchnia w pięknym wydaniu i z rekonstrukcją dań nadal będzie wiodła prym w restauracjach.

Powróciliśmy już od kilku lat do polskich produktów i promujemy je m.in. przez konkursy kulinarne.

**Na co zwraca Pan uwagę, rekrutując nowych pracowników? Jakich zasad muszą przestrzegać?**

W dzisiejszych czasach dobry kucharz to skarb. W naszej okolicy nie jest tak łatwo o pracownika. Do najbliższego miasteczka mamy około 20 km, a do Białegostoku – 70 km.

Nie patrzmy na to, kto skończył jaką szkołę. Chodzi o to, żeby lubić kuchnię. Jeden z naszych pracowników

jest na przykład po informatyce, a drugi po ekonomii. Poza tym wielu kucharzy w naszym kraju nie skończyło szkoły gastronomicznej, a są wybitnymi zawodowcami.

W naszym zawodzie ważna jest atmosfera w pracy. Spędzamy tam więcej czasu niż z bliskimi. Dlatego często już podczas rekrutacji widzę, czy ktoś się przyjmie do zespołu, czy też nie. A konflikty i zgrzyty między pracownikami są najgorsze. Praca powinna być przyjemnością. Nie możemy mieć poczucia, że przychodzimy tu za karę.

Uważam, że w pracy bardzo ważny jest szacunek zarówno do szefa kuchni, jak i do pracowników – nawet najniższego szczebla. Szacunek nie oznacza jednak tolerowania braku dyscypliny w pracy lub niezwracania uwagi na popełniane błędy. Oznacza umiejętność zwracania uwagi w taki sposób, by nie naruszyć godności pracownika. Po prostu traktujemy innych tak, jak chcielibyśmy, by nas traktowano.

**Łatwo przychodzi Panu delegowanie zadań? Czy często stosuje Pan metodę: „Ja zrobię wszystko najlepiej”?**

Każdego dnia uczę się, żeby zaufać ludziom i powierzać im zadania. Wiele rzeczy robię





sam, a trzeba pozwolić im się nauczyć. Jestem taką trochę Zosią Samosią, która sama przygotowuje dania, nałoży na talerz i jeszcze wyda.

Najczęściej moje nowe dania powstają w samotności. Przychodzę trzy godziny wcześniej przed zespołem i myślę co stworzyć. Potem przedstawiam to danie pracownikom i je omawiamy. W ten sposób np. powstają dania spoza karty.

Natomiast po kilku dniach pracy w Białowieży, może to zabrzmie dziwnie, lubię przy muzyce gotować w domu. To mnie odpręża.

### Co w dzisiejszych czasach motywuje ludzi do pracy?

To ciężki temat. Kiedy zaczynałem karierę, to najważniejsza była dla mnie nauka. Podpatrywałem szefów kuchni, byłem głodny wiedzy. Za własne pieniądze jeździłem na szkolenia czy warsztaty, mimo że pensje były niewysokie.

W dzisiejszych czasach młodzi ludzie (oczywiście nie wszyscy, ale większość) patrzy jednak na zarobki. I to pieniądze są dla nich najważniejsze.

W ostatnich latach nasza restauracja przechodziła trudny okres – najpierw COVID-19, a potem sytuacja przygraniczna.

Jednak nikt z załogi nie został zwolniony.

Stabilizacja w dzisiejszych czasach jest bardzo ważna.

### Organizuje Pan również degustacyjne kolacje tematyczne. Były już smaki Francji, Hiszpanii. Kraj, którego kuchni inspiruje Pana najbardziej, to...

Do współtworzenia kolacji zapraszam swoich przyjaciół z całej Polski. Nasze kolacje składają się z ośmiu setów i wine pairingu. Bardzo ważny jest produkt. Niedawno zamawialiśmy z Francji gołębie. Praca z tak rzadko spotykanym produktem daje dużo satysfakcji.

Mieszkałem przez 3 lata w Hiszpanii. Moim turystycznym marzeniem jest Meksyk. Jednak kulinarnym Tajlandia, która słynie z bogatej i zróżnicowanej kuchni.

### We wrześniu 2024 r. otrzymał Pan Hermesa Kulinarnego „Poradnika Restauratora” w kategorii restauracja. Co dla Pana znaczy to wyróżnienie?

Nagroda Hermesa to najwyższe wyróżnienie w polskiej branży gastronomicznej.

Takie „top of the top”, jak to mówią szefowie kuchni.

Już sama nominacja była dla mnie zaszczytem.

Hermes to uznanie dla

całego zespołu za ciężką pracę. A dla mnie jako szefa kuchni ma ogromne znaczenie, ponieważ w kapitule zasiadają znani szefowie kuchni.

### Plany na najbliższy rok...

Marzy mi się staż w Hiszpanii, a także kulinarna przygoda w Tajlandii. Zaplanowałem też dużo ciekawych wydarzeń w restauracji Carska, ale nie mogę tego jeszcze zdradzić. Również z Ireneuszem Koniuszkiem i Mariuszem Gachewiczem mamy coś w zanadrzu. ✕



# OD 55 LAT LUBIANA SYMBOLEM JAKOŚCI I INNOWACJI



Fot. Arch. Zakłady Porcelany Lubiana

Rozmowa ze **Zbigniewem Andrzejewskim**, prezesem zarządu, dyrektorem generalnym Zakładów Porcelany Stołowej Lubiana SA w Łubianie

**Heidi Handkowska:** W 2024 r. marka Lubiana świętuje 55-lecie obecności na polskim rynku. Jak wypada bilans podsumowujący ten czas? Jakie były Wasze początki?

**Zbigniew Andrzejewski:** Pierwsze lata były okresem wyzwań i budowania fundamentów. Dzięki zaangażowaniu pracowników i dbałości o jakość już w latach 70. udało nam się zdobyć uznanie w Polsce i za granicą. Od skromnych początków w 1969 r. przeszliśmy długą drogę, aby stać się liderem w produkcji porcelany stołowej nie tylko w Polsce, lecz także na rynkach międzynarodowych.

Rok 2024 to dla nas zarówno moment podsumowań, jak i czas spojrzenia w przyszłość. Planujemy dalszy rozwój, wprowadzanie nowych kolekcji i kontynuację naszej

misji podnoszenia świadomości klientów na temat wysokiej jakości polskiej porcelany.

**Które działania w ciągu tych lat okazały się na tyle przełomowe, że bez nich Lubiana nie byłaby tak mocna, jak obecnie?**

Usprawnienia procesów produkcyjnych i wdrożenia nowoczesnych technologii, które zapewniły precyzję i trwałość produktów, ekspansja na rynki zagraniczne, oraz tworzenie kolekcji odpowiadających na zmieniające się potrzeby klientów. Kluczowa była też współpraca z branżą HoReCa – umocniła naszą pozycję lidera.

**Fabryka zaopatruje wielu kontrahentów z segmentu HoReCa – 60 % produkcji trafia do hoteli, restauracji, kawiarni czy firm cateringowych. W czym się specjalizujecie?**

W produkcji porcelany stołowej o wysokiej jakości, dedykowanej dla sektora HoReCa. Nasze produkty charakteryzują się trwałością, eleganckim wzornictwem i funkcjonalnością, co sprawia, że idealnie sprawdzają się w intensywnie użytkowanych miejscach, takich jak hotele, restauracje, kawiarnie i firmy cateringowe. Oferujemy szeroką gamę produktów, od talerzy, po filiżanki, dostosowanych do różnych stylów i potrzeb gastronomicznych. W roku 2023 do oferty naszej spółki trafiły produkty stoneware. To nowość, jeżeli spojrzymy na 55-letnią historię naszej fabryki. Stoneware daje nam możliwości stosowania szklivi reaktywnych, tak modnych obecnie na rynku. W ostatnich latach po obserwacji trendów oraz wsłuchaniu się w potrzeby szefów kuchni stworzyliśmy wyjątkowe kolekcje skierowane do mistrzów sztuki kulinarnej specjalizujących się w fine diningu. Ta gama produktów dopełnia nasze propozycje dla segmentu profesjonalnego klienta.

**Eksportujecie swoje produkty w aż 40 krajach na całym**





### świecie. Które realizacje zapisały się w historii firmy?

W historii Lubiany szczególnie zapisała się realizacja wyposażenia w naszą porcelanę samolotu Air Force Two wiceprezydenta USA Ala Gora. Ciekawym wyzwaniem wartym podkreślenia była też produkcja 60 000 sztuk wyrobów na koronację króla Niderlandów Wilhelma Aleksandra z wizerunkiem rodziny królewskiej. Nasza porcelana znajduje się na pokładach hiszpańskich linii lotniczych Iberia. Tradycyjnie już każdego roku dostarczamy kubki na słynny Oktoberfest w Monachium. Poza tym wiele renomowanych hoteli i sieci hotelowych w Europie i nie tylko pracuje na porcelanie z naszej fabryki. Realizujemy zamówienia, o których głośno mówić przy okazji tego wywiadu nie możemy ze względu na tajemnicę handlową, jednak proszę uwierzyć, że zamówienia lokują u nas bardzo znane marki.

Lubiana to nie tylko eksport – uwagę poświęcamy również dynamicznemu rozwojowi i budowaniu silnej pozycji marki na rodzimym rynku. Dzięki zaangażowaniu naszych zespołów sprzedażowo marketingowych porcelana ta jest na wyposażeniu hoteli sieci Gołębiewski, Accor, w wybranych hotelach sieci Focus Premium i wielu innych.

**Zakład został w dużej mierze zautomatyzowany,**

### jednak praca manualna stanowi znaczną część produkcji.

Tak, choć nasz zakład jest w dużej mierze zautomatyzowany, to ręczna praca wciąż odgrywa kluczową rolę w procesie produkcji. Porcelana Lubiana wyróżnia się unikalnymi zdobieniami, które są aplikowane ręcznie – zarówno poprzez nakładanie kalki, jak i malowanie. Dzięki temu każdy wyrób zyskuje niepowtarzalny charakter i wysoką jakość wykonania, co jest szczególnie cenione przez naszych klientów.

### Porcelana – aktualne trendy czy ponadczasowość? A co nowego w 2025 r.?

Nasza porcelana łączy w sobie zarówno ponadczasowość, jak i aktualne trendy. W 2025 r. w porcelanie będą dominować motywy inspirowane naturą i minimalizmem. Te kierunki odzwierciedlają rosnące potrzeby konsumentów, szukających produktów naturalnych, trwałych i wyróżniających się w codziennym użytkowaniu. Na pewno pojawią się nowe fasony i kolekcje, które będą wpisywać się w te trendy, oferując nowoczesne rozwiązania zgodne z oczekiwaniami współczesnych użytkowników.

**Jakie mają Państwo plany rozwoju na przyszłość?**

Nasze plany rozwoju na przyszłość koncentrują się na dalszym wzmocnieniu pozycji na rynku krajowym i międzynarodowym. Planujemy wprowadzenie nowych kolekcji, które będą odpowiadały na aktualne potrzeby rynku, a także rozszerzenie naszej oferty o produkty dedykowane dla sektora gastronomii. Naszym celem jest to, by każdego roku zaskakiwać nowościami i nowymi rozwiązaniami dla sektora HoReCa. Katalog „HoReCa dla Profesjonalistów”, który wydajemy wspólnie z naszymi partnerami handlowymi, to dziś wyczekiwana lektura i kompendium produktów do ozdoby stołu w jednym miejscu.

Polska Grupa Porcelanowa, obejmująca marki Ćmielów, Chodzież, Ćmielów Design Studio oraz Lubiana, konsekwentnie rozwija swoje struktury i doskonalili kompetencje, aby jeszcze efektywniej realizować swoje cele biznesowe. Wzmacniamy naszą obecność na rynkach i rozszerzamy gamę produktów dla prestiżowych klientów. Jednocześnie stawiamy na zrównoważony rozwój, wdrażając zasady ESG oraz na rozwój technologii, które umożliwią jeszcze lepszą jakość i efektywność produkcji. Naszym celem jest także kontynuowanie działań w zakresie edukacji i budowania świadomości o wysokiej jakości polskiej porcelany. ✕

**Więcej:**  
[www.poradnikrestauratora.com.pl](http://www.poradnikrestauratora.com.pl)

# Whisky to trunek, który nie wymaga skomplikowanej filozofii



Rozmowa z **Januszem Trendewiczem**, ambasadorem marek Stock na temat marki Clan Campbell

**Heidi Handkowska:** Clan Campbell jest jedną z najbardziej rozpoznawalnych i drugą najlepiej sprzedającą się marką szkockiej whisky na rynku francuskim, który jest największym europejskim rynkiem tego trunku. A od czerwca br. to pierwsza własna marka whisky w portfolio Stock Polska. Czy whisky staje się coraz bardziej popularna w Polsce?

**Janusz Trendewicz:** Whisky w Polsce dynamicznie się rozwija i zyskuje na popularności, stając się jedną z ważnych kategorii wśród alkoholi mocnych. Polska jako jeden z kluczowych importerów whisky zajmuje miejsce w pierwszej dziesiątce globalnych rynków. Dane z 2022 r. pokazują, że import szkockiej whisky wyniósł aż 35 mln litrów, co potwierdza rosnące zainteresowanie konsumentów tym trunkiem. Za kluczowy czynnik wzrostu można uznać demokratyzację rynku, która przejawia się w coraz szerszej dostępności

whisky w różnych segmentach cenowych – od ekonomicznych, po ekskluzywne. Konsumenty w Polsce stają się coraz bardziej świadomi i wymagający. Znacznie większą wagę przywiązują do jakości produktu, pochodzenia, a ponadto do sposobu jego produkcji. To trend charakterystyczny dla bardziej dojrzałych rynków, który potwierdza, że Polacy nie tylko piją więcej whisky, ale także piją ją „lepiej” – doceniają smak, tradycję i historię kryjącą się za butelką.

Istotną rolę w popularyzacji whisky odgrywa również edukacja. Degustacje, festiwale whisky, warsztaty i specjalistyczne publikacje pomagają konsumentom zrozumieć różnice między rodzajami whisky, takimi jak single malt, blended czy bourbon, oraz docenić złożoność ich smaków i aromatów. Dzięki temu rośnie zainteresowanie zarówno popularnymi markami, jak i bardziej niszowymi trunkami. Wzrost świadomości przekłada się na zainteresowanie

produktami oferującymi dobry stosunek jakości do ceny. Marka Clan Campbell, która zdobyła popularność we Francji jako whisky o świetnym smaku i przystępnej cenie, ma dużą szansę powtórzyć ten sukces na polskim rynku. Polacy, poszukując whisky, która spełni ich oczekiwania pod względem walorów smakowych, a jednocześnie ekonomicznych, mogą zwrócić się właśnie ku tej marce.

**Produkcja whisky to proces powolny, gdzie każdy krok ma znaczenie. Nawet rodzaj beczki, w której trunek dojrzewa, wpływa na jego ostateczny smak. Proszę o tym opowiedzieć.**

Beczka jest kluczowym elementem procesu produkcji whisky i jednym z najważniejszych czynników wpływających na jej ostateczny smak i aromat. Mówi się, że to właśnie beczka odpowiada za około 60-80 % walorów smakowych whisky. W Clan Campbell szczególną rolę odgrywają beczki z białego dębu amerykańskiego, w których wcześniej leżakował bourbon. W whisky wykorzystanie tych beczek pozwala na uzyskanie bogatego, wielowarstwowego profilu smakowego. Charakterystyczne nuty waniliowo-karmelowe są uzupełniane bardziej złożonymi akcentami: wiśniowo-śmietankowymi, przyprawowymi, a czasem lekko garbnikowymi. W tym przypadku decyzja o użyciu beczek po bourbonie wynika z chęci połączenia klasycznej elegancji z pełną, ale zrównoważoną paletą smaków, która podkreśla wyjątkowość tego trunku. Leżakowanie w takich beczkach nie tylko wzbogaca smak i aromat, ale także wpływa na barwę whisky, nadając jej ciepły, złocisty odcień. Wielowymiarowość beczek z białego dębu sprawia, że są one niezastąpione w procesie dojrzewania, a ich potencjał jest w pełni wykorzystywany w produkcji, tworząc whisky o wyjątkowym charakterze.

**Z jednej strony whisky jest bazą znanych koktajli, a z drugiej inspiracją dla młodego pokolenia, które chce łączyć ją na własnych zasadach. Modne stały się połączenia z tonikiem czy imbirowymi napojami. Jakie trendy przewiduje Pan na przełomie 2024/2025 r.?**

Trendy na 2025 rok pokazują, że whisky pozostanie symbolem tradycji, ale także otwartości na zmiany. Minimalizm to podejście, które łączy elegancję z nowoczesnością, pozwalając konsumentom czerpać



przyjemność z prostych, lecz dopracowanych koktajli. W świecie koktajli coraz wyraźniej zaznaczać się będzie trend minimalizmu, który zmieni sposób, w jaki konsumenci podchodzą do whisky jako składnika drinków. Minimalizm nie oznacza jednak rezygnacji z jakości czy kreatywności, a raczej skupienie na maksymalnym wykorzystaniu potencjału składników. Koktajle stają się krótsze pod względem listy składników, ale bogatsze w smak i precyzję wykonania. Budowanie receptur opartych na dwóch lub trzech elementach pozwala wydobyć pełnię smaku whisky i harmonijnie połączyć ją z dodatkami, takimi jak tonik, napój imbirowy czy świeże cytrusy. Ten nurt jest także odpowiedzią na rosnącą świadomość konsumentów – zarówno pod względem umiaru w spożyciu alkoholu, jak i wpływu na środowisko. W centrum uwagi znajdują się lokalne składniki: świeże owoce, zioła czy polskie miody. Popularność zyskują też sezonowe połączenia, jak whisky z miodem czy jabłkowym sokiem rzemieślniczym, które w prostocie będą oddawać esencję regionu i pory roku. W minimalistyczny trend wpisują się również tzw. mikrokoktajle, czyli drinki w mniejszych porcjach, które podkreślają kulturę świadomej konsumpcji i stawiają na degustacyjne podejście. Minimalizm w koktajlach daje ponadto przestrzeń do eksplorowania złożonych tekstur i aromatów przy użyciu prostych technik. Whisky, dzięki swoim różnorodnym profilom smakowym, może być zestawiana z subtelnymi dodatkami, jak aromatyzowane bittersy czy wody gazowane o charakterystycznych nutach. W takich kompozycjach nawet klasyczne połączenia, jak whisky highball, zyskują nowe życie – wzbogacone o lokalne akcenty lub rzemieślnicze dodatki.

**Można powiedzieć, że whisky ta to opowieść o jednym z najstarszych szkockich klanów, który od wieków kultywuje tradycję i przyczynia się do rozwoju kultury picia szkockiej whisky na całym świecie. Nie da się ukryć, że picie whisky to swego rodzaju sztuka. Ma Pan swoją filozofię picia whisky?**

Whisky to trunek, który nie wymaga skomplikowanej filozofii, lecz zachęca do prostego czerpania przyjemności z każdej chwili, kiedy się po niego sięga. To napój, który ma sprawiać radość, nie przykrość, dlatego kluczowe jest, aby degustować go świadomie i odpowiedzialnie. Właśnie ta uważność pozwala w pełni docenić bogactwo smaków, aromatów i historii zamkniętej w każdej butelce. Sam Ian Torquhill Campbell, 13 książę Argyll globalny ambasador marki, podkreśla, że prawdziwa magia whisky ujawnia się w towarzystwie. Według niego picie whisky w samotności to jak oglądanie filmu bez dźwięku – można coś zrozumieć, ale trudno w pełni się zachwycić. Dzieląc się tym trunkiem z innymi, nie tylko celebруем jego smak, ale także tworzymy wspomnienia i budujemy więzi. W końcu whisky, jak wiele szkockich tradycji, jest symbolem wspólnoty i okazją do łączenia ludzi.

Degustacja whisky w towarzystwie pozwala na wymianę wrażeń i odkrywanie nowych niuansów smakowych, które w pojedynkę mogą umknąć. To również moment, by opowiedzieć historię danego trunku, taką jak tę niesioną przez Clan Campbell – opowieść o jednym z najstarszych szkockich klanów, który przez wieki kultywował tradycję i wnosił wkład w rozwój kultury whisky na całym świecie. Podsumowując, picie whisky to nie tylko sztuka degustacji, lecz także sposób na tworzenie relacji i chwile, które zostają w pamięci. To właśnie w towarzystwie, z uśmiechem i w odpowiednich proporcjach, whisky naprawdę nabiera swojej mocy. ✕

## INTERFERIE I INTERFERIE MEDICAL SPA – ZMIANY W ZARZĄDZIE

Od 4 grudnia br. funkcję prezesa zarządu spółek Interferie i Interferie Medical SPA obejmie Tomasz Pieniążek. Jego kariera zawodowa to wiele lat pracy na najwyższych stanowiskach kierowniczych w renomowanych polskich firmach, takich jak Laboratorium Kosmetyczne Dr Ireny Eris oraz Hotele SPA Dr Irena Eris. Jest współzałożycielem i partnerem w grupie konsultingowej specjalizującej się w doradztwie dla branży HoReCa, w szczególności dla inwestycji i hoteli resortowych. Od 7 lat pełni też funkcję członka zarządu Izby Gospodarczej Hotelarstwa Polskiego.

## WYNDHAM WROCLAW OLD TOWN PO RENOWACJI

Hotel Wyndham Wrocław Old Town, zlokalizowany w historycznym centrum Wrocławia, przyjmuje gości po trwającej rok renowacji i rozbudowie. Obiekt położony w bezpośrednim sąsiedztwie wrocławskiego Rynku oferuje obecnie 357 pokoi, co czyni go największym hotelem we Wrocławiu. Hotel łączy luksus i wygodę z charakterem butikowego obiektu w samym sercu miasta.

## PIERWSZY MERCURE W BUŁGARI

Mercure, marka grupy Accor, otworzyła pierwszy hotel w Bułgarii. Nowy obiekt mieści się w jednej z najbardziej prestiżowych dzielnic Sofii, Manastirski Livadi. Otwarcie pierwszego hotelu Mercure w Bułgarii wnosi nową jakość do oferty turystycznej Sofii. – Łączymy światowej jakości usługi hotelowe z bogatą tradycją i kulturą naszego miasta. Jesteśmy przekonani, że hotel przyciągnie gości nie tylko z kraju, lecz także z zagranicy, którzy szukają autentycznych lokalnych doświadczeń – podkreśla Evgeniy Krivenok, General Manager Mercure Sofia City.

## NOWY HOTEL W BRENNEJ

W Brennej powstanie nowy hotel zlokalizowany u podnóża wzniesienia Stary Groń. Obiekt będzie składał się z dwóch brył w kształcie litery V – pierwszej ze 180 miejscami noclegowymi i strefą konferencyjno-rozrywkową. Na dachu zaplanowano zielony taras, na który goście będą mogli wjechać na nartach wprost spod wyciągu. Architektura budynku nawiązuje do lokalnej tradycji poprzez wykorzystanie drewnianych detali oraz piaskowca z miejscowego kamieniołomu.

# Veganuary

moda, która przeradza się w styl życia

*Wegański początek roku? Czemu nie! Dziś przejście na kuchnię roślinną jest łatwiejsze niż kiedykolwiek. Dostęp do produktów, przepisów, lokali serwujących dania wegańskie – wszystko jest w zasięgu ręki, a efekty diety wegańskiej są nie do przecenienia!*

## NOWOROCZNE POSTANOWIENIA ZMIENIAJĄ RESTAURACJE

Z przyjemnością obserwujemy poczynania restauracji w kwestii proponowania wegańskich potraw. Menu z daniami kuchni roślinnej niczym nie ustępuje temu z pozycjami zawierającymi składniki pochodzenia zwierzęcego. Szczególnie po Nowym Roku warto skupić uwagę na propozycjach wegańskich, gdyż aż 76 % Polaków robi noworoczne postanowienia. Na pierwszym miejscu pojawia się postanowienie o chęci schudnięcia: 33 %, natomiast 28 % chce zdrowiej się odżywiać, a 5 % zrezygnować

z jedzenia mięsa. Obecnie 43 % Polaków nie je w ogóle lub stara się ograniczać jedzenie mięsa i produktów odzwierzęcych (Raport IQS, Fleksitarianie nadchodzą), a 2/3 Polek i Polaków sięga po dania w 100 % roślinne regularnie, co najmniej raz w miesiącu (Pyszne.pl, Polacy o kuchni wegańskiej 2022). Wydaje się, że okres noworoczny to kluczowy moment w roku, który warto wykorzystać na przyciągnięcie nowych klientów i klientek.

Veganuary 2023 to edycja, która zgromadziła uczestników z ponad 228 krajów. Na rynku pojawiło się 2100 nowych produktów wegańskich i pozycji menu, a 98 %

uczestników poleciłoby Veganuary znajomemu. Z badań YouGov przeprowadzonych w krajach objętych główną kampanią Veganuary oraz szacunków, w styczniu na całym świecie aż 25 mln osób zrezygnowało z produktów pochodzenia zwierzęcego – to rekordowa ilość.

**Marek Burkacki**, ekspert kulinarny, szef kuchni w Instytucie Kulinarnym Transgourmet wskazuje, że kuchnia roślinna najprężniej rozwijała się w ostatnich latach, obecnie możemy zaobserwować pewną stabilizację. – Jednak oczekiwania klientów są znacznie wyższe niż kiedyś. Nie wystarczy już umieszczenie w menu sałatki z tofu czy falafeli. Dania roślinne muszą być aromatyczne, dobrze zbilansowane i przede wszystkim ciekawe. Klienci szukają doświadczeń kulinarnych, które zaskoczą ich smakiem i kompozycją, ale będą też odżywcze – mówi.

**Małgorzata Figarska**, szefowa gastronomii w hotelu Manor House

SPA tak podsumowuje rozwój preferencji kulinarnych na polskim rynku: – 10 lat temu nasza karta wegańska, a nie tylko pojedyncze dania, jak u innych, było prawdziwą nowością. Dziś menu wegańskie jest czymś normalnym, bo coraz więcej osób przechodzi na dietę roślinną lub bezmięsną i rynek odpowiada na tę potrzebę – mówi.

Na świecie wegetarian jest już blisko 420 mln, co stanowi ok. 7 % populacji. Raport z badań opinii publicznej „Postawy Polaków wobec produktów roślinnych” mówi, że 68,9 % Polaków wybiera bezmięsne dania co najmniej czasami, jedząc poza domem.

## MENU NIE TYLKO DLA ROŚLINOŻERCÓW

Aby oferta dań wegańskich trafiła do jak najszerzego grona klientów, a przynajmniej nie ograniczała się jedynie do wegan, warto zrezygnować z projektowania osobnej karty z kuchnią wegańską.



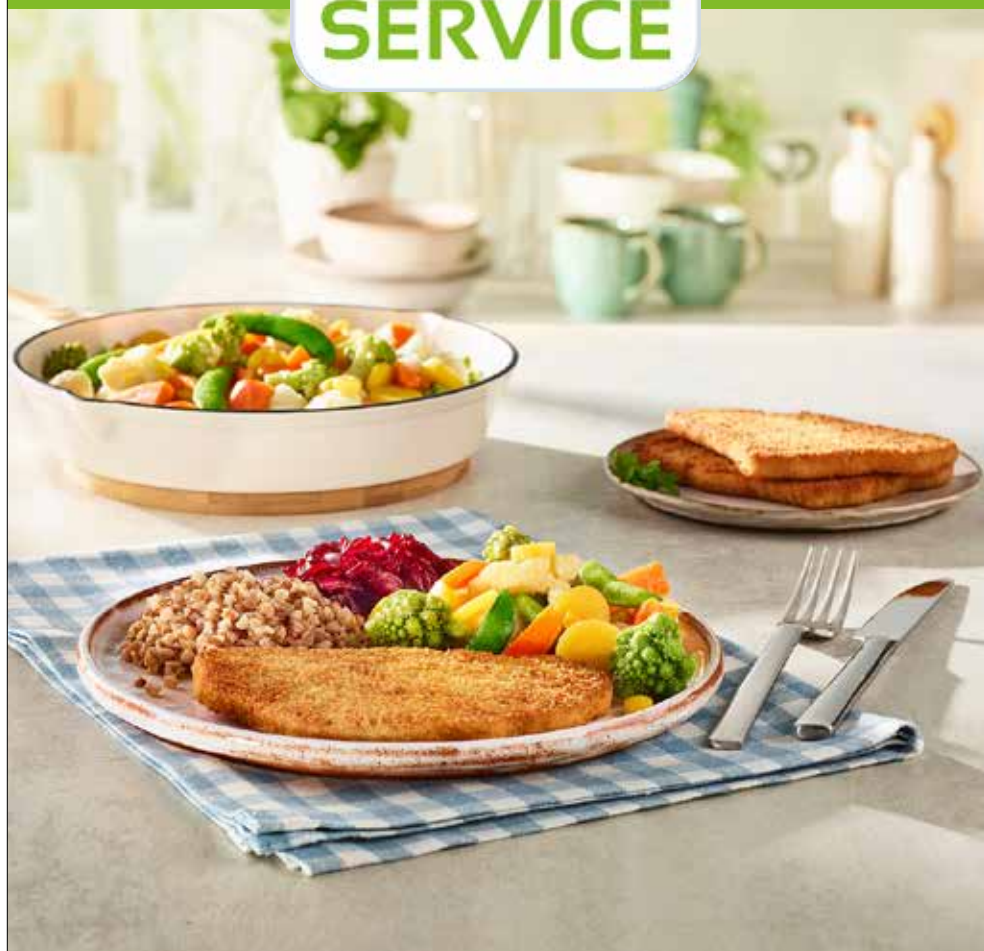
Wtedy również klienci niestroniący od mięsa, jednak ciekawi nowych smaków, otwarci na doświadczenia kulinarne, będą skłonni rozważyć zamówienie dania niezawierającego produktów odzwierzęcych. Dania te można wyróżnić za pomocą ikon – w postaci popularnego listka lub poprzez użycie innej czcionki. Nie rekomenduje się ponadto drukowania wkładki ze spisem dań, gdyż wówczas jest to odbierane jako coś dodatkowego, ale drugoplanowego. Zachodzi wtedy ryzyko, że ofertą nie zainteresują się np. fleksitarianie.

– Żeby wyróżnić się na rynku, warto podejść do kuchni roślinnej jak do pełnoprawnej części oferty, a nie jedynie alternatywy dla mięsnych pozycji. Dania roślinne muszą być pełnowartościowym posiłkiem. Takie podejście pozwoli przyciągnąć szerokie grono gości, którzy docenią kreatywność i jakość, niezależnie od preferencji dietetycznych – potwierdza **Marek Burkacki**.

Oprócz oznaczeń ważną kwestią okazuje się nazewnictwo potraw. W badaniach wykonanych dla RoślinnieJemy przez Panel Ariadna w 2020 r. 68 % osób wskazało, że oznaczenie „produkt 100 % roślinny” bardziej skłania ich do zakupu, natomiast jedynie 10 % ankietowanych uznało określenie „100 % wegański” jako zachęcające do zakupu. 22 % nie miało na ten temat zdania. Istotną informacją wynikającą z tych badań jest fakt, iż produkty oznaczone jako roślinne są postrzegane jako zdrowe dwukrotnie częściej (52 %) niż produkty wegańskie (24 %).

Dla gości odwiedzających restauracje styczeń może okazać się dobrym wstępem i gruntem pod wzięcie udziału w Veganuary lub próbę porzucenia mięsa na dobre. Szefowie kuchni serwujący wegańskie dania stają się wówczas swoistymi ambasadorami bezmięsnej kuchni i mogą wpłynąć poprzez swoje dania na decyzje konsumentów. Z perspektywy gości z kolei

**FROSTA**  
FOOD SERVICE



**Smaczne i proste**  
rozwiązania dla Twojej gastronomii

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

REKLAMA

skosztowanie nowego dania, które wyszło spod rąk profesjonalisty, może być bardziej przekonujące do dalszych działań, niż samodzielne próby podejmowane w domu.

## JAK SPRZEDAWAĆ WIĘCEJ ROŚLINNYCH DAŃ?

Przygotowanie i komunikowanie menu to jedno. Należy również pochylić się nad dopieszczeniem receptur dań tak, by smak i konsystencja zachwycały podniebienia. Wszak to dwie kluczowe cechy potrawy, które mogą skłonić gości do zmiany swych preferencji żywieniowych. Wśród sceptyków pojawia się bowiem często opinia, że dania roślinne są w smaku nijakie czy pozbawione chrupkości. Warto eksperymentować i wypróbować, która technika kulinarna będzie najbardziej odpowiednia: pieczenie, smażenie czy też może gotowanie na parze. Na wyrazisty smak wpłynie stosowanie do potraw następujących składników: sól i pieprz, zioła, czosnek, sos sojowy, sok z cytryny, oleje, octy, marynaty i dressingi. Nie można pominąć również jakości samych składników – powinny pochodzić od sprawdzonych dostawców, najlepiej

stosować akurat to, co sezonowo jest dostępne i świeże. Kuchnia wegańska okazuje się pod tym względem bardzo prosta i intuicyjna.

„Lubimy te piosenki, które już znamy” – ze smakami jest podobnie. Warto zatem wykorzystać tę zasadę także w kuchni i stworzyć alternatywę dla popularnych i tradycyjnych dań mięsnych. Ich sympatycy są bardzo przywiązani do smaku. Producenci oferują już coraz więcej i lepszej jakości zamienników mięsa, które użyte do dań mogą wprawić gości w zaskoczenie i zachwyty.

Kolejną wskazówką pomagającą we właściwym zarządzaniu menu roślinnym jest język. Niektóre słowa stosowane w opisywaniu dań bezmięsnych działają na konsumentów bardziej, inne są zniechęcające. Opis potrawy z podkreśleniem jej smaku, bogactwa doznań, ma największą szansę na pozytywną decyzję o zamówieniu. Obietnica atrakcyjnego i kuszącego wyglądu oraz wybitnego smaku pozycji roślinnej w menu to z pewnością haczyk, który może połączyć niejedną niezdecydowaną – pozwala pobudzić wyobraźnię, a poza tym spowodować fizjologiczne

reakcje w organizmie. Wizja doskonałego doświadczenia kulinarnego może skutkować wydzielaniem śliny oraz podwyższeniem poziomu greliny – hormonu związanego z uczuciem głodu. Warto natomiast unikać epitetów typu „fit”, „lekkie”, „niskokaloryczne”, „zdrowe” – te nie odnoszą pożądanego skutku w nakłonieniu do zamówienia opisywanych przez nie dań. Także słowa mówiące o braku mięsa w potrawie, na przykład „wegetariański”, „wegański”, „beźmięsny”, nie powodują wzrostu zainteresowania wśród konsumentów. Aby powstały nazwy i opisy potraw, które wzbudzą w gościach nieodpartą chęć skosztowania dania, najlepiej posłuchać kucharzy przygotowujących te dania. W ten sposób będzie łatwiej o uwagę nie tylko wegan, ale także fleksitarian oraz tych, którzy na co dzień nie rezygnują z mięsa. Ci drudzy często postrzegają dania wegetariańskie czy wegańskie jako niekompletne, czy niezadowolające oraz nie dla nich przeznaczone.

Nie można pomijać w całej strategii wprowadzania i rozwijania menu z daniami kuchni roślinnej kompetencji osób, które mają w lokalu

gastronomicznym styczność z gośćmi. Dlatego pracownicy powinni posiadać wiedzę na temat serwowanych dań oraz być wyczulonymi właśnie na dobór określeń na tę kuchnię. Kelnerzy czy obsługa przy barze powinni mieć możliwość wzięcia udziału w sesji degustacyjnej dań roślinnych. Wtedy kluczowe cechy dań mają szansę zadziałać najpierw na nich samych, a następnie na klienta: doskonały smak, wysoka jakość użytych składników czy nietuzinkowe techniki gotowania – to tylko niektóre określenia mogące zachęcić do skosztowania roślinnej potrawy.

– My dodatkowo potwierdzamy jakość wegańskich dań znakiem V sygnowanym przez Fundację Viva! Kuchnię wegańską promują jej zalety: jest smaczna, lekka i kolorowa, daje więcej energii po posiłkach i lepsze samopoczucie na co dzień niż dieta mięsna. Ponadto wspiera planetę i zapewnia nieskończone możliwości kreacji, dzięki czemu możemy poznawać nowe smaki, łączyć różne kolory, słodkie ze słonym, miksować, dekorować. Znalezienie roślinnej alternatywy dla dań mięsnych jest proste – burger, pasztet, słodka beza, ulubiony koktajl







Fot. Arch. Manor House SPA

mleczny... Dania wegańskie dają wiele przyjemności dla oka i kubków smakowych, a my inspirowujemy naszych gości kolejnymi propozycjami wege – podkreśla **Małgorzata Figarska**.

### ZAWSZE MOŻNA COŚ UDOSKONALIĆ

Jak wynika z danych publikowanych na [veganuary.com](http://veganuary.com), wśród prawie dwóch trzecich uczestników Veganuary 2024 smak był najczęściej wymienianym czynnikiem motywującym wybór dania kuchni roślinnej, a zaraz za nim: cena i walory zdrowotne. A jakie są ich oczekiwania na najbliższe lata? Smak to najważniejsza kwestia – dania w opcji roślinnej mają smakować tak samo, o ile nie lepiej niż alternatywy mięsne. Chodzi o to, by docenili je również najbardziej zagorzali mięsożercy. Po drugie: dostępność – chodzi w tym przede wszystkim o to, by informacje o daniach roślinnych nie znajdowały się w sekcji „bez” lub jako oddzielne menu w restauracji. Jako trzecia ważna kwestia wymieniana jest cena: promocje i obniżki warto stosować, by przyciągnąć klientów i skłonić ich do degustacji dopracowanych wegańskich potraw. Jak twierdzą uczestnicy

tegorocznego wyzwania, wybór opcji bardziej przyjaznej klimatowi nie powinien być obciążony dodatkowym podatkiem i postulują zrównanie cen z opcjami odzwierzęcymi oferowanych dań.

### WARTO WIEDZIEĆ

Z komentarza ARC Rynek i Opinii\* wynika, że wśród ulubionych dań kuchni roślinnej goście wymieniają te kojarzone z wakacjami: makaron, sałatki, pizza, polskie pierogi i włoskie gnocchi. Dzięki daniom takim jak wrapy i tortille, risotto czy burgery można zachęcić gości, którzy poszukują innowacyjnych opcji kulinarnych. Z kolei ulubionymi składnikami kuchni roślinnej okazują się znane składniki takie jak grillowane i gotowane warzywa, ryż, owoce, kasze. Zasadnym zatem wydaje się skupienie szefów kuchni na komponowaniu menu właśnie z tych substratów, ale podanie ich w taki sposób, którego goście w domu sobie nie przyrządzają. Warto jednak pamiętać o zbilansowaniu posiłków, w czym swój udział mają roślinne źródła białka oraz zamienniki mięsa i nabiału.

Blisko połowa gości restauracji (43 %) zawsze, często lub czasami zamawia dania bezmięsne, co stanowi istotną

informację dla restauratorów, planujących rozszerzenie swojego menu. Pomimo że tylko 5 % osób jadających w restauracjach zawsze wybiera dania wegetariańskie, a 13 % robi to często, to te grupy reprezentują stałych gości, którzy mogą być lojalni wobec restauracji oferujących atrakcyjne opcje wegetariańskie czy wegańskie. Potencjał roślinnego menu w gastronomii jest wysoki, a jego wprowadzenie może przynieść korzyści zarówno w postaci zwiększonej liczby klientów, jak i pozytywnego wizerunku lokalu przyjaznego środowisku i wegetarianom/weganom.

### WEGANIZM – WYBÓR NA DOBRE

Co decyduje o tym, że Polki i Polacy wybierają dania roślinne? 70 % oznajmia, że jest to pozytywny wpływ na zdrowie ([Pyszne.pl](http://Pyszne.pl)). Na drugim miejscu wymieniana jest troska o klimat – negatywny wpływ chce ograniczyć 21 % osób (Synergy, Plant – based consumer insights). W dalszej kolejności dobrostan zwierząt i nietolerancje pokarmowe. Wydaje się, że od tej zmiany nie ma już odwrotu. Dieta roślinna bowiem wpływa

nie tylko na człowieka, ale na to, co wokół, na środowisko, w którym żyjemy. Świadomość zmian, jakie zachodzą i muszą jeszcze zajść, jest coraz większa i wpływa na decyzje zarówno tych, którzy jedzą, jak i tych, którzy to jedzenie przygotowują. Obecnie w branży spożywczej jako czołowy trend wymienia się fleksitarianizm, czyli świadome ograniczanie produktów odzwierzęcych w diecie. 25 % globalnej emisji gazów cieplarnianych pochodzi z systemu żywnościowego. 80 % z nich związanych jest z produkcją zwierzęcą. Według naukowców dieta planetarna, czyli skoncentrowana na żywności pochodzenia roślinnego, mogłaby uratować 11 mln ludzi rocznie przed śmiercią z powodu niezdrowego odżywiania oraz ochroniłaby świat przyrody. Dlatego zmiana zarówno na poziomie działań indywidualnych, jak i tych podejmowanych przez społeczność kucharzy, wydaje się nieodzowna. Veganuary to zatem doskonały pretekst, by podkreślić obecność menu z roślinnymi propozycjami. ✕

Marta Rybko

\*Raport Instytutu ARC Rynek i Opinia oraz platformy Made For Restaurant (28.08–03.09.2024 r.).

# Jakość, niezawodność i trwałość produktów jako podstawy sukcesu

*Prestiżowe realizacje, dwuzestolecie działalności na rynku francuskim, nowości w ofercie produktowej oraz liczne nagrody branżowe – tak w skrócie można opisać mijający 32. rok działalności firmy Dora Metal.*

Firma Dora Metal od ponad 30 lat konsekwentnie stawia na jakość, niezawodność i trwałość produktów. Spełniają one najwyższe standardy funkcjonalności, higieny i estetyki, dzięki czemu stanowią elementy wyposażenia kuchni w obiektach najwyższej klasy zarówno w Polsce, jak i za granicą. Niezmiennie ufają nam obiekty sieci Hilton, Marriott, Radisson. Wśród obiektów wyposażonych w nasze produkty są również inne, dbające o higieniczne i niezawodne funkcjonowanie kuchni – to wysokiej klasy obiekty wypoczynkowe, stołówki pracownicze znanych firm, sieci gastronomiczne i sklepowe, kuchnie wojskowe i inne.

Dora Metal to jeden z najdłużej działających polskich producentów wyposażenia dużych kuchni. O ile nie dziwią nikogo meble nierdzewne produkcji Dora Metal używane przez ponad 30 lat, to firma z dumą odkrywa miejsca

wyposażone w urządzenia chłodnicze czy systemy wydawcze pracujące niezmiennie ponad 20, czy nawet 25 lat. Niewątpliwie to również powód powrotu inwestorów do produktów marki Dora Metal.

Podsumowując mijający rok na rynku polskim, trudno byłoby mówić o sukcesie bez udziału partnerów biznesowych. Szczególne podziękowania za współpracę pod względem sprzedażowym w mijającym roku kierujemy do: Lorien Group, Suma, PanaGastro, Activus, Unigastro, Gastro – Economy, M&M Gastro Group, Technica Group, Gastro Polberg, Agiw.

## RYNKI ZAGRANICZNE

Zaledwie kilka lat po rozpoczęciu działalności na rynku polskim produkty Dora Metal zyskały uznanie klientów zagranicznych. Dzisiaj eksport stanowi ponad połowę

przychodów firmy, a wśród kierunków eksportu oprócz krajów europejskich są również odległe Malediwy czy RPA. Eksport do niektórych krajów jest oparty na silnie zakorzenionych związkach z rynkiem, przynależności do lokalnych stowarzyszeń, ale przede wszystkim na jakości produktów. Wyjątkowym rynkiem zagranicznym Dora Metal jest rynek francuski, na którym firma funkcjonuje od 20 lat, dostarczając produkty pod różnymi markami. Od 10 lat natomiast rynek ten jest obsługiwany przez własną firmę Dora Metal France, działającą na prawie i terytorium francuskim. Jubileusz ten zbiegnie się z obecnością firmy na targach SIRHA w Lyonie w 2025 roku. Francja stała się jednym z kluczowych rynków eksportowych firmy, a jej działalność w tym kraju, udział w wyposażeniu najważniejszych obiektów jak np. Stadion Narodowy (Stade de France) to dowód na to, że polska jakość i innowacyjność są często cenione w Europie.

## AKTYWNOŚĆ W WYDARZENIACH BRANŻOWYCH

W mijającym roku Dora Metal z sukcesem uczestniczyła w wielu wydarzeniach branżowych. Tradycyjnie rok rozpoczął się od udziału w 32. finale WOŚP, gdzie firma wyposażała kuchnię Mistrzów we współpracy z Klubem Szefów Kuchni. Kolejne miesiące to obecność na targach, takich jak EuroGastro, Arte Culinaria Italiana, Gastro Hotel, a także udział w konkursach – Wielkopolski Kucharz Roku, Kulinarny Rajd Mistrzów oraz RetailShow. Szczególną uwagę przyciągnęły Targi Polagra, podczas których Dora Metal wraz z firmą Kromet zaprezentowała nowy koncept gastronomiczny dla sklepów.







## DZIAŁALNOŚĆ CHARYTATYWNA

Dora Metal od lat aktywnie realizuje działania w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu, wspierając rozwój lokalnej społeczności. Firma angażuje się w organizację i wsparcie charytatywnych wydarzeń, współpracując ze szkołami, fundacjami, klubami sportowymi oraz wspierając inicjatywy kulturalne w regionie. Troska o rozwój społeczny i kulturalny to integralna część wartości, które firma realizuje w codziennej działalności.

## NOWOŚCI W OFERCIE

Dora Metal konsekwentnie dąży do doskonalenia swojej oferty, odpowiadając na potrzeby dynamicznie zmieniającego się rynku gastronomicznego. Dowodem na to jest nowa odsłona schładzarko-zamrażarki z funkcją podgrzewania. Nowa generacja urządzenia pozwala na szybkie schładzanie, zamrażanie, a teraz również podgrzewanie produktów do właściwej temperatury bez utraty ich jakości. Wszystko to w jednym kompaktowym produkcie. Uzupełnieniem rozwiązania jest nowy, dotykowy, intuicyjny panel sterowania.

Nieustannie wprowadzane są modernizacje i rozwiązania do ciągów wydawczych, barów i bufetów. Tu, spełniając oczekiwania klientów, proponujemy najbardziej nowoczesne i innowacyjne rozwiązania.

Doskonale rozwijającą się ofertą jest również oferta okapów wyciągowych. Bardzo wydajne systemy oczyszczania powietrza, optymalizacja zużycia energii oraz odzysku ciepła spowodowały wzrost zastosowania naszych okapów w najważniejszych obiektach gastronomicznych.

Firma stale modernizuje swoje wyroby. Rozwiązaniem, które sprawdza się w naszych szafach chłodniczych i mroźniczych, jest monitoring Wi-Fi. Umożliwia on rejestrację temperatury, a w przypadku zaniku prądu, spadku lub wzrostu temperatury wysyła powiadomienie na telefon czy mail – tym samym pozwala podjąć niezbędne kroki, aby zabezpieczyć towar, a co za tym idzie zaoszczędzić spore pieniądze.

## PRESTIŻOWE NAGRODY I WYRÓŻNIENIA

W 2024 r. Dora Metal została uhonorowana licznymi nagrodami: Odznaką Honorową

„Za zasługi dla gospodarki RP”, tytułem Ambasadora Polskiej Gospodarki w kategorii Eksporter, Medalem Europejskim za linię Fryderyk.

## PLANY NA PRZYSZŁOŚĆ

– Rok 2024 był dla Dora Metal okresem dynamicznego rozwoju, który zaowocował wieloma sukcesami. Dzięki zaangażowaniu naszego zespołu i wsparciu partnerów biznesowych stale wprowadzamy innowacje odpowiadające na potrzeby rynku – mówi **Jan Polcyn**, prezes zarządu Dora Metal. – Serdecznie dziękujemy naszym klientom za zaufanie, które motywuje nas do dalszego doskonalenia naszych produktów.

Firma planuje kontynuować rozwój zarówno w Polsce, jak i na rynkach zagranicznych, wyznaczając standardy w branży gastronomicznej i promując zrównoważony rozwój. Dora Metal udowadnia, że polska jakość może skutecznie konkurować na globalnym rynku, a innowacyjne podejście firmy będzie kluczowe w nadchodzących latach. ✕



Główny Urząd Statystyczny podsumowuje sezon letni 2024

# W tym roku więcej turystów w nadmorskich hotelach

*W nadmorskich turystycznych obiektach noclegowych, takich jak hotele i pensjonaty, liczba turystów wzrosła w lipcu i sierpniu o 13,2 % rok do roku – przekazał Główny Urząd Statystyczny (GUS). Liczba udzielonych noclegów wzrosła natomiast o ponad 7 % rok do roku.*

Z danych GUS wynika, że w nadmorskich turystycznych obiektach noclegowych, które mają 10 lub więcej miejsc noclegowych przebywało 2 mln turystów. Skorzystali oni z 8,7 mln noclegów.

W samym lipcu w tych obiektach przebywało 969,1 tys. turystów, a w sierpniu 1 mln 33,8 tys., (22 % ogółu turystów w kraju). Rok do roku liczba turystów w obu tych miesiącach wzrosła o 234,3 tys., czyli o 13,2 %. W lipcu była wyższa o 6,6 %, a w sierpniu o 20,3 %. Najwięcej, bo ponad jedna trzecia odwiedzających (693,5 tys.) przebywała w hotelach. Duża liczba turystów wybrała także pobyt w ośrodkach wczasowych – 422,1 tys. (21,1 %) oraz w innych obiektach hotelowych – 206,1 tys. (10,3 %).

Nad morzem wypoczywało 1,6 mln (81,7 %) turystów krajowych i 0,4 mln (18,3 %) zagranicznych. Oznacza to wzrost rdr. obu grup o odpowiednio 12,6 % i 16,1 %. Zagraniczni

turyści pochodzili głównie z Niemiec i było ich 184 tys. (spadek o 16,6 tys. rdr.). Ich udział w ogólnej liczbie turystów wyniósł 50,3 %, co oznacza spadek o 3,1 pp. rdr. Udział gości z pozostałych krajów nie przekraczał 8 %. Były to kolejno: Czechy (29,2 tys., 8 %), Szwecja (22,6 tys., 6,2 %) i Norwegia (17,1 tys., 4,7 %).

Przekazano, że na koniec lipca br. działało w tym regionie ponad 2,3 tys. obiektów, z czego 58 nowych. GUS dodał, że dwie trzecie z nich to obiekty o charakterze sezonowym. Nad morzem przeważają pokoje gościnne/kwatery, których na koniec lipca było 863 (36,8 % ogółu obiektów na tym obszarze). Kolejno liczne były: ośrodki wczasowe – 431

(18,4 %), zespoły domków turystycznych – 252 (10,8 %). Hotele stanowiły 10,5 % ogółu.

GUS poinformował, że na koniec lipca nadmorskie obiekty noclegowe dysponowały 228,6 tys. miejsc, co stanowiło 27,2 % wszystkich miejsc noclegowych w kraju. Było to o 10,9 tys. (+5 %) więcej rdr. Urząd wyliczył, że wzrosła liczba miejsc m.in. w pokojach gościnnych (3,6 tys.) i na kempingach (2,1 tys.). Największą liczbę miejsc noclegowych miały ośrodki wczasowe (69,9 tys.), tj. 30,6 % ogółu. W hotelach było 42 tys. (18,4 %) miejsc, a w pokojach gościnnych – 25,8 tys. (11,3 %). Obiekty w tym regionie były przeciętnie większe niż w reszcie kraju, o 17 miejsc (98 nad morzem w porównaniu do 81 w kraju).

Turyści przebywający nad morzem w tym okresie skorzystali łącznie z 8,7 mln noclegów, co stanowiło 32,3 % wszystkich noclegów udzielonych w lipcu i sierpniu w Polsce. W obu miesiącach udzielono po 4,3 mln noclegów, w porównaniu do analogicznego okresu ubiegłego

Stopień wykorzystania turystycznych miejsc noclegowych w gminach nadmorskich był wyższy niż średni w kraju i wyniósł 61,1 % w lipcu oraz 62,3 % w sierpniu br.

Najwięcej noclegów w gminach nadmorskich w okresie lipiec-sierpień br. udzielono w miastach Kołobrzeg i Gdańsk.

Turyści korzystający w okresie wakacyjnym 2024 r. z obiektów noclegowych na obszarach nadmorskich stanowili 22,0 % ogółu turystów nocujących w tym okresie na terenie całego kraju.

Źródło danych: GUS



roku łączna liczba noclegów w lipcu i sierpniu br. była wyższa o 7,7 %, czyli 618,5 tys., z czego w lipcu o 212 tys. (+5,2 %), a w sierpniu o 406,5 tys. (+10,3 %).

Polskim turystom udzielono 7,4 mln noclegów (+7,7 % rdr.). Stanowiły one 85,5 % ogółu noclegów w tym okresie. Zagraniczni turyści skorzystali natomiast z 1,3 mln noclegów (+7,5 % rdr.). Najwięcej z nich udzielono turystom z: Niemiec (771,9 tys. – 61,2 % noclegów turystów zagranicznych), Czech (106,8 tys. – 8,5 %) i Szwecji (53,3 tys. – 4,2 %).

GUS zauważył, że w badanym okresie miejsca w nadmorskich kurortach są zwykle lepiej wykorzystane niż w reszcie kraju. W lipcu stopień wykorzystania wyniósł 61,1 %, w sierpniu 62,3 %, podczas gdy dla całego kraju było to odpowiednio 50,8 % i 52,8 %. Przypomniano, że podobną sytuację odnotowano w ubiegłym roku.

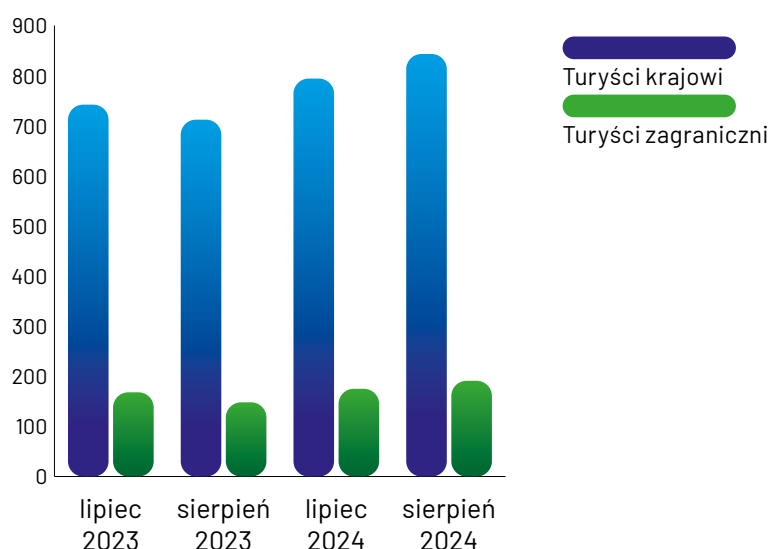
Najwięcej noclegów udzielono w Kołobrzegu (967,8 tys., 11,2 % ogółu noclegów w regionie), a skorzystało z nich 183,6 tys. turystów. Oznacza to, że na 100 mieszkańców przypadało ponad 400 turystów. Najwięcej turystów natomiast wybrało się do Gdańska.

W badanym okresie było ich tam 351,3 tys. i skorzystali z 920,8 tys. noclegów. Tutaj na 100 mieszkańców przypadało 72 turystów.

Dodano, że w czterech gminach liczba noclegów mieściła się w przedziale od 500 tys. do 600 tys. Były to gminy: Rewal (594 tys.), Władysławowo (573 tys.), Mielno (533,9 tys.) oraz Świnoujście (503,1 tys.).

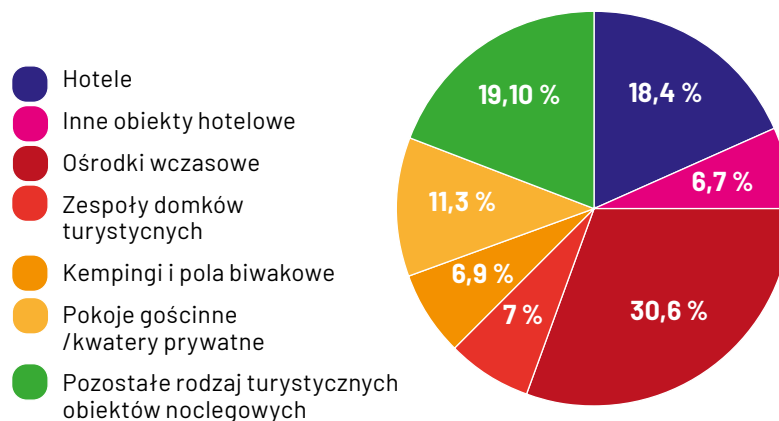
Natomiast po 300 tys. udzielono na terenie gmin: Ustronie

### Noclegi udzielone w turystycznych obiektach noclegowych na obszarach nadmorskich w okresie lipiec-sierpień



### Miejsca noclegowe w obiektach turystycznych na obszarach nadmorskich w 2024 r.

Stan w dniu 31.07.2024 r.



Źródło danych: GUS

Morskie (398,1 tys.), Kołobrzeg (390,5 tys.), Międzyzdroje (369,4 tys.) oraz Łeba (344,6 tys.).

GUS wyjaśnił, że do obszarów nadmorskich zgodnie z metodologią Eurostatu zalicza się w Polsce 55 gmin położonych w województwach: pomorskim (26), zachodniopomorskim (23) oraz warmińsko-mazurskim (6). Są to gminy znajdujące się nad Morzem

Bałtyckim lub w niewielkiej odległości od niego. Obszar ten stanowi 2,9 % powierzchni Polski i zamieszkuje go 1,6 mln osób (4,2 % całej ludności kraju). ✕

Oprac. Eliza Marek

Źródło danych: GUS


 Fot. Art. Jakub Wolski
**JAKUB WOLSKI**

Szef kuchni  
Soul Food Bistro  
Właściciel i założyciel  
Dzik Food Truck  
Euro-Toques Polska  
www.eurotoques.pl

**BARSZCZ: CZERWONA  
KRÓLOWA TRADYCJI**

Barszcz czerwony, z uszkami lub bez, to niekwestionowany klasyk polskiej kuchni. Jego korzenie sięgają czasów starożytnych, a w Polsce jest znany od wieków. Pierwotnie barszcz przygotowywano z buraków, później dodawano do niego różne zioła i przyprawy, tworząc bogactwo smaków. Barszcz czerwony to symbol wigilijnego stołu, na stałe związany z polską tradycją.

Charakteryzuje się głębokim, wyrazistym smakiem, który doskonale komponuje się z uszkami, grzybami, suszonymi owocami i innymi dodatkami. To nieodłączny element polskiej wigilii, przekazywany z pokolenia na pokolenie. Buraki, główny składnik barszczu, są łatwo dostępne przez cały rok, co czyni tę zupę prostą w przygotowaniu. Poza tym to warzywa bogate w witaminy, minerały i błonnik.

# Królowa wigilijnego stołu: **Barszcz** czy **grzybowa**? Wojna na talerzu!

Wigilia Bożego Narodzenia to czas, który spędzamy w gronie najbliższych, celebrując rodzinne relacje i oczywiście pyszne jedzenie. Tradycją jest, aby na stole znalazło się dwanaście potraw. W portfolio świątecznych dań królują zupy. Od lat toczy się jednak zaciepła batalia o tytuł królowej wigilijnego stołu: barszcz czy grzybowa? Która z nich zasługuje na to zaszczytne miano? W tym artykule postaram się rozstrzygnąć tę kulinarno-historyczną wojnę.

**GRZYBOWA: AKSAMITNA  
KRÓLOWA LASU**

Grzybowa, aromatyczna zupa z grzybów, to kolejna popularna zupa wigilijna. Jej smak jest subtelny, delikatny i aksamitny, a dodatek śmietany nadaje jej kremową konsystencję. Grzybowa stanowi idealną propozycję dla osób ceniących aromatyczne potrawy. Można ją przygotować na wiele sposobów, dodając różne rodzaje grzybów, warzyw i przypraw, co pozwala na stworzenie zupy o niepowtarzalnym smaku. Grzyby są bogate w witaminy z grupy B, witaminę D i potas.

**KTÓRA Z NICH KRÓLUJE?**

Która zupa jest królową wigilijnego stołu? Odpowiedź na to pytanie jest subiektywna i zależy od indywidualnych preferencji. Obie zupy mają swoje

zalety i wnoszą na stół niepowtarzalny klimat. Barszcz czerwony to symbol tradycji i wyrazistego smaku, grzybowa to natomiast delikatny, aromatyczny przysmak.

**INNE ZUPY NA  
ŚWIĄTECZNYM STOLE**

Oprócz barszczu i grzybowej w restauracjach pojawiają się także inne zupy, które idealnie pasują do świątecznego klimatu:

- **Zupa z soczewicy** może być podawana z warzywami, ziołami i przyprawami, tworząc aromatyczne oraz zdrowe danie. Soczewica (bogata w białko i błonnik) jest idealnym składnikiem pożywej zupy.





- **Zupa krem z dyni** jest serwowana z dodatkiem imbiru, płatków papryki chili, gałki muszkatołowej i śmietany – to rozgrzewająca oraz aromatyczna potrawa. Pełna witamin i minerałów dynia świetnie nadaje się do przygotowania kremowej zupy.
- **Zupa z białej fasoli** może być podawana z warzywami, ziołami i przyprawami, tworząc sycące oraz zdrowe danie. Biała fasola, zawierająca białko i błonnik, zapewnia odpowiednią wartość odżywczą zupy.
- **Zupa z kapusty** bywa serwowana z dodatkiem kielbasy, ziemniaków i przypraw, dzięki czemu jest rozgrzewająca i sycąca. Kapusta, bogata w witaminy i minerały, jest idealnym składnikiem pożywnej zupy.
- **Zupa z grzybów leśnych.** W wielu restauracjach pojawiają się zupy z grzybów leśnych, które nadają potrawom niepowtarzalny aromat i smak. Konsystencja owej zupy gwarantuje również moc możliwości, może być podawana z ziemniaczanymi ćwiartkami i kawałkami grzybów lub zawieszista w formie kremu z chrupiącymi grzankami aromatyzowanymi czosnkiem oraz z dodatkiem tymianku.
- **Zupa z kiszanej kapusty** to doskonały wybór dla osób ceniących kwaśne smaki. Jest niezwykle sycąca w połączeniu z kielbasą, ziemniakami i przyprawami.

## WSPÓŁCZESNE TRENDY

Współczesne trendy kulinarne inspirują kucharzy do tworzenia nowych, oryginalnych zup, które idealnie pasują do świątecznego klimatu. W menu restauracji można znaleźć zupy z dodatkiem egzotycznych przypraw, warzyw i owoców, a także zupy wegańskie i wegetariańskie. Nie byłbym sobą gdybym nie wspomniał o czerwonym barszczu gotowanym na pieczonych kościach zająca. Po grudniowym polowaniu w grójeckich sadach, wykorzystawszy skoki i combry zajęcze, z pozostałości powstaje aromatyczny barszcz czerwony. Współ z zajęczymi korpusami dodają do niego grójeckich jabłek i sową porcję majeranku. Spróbujcie tak przygotować barszcz, obiecuję, że odkryjecie tę zupę na nowo. A ja dzięki temu choć odrobinę przechylę szalę zwycięstwa na stronę barszczu.

## PODSUMOWANIE

Bez względu na to, jaką zupę wybierzesz, pamiętaj – to miejsce i ludzie, którzy Cię otaczają, tworzą świąteczny klimat. Poświęć im tyle uwagi, co opisywanej zupie w trakcie gotowania. Z pietyzmem i troską dodawaj do świątecznej atmosfery kolejny uśmiech, tak jak stroisz aromatami potrawę. I na końcu nie zapomnij podziękować wszystkim, za to, że są z Tobą w tym wyjątkowym czasie, tak jak kucharzowi za przygotowanie fenomenalnego barszczu lub grzybowej. ✕

Oprac. red.

Walka o tytuł królowej wigilijnego stołu pomiędzy barszczem a grzybową zapewne nigdy nie zostanie rozstrzygnięta. Obie zupy mają swoje zalety i wnoszą na stół niepowtarzalny klimat.

W niektórych regionach Polski, oprócz barszczu i grzybowej, na wigilijnym stole pojawiają się także inne zupy, np. z grzybów leśnych, z suszonych owoców, z kiszanej kapusty.

Istnieje wiele wariacji na temat barszczu i grzybowej, np. barszcz z uszkami, barszcz z grzybami, grzybowa z dodatkiem śmietany, grzybowa z makaronem lub ziemniakami.

Współczesne trendy kulinarne inspirują kucharzy do tworzenia nowych, oryginalnych zup, które idealnie pasują do świątecznego klimatu.

# ascobloc

Producent urządzeń i mebli ze stali nierdzewnej

## Wesołych Świąt

W magiczny czas Bożego Narodzenia przesyłamy serdeczne życzenia pełne ciepła, zdrowia i pomyślności.

Niech nadchodzące dni będą okazją do odpoczynku i spokoju w gronie najbliższych, a mijający rok przywołuje tylko dobre wspomnienia.

Życzymy, by nadchodzący Nowy Rok przyniósł wiele sukcesów i radości, inspirując do realizacji wszystkich planów i marzeń.

Wesołych Świąt  
i szczęśliwego Nowego Roku.

Zarząd i pracownicy Pro Ascobloc



alexandersolia

Food processing

**DEBAG**  
GLOBAL BAKING TECHNOLOGY



www.ascobloc.pl  
proasco@ascobloc.pl

Pro Ascobloc Sp. z o.o.  
ul. Szarych Szeregów 22  
56-500 Syców

# ascobloc

REKLAMA

Fot. Arch. Daniel Żurkowski

**DANIEL ŻURKOWSKI**

Właściciel Cukierni Pasjonata  
Euro-Toques Polska  
www.eurotoques.pl

Zachęcam do eksperymentowania, które nie będzie polegało na zmianie istotnych składników, a jedynie na dodaniu do rodzinnego przepisu nieoczywistych dodatków.

Klasyczny makowiec może zyskać na atrakcyjności, gdy połączymy go z kremem z białej czekolady i dołożymy skórkę z limonki, która nada mu nutkę świeżości.

Do seromakowca możemy się pokusić o dodanie aromatycznego amaretto lub ajerkoniaku. Tradycyjny piernik zyska mnóstwo nowego smaku dzięki dosypaniu orzechów włoskich i suszonych fig. Ciekawy charakter będzie miało również świąteczne brownie z dodatkiem popularnej przyprawy piernikowej.

A może sernik z matchą, jakże popularną wśród młodego pokolenia? Wystarczy, że na tradycyjny sernik położymy delikatną, puszystą piankę na bazie mascarpone, sproszkowanej herbaty matcha i białej czekolady.

Uwierzyć, że wykończenie tego rarytasu cząstkami liofilizowanej maliny i kruszonymi pistacjami wywoła efekt wow!

Wszyscy bowiem lubimy, gdy coś jest oryginalne

# Ciasta to ważny element świątecznej układanki.

## Jak uzyskać ich nową odsłonę?

*Ciasta od zawsze były jednym z istotnych składników świątecznego stołu. Kluczowy element, ale od wielu lat taki sam, może zrobić się nudny. Co zatem zrobić, jakie kroki podjąć, aby nie zatracać wspomnień smaku dzieciństwa, jednocześnie unowocześniając słodkie rarytasy?*

– na osobliwość ciasta bardzo wpływa gra tekstur. Nowoczesne wypieki często łączą różne smaki i konsystencje, tworząc harmonijną całość. Przykładem może być tort piernikowy przekładany kremem piernikowym i muśnięty konfiturą z rokitnika. Do sernika zamiast tradycyjnych rodzynek z powodzeniem można dodać żurawiny. Młodszemu pokoleniu warto zaimponować cudownym sernikiem na zimno o smaku gumy balonowej czy uwielbianej przez wszystkich waty cukrowej. Wystarczy dodać smakowej pasty używanej przez lodziarzy do masy serowej. Pastelowe, pięknie wyglądające ciasto o oryginalnym smaku skradnie niejedno podniebienie. Ciasto z galaretką? Proszę bardzo. Zamiast tradycyjnych owoców kładziemy znane i lubiane kuleczki żelowe używane przy tworzeniu bubble tea. Molekularny kawior jest dostępny w szerokiej gamie barw i smaków. Zalanie go transparentną galaretką spowoduje, że skusi się

na to zarówno mały, jak i duży konsument. Spróbujmy sami stworzyć ciasta składające się z różnych tekstur. Mus, delikatna pianka z chrupiącym spodem wykonanym z orzechów i polanym lśniąca polewą będzie nęciła naszych gości. Używajmy tego, co mamy w spiżarni. Świetnie jest zrobić żelkę z zapomnianych czerwonych porzeczek, dobrze jest dodać do ciasta korzennego konfitury z czarnego bzu lub samodzielnie zawekowanej kawałek słodko-kwaśnej dyni czy kabaczka na słodko. Taka fuzja smaków to pomysł na odświeżenie klasycznych przepisów.

Nowe smaki sprawiają, że wypieki staną się dziełami sztuki, które nie tylko doskonale smakują, lecz także cieszą oko.

W ten sposób święta zyskują wyjątkowy charakter, a wspólne biesiadowanie okazuje się niezapomnianym przeżyciem. ✕

Oprac. red.



# Finał konkursu GARDEN GOURMET YOUNG CULINARY CUP

Zakończył się finał drugiej edycji GARDEN GOURMET Young Culinary Cup, czyli konkursu skierowanego do uczniów szkół średnich o profilu gastronomicznym. Konkurs pełen emocji i ciekawych wyzwań umożliwił uczestnikom nie tylko poznanie nowoczesnych technik przygotowywania potraw roślinnych, ale także inspirował do kreatywnego podejścia do gotowania.

Zwycięzcami konkursu zostali uczniowie: **Piotr Kubiak i Patryk Szymański z Zespołu Szkół Gastronomicznych im. Karola Libelta w Poznaniu**, którzy przygotowali wyjątkowego gołąbka z wykorzystaniem produktów GARDEN GOURMET. Gołąbek został podany z gratin ziemniaczanym, tartaletką z ciasta filo z kompresowanym burakiem z nutą chrzanu oraz żelem jabłkowym, purée z palonego kalafiora i sosem dyniowym z oliwą chilli.

W ramach nagrody głównej zwycięzcy otrzymali zaproszenie na kolację degustacyjną i odbędą staż w restauracji pod okiem szefa kuchni **Wojciecha Harapkiewicza**.

## Jakie są Twoje wrażenia z finału konkursu?

**Wojciech Harapkiewicz:** *Finał był ekscytujący! Niesamowite emocje i precudowna młodzież pełna pasji do gotowania. Wszystkie cztery ekipy były bardzo profesjonalne, na pewno bardzo szybko staną się świetnymi szefami kuchni. Na konkursie panowała wspaniała atmosfera, a samo wydarzenie było bardzo dobrze zorganizowane.*

Zbliża się styczeń, a z nim Veganuary, który każdego roku zyskuje na popularności. Do akcji

dołącza coraz więcej ochotników i to nie tylko osób indywidualnych, ale też lokali gastronomicznych – wprowadzają one w tym okresie nowe wegańskie produkty bądź potrawy i promują bardziej roślinny sposób odżywiania.

## Jakie jest Twoje podejście do tworzenia roślinnych alternatyw dla tradycyjnych dań mięsnych?

### Wojciech Harapkiewicz:

*W tworzeniu roślinnych alternatywnych dań mięsnych staram się dostarczyć gościom potrawy zarówno pełne smaków, jak i struktur oraz wartości. Kreując danie roślinne, dobrze dobieram przyprawy i dodatki, co pozwala wydobyć z produktu jego największy potencjał. Poza smakiem konieczne jest również zagranie wyglądem dania, by nie odbiegał atrakcyjnością od innych propozycji. Tu akurat mamy duże pole do popisu, możemy korzystać*

*z bogactwa jadalnych roślin na każdym kroku i to praktycznie przez cały rok. Inspiracje czerpię z różnych źródeł – czasem są to goście, którzy poszukują doskonałych dań roślinnych, czasem podróże do odległych krajów, a czasem kolacja u rodziny.*

## Jak wykorzystujesz produkty marki GARDEN GOURMET w kuchni roślinnej?

*Moje doświadczenie w wykorzystaniu produktów marki GARDEN GOURMET pokazuje, że są to produkty absolutnie wszechstronne w wykorzystaniu. Z łatwością przygotowujemy w krótkim czasie pełne roślinne dania główne oraz zupy z sycącym wnętrzem. Doskonale sprawdzają się w temacie przystawek, tapasów oraz finger foodów. Teraz nawet catering lunchowy dla roślinnych gości jest bardzo szybki do wykonania i jednocześnie bardzo różnorodny. Moim faworytem jest chyba falafel z buraka. Z powodzeniem robię na nim „porządne” danie główne, szybką przystawkę oraz dodatek do zup.*

W nadchodzącym roku marka GARDEN GOURMET ponownie zagości w szkołach z kolejną edycją konkursu GARDEN GOURMET Young Culinary Cup. Już teraz zachęcamy uczniów do udziału w tym inspirującym wydarzeniu! ✕





Fot. Arch. Jarosław Walczyk

**JAROSŁAW WALCZYK**

Prezes Klubu Szefów Kuchni  
www.klubszefowkuchni.pl  
Doradca gastronomiczny

Plating, czyli sztuka układania i dekorowania potraw, stanowi kluczowy element współczesnej gastronomii. To właśnie on decyduje o pierwszym wrażeniu, jakie danie robi na gościu. Starannie dobrane kolory, tekstury oraz kształty potrafią wzbudzić apetyt i zachwyt jeszcze przed pierwszym kąsem. Plating to zarówno estetyka, jak i funkcjonalność. Sposób ułożenia składników może wpłynąć na odbiór smaku i aromatu potrawy, a także na wygodę konsumpcji.

W ostatnich latach dominuje trend minimalistyczny. Proste, geometryczne formy, stonowane kolory, naturalne materiały – to główne elementy tej estetyki. Dania są układane w sposób przemyślany i oszczędny, z naciskiem na jakość składników, a także czystość formy. Minimalizm w platingu to elegancja i wyrafinowanie, pozwalające docenić naturalne piękno żywności.

Z drugiej strony barykady znajduje się ekstrawagancja, która manifestuje się odważnymi połączeniami kolorów, nieoczywistymi kształtami i wykorzystaniem innowacyjnych technik. Szefowie kuchni sięgają po nietypowe naczynia, tworzą trójwymiarowe kompozycje, bawią się teksturami i efektami wizualnymi.

## Nowe trendy w prezentacji dań: OD MINIMALIZMU DO EKSTRAWAGANCJI

*Prezentacja dań to sztuka sama w sobie, a talerz staje się płótnem, na którym szefowie kuchni malują swoje kulinarne arcydzieła. Współczesna gastronomia to nie tylko wyśmienity smak, lecz także ucztą dla oczu. Od minimalizmu, po ekstrawagancję, plating ewoluuje, podążając za trendami i wpływami mediów społecznościowych.*

Media społecznościowe, a w szczególności Instagram, odegrały kluczową rolę w rozwoju platingu. Zdjęcia dań stały się nieodłącznym elementem kulinarnego świata, a szefowie kuchni coraz częściej traktują talerz jako medium do wyrażania swojej artystycznej wizji. Instagramowy plating to niejednokrotnie połączenie estetyki z funkcjonalnością, gdzie liczy się nie tylko wygląd dania, lecz także jego „fotogeniczność”.

**NAJWAŻNIEJSZE KIERUNKI**

Powrót do korzeni – w dobie coraz większej świadomości ekologicznej plating czerpie z filozofii prostoty i autentyczności. Najważniejszą kwestią jest naturalnego piękna składników.

Używanie produktów dostępnych w danym sezonie oraz pochodzących od lokalnych dostawców podkreśla związek z naturą i regionem. Warzywa w naturalnych kształtach czy owoce z widocznymi niedoskonałościami są elementem tej estetyki.

Mniej znaczy więcej – składniki zachowują swoją pierwotną formę i kolor, co uwypatnia ich autentyczny charakter.

Naturalne dekoracje – zioła, kwiaty jadalne, kamienie czy elementy leśne, takie jak mech czy korzenie stają się integralną częścią kompozycji. Inspiracje często są czerpane z natury: od ogrodu, po las.

Naturalny plating to ukłon w stronę prostoty, która celebrować smak i estetykę bez nadmiernych udrziwnień.

Współczesna gastronomia musi odpowiadać na globalne wyzwania związane z ochroną środowiska. Plating w duchu zrównoważonego rozwoju to wyraz szacunku dla natury i odpowiedzialnego podejścia do konsumpcji.

Biodegradowalne naczynia – zamiast tradycyjnych talerzy coraz częściej wykorzystuje się biodegradowalne lub jadalne materiały – np. talerze z liści palmowych, naczynia z otrąb pszennych czy serwowanie potraw na kawałkach kory.

Redukcja odpadów – kreatywnie używa się wszystkich



części składników, zmniejszając ilość marnowanej żywności. Skórki, lodygi czy obierki stają się elementami dekoracyjnymi lub dodatkami smakowymi.

Ekologiczne praktyki – menu często opiera się na roślinnych składnikach, co zmniejsza ślad węglowy. Dodatkowo promowane są zasady „zero waste” i współpraca z lokalnymi dostawcami.

Zrównoważony plating to nie tylko piękno na talerzu, ale także manifest odpowiedzialności. W czasach, gdy goście oczekują unikalnych doświadczeń, personalizacja stała się niezwykle ważnym elementem platingu.

Szyte na miarę dania – dostosowują potrawy do indywidualnych preferencji smakowych, alergii czy stylu życia gości. Każdy talerz może opowiadać osobistą historię.

Dekoracje inspirowane gośćmi – talerze są zdobione elementami związanymi z pasjami czy kulturą gościa, np. motywami kwiatów ulubionych roślin lub symbolami nawiązującymi do kraju jego pochodzenia.

Interaktywność – niektóre elementy platingu są dodawane przez gości na miejscu, np. posypywanie przyprawami czy polewanie sosem, co podkreśla ich udział w tworzeniu dania.

Personalizacja sprawia, że jedzenie staje się niezapomnianym przeżyciem i buduje emocjonalną więź z gościem.

## STORYTELLING – JEDZENIE JAKO OPowieść

Plating w XXI wieku to również narzędzie narracyjne. Potrawy mogą opowiadać historie inspirowane kulturą, sztuką czy osobistymi doświadczeniami kucharzy.

Inspiracje regionalne i kulturowe – można znaleźć na talerzu elementy odzwierciedlające tradycje danego regionu, np. składniki charakterystyczne dla lokalnej kuchni czy wzory inspirowane sztuką ludową.

Plating bywa inspirowany dziełami sztuki, muzyką czy literaturą. Tworzenie dania przypomina projekt artystyczny, opowiadający historię.

Osobiste przeżycia szefów kuchni stają się płótnem na talerze, na którym dzieli się swoimi wspomnieniami i inspiracjami.

Storytelling na talerzu tworzy wyjątkowe doświadczenia, które zapadają w pamięć. Przyszłość na to nowoczesne narzędzia i techniki wkraczające do świata platingu, oferujące nowe możliwości prezentacji potraw takie jak:

Druk 3D – to dzięki tej technologii można tworzyć precyzyjne i efektowne dekoracje z czekolady, masy cukrowej czy innych składników.

Użycie ciekłego azotu, żeli czy pianki pozwala na wykonywanie efektownych struktur, które wyglądają jak dzieła sztuki współczesnej.

Projekcje i interaktywne talerze w niektórych restauracjach na talerzach wyświetlane są animacje, przedstawiające historię potrawy lub wizualnie wzbogacające doznania.

Nowoczesne szczypcy, foremki czy pistolety do sosów pozwalają na tworzenie niezwykle dokładnych wzorów.

## TECHNOLOGIA W PLATINGU

Technologia w platingu to ukłon w stronę innowacji, która zachwyca i inspiruje. Współcześni szefowie kuchni postrzegają talerz jako płótno – wyrażają na nim swoją ar-

tystyczną wizję, przyciągając uwagę gości nie tylko wyrafinowanym smakiem, ale także niezapomnianym doświadczeniem estetycznym. Plating staje się narzędziem komunikacji, pozwalając na dialog między kuchnią a gościem, a ponadto sposobem na opowiadanie historii i podkreślenie filozofii danego lokalu.


Trendy w platingu to harmonijne połączenie estetyki, technologii i wartości, które wyznaczają kierunki współczesnej gastronomii. Prezentacja dań stała się dziedziną dynamicznie rozwijającą, łączącą sztukę, kreatywność i innowacyjne rozwiązania technologiczne. Od naturalności i zrównoważonego rozwoju, przez personalizację i storytelling, aż po wykorzystanie zaawansowanych narzędzi – każdy z tych elementów wnosi coś wyjątkowego, kształtując zarówno wrażenia wizualne, jak i emocjonalne.

Talerz przyszłości to więcej niż posiłek to sztuka, która smakuje, inspiruje i porusza. Minimalizm przenika się z ekstrawagancją, a lokalność z technologią, tworząc niezwykle różnorodne doświadczenia. Ewolucja platingu odzwierciedla zmieniające się gusta gości i staje się fundamentem współczesnej gastronomii – smak idzie w parze z wrażeniami wizualnymi i emocjonalnymi. ✕

Oprac. red.



Fot. Arch. Manor House SPA


 Fot. Kamil Bzostowski

### DARIUSZ SIENICKI

Szef kuchni  
Garage Grill & Bar  
Klub Szefów Kuchni  
www.klubszefowkuchni.eu

## RÓŻNORODNOŚĆ DAŃ

Noworoczne imprezy firmowe gromadzą osoby o różnych gustach kulinarnych, dlatego warto zadbać o szeroką gamę potraw.

Dania mięsne i rybne – klasyczne, ale z nowoczesnym twistem, np. pieczona pierś z kaczki w sosie żurawinowym czy grillowany łosoś z azjatycką glazurą.

Opcje wegetariańskie i wegańskie takie jak curry z ciecierzycy, wegańskie tarty czy pieczone warzywa z hummusem.

Dania bezglutenowe i bez laktozy np. quinoa z pieczonymi warzywami, sałatki z dressingami na bazie oliwy czy desery na bazie mleczka kokosowego.

## MODNE TRENDY KULINARNE

Postaw na dania inspirowane kuchniami świata i nowoczesnymi technikami.

Kuchnia azjatycka: sushi, spring rollsy, dania z woków.

Street food w eleganckiej odsłonie: mini burgery, tacos, bao.

Tapas i mezze: małe porcje do dzielenia, np. oliwki, hummus, ser manchego, falafele.

# Catering na noworoczne imprezy firmowe, czyli jaki?

*Jedzenie na imprezy musi spełniać nie tylko wymagania smakowe, ale także uwzględniać aktualne trendy kulinarne, modne dania czy diety i wykluczenia. Właśnie dlatego przy komponowaniu menu na sylwestra czy imprezy karnawałowe warto pomyśleć o daniach dla wszystkich. Oto kluczowe elementy, które należy wziąć pod uwagę przy planowaniu takiego menu.*

## FINGER FOOD I MINI PORCJE

W kontekście imprez firmowych, gdzie ważna jest swoboda i networking, świetnie sprawdzają się dania, które łatwo zjeść bez konieczności używania sztućców: koreczki warzywne i mięsne, mini kanapki i tartinki czy małe desery, np. mini serniczki, praliny czy makaroniki.

## STREFY TEMATYCZNE

Ciekawym pomysłem na noworoczny catering jest podzielenie stołów na różne tematyczne strefy jak strefa azjatycka: sushi, kimchi, pierożki dim sum czy strefa śródziemnomorska: oliwki, sery, owoce morza, focaccia.

Strefa polska w nowoczesnym wydaniu np. żurek w mini bułeczkach, pierogi w wersji finger food.

## SŁODKI BUFET

Nie może zabraknąć deserów w lekkiej, nowoczesnej formie: musy owocowe w szklaneczkach, mini bezy

z kremem i owocami czy czekoladowe fondue z owocami.

## NAPOJE

Dopełnieniem cateringu są napoje ciepłe np. kawa, herbata oraz grzane wino. A także koktajle alkoholowe i bezalkoholowe dostosowane do okazji. Ciekawym pomysłem jest również prosecco bar z dodatkami, takimi jak owoce czy syropy.

## ESTETYKA I STYL PODANIA

Podczas firmowych wydarzeń liczy się pierwsze wrażenie. Jest wskazane, aby catering był podany w estetyczny sposób, z wykorzystaniem eleganckich naczyń, kolorowych akcentów i dekoracji.

Noworoczne imprezy to czas celebracji i wspólnej zabawy, a dobrze zaplanowane menu pozwala wszystkim gościom czuć się komfortowo. Catering powinien nie tylko smacznie nakarmić, lecz także podkreślić wyjątkowość okazji. ✕

Oprac. red.





Fot. Arch. Dariusz Sienicki

## PYZA DROŻDŻOWA Z SZARPANYM UDEM Z INDYKA, CZERWONĄ KAPUSTĄ Z KIMCHI I SOSEM ŻURAWINOWYM

### Składniki:

#### Mięso

- » Udo z indyka – 1.40 kg
- » Marynata teriyaki – 200 g
- » Pieprz czarny – 4 g
- » Tymianek (świeży) – 3 g
- » Olej – 50 ml
- » Masło klarowane

#### Kapusta

- » Kapusta czerwona – 500 g
- » Jabłko – 100 g
- » Majonez – 150 g
- » Sos relish mango – 30 g
- » Sos kimchi – 20 ml

#### Dodatki

- » Majonez – 100 g
- » Żurawina – 100 g
- » Szpinak – 300 g
- » Pyzy drożdżowe – 10 szt.

### Sposób przygotowania:

Indyka oczyszczamy i nacinamy skórę. Z przypraw przygotowujemy marynatę i nacieramy mięso. Pozostawiamy na kilka godzin w lodówce. Następnie przekładamy do głębokiego G/N, zalewamy tłuszczem i pieczemy w piecu konwekcyjnym około 3 godzin w temperaturze 150°C. Czerwoną kapustę szatkujemy. Dodajemy jabłko pocięte w słupki, majonez, sos kimchi i relish mango. Gotowe pyzy przekrawamy na pół i grillujemy. Smarujemy sosem majonezowym z żurawiną. Następnie dodajemy liście szpinaku, szarpane udo z indyka i czerwoną kapustę. Podajemy w formie miniburgerów.

# Dla szefów wszystkich kuchni

### Zyskujesz:

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



## Skontaktuj się z nami



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



# Toaleta wizytówką restauracji

*To, że goście odwiedzający lokal gastronomiczny zwracają uwagę na jego czystość, jest sytuacją oczywistą i powszechną. Stan zaplecza sanitarnego bywa jednak częstym tematem krytyki i bezpośrednio wpływa na wizerunek danego miejsca. Łazienka oraz toaleta powinny być wygodne, schludne i zawsze zadbane. Jak osiągnąć taki efekt przy dużym natężeniu ruchu?*

Przyjemne wnętrza, profesjonalna obsługa, pyszne jedzenie – wszystko to przyczynia się do popularności danego lokalu i jest oceniane przez gości. Ale nie tylko. Liczą się też inne kwestie, spośród których czystość i higiena toalety bywają stawiane na pierwszym miejscu, bo po wejściu do restauracji i złożeniu zamówienia często właśnie tam kierują się potencjalni klienci. Może się zdarzyć, że już do lokalu nie wrócą, gdyż stan łazienki pozostawiał wiele do życzenia. Przyczyny takich „wpadek” są różne – czasami prowadzi do nich błąd personelu, a czasami brak udogodnień i odpowiedniego wyposażenia. Jedno jest pewne: czysta podłoga, umyta toaleta, świeży zapach oraz uzupełnione dozowniki i artykuły higieniczne pozytywnie wpływają na wizerunek restauracji. Warto więc wypracować system, który pozwoli uniknąć błędów i sprawi, że utrzymanie zaplecza sanitarnego w higienicznej

czystości stanie się łatwiejsze, a zarazem mniej kosztowne.

## WYGODNA I DOBRZE WYPOSAŻONA

Nieskazitelnie czysta łazienka to nie tylko kwestia wizerunku – to bezpieczeństwo pracowników oraz gości. Niezbędne jest zatem odpowiednie podejście do czyszczenia oraz dezynfekcji – regularne i kompleksowe. Najlepiej, jeśli samo pomieszczenie jest właściwie zaprojektowane i przygotowane do utrzymania w czystości – podłogi powinny być wykonane z łatwych do mycia powierzchni, a ściany do wysokości dwóch metrów pokryte materiałami gładkimi, odpornymi na działanie wilgoci. Trzeba zadbać o dobrą wentylację, by wilgotność utrzymywała się na odpowiednim poziomie. Ważne jest też oświetlenie. Nie można zapominać ponadto o niezbędnym wyposażeniu, takim jak podajnik na papierowe ręczniki, pojemnik na papier toaletowy, suszarka do rąk,

kosze na śmieci czy dozownik mydła i środka dezynfekującego. Oprócz podstawowych środków i akcesoriów warto w toalecie umieścić także te dodatkowe, zapewniające większy komfort użytkownika – odświeżacze powietrza, wkłady zapachowe do pisuarów, szczotki do WC. Jeśli warunki lokalowe na to pozwalają, dobrym pomysłem będzie również udostępnienie przewijaka dla niemowląt.

Utrzymanie nieskazitelnej czystości w łazienkach i toaletach będzie bez wątpienia łatwiejsze, jeśli zdecydujemy się na odpowiednie artykuły higieniczne. Powinny wyróżniać się wydajnością i prostą obsługą. Wszystkie używane w pomieszczeniu sanitarnym dozowniki trzeba na bieżąco monitorować i systematycznie uzupełniać, dlatego w przypadku tego typu akcesoriów i sprzętów warto wziąć pod uwagę oferowane na rynku innowacje.

## PROFESJONALNI POMOCNICZY

Toaleta to miejsce, w którym urządzenia zużywają się szybko – ciągły kontakt z wodą sprawia, że sprzęt pokrywa się kamieniem albo rdzą. Najwięcej kamienia gromadzi się wokół wylewek kranu, a także na płaskich powierzchniach umywalki, w muszli klozetowej, pisuarze. Rdza powstaje z kolei



na niewłaściwie zabezpieczonych przed korozją metalowych elementach armatury. W trudniej dostępnych miejscach mogą w dodatku gromadzić się bakterie, grzyby i pleśń. W łazienkach oraz toaletach niszczą się emalie, powłoki chromowane itp., od czasu do czasu pojawiają się też szkody spowodowane przez gości lokalu – plamy, rysy, uszkodzenia powierzchni.

Czyste i zawsze pachnące pomieszczenie sanitarne to obowiązek personelu, ale nie jest to zadanie łatwe. Wyzwaniem staje się już samo sprzątanie toalety, a szczególnie dobranie odpowiednich środków, które powinny być ponadprzeciętnie skuteczne i zarazem bezpieczne dla personelu jak i gości. W dodatku materiały wykorzystywane do produkcji wyposażenia sanitarnego, takiego jak: sedesy, pisuary, baterie czy umywalki, nie zawsze są odporne na tzw. agresywną chemię. Na rynku profesjonalnych środków czyszczących dla gastronomii nie brakuje jednak rozwiązań nowoczesnych, komfortowych w użyciu i zarazem bezpiecznych dla środowiska. Warto zwrócić uwagę zwłaszcza na innowacje, które zapewniają oczekiwane efekty czyszczenia natychmiast po aplikacji, ale także kontynuują ten proces przez wiele

godzin po zastosowaniu i nie dopuszczają do powstawania nieprzyjemnego zapachu. Dzięki temu skraca się wymagany czas i intensywność pracy personelu, a kolejne mycie jest łatwiejsze, co sprzyja redukcji kosztów.

**Aneta Krupa**, Marketing Manager segmentu Facility Care i Hospitality w Ecolab, zwraca uwagę na synbiotyczne środki czystości, które, jej zdaniem, mają szansę stać się „game changerem”, jeżeli chodzi o utrzymanie czystości w toaletach.

– Trwale usuwają uporczywe zabrudzenia z głębi powierzchni, likwidując źródła nieprzyjemnych zapachów. Ponadto działają jeszcze długo po zastosowaniu i tworzą na powierzchniach warstwę ochronną. Jest to możliwe dzięki kombinacji biodegradowalnych środków powierzchniowo czynnych, pożytecznych bakterii probiotycznych oraz prebiotyków. Te ostatnie służą jako aktywator i źródło energii dla probiotyków, co umożliwia nieprzerwaną pracę i ciągły cykl czyszczenia nawet przez kilka dni po zastosowaniu – mówi.

Stosowanie chemii profesjonalnej według zaleceń producenta pozwala jednak nie tylko na dłuższe utrzymanie czystości – ważna jest też skuteczna dezynfekcja różnych powierzchni pomieszczenia w trosce

o zdrowie pracowników i gości. Co istotne, skład tych środków wciąż poddawany jest modyfikacji na bardziej przyjazny środowisku i bezpieczny także dla alergików. Jeśli producenci oferują takie możliwości, warto skorzystać ze szkoleń dla personelu – bo umiejętne posługiwanie się danymi środkami to krok w kierunku podniesienia poziomu higieny i bezpieczeństwa.

## KOMFORTOWO I BEZPIECZNIE

Czyste, uporządkowane otoczenie gwarantuje poczucie komfortu, a także bezpieczeństwa. W przypadku lokalu gastronomicznego jest to coś, co niewątpliwie przyciąga gości. Zadbana łazienka może być wizytówką restauracji, dlatego warto wdrożyć odpowiedni system czyszczenia oraz używać profesjonalnych środków i akcesoriów, by miejsce to było czyste nie tylko na pierwszy rzut oka. Dobrze wysprzątane i higieniczne na pewno nie wzbudzi zastrzeżeń. Goście będą w konsekwencji chętniej wracać do lokalu, w którym jest perfekcyjnie czysto. ✕

*Beata Woźniak*

## Ecolab MAXX Synbiotic – środki czystości, które „żywią się” brudem

Środki czyszczące **do toalet, podłóg i urządzeń sanitarnych** z linii MAXX Synbiotic zawierają **50 miliardów probiotyków** w każdym litrze produktu. Te pożyteczne drobnoustroje wnikają w głąb powierzchni i rozkładają zanieczyszczenia organiczne oraz alergeny, skutecznie eliminując źródła nieprzyjemnych zapachów. Jednak w odróżnieniu od tradycyjnych środków probiotycznych, **synbiotyczne środki czystości od Ecolab zawierają też prebiotyki**, które służą jako aktywator i źródło energii dla probiotyków. MAXX Synbiotic kolonizuje powierzchnię pożytecznymi drobnoustrojami i prebiotykami, tworząc na niej warstwę ochronną. Dzięki temu **proces czyszczenia trwa nawet kilka dni po zastosowaniu synbiotyku**.



**ECOLAB Sp. z o.o.** | ul. Opolska 114, 31-323 Kraków | tel.: +48 12 26 16 100 | plsekretariat@ecolab.com | www.ecolab.pl

REKLAMA



Fot. Marek Łazowski

**IZABELA WARDASZKO**

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

# Co nas czeka w 2025 r., czyli zmiany w prawie dla restauratorów

Nowy rok często oznacza zmiany w obowiązujących przepisach prawa. Warto więc zastanowić się, co czeka przedsiębiorców w 2025 r. tak, aby żadna zmiana nas nie zaskoczyła. Zmiany obejmą na przykład modyfikacje w składkach ZUS, podatku VAT czy składkach zdrowotnych, a nowe regulacje mają uprościć obowiązujące przepisy i dostosować je do wymogów unijnych.

**SKŁADKA ZDROWOTNA**

Jedną z najgłośniejszych zmian jest zmiana przepisów dotyczących składki zdrowotnej. Od 2025 r. część przedsiębiorców zapłaci niższą składkę, gdyż zostanie wprowadzona zryczałtowana składka zdrowotna, która ma uprościć system i przynieść realne oszczędności. Minimalna podstawa składki zdrowotnej dla osób rozliczających się według skali podatkowej wyniesie 9 % i zostanie zmniejszona do poziomu 75 % minimalnego wynagrodzenia. Dla osób na podatku liniowym możliwe są dwa sposoby naliczania składki zdrowotnej. Pierwszy, dla dochodów poniżej dwukrotności przeciętnego wynagrodzenia składka wyniesie tyle, co dla osób na skali podatkowej. Drugi, dochody powyżej tego progu będą obciążone składką w wysokości 4,9 % od nadwyżki. Przedsiębiorcy rozliczający się ryczałtem zapłacą składkę zdrowotną w zależności od przychodu. Dla przychodów poniżej 85 tys. zł roczna składka wyniesie 300 zł, z kolei dla wyższych przychodów sięgnie ona nawet 700 zł.

Dodatkowo przychody ze sprzedaży środków trwałych nie będą wchodziły do podstawy naliczania składki zdrowotnej. Jest to chyba jedna z bardziej wyczekiwanych poprawek.

Kolejnym ułatwieniem będzie także możliwość opłacania tylko jednej składki zdrowotnej w przypadku zbiegu tytułów ubezpieczeniowych.

Warto w tym miejscu jeszcze przypomnieć o „wakacjach składkowych”, które obowiązują już od listopada 2024 r. i z których przedsiębiorcy będą korzystać również w 2025 r.

**PODATEK OD NIERUCHOMOŚCI**

O oszczędnościach nie można już mówić w kontekście opłat z tytułu podatku od nieruchomości. W 2025 r. podatek ten zostanie podniesiony, a jego wzrost na pewno odczują przedsiębiorcy – właściciele nieruchomości, ale także przedsiębiorcy – najemcy nieruchomości, na których z całą pewnością ten ciężar zostanie przeniesiony w czynie.

**KASY FISKALNE**

W I kwartale 2025 r. utrzymano odroczenie obowiązku zapewnienia przez podatników integracji kas rejestrujących online z terminalami płatniczymi. Do końca marca 2025 r. zostało wydłużone odroczenie związane z obowiązkowym przesyłaniem przez agentów rozliczeniowych do Szefa Krajowej Administracji Skarbowej danych o płatnościach realizowanych zasadniczo za pośrednictwem tych terminali.

To rozwiązanie eliminuje ryzyko odpowiedzialności finansowej w wysokości 5 tys. zł za brak zintegrowanej kasy rejestrującej z terminalem płatniczym.

Docelowe zasady w zakresie likwidacji obowiązku integracji są zawarte w projekcie ustawy o zmianie ustawy o podatku od towarów i usług, ustawy o podatku akcyzowym oraz niektórych innych ustaw. Przewidywane jest zniesienie obowiązku integracji kas rejestrujących z terminalami płatniczymi na rzecz ustanowienia bezterminowo raportowania przez agentów rozliczeniowych danych dotyczących transakcji płatniczych.



W tematyce kas fiskalnych warto wspomnieć, że rozszerzono natomiast katalog czynności, które będą musiały od 2025 r. zostać poddane ewidencji na kasie fiskalnej o: dostawę towarów przy użyciu urządzeń służących do automatycznej sprzedaży, które w systemie bezobsługowym przyjmują należność i wydają towar oraz o świadczenie usług przy użyciu urządzeń, w tym wydających bilety, obsługiwanych przez klienta, które również w systemie bezobsługowym przyjmują należność w bilonie lub banknotach, lub w innej formie (bezgotówkowej), jeżeli z ewidencji i dowodów dokumentujących zapłatę lub czynność jednoznacznie wynika, jakiej konkretnie czynności zapłata dotyczyła. Czynności te dotychczas korzystały ze zwolnienia przedmiotowego.

## SKŁADKI ZUS

Odczuwalną zmianą będzie wzrost składek ZUS. Składki te są bezpośrednio powiązane z prognozowanym przeciętnym wynagrodzeniem, które ma wzrosnąć o 7,1 % i w 2025 r. wyniesie 8673 zł. Podstawa wymiaru składek społecznych wzrośnie do 5203,80 zł, co przełoży się na łączną wysokość składek ZUS na poziomie 1773,96 zł miesięcznie, czyli o 173,64 zł więcej niż w 2024 r.

Składki na ubezpieczenia społeczne w 2025 r.: składka emerytalna: 1015,78 zł, składka rentowa: 416,30 zł, składka chorobowa: 127,49 zł, składka wypadkowa: 86,90 zł, fundusz pracy: 127,49 zł.

Ten wzrost z całą pewnością warto uwzględnić w planowaniu budżetu na przyszły rok.

## PODATEK VAT I AKCYZA

W nowym roku obowiązywać będą także nowe stawki VAT na wybrane produkty. Zmiany obejmą również modyfikacje w akcyzie, które będą szczególnie istotne dla firm zajmujących się reekspozycją samochodów.

W 2025 r. można zaś liczyć na kilka uproszczeń dla małych przedsiębiorców, m.in.: zwolnienie z VAT w całej UE; procedura SME (specjalna procedura dla małych przedsiębiorstw umożliwiająca korzystanie ze zwolnienia z VAT w całej UE); jednolity limit unijny czy kwartalne rozliczenia VAT.

Kolejne zmiany dotyczą stawek akcyzy na wyroby alkoholowe (podwyżka o 5 % na alkohol etylowy, piwo, wino i napoje fermentowane) oraz wyroby tytoniowe (wzrost akcyzy o 10 % na papierosy, tytoń do palenia, wyroby nowatorskie oraz cygara i cygaretki).

## PODATEK DOCHODOWY I ULGI PODATKOWE

Obowiązywać będą nowe zasady rozliczeń dotyczących darowizn na rzecz Ukrainy, zaliczek na podatek od obligacji i listów zastawnych oraz nowe reguły związane z ulgami podatkowymi. Wprowadzone zostaną również modyfikacje w zakresie ulg rehabilitacyjnych i prorodzinnych, co może wpłynąć na przedsiębiorców, którzy zatrudniają pracowników korzystających z tego rodzaju świadczeń.

Ponadto od stycznia 2025 r. przedsiębiorcy będą mogli rozliczać się metodą kasową w PIT. To oznacza, że podatek dochodowy zostanie naliczony dopiero w momencie, gdy otrzymają zapłatę od kontrahenta.

Zmieniają się także limity przychodów dla małych podatników. Limit przychodów bieżących (bez VAT) wyniesie równowartość 2 mln EUR.

W tym wypadku można skorzystać z preferencyjnej 9 % stawki CIT.

## SYSTEM KAUCYJNY

W 2025 r. w Polsce zacznie działać system kaucyjny na jednorazowe butelki z tworzyw sztucznych do 3 l, szklane butelki wielorazowego użytku do 1,5 l oraz metalowe puszki o pojemności do 1 l,

a nowe regulacje będą obejmować producentów oraz przedsiębiorców zajmujących się dystrybucją i sprzedażą napojów w opakowaniach objętych kaucją, tj. firm produkujących napoje w butelkach plastikowych, szklanych i puszkach oraz przedsiębiorców prowadzących sklepy, w których odbywa się sprzedaż napojów. Przyjęte rozwiązanie dostosowuje polskie prawo do rozwiązań obowiązujących w UE. Chodzi o unijną dyrektywę ws. zmniejszenia wpływu niektórych produktów z tworzyw sztucznych na środowisko.

Obecnie znaczna część odpadów powstających z tych opakowań jest zbierana razem z innymi odpadami komunalnymi w systemie gminnym. Nowe rozwiązanie zwiększy poziom selektywnego zbierania, co doprowadzi do recyklingu odpadów opakowaniowych i zmniejszy zaśmieszczenie środowiska. Aby odzyskać wcześniej zapłaconą kaucję, będzie można oddać do sklepu puste opakowania. Duże sklepy o powierzchni powyżej 200 m<sup>2</sup> będą w tym celu musiały odbierać puste opakowania, a pozostałe placówki handlowe będą mogły przystąpić do systemu i odbierać opakowania objęte kaucją na zasadzie dobrowolności.

Początkowo system miał obowiązywać od 1 stycznia 2025 r., obecnie jednak ustalono, iż z uwagi na brak gotowości przedsiębiorców i konieczność doprecyzowania obowiązków przesunięto ten termin na 1 października 2025 r.

## NOWY ROK – NOWY BUDŻET

Po zapoznaniu się z planowanymi zmianami warto skonsultować się z księgowymi lub doradcami podatkowymi, co pozwoli zapobiec ewentualnym problemom związanym z dostosowaniem się do nowych wymogów i zaplanować budżet tak, aby uniknąć problemów w przyszłości. ✕

Oprac. red.

## ARTE CULINARIA ITALIANA



XVIII Konkurs Włoskiej Sztuki Kulinarnej Arte Culinaria Italiana odbędzie się w dniach 28.02-02.03.2025 r. w Pałacu i Folwarku Arche Łochów, będącym współorganizatorem tego wydarzenia. Honorowym patronem jest Fundacja Leny Grochowskiej. Konkurs włoskiej sztuki kulinarnej to jeden z najbardziej prestiżowych konkursów i najstarszy wśród wszystkich konkursów kulinarnych odbywających się w Polsce, który

nadal trwa i ma tak wieloletnią historię oraz dorobek kulinarny. Konkurs ten służy promocji obiektów hotelarsko-gastronomicznych związanych z kuchnią i kulturą włoską, prezentacji firm oferujących wysoko jakościowe produkty oraz popularyzowaniu włoskich kulinariów wśród pasjonatów i amatorów kuchni. Przypomnijmy, że autorem, pomysłodawcą i organizatorem konkursu jest Giancarlo



Russo, znany włoski szef kuchni, arcy mistrz kulinarny, restaurator, promotor i autorytet z zakresu kuchni włoskiej w Polsce.

## Wigilia Euro-Toques Polska

25 listopada odbyła się wigilia Stowarzyszenia Euro-Toques Polska (ETP). Tym razem miejscem spotkania był Hotel Scout w Częstochowie. Kolację wigilijną rozpoczął przemówieniem i życzeniami świątecznymi Marcin Soból, prezes Euro-Toques Polska. Gośćmi specjalnymi byli Ján Duda (prezes Euro-Toques Slovakia), Marian Lechan (słowacka osobowość telewizyjna oraz wiceprezes Euro-Toques Slovakia) i Erika Vanvuchelen (prezes Euro-Toques Belgium). Podczas całego wieczoru czekało na zgromadzonych gości wiele niespodzianek m.in. pokaz



kulinarny ambasadora kultury greckiej Teo Vafidisa, pokaz kulinarny kuchni tajlandzkiej Jean Bosa czy Alicji Fruzińskiej, przewodniczącej Komisji Promocji Diczyny przy ZO PZŁ w Pile.



## Targi HORECA® i ENOEXPO®

6-8 listopada w EXPO Kraków 31. Międzynarodowe Targi Wyposażenia Hoteli i Gastronomii HORECA® wraz z 21. Międzynarodowymi Targami Wina w Krakowie ENOEXPO® poruszyły kolorami, teksturami, smakami i zapachami zmysły niemal 10 000 gości. W czasie targów 226 wystawców zaprezentowało swoje produkty, wielu z nich w wyjątkowych zniżkach dostępnych tylko na targach.



Na gości czekało aż 78 godzin inspirujących prelekcji, warsztatów, degustacji i dyskusji, których tematem przewodnim było wykorzystanie zmysłów jako narzędzia biznesowego. Kolejne targi – 5-7 listopada 2025 r. w EXPO Kraków. Organizatorzy już teraz zapraszają na owocne dni pełne inspiracji i biznesu. Więcej: [poradnikrestauratora.com.pl](http://poradnikrestauratora.com.pl).





## Nowa karta menu w Grand Blue Sopot

14 listopada w restauracji Grand Blue Sopot w hotelu Sofitel Grand Sopot zaprezentowano nową kartę menu jesienno-zimowego, która stanowi kulinarną podróż pełną korzennych smaków, tradycyjnych marynat i kiszonek. W świeżym ujęciu Executive Chef Tomasz Iwańca przybliży gościom potrawy inspirowane tradycyjną kuchnią staropolską, dbając jednocześnie o najwyższą jakość i zdrowy wymiar serwowanych dań. W nowym menu znalazły się m.in. przegrzebki



z figami, dynią po kociewsku i serem żuławskim; potaż kasztanowy z sarniną, rydzami i topinamburem; turbot z kiszoną kapustą i soczewicą;



bigosek z kaczki z goździkowym kremem z czerwonej cebuli, mostek cielęcy na rumiano podawany w oprawie z pieczonej kapusty i brusznicą oraz fondant szarlotkowy z zefirem waniliowym i rozmarynem. Menu wegańskie zostało wzbogacone o propozycje, takie jak sztuczki z dyni z sumakiem, algami i gruszką gdańczonką, à la matias z boczniaka z pumpnikiem, jarzęzowe orechiette z dynią po kociewsku oraz brownie z czerwonej fasoli i daktyli z pigwą.

## Polska wieprzowina, czyli jakość na talerzu

Choć przez lata panowało przekonanie, że jest tłusta i niezdrowa, wieprzowina wciąż pozostaje numerem jeden w wyborach konsumentów w Polsce, Europie i na świecie. Dlaczego tak się dzieje w czasach, gdy skrupulatnie analizujemy diety pod kątem kaloryczności, bezpieczeństwa i wpływu na nasze zdrowie? Otóż dlatego, że wieprzowina spełnia te wszystkie kryteria. W latach 90. zaczęła następować zmiana preferencji konsumentów w kwestii zawartości tłuszczu w jadłospisie. Podążając tym trendem, hodowcy trzody szukali odpowiednich ras i sposobu żywienia zwierząt, aby ich mięsność była jak najwyższa. Dziś jest to około 60 % chudego mięsa w stosunku do wagi całej świni.

Polska wieprzowina nie ustępuje zagranicznej konkurencji, a wręcz podlega bardziej restrykcyjnym standardom pod względem m.in. zawartości soli czy cholesterolu. Jest produktem

bezpiecznym, pozbawionym szkodliwych dioksyn i resztek pestycydów, a także podlega kontrolom alergenicności. Oznaczenia na opakowaniach, takie jak PRODUKT POLSKI, PQS, QAFP, Jakość Tradycja czy Gwarantowana Tradycyjna Specjalność dają pewność konsumentom, że się sięgają po produkt najwyższej jakości.

Mięso wieprzowe nie tylko nie szkodzi naszemu zdrowiu, lecz także niesie wiele korzyści za sprawą chociażby łatwo przyswajalnego białka, żelaza, witamin czy minerałów. Asortyment mięsa wieprzowego w Polsce jest bardzo szeroki, dlatego warto wiedzieć, jak wybrać najlepszy kawałek. Poza oznaczeniami na etykietach szukamy porcji mięsa w kolorze różowym bądź czerwonym

z niewielką ilością ścięgien i tłuszczu. Jeżeli mamy możliwość powąchania mięsa, warto upewnić się, czy jego zapach jest naturalny, delikatnie kojarzący się z krwią. Po zakupie mięso przechowujemy w lodówce maksymalnie dwa dni bądź w zamrażarce nie dłużej niż pół roku.

Sięgając po wieprzowinę z Polski nie tylko wykazujemy się postawą patriotyzmu konsumenckiego, dbamy o miejsca pracy dla lokalnych hodowców i przetwórców, unikamy kosztów importu mięsa z zagranicy, lecz także troszczymy się o środowisko, skracając skracając łańcuch dostaw i ograniczając ilość spalin generowanych przez samochody dostawcze. X

Autor: Łukasz Konik,  
szef kuchni

[f](#) Łukasz Konik [@](#) Lukasz.konik



**WIEPRZOWINA**  
Wychodzi na zdrowie 2



## 34. Bieg Niepodległości

Nasze Wydawnictwo od lat zachęca do aktywności fizycznej – co miesiąc, w naszym bratnim tytule „Poradnik Handlowca”, publikujemy wywiady i materiały o pasji osób związanych z branżą FMCG. Redaktor Naczelny „Poradnika Handlowca”, Wiesław Generalczyk, także propaguje sport i sam regularnie go uprawia. – „Ponieważ nie mogę już startować w maratonach, to dwa razy w tygodniu wolnym biegiem pokonuję od 6 do 8 km, a w soboty i niedziele bardzo szybkim marszem pokonuję 2 razy po ok. 20 km, czyli prawie maraton” – mówi prezes wydawnictwa. 11 listopada br. wziął udział w wirtualnym Biegu Niepodległości. Tego dnia, z okazji 106. rocznicy odzyskania przez Polskę niepodległości o godzinie 11:11, będąc na urlopie poza Polską, wyruszył na pustynię, by pokonać 10 km marszobiegami. O tej samej godzinie kilkanaście tysięcy osób rozpoczęło swój bieg w Warszawie.



## Kulinary Rajd Mistrzów za nami

Paweł Stępnik i Piotr Dziwkowski z Hotelu Fabryka Wełny & Spa w Pabianicach zostali mistrzami 12. edycji Kulinarnej Rajdu Mistrzów, który odbył się w Haston City Hotel we Wrocławiu. Drugie miejsce wywalczyli Paweł Błaszczyk i Krzysztof Horobiowski z restauracji Forum Kulinarne we Wrocławiu, a trzecie Mariusz Wolski i Artur Gosz z Hotelu Kozi Gród w Pomlewie. Zadanie konkursowe polegało na przygotowaniu przystawki oraz dania głównego w ośmiu porcjach. Produktami obowiązkowymi w przystawce były filet z jesiotra, boczek wędzony bez żeber oraz orzechy włoskie



łuskane. Z kolei w przyrządzeniu dania głównego każda drużyna musiała uwzględnić comber z jelenia bez kości, dowolne grzyby leśne suszone, a także kapustę zieloną lub włoską. Nad prawidłowym przebiegiem zmagania konkursowych czuwało jury w składzie: Jerzy Pasikowski, Robert Sowa, Marcin Budynek, Giancarlo Russo, Kurt Scheller, Wiesław Bober, Theofilis Vafidis, Wojciech Harapkiewicz,

Mateusz Jarosławski oraz Karol Okrasa, który wystąpił nie tylko w roli jurora, lecz także prowadzącego. Natomiast 9. Wrocławski Kulinaryny Rajd Młodych Mistrzów wygrały Nikola Szoldra i Anastazja Bagińska z Centrum Kształcenia Zawodowego i Ustawicznego w Oławie, zdobywając jednocześnie bezpośredni awans do polskiego finału Trophee Mille Poland 2025. Drugie miejsce zajęli Milena Piwowar oraz Przemysław Soszyński z Zespołu Szkół Nr 2 im. Jana Wyżykowskiego w Lubinie, trzeci zespół to Gabriela Gacek oraz Karolina Przedpeńska z Zespołu Szkół nr 1 w Świdnicy.



## Młody Kreator Sztuki Kulinarnej

8 listopada w Wiskitkach Młodym Kreatorem Sztuki Kulinarnej 2024 został Norbert Gniewek z Zespołu Szkół Gospodarczych w Rzeszowie. Drugie miejsce wywalczył Miłosz Grząbel-Mikulski z Zespołu Szkół w Starym



Sączu, natomiast na trzecim uplasował się Kacper Staszewski z Zespołu Szkół Przemysłu Spożywczego, Technikum nr 3 w Kielcach. Tematem XVI edycji konkursu Młody Kreator Sztuki Kulinarnej było danie główne

ze schabu wieprzowego bez kości, z dodatkiem dowolnego rodzaju przyprawy Delikat Knorr Professional. Zwycięzca będzie mógł wziąć udział w trzech wybranych przez siebie warsztatach z cyklu 3. edycji Akademii Mistrzów Smaku by Belvedere. Otrzyma także złoty bilet – możliwość udziału w trzecim etapie rekrutacji do 4. edycji Akademii Mistrzów Smaku by Belvedere, czyli egzaminu ostatecznego przed jury w Warszawie. Organizatorem konkursu był Unilever Polska.

## Kucharz Doskonały

15 października odbyła się 15. edycja Ogólnowarszawskiego Konkursu Umiejętności Kulinarnych „Kucharz Doskonały” skierowanego do osób z niepełnosprawnością intelektualną oraz całościowymi zaburzeniami rozwoju. Tematem tegorocznej rywalizacji była kuchnia włoska, która pozwoliła uczestnikom na odkrycie bogactwa smaków i tradycji tego kulinarnego dziedzictwa. Pierwsze miejsce zdobyła drużyna Klaudii Carlos w składzie Alicja Breik,



Cezary Gałązka, drugie drużyna Jagny Niedzielskiej oraz Jana Pirowskiego w składzie Natalia Suchcicka, Ismael Afana, a na trzecim uplasowała się drużyna Lidii Popiel w składzie Olga Łągowska, Agnieszka Ciosek. Wydarzenie poprowadził Jakub Steuermark. Firma Selgros wsparła wydarzenie, fundując produkty niezbędne do realizacji konkursu. Honorowy patronat nad konkursem objął Marszałek Województwa Mazowieckiego, Adam Struzik, co podkreśla znaczenie i wagę tego wydarzenia w promowaniu umiejętności kulinarnych oraz integracji społecznej.

## Kolacja wigilijna Klubu Szeów Kuchni



1 grudnia w hotelu Lemon Resort SPA w Gródku nad Dunajcem odbyła się kolacja wigilijna Klubu Szeów Kuchni. Gości przywitał prezes KSK Jarosław Walczyk. Podczas zebrania podsumowano rok działalności Klubu, przedstawiono plan na nowy rok 2025, a także podziękowano partnerom za współpracę. Natomiast po części oficjalnej wszyscy goście udali się na kolację przygotowaną przez gospodarza spotkania wraz z zespołem, czyli Janusza Garnarczyka, dyrektora F&B w hotelu Lemon Resort Spa. „Poradnik Restauratora” uczestniczył w tym wydarzeniu. Prezes Wydawnictwa Wiesław Generalczyk otrzymał od zarządu



podziękowanie za zaangażowanie i wspieranie rozwoju świadomości o branży HoReCa.

### FANEX PREZENTUJE SOSIWÓZ - WIĘCEJ NIŻ FOODTRUCK!

SOSIWÓZ to wyjątkowy projekt Fanex – mobilna przestrzeń kulinarna i niezależna submarka, która łączy street food z prezentacją wyjątkowych smaków. Dzięki kreatywnemu designowi inspirowanemu kolorami etykiet Fanex SOSIWÓZ przyciąga uwagę i angażuje. To nie tylko foodtruck, lecz także showroom, gdzie można odkryć wszechstronność produktów. Fanex wyrusza, by inspirować i zbliżać się do klientów!



Fanex Sp. z o.o.  
tel.: 22 471 04 44  
www.fanex.pl

### KOMORY CHŁODNICZE I MROŻNICZE - PRO ASCOBLÓC

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



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

### SCHŁADZARKO-ZAMRAŻARKA SZOKOWA Z FUNKCJĄ GRZANIA

Schładzarko-zamrażarka szokowa z funkcją grzania – przemysłowe urządzenie od Dora Metal, które podgrzewa, chłodzi i zamraża potrawy pozwalając zachować ich doskonały smak i teksturę. To kulinarna maszyna na najwyższym poziomie! Funkcja grzania: max +85°C w komorze; funkcja chłodzenia max -40°C w komorze; schładzanie do +3°C w 90 min./zamrażanie do -18°C w 270 min. Poznaj szczegóły – skontaktuj się z nami: [handlowy@dora-metal.pl](mailto:handlowy@dora-metal.pl)

Dora Metal – jesteśmy tam, gdzie gastronomia!



Dora Metal Sp. z o.o.  
tel.: 67 255 20 42  
www.dora-metal.pl

### SCOOPSY ZE SKÓRKĄ

Scoopsy ze skórka 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  
FB: Farm Frites Polska



# Gdzie warto być?

DATA	MIEJSCE	IMPREZA	ORGANIZATOR
1.12.2024	Gródek nad Dunajcem	Wigilia – Klub Szeferów Kuchni	Klub Szeferów Kuchni, Lemon Resort SPA
6.12.2024	cała Polska	Świąteczny Stół Pajacyka	PAH
8.12.2024	Mysiadło k. Warszawy	Walne zebranie OSSKiC i spotkanie wigilijne	OSSKiC
18-22.01.2025	Rimini	SIGEP – Międzynarodowe Targi Lodziarstwa, Cukiernictwa, Piekarstwa i Kawy	Italian Exhibition Group
23-27.01.2025	Lyon	Sirha Lyon – Międzynarodowe Targi Gastronomii i Hotelarstwa	Eurexpo Lyon
26-27.01.2025	Lyon	Bocuse d’Or	Bocuse d’Or
1.03.2025	Łochów	Arte Culinaria Italiana	Giancarlo Russo
16-19.02.2025	Warszawa	Targi Expo Sweet	Expo Sweet EZIG
16.02.2025	Warszawa	Mistrzostwa Polski w Dekoracji Tortów	Expo Sweet EZIG
17.02.2025	Warszawa	Lodziarskie Mistrzostwa Polski	Expo Sweet EZIG
18.02.2025	Warszawa	Mistrzostwa Polski w Przygotowaniu Deseru	Expo Sweet EZIG
19.02.2025	Warszawa	Mistrzostwa Polski Uczniów Szkół Cukierniczych	Expo Sweet EZIG
11-13.03.2025	Nadarzyn	Międzynarodowe Targi Rozwiązań dla Branży HoReCa EuroGastro	Ptak Warsaw Expo
14-18.03.2025	Hamburg	INTERNORGA – Międzynarodowe Targi Hotelarstwa i Gastronomii	Hamburg Messe und Congress
22-24.03.2025	Katowice	Targi Cukiernicze, Piekarskie i Lodziarskie Sweettargi	proMotion
26-28.03.2025	Kołobrzeg	Targi Gastro-Hotel	Gastro-Hotel Małgorzata Kryszak
8-10.04.2025	Warszawa	WorldFood Poland	Lentewenc
9-10.04.2025	Warszawa	Gastrotargi Smakki	Lentewenc
6-7.06.2025	Bydgoszcz	Kujawsko-Pomorskie Potyczki Kulinarne	Dariusz Gwiazda
24-26.09.2025	Poznań	Targi Polagra	Grupa MTP
5-7.11.2025	Kraków	Targi HORECA® i ENOEXPO®	Targi Kraków

**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)

The logo for Farm Frites, featuring the brand name in white capital letters on a dark, horizontally-oriented oval background.

FARM FRITES®

A collage of food images: a large bowl of golden-brown sweet potato fries in the center, a bowl of fresh vegetables (cucumbers, tomatoes, bell peppers) in the top right, and a piece of salmon with a herb and vegetable marinade on a wooden board in the bottom right.

# Frytki z batatów

Po więcej inspiracji zapraszamy  
na naszą stronę internetową:

The Farm Frites logo, consisting of the brand name in white on a dark oval background.

FARM FRITES®

Farm Frites CEE SP. z o.o.

E-mail: [sprzedaz@farmfrites.pl](mailto:sprzedaz@farmfrites.pl)

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

Farm Frites Polska

