

WYDAWANY NIEPRZERWANIE OD 1999 ROKU



26. ROK

PORADNIK RESTAURATORA

STYCZEŃ 2025 (304)

OGÓLNOPOLSKI MIESIĘCZNIK
BRANŻOWY DLA GASTRONOMII

NAKŁAD KONTROLOWANY 10 100 EGZ.
ISSN 1508-6194



SOKOŁÓW PRZEDSTAWIA

MOCNA KAMPANIA MARKETINGOWA
SMAK ZACZYNA SIĘ OD MIĘSA!



TV



RADIO



PRASA



INTERNET



SOCIAL MEDIA

Prymat[®]

GASTRO *line*

SOSY DLA GASTRONOMII

Sprawdź



ofertę!



Początek roku
**z doskonałym
smakiem**



Sosy Prymat GastroLine to linia **16 wyjątkowych smaków**, które znakomicie komponują się z przekąskami i daniami na ciepło, dodając im wyjątkowego charakteru.

www.prymatgastroline.pl



HEIDI HANDKOWSKA
Redaktor Naczelna

Pomyślności i energii do działania

2025 rok – jaki będzie dla branży HoReCa? To pytanie zapewne niepokoi wielu z Państwa. Ostatnie lata dla gastronomii były trudne, ale często kluczową rolę w osiągnięciu sukcesu odgrywała ciężka praca. Możemy być także dumni z tego, że mimo lockdownu branża odrodziła się i z determinacją zmierza ku lepszym czasom, wyższemu obrotom, a więc i zarobkom. Świadczy o tym m.in. nasz reportaż z Podhala, które dziś odwiedzają nie tylko Polacy, lecz także Niemcy, Węgrzy, Anglicy, Hindusi czy goście z Półwyspu Arabskiego, doceniając jakość oferowanych usług.

Co prawda Europa zmagą się z kryzysem gospodarczym, wzrastają ceny produktów oraz usług. Niewątpliwie może to się odbić również na branżowej prasie drukowanej, co warto podkreślić – często darmowej dla jej głównych odbiorców. Jednak mimo tych przeciwności „Poradnik Restauratora” nadal będzie starał się utrzymywać wysoki nakład, bo naszą wieloletnią już misją jest bycie blisko sektora HoReCa.

Niestety, w ostatnich latach na rynku prasy branżowej pojawiały się tytuły, które wprowadzały w błąd partnerów biznesowych, podając zawyżone dane o nakładach jednocześnie obniżając ceny reklam. Kilka z nich „ucieкло” przed audytem nakładu, o czym informowały władze ZKDP oraz PBC – Polskie Badania Czytelności („nakład kontrolowany”). Rekordzistą okazał się wydawca, który deklarował **druk 62 000 egz., a dystrybuował jedynie niecałe 2000 egz.** (ostatecznie wykluczony po audycie nadzwyczajnym z ZKDP/PBC).

Jako pismo o ugruntowanej od lat pozycji na rynku HoReCa, nadal będziemy apelować do PBC o szerszą weryfikację rzetelności nakładów pism, na temat których docierają do nas niepokojące sygnały. Postulowaliśmy już o zwiększenie uprawnień audytorów do kontroli ilości wydrukowanych egzemplarzy. Niestety m.in. jeden z przedstawicieli prasy gastronomicznej – nie wiemy dlaczego – zagłosował przeciwko. Mamy jednak nadzieję, że w końcu i rynek, dla dobra całej branży, zweryfikuje nieuczciwe praktyki.

Warto podkreślić, że papier cieszy się niesłabnącym autorytetem. Potwierdza to **międzynarodowy raport KANTAR „Media – trendy i przewidywania 2025”** w którym czytamy, że w społeczeństwie rośnie zmęczenie ekranami, a czytelnicy cenią namacalną naturę prasy, której odbiorcy postrzegają ją jako bardziej wiarygodne źródło informacji. Drukowana forma komunikacji jest podstawą sukcesu „Poradnika Restauratora” już 26. rok, a wszystko co „piszemy”, robimy z szacunkiem właśnie dla Państwa, naszych Czytelników i Partnerów.

Miłej lektury!

Wydawca:

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

GENER▲LCZYK
FIRMA RODZINNA od 1994

Dystrybucja w obiegu zamkniętym
– bezpośrednio do lokali gastronomicznych.

Adres redakcji:

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

Prezes Wydawnictwa: Wiesław Generalczyk

Dyrektor Zarządzający:

Wojtek Generalczyk wojtekg@poradnikhandlowca.com.pl

Z-cy Dyrektora ds. Sprzedaży:

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

Małgorzata Siuda malgorzatas@poradnikhandlowca.com.pl

Dział Sprzedaży:

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

Redaktor Naczelna:

Heidi Handkowska heidih@poradnikrestauratora.com.pl

Redakcja:

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

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

Dyrektor Administracji i Marketingu:

Zbyszko Zalewski zbyszkoz@poradnikhandlowca.com.pl

Współpraca (administracja): Anna Stelmaszczyk

Kierownik Biura:

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

Opracowanie graficzne:

Logo: EPM **Studio/skład:** PRZECINEK.studio

Zdjęcia: Flash Press Media, 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



NAKLAD KONTROLOWANY
Nakład kontrolowany 10 100 egz.
ISSN 1508-6194



[/poradnikrestauratora](https://www.facebook.com/poradnikrestauratora)



[/poradnik.restauratora](https://www.instagram.com/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

Podhale stawia na rozwój i przyciąga jak magnes

5

Przedstawiciele Redakcji „Poradnika Restauratora” pod koniec grudnia 2024 r. odwiedzili najbardziej znane podhalańskie miejscowości, m.in. Zakopane i Bukowinę Tatrzańską. Nasz reporterski instykt pokierował nas tu, by sprawdzić, jakie wyzwania stanęły przed branżą HoReCa. Tysiące turystów z Polski, Europy, a nawet dalekich zakątków Azji, zakochanych w Podhalu i jego niepowtarzalnej atmosferze, postanowiły właśnie tu pożegnać stary i przywitać nowy rok. Korki na Zakopiance i drogach dojazdowych, kolejki do lokali gastronomicznych, tłumy na Krupówkach – nic nie jest w stanie stanąć na przeszkodzie w rozwoju branży turystycznej i odstraszyć gości.



Adam Lelewer



Fot. Grzegorz Grzeszczak

Temat miesiąca

- 5** Podhale stawia na rozwój i przyciąga jak magnes
- 9** Nie dajmy się zwariować, czyli kierunki ewolucji gastronomii w 2025 r.

Prezentacje

- 16** **Rozmowa z:** Adam Lelewer
- 20** **Rozmowa z:** Adam Marmuszewski i Dawid Rozmus

Od kuchni

- 22** **Menu:** Trendy i inspiracje cukiernicze na 2025 r.
- 26** **Menu:** Styczeń miesiącem weganuary
- 28** **Menu:** Święto amatorów słodkich smaków
- 30** **Menu:** Drink&food pairing

W kadrze

- 32** Wydarzenia
- 34** Nowości na rynku gastronomicznym

Podhale stawia na rozwój i przyciąga jak magnes

Fot. Poradnik Restauratora

Przedstawiciele Redakcji „Poradnika Restauratora” pod koniec grudnia 2024 r. odwiedzili najbardziej znane podhalańskie miejscowości, m.in. Zakopane i Bukowinę Tatrzańską. Nasz reporterski instynkt pokierował nas tu, by sprawdzić, jakie wyzwania stanęły przed branżą HoReCa. Tysiące turystów z Polski, Europy, a nawet dalekich zakątków Azji, zakochanych w Podhalu i jego niepowtarzalnej atmosferze, postanowili właśnie tu pożegnać stary i przywitać nowy rok. Korki na Zakopiance i drogach dojazdowych, kolejki do lokali gastronomicznych, tłumy na Krupówkach – nic nie jest w stanie stanąć na przeszkodzie w rozwoju branży turystycznej i odstraszyć gości.

Podhale już od kilku lat, a także teraz, pod koniec grudnia 2024 r. przeżywało prawdziwe oblężenie. Do zimowej stolicy Polski, Zakopanego, przyjechały tysiące turystów, aby pożegnać stary i przywitać Nowy Rok, mimo że imprezie nie patronowała żadna stacja telewizyjna i nie można było pomachać znajomym na ekranie. Tym razem to miasto zorganizowało koncert bez udziału dużych mediów, jak to miało miejsce w przypadku Sylwestrów Marzeń. Na zakopiańskiej Równi Krupowej i tak stawiło się około 20 tys. chętnych do wspólnej zabawy „pod chmurką”, a raczej pod Tatrami. Nad ich bezpieczeństwem czuwało prawie 200 funkcjonariuszy policji z całej Małopolski.

Wspierali ich funkcjonariusze Straży Granicznej, straży pożarnej, Straży Ochrony Kolei, straży miejskiej, ratownicy, pracownicy ochrony oraz wolontariusze.

Policja podkreśla, że był to stosunkowo bezpieczny Sylwester. „Pomimo tysięcy widzów podczas koncertu nie doszło do żadnego poważnego zdarzenia” – czytamy w komunikacie.

Rzesze spragnionych zimowej aury i dobrej zabawy gości opanowały jednak miasto już wcześniej. Widać było to przede wszystkim po wielkości korków i ilości osób na Krupówkach. Turysty – pary, rodziny z dziećmi i grupy znajomych – wolnym tempem spacerowali deptakiem, oglądając stragany z pamiątkami, szukając wolnych miejsc w karczmach i restauracjach, do których ustawiały się kolejki.

KU CELOWI – Z KORKAMI CZY BEZ

Zakopane to ulubiona sylwestrowa miejscówka Polaków, i jak pokazują ostatnie lata,



Fot. Poradnik Restauratora

Fot. Poradnik Restauratora



Restauracja Zyk Zak w Zakopanem

Fot. Poradnik Restauratora



Karczma Bacówka na Krupówkach

także innych gości, nawet z egzotycznych zakątków świata. Na popularności korzystają miasto i przedsiębiorcy, ale dla zakopiańczyków to trudny czas. Ogromny ruch na drogach utrudniał im codzienne funkcjonowanie. Problemy z parkowaniem mieli również przyjezdni. Przejazd tylko przez Zakopane zajmował około godziny – od rana zakorkowane były wszystkie drogi dojazdowe do miasta i centrum. Co kilkadziesiąt sekund pojazdy przemieszczały się o kilka metrów, aby znowu się zatrzymać. Podobna sytuacja panowała też na nowej Zakopiance. Kierowcy stali w długim korku, który zaczynał się już przed Nowym Targiem, skąd do Zakopanego

dowożone są m.in. artykuły spożywcze do sklepów, restauracji czy obiektów wypoczynkowych.

AUTOSTRADA DO TATR

Pod koniec lata ub.r. GDDKiA oddała do użytku nowy odcinek drogi krajowej nr 47, popularnie nazywanej Zakopianką, który łączy Rdzawkę z Nowym Targiem. Ta długo wyczekiwana inwestycja ma kluczowe znaczenie dla komunikacji między Krakowem a Zakopanem, wprowadza istotne zmiany w ruchu drogowym na Podhalu. Jest nowoczesna, dwujezdniowa, biegnąca niemal w całości nowym śladem, na zachód od dotychczasowej Zakopianki. Nowy odcinek liczy 16,1 km długości i posiada

dwa pasy w każdym kierunku, co znacznie poprawia płynność ruchu na tej popularnej trasie, szczególnie w sezonie turystycznym. Niestety, zmotoryzowani turyści poczekają jeszcze kilka lat na kolejny etap budowy nowej trasy do Zakopanego. Obwodnica Nowego Targu miała powstać do 2031 r., jednak na jej przebieg nie zgadzają się lokalne władze i mieszkańcy. Na razie korki przeniosły się w inne miejsce – bliżej Zakopanego, ale ten fakt na razie niewielu odstrasza...

ZAKOPANE JAK WIEŻA BABEL

Czas okołosylwestrowy jest szczególnie dla Zakopanego. Niemalże jak mityczna Wieża Babel

MARCIN GRUSZKA

Szef kuchni
Restauracja Widok
Hotel Harnaś Bukowina Tatrzańska
Poland National Culinary Team OSSKiC

Coroczne wyzwanie każdego szefa kuchni – przygotować menu sylwestrowe tak, by zadowolić możliwie wszystkich gości i nie przekombinować. Dobrym rozwiązaniem są proste tradycyjne dania z nowoczesnym akcentem, mieszanka kuchni i produktów światowych z lokalnymi. Warto postawić na wyrazisty główny składnik z odpowiednim doбором drobnych dodatków i elementów, łączących danie w nieprzewidywalną smakowo całość.

Fot. Arch. OSSKiC



Danie z menu sylwestrowego w restauracji Widok



Fot. Restauracja Widok

Fot. Poradnik Restauratora



Pan Placek na Krupówkach

miasto rozbrzmiewało językami z całego świata, a dominował, oprócz polskiego, angielski, niemiecki, słowacki i węgierski. W Zakopanem tę wyjątkową noc spędzają nie tylko Polacy. Jest bardzo dużo gości zza granicy – Niemcy, Węgrzy, Słowacy, Czesi, a także Ukraińcy, Anglicy, Hindusi i goście z Półwyspu Arabskiego. Jak zaznaczali właściciele hoteli i pensjonatów, sporo gości to rodacy, którzy na stałe mieszkają poza Polską – w Niemczech czy Wielkiej Brytanii.

– Okres świąteczno-noworoczny nie sprzedawał się od czasu lockdownu tak dobrze, jak w 2024 r. Zauważyliśmy wyraźne zainteresowanie wypożyczynkiem przez wielopokoleniowe rodziny – mówi **Karol Wagner** z Tatrzańskiej Izby Gospodarczej. – Drugim trendem były rezerwacje od naszych emigrantów zarobkowych sprzed 20 lat, którzy przyjeżdżają spędzić święta pod Giewontem

ze swoimi rodzinami – dodaje. Jeżeli chodzi o rezerwacje sylwestrowe, to wg TIG w listopadzie ub.r. sięgnęły one ok. 80 %. Niektóre hotele raportowały już pełne obłożenie. Zdecydowanie większym zainteresowaniem cieszyły się obiekty luksusowe i hotele oferujące całe pakiety pobytowe, łącznie z balem sylwestrowym.

TURYSTYKA KOŁEM ZAMACHOWYM ROZWOJU REGIONU

Podhale to wyjątkowy region Polski, który rozwija się niezwykle dynamicznie pod względem otwartości na turystów. Rozwój ten jest kompleksowy, zdeterminowany przez oczekiwania przyjezdnych. W kilku lokalizacjach powstają duże hotele, realizowanych jest także mnóstwo mniejszych inwestycji. Zapewne za rok wiele z nich otworzy swe podwoje dla gości. A tych przybyło w minionym sezonie szczególnie dużo.

MENU W ZAKOPIAŃSKICH LOKALACH GASTRONOMICZNYCH

Bistro „Schronisko Krupówki” – kultowy schabowy, czyli kotlet z podhalańskiej wieprzowiny smażony na tradycyjnym smalcu – 29,99 zł.

W „Krupowej Izbie” regionalne dania mięsne np. grillowane połówki wieprzowe z dodatkami – 58 zł, żeberka wieprzowe z dodatkami – 65 zł, tatar wołowy – 53 zł, golonka w zaprawie piwno-gorczykowej z pajdą chleba i ogórkiem kiszonym – 65 zł.

W restauracji „Górska Tradycja”, która zachwyca wnętrzem inspirowanym zakopiańskim stylem Stanisława Witkiewicza, można skosztować dań Grzegorza Miśty, takich jak m.in. żeberko wieprzowe z dodatkami – 79 zł, filet z pstrąga z dodatkami – 84 zł czy tatar z połówki wołowej – 69 zł.

W „Karczmie Zapiecek” – żeberka grillowane z frytkami – 62 zł, schab grillowany z dodatkami – 58 zł, a swojski burger wołowy – 55 zł.



Restauracja i cukiernia Górska Tradycja na Krupówkach

Fot. Poradnik Restauratora

Fot. Poradnik Restauratora

Powitanie Nowego Roku 2025



Fot. Poradnik Restauratora

Jeśli wierzyć bazie noclegowej zakopane.pl, to w mieście zarejestrowanych jest ponad 3200 obiektów noclegowych! Kilka z nich oferuje wyjątkowe warunki wypoczynku.

Hotel Harnaś to jedyny hotel dla dorosłych na Podhalu, który przyciąga nie tylko osoby szukające doskonałych warunków do wypoczynku w ciszy, z widokiem na góry i z bezpośrednim dostępem do luksusowych udogodnień Bukovina Resort. Hotel ten stanowi także idealny punkt wypadowy do zwiedzania całego regionu. Oferta noclegowa Podhala jest na tyle bogata i różnorodna, że każdy turysta może znaleźć dla siebie odpowiednie lokum. Pod jednym warunkiem – na Święta i Sylwestra trzeba rezerwować miejsca nawet z kilkumiesięcznym wyprzedzeniem.

CZYSTE POWIETRZE NA CO DZIEŃ, NIE TYLKO OD ŚWIĘTA

Jeszcze kilka lat temu, wjeżdżając na Gubałówkę, można było podziwiać jedynie Tatry, bo Zakopane pozostawało spowite gęstą warstwą smogu. Wiele się jednak zmieniło. Widać i czuć, że powietrze w Zakopanem staje się coraz czystsze, a to za sprawą determinacji aktywistów Podhalańskiego Alarmu Smogowego oraz

Hotel Harnaś w Bukowinie Tatrzańskiej



Fot. Restauracja Witok

władz miasta i regionu, którym udało się pozyskać środki na dofinansowanie wymian kotłów w domach i obiektach. Niestety, wciąż wysoko w rankingu „zasmogowanych” miast plasuje się Nowy Targ Rabka czy Sucha Beskidzka.

Przedstawiciele władz miasta Zakopane w rozmowie z „Poradnikiem Restauratora” zapewniali, że są „w połowie drogi, tak naprawdę. Idziemy w dobrym kierunku jako miasto i jako mieszkańcy, natomiast mamy jeszcze trochę do zrobienia. Zostały do wymiany tzw. kopciuchy, czyli bezklasowe piece na paliwa stałe, w których też, niestety, można spalić śmieci i niektórzy to robią”.

W ubiegłym roku odnotowano jedynie 22 dni z przekroczonymi normami

jakości powietrza, czyli mniej niż w latach poprzednich. Według danych Wydziału Środowiska Urzędu Miasta w Zakopanem obniżyło się również średnioroczne stężenie pyłów PM10 do 24 µg/m³.

Poprawiające się statystyki nie powinny jednak ostudzić zapału do dalszych działań. Należy pamiętać o tym, że Zakopane, niegdyś znane uzdrowisko, gdzie leczono m.in. chorych na gruźlicę, zasługuje na to, aby ponownie odetchnąć świeżym powietrzem, po które będą przyjeżdżać turyści spragnieni jednocześnie dostępności natury, przystępnych cen na korzystanie z atrakcji i doskonałych warunków do wypoczynku. ✕

Tekst i zdjęcia:
Redakcja Poradnika Restauratora

NIE DAJMY SIĘ ZWARIOWAĆ, CZYLI KIERUNKI EWOLUCJI GASTRONOMII W 2025 R.

Goście w goglach VR przy restauracyjnych stołach, automaty w kuchni zamiast licznej załogi, sztuczna inteligencja tworząca menu i food cost? Tak, ale nie w pośpiechu i nie na siłę. Nowoczesność w gastronomii musi opierać się przede wszystkim na korzystnym rachunku ekonomicznym oraz na zmysłowości, doświadczeniu i dobrym samopoczuciu gości. Tych priorytetów nie jest w stanie zmienić żaden trend...

Jakie będą gastrotrendy 2025 roku? Oto pytanie, które zadają sobie (i na nie odpowiadają) szefowie kuchni, przedsiębiorcy i coraz liczniejsi foodies. Wbrew temu, co może się wydawać, nie dojdzie do żadnej rewolucji. Zmiany, jakim poddaje się branża, wynikają z tego, co aktualnie dzieje się na świecie w innych dziedzinach gospodarki, a co da się z powodzeniem zaimplementować w gastronomii, czy raczej w jej poszczególnych sektorach. Ekspersi rynku przewidują, że w 2025 r. kluczowe będą wykorzystanie nowoczesnych technologii i automatyzacja, a także zero waste, lokalność oraz nieoczywiste połączenia smaków bądź przenikanie się kuchni. Restauracje fine diningowe zaczną rozwijać się w kierunku specjalizacji. Ile jest w tym katalogu faktycznych nowości, a ile kontynuacji tego, co już doskonale znamy i realizujemy?

Z AUTOMATYZACJĄ NA TY

Tradycyjna gastronomia, czyli lokale zatrudniające dziesiątki osób, każda z inną specjalizacją, odchodzi do lamusa. To jednak nie świadczy o jej wyjątkowości. W wielu

sektorach potrzebne są osoby, będące ekspertami w wąskiej dziedzinie, ale jednocześnie potrafiące zastąpić współpracowników w ich zadaniach, by utrzymać płynność pracy przedsiębiorstwa – w tym przypadku lokalu. Osoba z wieloma umiejętnościami na pewno szybciej znajdzie zatrudnienie. Z drugiej strony każdy pracownik to koszt. Stąd pomysł na wprowadzenie automatyzacji do gastronomii, bo może ona usprawnić pracę, uczynić ją bezpieczniejszą, wesprzeć procesy zamawiania produktów, monitorowania stanów magazynowych,

zwiększyć wydajność i dokładność procesów, w których człowiek bywa zawodny. Automaty najlepiej sprawdzają się w lokalach o prostym, krótkim menu, serwujących powtarzające się dania. Przykład? Sieć oznakowana żółtą literą „M”, gdzie zdecydowana większość posiłków jest zamawiana w panelach. Podobne rozwiązania, takie jak zdalne zamawianie dań np. poprzez aplikacje w telefonach, są także stosowane w innych sieciach i lokalach. Pozwalają na ulepszenie obsługi gościa, sprawne realizowanie zamówień czy minimalizację błędów w wystawianiu rachunków i faktur. Załoga lokalu może skupić się na innych, ważniejszych zadaniach i bezpośredniej obsłudze gości. Skąd automatyzacja w gastronomii? Z jednej strony wynika z troski o konsumenta i organizację pracy w lokalu, a z drugiej z faktu, że w gastro chce pracować coraz mniej osób. W tym wypadku braki kadrowe najłatwiej i najrozsądniej zastąpić właśnie automatyzacją.

– Restauracje będą coraz chętniej

ROBERT SOWA

Restaurator

Szef kuchni N31

2025 rok będzie pełen niespodzianek kulinarnych, ale przede wszystkim gastronomicznych. Obawiam się, że ze względu na szaleństwo cenowe produktów znacznie więcej lokali będzie się zamykało, niż otwierało. Kulinarnie jeszcze bardziej sfokusujemy się na temacie produktów polskich, regionalnych wręcz etnicznych. Siłą przebicia się spośród konkurencji będzie stawianie na najwyższą jakość surowców i usług oraz specjalizowanie się w danej dziedzinie. Nacisk na bycie eko również wpłynie na ceny, w związku z tym zaczniemy uważniej przyglądać się odpadom, a to sprzyja byciu zero waste.



Fot. Arch. Robert Sowa

sięgać po inteligentne urządzenia kuchenne, aplikacje do zarządzania zamówieniami czy systemy samoobsługowe, aby zwiększyć efektywność i ograniczyć koszty – zauważa **Tomasz Łagowski**, szef kuchni restauracji Belvedere w warszawskich Łazienkach.

– Coraz częściej wdraża się sztuczną inteligencję do zarządzania zamówieniami czy rezerwacjami w restauracjach w celu optymalizacji procesów. Od jakiegoś czasu daje się zaobserwować ogólny wzrost znaczenia zamówień i dostaw zdalnych. Przewiduję zatem dalszy rozwój aplikacji mobilnych ułatwiających zamawianie jedzenia. Inny trend to interaktywne menu: możliwość korzystania z tabletów i aplikacji mobilnych do zamawiania potraw, co pozwala na lepsze zarządzanie zamówieniami i zwiększenie satysfakcji klientów – twierdzi **Paweł Kałuski**, szef kuchni Sofitel Warsaw Victoria.

Systemy te nie są jednak tak popularne w restauracjach fine diningowych, w których bezpośredni kontakt gości z kelnerem dysponującym wiedzą o menu jest walorem nie do podważenia.

– Mimo że eksperci przewidują, iż w roku 2025 w gastronomii jednym z kluczowych trendów będzie

BARBARA RITZ

Restaurator
Szef kuchni Ritz

Zero waste czy lokalność produktu są przyjmowane przez coraz większą ilość restauratorów, a także szefów kuchni. Nieoczywiste połączenia smaków królują również na wielu stołach w restauracjach typu fine dining i coraz więcej kucharzy decyduje się iść w tym kierunku. Do tego trendu jednak podeszłabym ostrożnie, ponieważ nie każde nieoczywiste połączenie smaków musi być strzałem w dziesiątkę.

automatyzacja, jestem przekonana, że nie zdominuje ona gastronomii. Na pewno jest to przyszłość fast foodów, ale nie fine diningu, a do takiego rodzaju należy moja restauracja – podkreśla **Barbara Ritz**. – Nie wyobrażam sobie, aby w naszym serwisie zabrakło czynnika ludzkiego. Nasi goście przychodzą do restauracji, aby przeżyć coś wyjątkowego, a do tego zalicza się również atmosfera, jaka panuje w lokalu, do której w dużej mierze przyczyniają się właśnie nasi kelnerzy, sommelierzy, barmani, a nawet pomocnicy kelnerscy – dodaje.

Do tej opinii dołącza też szef **Robert Sowa**. – Moim zdaniem coraz bardziej rozpowszechniane zjawisko automatyzacji w gastronomii znajduje miejsce jedynie w zamówieniach online, sprzyja analizom, ale nic nie zastąpi pracy

ludzkich rąk i budowania relacji, zwłaszcza w autorskich, mniejszych restauracjach oraz koncepcjach opartych na bezpośrednim kontakcie z gośćmi – dodaje.

Wydaje się jednak, że wielu szefów, także tych prowadzących restauracje na wyższym poziomie, w automatyzacji pracy dostrzega liczne korzyści.

– Automatyzacja usprawni procesy w kuchni, umożliwiając skupienie się na sztuce gotowania – twierdzi **Michał Stężalski** z Tygli Gdańskich. – Automatyzacja w kuchniach restauracyjnych w 2025 r. przestaje być futurystyczną wizją, a staje się codziennością. Roboty krojące, urządzenia inteligentne czy systemy zarządzania zamówieniami to technologie, które już teraz rewolucjonizują gastronomię. Pozwalają one przyspieszyć procesy, zmniejszyć błędy oraz obniżyć koszty operacyjne. Oprócz tego uwalniają czas zespołów kucharskich – mogą skupić się na kreowaniu unikalnych potraw i doskonaleniu smaków. Choć automatyzacja może budzić obawy o utratę osobistego charakteru kuchni, jej właściwe wykorzystanie to klucz do harmonii między technologią a kulinarną pasją. Dla restauracji takich jak Tygle Gdańskie to szansa na efektywność i innowacyjność, przy jednoczesnym zachowaniu rzemieślniczego podejścia, tworzącego niezapomniane doświadczenia

Fot. Arch. Barbara Ritz



MARCIN SOBÓL

Prezes Euro-Toques Polska
www.eurotoques.pl

Automatyzacja obsługi i przyspieszenie procesów produkcyjnych oraz równocześnie rosnąca przyczyna ekologiczna sprawiają, że zero waste staje się standardem, a kreatywne wykorzystanie resztek i minimalizacja odpadów będzie priorytetem. Konsumenci jeszcze bardziej zaczną doceniać lokalność i sezonowość, co przełoży się na menu dostępne na rynku. Wyróżnikiem staną się także nieoczywiste połączenia smaków, które zaskakują gości i podnoszą wartość doświadczenia kulinarnego. Gastronomia coraz częściej będzie szła w stronę specjalizacji, odznaczając się conceptami odpowiadającymi na określone wymagania klientów. Będziemy również obserwować dalszy wzrost popularności kuchni roślinnej.



Fot. Arch. Marcin Soból

dla gości – argumentuje rozmówca „Poradnika Restauratora”.

Podobnego zdania jest **Przemysław Janta**, specjalista ds. rozwoju rynku w Bidfood. – Coraz częstszym zjawiskiem jest używanie nowoczesnych technologii w kuchni. Mogą one pomóc w przygotowaniu wielu potraw. Restauracje będą inwestować w urządzenia do krojenia ryb, automatyczne formowanie ryżu lub nawet roboty do obsługi klientów – mówi.

SZTUCZNA INTELIGENCJA Z PRAWDZIWYMI WIDOKAMI

Kolejny zapowiadany trend to szerokie zastosowanie rzeczywistości (VR), rozszerzonej rzeczywistości (AR) oraz sztucznej inteligencji (AI) i jej pochodnych. W niektórych lokalach to już niemal codzienność – gość w goglach siedzący za stołem. Dzięki AR restauracje mogą wyświetlać spersonalizowane menu lub pokazać konsumentowi danie w 3D – w konsekwencji może on je dokładnie obejrzeć, nawet w przekroju i ocenić, czy jego wygląd, skład i wielkość są odpowiednie. VR natomiast to emisja obrazów i dźwięków stworzonych komputerowo. Gość, zakładając gogle i słuchawki odcinając go od szumu świata zewnętrznego, może konsumować danie, przenosząc się mentalnie w odległe krainy. W USA funkcjonują lokale pozwalające swoim gościom na kulinarną podróż na plażę albo do charakterystycznych miejsc, z jakich pochodzą serwowane dania. Wspomniana już sieć z żółtą literą „M” dzięki zastosowaniu VR zaprasza na zwiedzanie farm. Zdjęcia wykonane w technologii 360° sprawiają, że konsumenci mogą dokładnie przyjrzeć się procesom powstawania produktów, które po chwili lądują w ich dłoniach. VR, AR i sztuczna inteligencja zapewniają nawiązanie interakcji między gościem a personelem w nierzeczywistym, ale bardzo bliskim, ciekawym świecie. Na przykład gość sączący wino,



Baziółka

100% smaku i natury na Twoim talerzu

Bez chemicznych nawozów, za to w pełni naturalne, zdrowe i świeże. Takie są zioła doniczkowe, cięte i mikro liście marki Baziółka. Dodane do posiłku podkreślą jego smak oraz wzbogacą witaminami i mikroelementami. Nie ma lepszego i bardziej wartościowego sposobu na smaczną i dietetyczną potrawę. Częstuj się na zdrowie.

Więcej dowiesz się na
www.baziolka.pl

REKLAMA

czekając na posiłek, może zwiedzać winnicę, z której ono pochodzi.

Jednak bardziej użyteczne niż serwowanie gościom obrazów z pogranicza imaginacji wydaje się wykorzystanie nowoczesnych technologii w szkoleniu pracowników. Personel bezpośrednio obsługujący może uczyć się nakrywania stołów, przyjmowania i realizacji zamówień, a załoga kuchni szlifować umiejętności technik kulinarnych.

Co więcej – VR, AR i AI pozwalają na „eksportowanie” wybranych produktów z lokalu do odbiorców zewnętrznych – jak na przykład szkolenia z gotowania, z serwowania napojów czy przygotowywania drinków. Usługi te, dla których nie jest konieczny zakup kolejnych sprzętów i urządzeń, mogą przynieść restauracjom dodatkowe zyski.

Warto tu podkreślić szczególną rolę, jaką zaczyna odgrywać w branży sztuczna inteligencja, która na podstawie danych zebranych podczas dotychczas dokonanych zamówień, jest w stanie określić profile klientów i przygotować dla nich spersonalizowane menu, biorące pod uwagę wszelkie czynniki, zarówno zewnętrzne (pora dnia, pora roku, temperatura i wilgotność powietrza), jak i charakterologiczne (np. alergie, wiek, schorzenia). W tle tych „korzyści” pojawia się jednak pytanie, czy AI nie stanie się zbyt wszędobylska i czy jej umiejętności profilowania

TOMASZ ŁAGOWSKI

Szef kuchni
Belvedere

W 2025 r. branża HoReCa stanie przed znaczącymi zmianami, napędzanymi zarówno rozwojem technologii, jak i rosnącymi oczekiwaniami konsumentów. Kluczowym trendem będzie automatyzacja. Równocześnie rosnąca świadomość ekologiczna sprawi, że idea zero waste zdominuje procesy operacyjne – kreatywne wykorzystanie resztek i minimalizacja odpadów staną się standardem. Konsumenty będą również poszukiwać lokalnych produktów, co sprzyja wspieraniu regionalnych dostawców i budowaniu unikalnych smaków. Nieoczywiste połączenia kulinarne, jak fuzje tradycyjnych potraw z egzotycznymi akcentami, zaczną przyciągać uwagę gości.



nie wywołają dyskomfortu u gości? Dziś jeszcze nie znamy odpowiedzi na to pytanie, ale zapewne za kilka lat lepiej poznamy mocne i słabe strony zastosowania sztucznej inteligencji w gastronomii.

ZIELONE ZNACZY NIEKONTROWERSYJNE

Kolejne trendy, znacznie silniej osadzone w rzeczywistości polskich restauracji, to zwrot ku wegetarianizmowi i popularyzacja roślinnych zamienników dań z mięsnym składem. – W dzisiejszych czasach nie wyobrażamy sobie profesjonalnej kuchni bez ziół. W trendzie utrzymują się mikroliście, ale to zioła cięte nadal cieszą się największym popytem – mówi **Katarzyna Duda**, kierownik ds. administracyjnych

i wsparcia operacyjnego Baziółka. – Doniczki królują natomiast w miejscach, gdzie serwuje się drinki i desery. Smak i aromat świeżych ziół są nieporównywalne jakościowo do ziół suszonych. W daniach à la carte sprawdzają się mikroliście – stanowią nieodzowny element dekoracji potraw. Podczas imprez masowych i w cateringu wciąż dominują jednak zioła cięte. Zioła w doniczkach zadomowiły się w hotelach i restauracjach oferujących koktajle. W trendzie są zioła nieoczywiste, takie jak tymianek. Podobnie sprawa wygląda z deserami – tutaj listek mięty czy melisy zawsze pochodzi z najlepszej gałązki w doniczce. W decyzji o wyborze ziół kierujemy się głównie ich przeznaczeniem – dodaje.

To także lokalność produktów i ich wysoka jakość, której w kraju będącym wiodącym producentem żywności dla reszty Europy nie trzeba szczególnie zachwalać. Jeśli do tych trendów dodamy też ideę zero waste, wynikającą z troski o klimat, a ponadto o własne pieniądze – uzyskamy najlepszą myśl przewodnią dla gastro na kolejny rok.

BARTOSZ PETER

Ekspert kulinarny
Instytut Kulinarny Transgourmet

W 2025 r. gastronomia to już nie tylko smak – to pełne doświadczenie, które zaczyna się od pochodzenia składników, a kończy na technologicznych innowacjach. Klienci chcą jeść świadomie, wiedzieć, skąd pochodzi ich jedzenie, jak wpływa na planetę i ich organizm. W kuchni coraz większe znaczenie zyskują rośliny i alternatywne źródła białka, a restauracje szukają nowych sposobów, by zaskoczyć gości – czy to daniami opartymi na jednym składniku, czy kreatywnymi reinterpretacjami lokalnych tradycji. Nie można też zapominać o technologii – automatyzacja czy personalizacja zamówień to już niemal standard. Gastronomia musi łączyć tradycję z nowoczesnością, by zarówno nadążać za zmianami, jak i wyznaczać nowe kierunki.



Fot. Arch. Bartosz Peter

– Focus na lokalne składniki to trend, który jest z nami od kilku lat. Myślę, że w nowym roku coraz więcej restauracji będzie korzystało z lokalnych produktów, co jest korzystne dla środowiska, a równocześnie wspiera lokalną gospodarkę – mówi **Paweł Kałuski** i dodaje – Inicjatywy mające na celu redukcję odpadów, recykling i ponowne wykorzystanie materiałów staną się standardem. W naszym hotelu wprowadziliśmy urządzenie, które pozwala nam śledzić ilość odpadów i wprowadzać plany w celu ich redukcji.

Wydaje się, że w tej sprawie wszyscy w branży mówimy jednym głosem.

– Zero waste to nie tylko moda, ale konieczność – w kuchni oznacza maksymalne wykorzystanie produktów, od korzenia, po liście oraz tworzenie świadomych dań,

PAWEŁ KAŁUSKI

Szef kuchni
Sofitel Warsaw Victoria

Mam wrażenie, że w ostatnich latach w związku z dynamicznymi zmianami w gospodarce, polityce i technologii trendy i tendencje w gastronomii zmieniają się jeszcze szybciej niż zazwyczaj. Można jednak przewidzieć z dużym prawdopodobieństwem te najważniejsze, takie jak AI w gastronomii, gastronomia doznaniowa (kina kulinarne, Chef Table, kolacje degustacyjne) i nowe kuchnie świata, zrównoważony rozwój i ekoświadomość, personalizacja oraz zdrowe opcje, superfoods i zdrowe komponenty czy wirtualna rzeczywistość w gastronomii.

Fot. Arch. Paweł Kałuski



które redukują marnotrawstwo – zaznacza **Michał Stężalski**.
– Lokalność zyska na znaczeniu jako sposób na wspieranie regionalnych dostawców oraz budowanie kuchni zakorzenionej w tradycji, ale świeżej i autentycznej!

MIKS TRADYCJI KULINARNYCH I DOŚWIADCZANIE NIE TYLKO SMAKÓW

Nieoczywiste łączenie smaków pochodzących z zupełnie różnych tradycji kulinarnych

Dla szefów wszystkich kuchni

Zyskujesz:

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



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



Skontaktuj się z nami

świata to również jeden z trendów, który już znamy i stosujemy. Może stać się skutecznym narzędziem do pozyskania nowych gości i nadawać charakter nie tylko samej kuchni, lecz także całemu lokalowi, łącznie z jego wystrojem, atmosferą, muzyką.

– Mieszanie smaków z różnych tradycji kulinarnych i krajów prowadzi do powstawania nowych unikatowych ofert menu – zauważa **Paweł Kałuski**.

– Nieoczywiste połączenia smaków staną się narzędziem zaskakiwania gości – wtóruje mu **Michał Stężalski** z Tygli Gdańskich. – Kombinacje, takie jak słone i słodkie czy umami z owocowymi nutami będą symbolem odwagi, jak i kreatywności. To przyszłość, która inspiruje i łączy odpowiedzialność z innowacją.

– Aby w trudnych dla gastronomii czasach wypracować sobie pozycję na rynku, trzeba być wyjątkowym. Myślę, że nowo powstające lokale będą serwować kuchnie z konkretnych zakątków świata, ze szczególnym zwróceniem uwagi na kuchnie Bliskiego i Dalekiego Wschodu, albo wyspecjalizują się w jednym daniu serwowanym na wiele sposobów – mówi **Arkadiusz Ostrowski**, specjalista ds. kuchni włoskiej w Bidfood.

Czy jednak zawsze oznacza to sukces?

– Nieoczywiste połączenia smaków królują na wielu stołach, również w restauracjach typu fine dining, i coraz więcej kucharzy decyduje się iść w tym kierunku. Do tego trendu jednak podszalbym ostrożnie, ponieważ nie każde „nieoczywiste” połączenie smaków musi być strzałem w dziesiątkę – ostrzega restauratorka **Barbara Ritz**. Warto sobie wziąć te słowa do serca, zwłaszcza gdy tego typu innowacje planujemy wprowadzić w lokalu z pewną już, wypracowaną historią.

JEDNYM GŁOSEM ZA SPECJALIZACJĄ

Specjalizacja to kolejny trend, chyba najbardziej rzeczywisty i realny w 2025 r. w polskiej branży gastronomicznej.

– Gastronomia skoncentruje się na specjalizacji – miejsca wyspecjalizowane w określonych kuchniach czy niszowych conceptach zyskają przewagę, odpowiadając na potrzeby coraz bardziej wymagających klientów – dzieli się z „Poradnikiem Restauratora” swoimi spostrzeżeniami **Tomasz Łagowski**, szef kuchni restauracji Belvedere.

A **Barbara Ritz** otwarcie przyznaje, że jest tym trendem

BARTŁOMIEJ FRYC

Specjalista ds. rozwoju rynku kuchni orientalnej Bidfood

Trend azjatycki jest jeszcze bardziej widoczny w restauracjach. Produkty azjatyckie pomagają w uzyskaniu unikalnego, zaskakującego smaku (np. połączenie czekolada, miso i mleczko kokosowe). Mocno rozwija się kuchnia koreańska.

zachwycona! – Już od ponad 10 lat działam na polskim rynku gastronomicznym i od pierwszego dnia walczę z tym, aby wszyscy, którzy odwiedzają moją restaurację, zrozumieli, że nie w każdym lokalu goście muszą znaleźć w karcie menu przekrój dań z całego świata – podkreśla restauratorka.

Podobnego zdania jest **Michał Stężalski**, dla którego specjalizacja wydaje się priorytetem na polu konkurencyjności i budowania marki. – Klienci coraz częściej wybierają restauracje oferujące konkretne doświadczenie i wyjątkowy charakter, zamiast tych „od wszystkiego”. Specjalizacja daje restauracjom szansę wyróżnienia się na tle konkurencji – to dowód autentyczności, pasji i mistrzostwa w danej dziedzinie. Goście cenią miejsca, które są ekspertem w jednej kuchni lub stylu, np. lokalnej, wegańskiej czy fusion. W Tygłach Gdańskich stawiamy na taką autentyczność, bo wierzymy, że skoncentrowanie się na własnym DNA kulinarnym to klucz do serc (i podniebień) gości.

Nie można się z tymi argumentami nie zgodzić. Potęgę najznamienitszych restauracji na świecie zbudowano przecież właśnie na ich wyjątkowości.

Podążanie za trendami, nowymi czy już znanymi, uznajmy więc za wskazanie kierunku, ale cel wyznaczmy sobie sami. ✕

Beata Marcińczyk

MICHAŁ STĘŻALSKI

Szef kuchni Tygla Gdańskie

Przyszłość gastronomii to fascynujące wyzwanie! Automatyzacja usprawni procesy w kuchni, pozwalając skupić się na sztuce gotowania. Zero waste traktuję jako konieczność – tworzenie bez marnowania to nasz wkład w ochronę planety. Lokalność? To serce kuchni – regionalne produkty gwarantują autentyczność i wspierają lokalnych dostawców. Nieoczywiste połączenia smaków zapewniają szansę na inspirowanie gości czymś nowym, niebanalnym. Specjalizacja restauracji stanie się kluczem do sukcesu, bo wyróżnia nas unikalność i pasja. W Tygłach Gdańskich już dziś idziemy tą ścieżką, tworząc kuchnię nowoczesną, ale pełną szacunku dla tradycji.



Fot. Arch. Michał Stężalski

POZNAJ NAJNOWSZE TRENDY

GASTRONOMICZNE

TREND *BOOK* *HORECA*

- SIŁA KOBIEC ■
- CELEBRACJA ■
- PROSTOTA ■
- FUZJA SMAKÓW ■
- EKOLOGIA ■
- TECHNOLOGIA ■
- ROŚLINY ■
- KOMPETENCJE ■
- DESIGN ■



Obserwuj nas w mediach
społecznościowych



www.bidfood.pl/trendbook

POBIERZ
TRENDBOOK
HORECA

**TRZEBA BYĆ
GŁODNYM
WIEDZY,
POKORNYM,
ALE TEŻ
NIEPRZESADNIE
SKROMNYM**

Fot. 2X Grzegorz Grzeszczak



Rozmowa z **Adamem Lelewerem**, szefem kuchni w restauracji Rządcówka w Ostoi Chobienice

Heidi Handkowska:
Jakiego typu goście najczęściej Was odwiedzają? Czy restauracja Rządcówka jest postrzegana jako niedostępna, ekskluzywna i zarezerwowana tylko dla gości hotelu?

Adam Lelewer: Ostoja Chobienice znajduje się na granicy województwa wielkopolskiego i lubuskiego. Co prawda w okolicy są jakieś hotele i restauracje, ale nie ma co się oszukiwać, głównym graczem jesteśmy my. Odwiedzają nas zarówno

osoby z Poznania, jak

i z Zielonej Góry, Gorzowa Wielkopolskiego czy też okolicznych miasteczek. Zwłaszcza niedziela jest takim dniem, gdy goście po godz. 12-13 zaczynają zjeżdżać się na obiad. Najczęściej dwa do trzech tygodni do przodu mamy już zarezerwowane weekendy, a musimy również pamiętać o gościach hotelowych (maksymalne obłożenie to 175 osób). Od maja do października stanowią oni 60 % restauracji.

Pod względem ilości pracowników zatrudniamy w kuchni ok. 30 osób. Mamy kuchnię produkcyjną, restaurację i pub, a także herbaciarnię, w której organizujemy mniejsze imprezy. Na wiosnę dodatkowo pojawi się stanowisko grillowe (na 100 osób).

Ceny są adekwatne do dań. Nie są wygórowane, żeby nie odstraszały lokalnych gości. Wszystko jest zrównoważone, a jakość produktów pozostaje bardzo dobra.

Jest Pan zastępcą szefa kuchni Ostoi Chobienice, Macieja Bartona. Czy łatwo przychodzi Panu delegowanie zadań?

Maciej Bartoń ma pod sobą całą gastronomię – dział diet, cateringu, bankietów, a także pub i restaurację.

Ja odpowiadam za menu restauracji Rządcówka – kalkulacje, aranżację dania na talerzu itp.

Na kuchni panuje zdrowa rywalizacja, która pozytywnie wpływa na naszą pracę. Motywuje nas, napędza do działania i przybliża do osiągnięcia wyznaczonego przez nas celu, jednak nie kosztem innych. Nauczyłem się tego jeszcze wtedy, gdy pracowałem w poznańskiej restauracji Hugo. Zdawałem sobie sprawę, że naokoło jest mnóstwo świetnych kucharzy i nikt z nas nie jest niezastąpiony, dlatego nie można spoczywać na laurach.

Kucharz powinien być głodny wiedzy, wiedzy o produktach, których

używa, o procesach, jakie zachodzą podczas poszczególnych obróbek. Nigdy mi to nie daje spokoju. Na przykład, gdy robię musztardę, chcę wiedzieć dokładnie, co zachodzi w gorczycy, jakie procesy, co się z niej uwalnia w trakcie gotowania – tak jest ze wszystkim. Ciągły progres mnie napędza.

Kilka lat temu wprowadziłem zasadę, że gdy chcę się czegoś nauczyć, to zapraszam eksperta do kuchni i szkolimy się całym zespołem. Podstaw cukierniczych uczyliśmy się od Michała Doroszkiewicza, a wypieku chleba od Michała Palety.

Jakimi nowymi kompozycjami smaków zaskoczycie gości w 2025 roku?

Dania przygotowane bezpo-



Adam Lelewer

LAUREAT HERMESA KULINARNEGO

- » Zastępca szefa kuchni Ostoi Chobienice.
- » Podróż kulinarną rozpoczął od szkoły gastronomicznej w Sulechowie. Jako uczeń praktykował w Hugo Poznań, gdzie później pracował i awansował do stanowiska zastępcy szefa kuchni.
- » W międzyczasie doksztalał się na stażach u Dariusza Barańskiego w Concept 13 i Koneser Grill Piotra Wójcika, uczestniczył w Omnivore World Tour Paris.
- » Kolejnym przystankiem stała się Muga z Arturem Skotarczykiem na czele. Tu również znalazł się czas na staże. Gotował w Chateau De La Tour w Bordeaux i w The Jane ** pod okiem Sergio Hermanna.
- » Dalszą wiedzę zdobywał w L! enfant Terrible, gdzie pracował jako zastępca szefa kuchni Michała Brysia.
- » W codziennej pracy nad kartą menu uwielbia tworzyć desery.

średnio na ogniu zyskują niepowtarzalny smak i aromat. Grille typu konro zajmują mało miejsca, dlatego coraz częściej dostrzegam je na kuchniach – kucharze chętnie po nie sięgają, co mnie bardzo cieszy. W połączeniu ich z mięsami lub rybami sezonowanymi zyskujemy lepszą jakość jako branża.

Skąd Pan czerpie inspiracje?

Co miesiąc staram się kupić jakiś album czy książkę wybitnych szefów kuchni. Cały czas mnie to fascynuje. Wyjazd np. do Nowego Jorku to ogromne koszty, lecz dzięki przepisowi w książce mogę spróbować to odtworzyć. Wiadomo, że nie będzie to 1:1, bo nie można kopiować, ale inspirować się – tak. Te wszystkie dania, które wymyślam, opierają się na tym, co widziałem, przeżyłem i co stworzyłem w swojej wyobraźni.

Nie ukrywam, że dużo bazujemy na trendach z Instagrama. Oprócz książek media stanowią ogromne źródło inspiracji. Trzeba cały czas śledzić, co się dzieje na świecie.

Dużo jest też w Polsce szefów kuchni, których być

może nie zobaczymy w programach telewizyjnych, ale którzy mają ogromny potencjał i ogromną wiedzę. Warto ich obserwować.

Kiedys po otrzymaniu posiłku goście delektowali się jedzeniem, teraz zaś robią zdjęcia talerzy. Co Pan o tym sądzi?

Jeśli są goście, którzy chcą się pochwalić, że jedzą w restauracji Rządówka, to nic w tym złego. Kiedys wrzuciłem na relację zdjęcie deseru cytrynowego – dopiero go wymyślałem. W ten sam dzień przyjechał do nas Pan, który mnie obserwował i wspomniął, że widział deser na relacji i chciałby go spróbować. To było bardzo miłe.

Sam też robię zdjęcia potraw. Chcę, aby one oddawały charakter lokalu oraz odróżniały nas od konkurencji.

Doświadczenie zdobywał Pan w wielu restauracjach w Polsce u takich szefów jak m.in. Dariusz Barański czy Artur Skotarczyk, a ponadto odbył Pan staż w restauracji The Jane pod okiem Sergio Hermanna.

Uważam, że kucharze powinni odwiedzać inne restauracje i smakować dania. Tego nauczyłem się od Krzysztofa

Rabka,

który miał na mnie największy wpływ zaraz po szkole gastronomicznej. To on zabrał mnie na tydzień na międzynarodowy festiwal kulinarny Omnivore Paris. Nie posiadałem wtedy takiej kwoty na wyjazd i musiałem pożyczyć. Jednak dzięki temu mogłem uczestniczyć w wykładach takich znakomitości jak Pierre Yannick Alleno, Pierre Herme czy David Toutain. Po przyjeździe zrozumiałem, jak wiele nauki jeszcze przede mną.

Będąc jeszcze uczniem, nie chciałem natomiast iść na praktyki do przeciętnego baru. Wpisałem w Google „restauracje w Poznaniu” i wyświetliło mi się Hugo. Czytając menu, nie rozumiałem prawie nic z tego, co było tam zapisane. Po tym, gdy wszedłem na kuchnię i zobaczyłem, jak pracują profesjonaliści, już wiedziałem, co chcę robić w przyszłości. Nie przychodziłem na kilka godzin nauki, ale na całe dni. I to zapoczątkowało tym, że zostałem tam zatrudniony i awansowałem na zastępcę szefa kuchni.

W międzyczasie odbyłem staż w warszawskiej restauracji Concept 13 u Dariusza Barańskiego. Super mnie tam przyjęli. Sam szef uważał, że jeśli jemu ktoś kiedyś pomógł to i on dzieli się tym dalej. I tak powinno być.

Po zamknięciu Hugo chciałem zrobić sobie miesięczną przerwę, ale wówczas zadzwonił do mnie zastępca Artura Skotarczyka z Mugi, że bym dołączył do ich zespołu. I kiedy zacząłem tam pracę, to zaprosili mnie na staż do Belgii. Nie wiedziałem, co zrobić. Jednak Artur powiedział, że nie mam się zastanawiać, bo drugiej takiej szansy nie dostanę.

W The Jane pracę zaczęliśmy bardzo wcześnie,





a kończyliśmy po północy. Nigdy nie przygotowaliśmy też potraw z wyprzedzeniem, wszystko musiało być świeże i perfekcyjne. Pomyłki nie wchodziły w grę. To była dla mnie prawdziwa szkoła życia. Jeszcze wcześniej natomiast praktykowałem w Bordo we Francji.

Do dzisiaj patrzę na swoją pracę jako na szansę, aby stawać się coraz lepszym kucharzem. Trzeba być głodnym wiedzy, pokornym, ale też nieprzesadnie skromnym. Jeżeli się wie, że w czymś jest się dobrym, to należy o tym mówić. Trzeba mieć tzw. pazur. Nakręcać się, żeby iść do przodu, spasować z tą zawiścią, przestać udawać, że jesteśmy gwiazdami kulinarnymi. Programy telewizyjne są świetne, lecz wszystko sprowadza się do tego, co serwujemy naszym gościom na talerzu.

I myślę, że nigdy bym nie osiągnął tego, co mam, jeśli nie przeszedłbym tej całej drogi.

Czy warto startować w konkursach kulinarnych? Czy te konkursy pomagają w rozwoju zawodowym kucharzy?

Zdecydowanie tak. Odnoszę wrażenie, że zawodnicy biorący udział w konkursach są bardzo ambitni. Trzeba mieć dużo odwagi, aby wystartować i przedstawić to, co się wymyśliło przed gronem swoich starszych kolegów. Uważam, że taka rywalizacja jest potrzebna w naszym rozwoju. Ubolewam nad tym, że wielu szefów kuchni twierdzi, że nie muszą już się sprawdzać. Warto nad sobą pracować cały czas. To, że ktoś jest starszy, nie uprawnia kogoś do patrzenia na inną osobę z góry. Nie wolno odpuszczać.

Jakie są kulinarne marzenia i cele Adama Lelewera?

Każdy kucharz marzy o tym, żeby stworzyć coś swojego. Mieć wpływ na projekt, realizację, wydawanie, zbudowanie jakiegoś konceptu. Chciałbym sprawdzić się w roli mózgu restauracji. Niestety, czasy są niepewne. Kilka lat temu było to łatwiejsze. Było po prostu taniej, usługi i sprzęt, które są potrzebne zaliczyły spory wzrost cen.

Gdybym miał stworzyć taki koncept, to chciałbym, żeby były tam śniadania, lunche

i kolacje. Żeby to miejsce zarabiało na siebie przez cały czas. W mojej wymarzonej restauracji miałbym piekarnię, aby goście mogli zjeść świeże pieczywo, a nawet rozdawałbym je klientom na koniec kolacji do domu.

Moim wzorem w Polsce jest restaurator Daniel Pawełek. Uwielbiam słuchać jego podcastu, w którym opowiada o tym, jak otwierał pierwszą restaurację. Miał wszystko przemyślane i rozpisane. Gdy mnie coś przyjdzie na myśl, to też zapisuję pomysły w notesie i może kiedyś je wykorzystam.

We wrześniu 2024 r. otrzymał Pan Hermesa Kulinarnego „Poradnika Restauratora” w kategorii Kucharz Młodego Pokolenia. Co dla Pana oznacza to wyróżnienie?

Kiedy dowiedziałem się o nominacji, zastanawiałem się, co takiego robię, że ktoś mnie zauważył. Przecież są dużo lepsi kucharze ode mnie. Jednak po otrzymaniu Hermesa zrozumiałem, że moje działania zostały dostrzeżone i docenione. ✕



Adam
Marmuszewski

Dawid
Rozmus

DUET DO ZADAŃ SPECJALNYCH

Fot. Lemon Resort Spa

Rozmowa z szefami kuchni restauracji Lemon w Lemon Resort Spa – **Adamem Marmuszewskim i Dawidem Rozmusem**

Heidi Handkowska: Od ponad roku współdzielicie równorzędną funkcję szefa kuchni w restauracji Lemon. Trzeba przyznać, że jest to dosyć nietypowe rozwiązanie. Skąd ten pomysł?

Dawid Rozmus: Zgadzam się, że na pierwszy rzut oka to rozwiązanie może wydawać się mocno abstrakcyjne, ale jak to się mówi: „w szaleństwie jest metoda”. Tak zupełnie na serio, Lemon Resort Spa, na którego terenie działa

restauracja, wciąż się rozwija. W planach są nowe funkcjonalności, w tym i koncepty gastronomiczne. Aktualnie intensywnie pracujemy nad projektem finidingowym oraz rozwijamy gastronomię dedykowaną wydarzeniom biznesowym. To tylko kwestia czasu, kiedy zostaniemy przydzieleni do innych restauracji na terenie resortu, ale już z doświadczeniem i wiedzą Szefa Kuchni.

Adam Marmuszewski: Warto dodać, że zanim zostaliśmy

szefami kuchni w restauracji, przez kilka lat współdzieliliśmy również funkcje sous chefa. Ten układ nie jest nam zatem obcy. W tym samym czasie zdobywaliśmy kompetencje związane z zarządzaniem operacyjnością lokalu gastronomicznego i zarządzaniem zespołu. W przypadku szefa kuchni ponosimy już jednak pełną odpowiedzialność za swoje decyzje.

Na czym polega strategia zarządzania restauracją wtedy, gdy jej określenie i egzekwowanie leży w gestii nie jednego, ale dwóch szefów kuchni?

Adam Marmuszewski: Istotą sprawy jest powtarzalność, na której opiera się wypracowany przez nas system. Nie do przyjęcia byłaby sytuacja, gdybym ja mówił jedno, a Dawid co innego, gdybym ja miał określony sposób na zarządzanie, a Dawid inny. Po pierwsze, wyszlibyśmy na ludzi niepoważnych, a po drugie na pewno wprowadziłyby to nikomu niepotrzebny chaos.

Dawid Rozmus: Zależało nam bardzo na stworzeniu systemu, w którym wszystkie zadania personelu związane z funkcjonowaniem restauracji będą skrupulatnie rozpisane, wręcz zmechanizowane. Taka strategia z jednej strony daje nam możliwość sprawnego wdrożenia nowych pracowników, którzy mają jasno określony zakres obowiązków, z drugiej natomiast minimalizuje prawdopodobieństwo tzw. nieprzewidzianych sytuacji. Oczywiście praca szefa kuchni jest w ogromnej mierze pracą kreatywną, niemniej jednak o wiele lepiej pracuje się nad tworzeniem nowych potraw, gdy wiemy, że wszystko jest skrupulatnie określone, niezależnie od tego, który z nas w danym momencie steruje restauracją.

W jaki sposób dzielicie się obowiązkami? Czy jeden z Was

jest szefem kuchni od tzw. tematów kreatywnych, a drugi jest szefem kuchni działającym w tematyce organizacyjnej?

Dawid Rozmus: Nie, nie działamy w ten sposób. Zarówno Adam, jak i ja odpowiadamy za te same obszary funkcjonowania restauracji: kreatywne i organizacyjne. Pracujemy natomiast w systemie zmianowym, zatem tylko jeden z nas w danym momencie przejmuje stery. Nie wchodzimy sobie w kuchni w paradę, co nie oznacza, że nie poświęcamy wspólnie ogromu czasu na analizę sytuacji bieżącej i planowania działań.

Adam Marmuszewski: Oczywiście, jesteśmy różni, natomiast celem naszego – nazwijmy to – „współzrządzenia” było zunifikowanie naszej wiedzy i kompetencji tak, aby w kolejnych projektach móc wdrażać ten sam, znany wszystkim dobrze system.

Rozpoczęliście swoją zawodową ścieżkę w restauracji Lemon, z biegiem lat pnąc się po kolejnych szczeblach kariery. Kilka osób, którymi obecnie zarządzacie, również startowało z podobnego poziomu w tym samym czasie. W jaki sposób udaje się zachować dobre relacje w zespole, równocześnie utrzymując wymaganą dyscyplinę?

Adam Marmuszewski: To jest bardzo dobre pytanie. Nasza ekipa jest mniej więcej w podobnym wieku, znamy się wiele lat. Przebywamy ze sobą tak naprawdę częściej niż z rodziną, więc tutaj musi istnieć nić porozumienia pomiędzy nami a zespołem. Na szczęście ten zespół tworzą super ludzie, z którymi dogadujemy się świetnie. A nawet jeśli pojawia się jakieś nieporozumienie, to od razu je wyjaśniamy.

Dawid Rozmus: Żeby też nie było tak wesoło. To, że teraz nasz zespół jest bardzo zgodny, to wynik wielu lat pracy nad właściwą komunikacją w zespole i jasno

określonym systemem motywacyjnym (ale i właściwie zakomunikowaną kwestią odpowiedzialności za swoje działania). Tutaj trzeba podkreślić rolę Janusza Garnarczyka, Dyrektora F&B w Lemon Resort Spa, który budował i rozwijał nasz zespół od momentu powstania restauracji.

Dlaczego restauracja Lemon?

Adam Marmuszewski: Prawda jest taka, że aspirujący kucharz (i nie tylko aspirujący) chciałby pracować w Lemon Resort Spa. To jedno z najbardziej rozpoznawalnych miejsc w naszym regionie i stabilny pracodawca, który dzięki ciągłemu rozwojowi infrastruktury obiektu tworzy równocześnie kolejne miejsca pracy. Nie trzeba zatem myśleć o przeprowadzce do większego miasta, żeby móc pracować i piąć się wyżej. To jest bardzo mocny argument.

Dawid Rozmus: Wystarczy, że spojrzysz na social media restauracji. Proszę zobaczyć, jak duży nacisk położony jest na rozwój młodych kucharzy, w jak wielu konkursach braliśmy udział (gdzie za każdym razem pojawialiśmy się na podium, muszę zaznaczyć). To oczywiście zasługa Janusza Garnarczyka, ale my również z Adamem dbamy o młode talenty, które trafiają do nas na kuchnię.

Co w przyszłości?

Dawid Rozmus: Lemon! Jeśli wszystko pójdzie zgodnie z planem, będziemy mieli z Adamem jeszcze tutaj sporo pracy – co prawda, już kierując odrębnymi lokalami, niemniej jednak wciąż ściśle ze sobą współpracując.

Adam Marmuszewski: Mamy doskonały zespół koło siebie, stabilne środowisko pracy, możemy realizować swoje pomysły, możemy się dokształcać i pokazywać światu umiejętności. To całkiem niezłe jak na restaurację z małego Gródka nad Dunajcem. ✕

Trendy i inspiracje cukiernicze na 2025 rok

Styczeń – miesiąc, w którym podsumowujemy poprzedni rok oraz zastanawiamy się nad tym, czego spodziewać się w nowym. Jakie trendy w cukiernictwie będą widoczne na talerzach? Przyglądamy się temu tematowi wraz z osobowościami polskiego cukiernictwa.

SZTUCZNA INTELIGENCJA W SŁUŻBIE RZEMIOSŁU

Praktycznie nie ma już dziedziny życia, na którą nie miałyby wpływu sztuczna inteligencja. Nie inaczej dzieje się w cukiernictwie, gdzie AI w towarzystwie druku 3D i automatyzacji wprawia w zachwyt nad sztuką cukiernictwa, ciastkarstwa i słodyczy. Oprócz wykorzystywania precyzyjnych pomiarów składników do tworzenia zbilansowanych diet, technologie generatywnej sztucznej inteligencji są wykorzystywane do tworzenia unikalnych i zapierających dech w piersiach wyrobów cukierniczych. Nie możemy nie wspomnieć tu o Dinarze Kasko, która tworzy oryginalne projekty ciast, przekształcając je w dalszej kolejności w silikonowe formy za pomocą drukarki 3D. Kto nie próbował jeszcze swoich sił, korzystając z różnych programów, może wystartować od zadania pytania sztucznej inteligencji o wskazówki związane z nowymi kombinacjami smaków.

– Podjęliśmy własne próby, tworząc croissanty w kształcie pieska czy kotka. Jednak na tym etapie naszych umiejętności trudno je wypiec. Działania te wymagają jeszcze powtórzeń

i czasu, by zbliżyć się do ideału. Jeśli natomiast chodzi o kolory i kształty, Dinara Kasko dokonała rewolucji na tym polu – ocenia **Michał Iwaniuk**, współwłaściciel i szef cukierni Mazovia Patisserie.

ROK W KOLORZE MOCHA MOUSSE

– Rok zapowiada się eksperymentując. Wkracza na salony to, co uwielbiam: kolory, ale nie pstrokaczna – z entuzjazmem zapowiada **Wojciech Rzepecki**, Executive Pastry Chef, arcymistrz cukiernictwa, kawiarnia Doble Gdańsk i dodaje: – Żywe kolory, ale idące w stronę natury. Tak zwane „żarowy” robią się albo już są passe. Uwielbiam spójność kolorystyczną oraz detale, więc ten rok będzie ewidentnie mój.

Jak co roku Pantone zaprezentował kolor roku 2025. To Mocha Mousse – kolor nawiązujący do czekolady i kawy. Ciepła barwa brązu ma oddawać globalny nastrój połączenia, komfortu i harmonii.

– Podbudowany naszym pragnieniem codziennych przyjemności, Pantone 17-1230 Mocha Mousse wyraża poziom przemyślanej rozpusty – mówi **Leatrice Eiseman**, dyrektor wykonawczy Pantone Color

Institute. Wyrafinowany i bujny, a jednocześnie bezpretensjonalny klasyk, rozszerza nasze postrzeganie brązów od skromnych i ugruntowanych do aspirujących oraz luksusowych. Szczególnie te ostatnie określenia przypominają o tym, że surowce takie jak kakao i kawa, są coraz droższe ze względu między innymi na anomalie pogodowe, które nie sprzyjają zbiorom na plantacjach, choroby roślin oraz coraz szerzej wymagane certyfikaty, jakie muszą uzyskać producenci, by informować konsumentów o tym, że wytwarzają swe produkty z poszanowaniem planety.

– Wciąż trwa moda na healthy food, zero waste, produkowanie bliżej ziemi – jednak koszty takich działań powodują, że towar drożeje. Konsument to odczuwa. Dlatego tu jest pole do działań – by stworzyć takie wyroby, na które będzie mógł sobie pozwolić, choćby raz w tygodniu, raz w miesiącu – by smakując ten wyrób, poczuł się w sposób ekskluzywny. Chciałbym, by ludzie mieli chwilę na refleksję, która pozwoli im zrozumieć: „Kiedy, jak nie teraz? Spróbuję, bo na to zasługuję” – wskazuje **Michał Iwaniuk**.

Wydaje się zatem, że Mocha Mousse będzie obecna w ciastach parfait, napojach kawowych, karmelowych i czekoladowych, w nadzieniach i warstwach w tym właśnie kolorze. Warto również zwrócić uwagę na aksamitne tekstury, które zadziałają na zmysł wzroku konsumentów. Polecane są eksperymenty z deserami fusion, pozwalające na połączenie smaków tradycyjnych z Mocha Mousse.

Doskonałym punktem wyjścia i obszernym polem do opisu może tu być tiramisu.

CHERRY VIBE

Kwaśne, pikantne i cierpkie smaki wpisują się w kolejny trend branży na 2025 r. Dodany do słodkich wyrobów akcent cierpkości wywołuje wrażenie orzeźwienia i lekkiego pobudzenia, którego będą poszukiwać konsumenci w nowym roku. Natomiast akcenty pikantne to zaspokojenie potrzeby skosztowania czegoś nietuzinkowego i odważnego. Wygląda na to, że nie tylko rzemieślnicy cukierniczy eksperymentują ze smakami, lecz także odbiorcy eksperymentują z doświadczeniami. Elektryzujące reakcje wywoła zatem obecność owoców cytrusowych takich jak yuzu czy limonka, a ponadto ocet balsamiczny, kefir i kombucha. Również wiśnie mogą zaktualizować myślenie o wyrobach cukierniczych.

Ciemne, słodkie i wibrujące – barwy wiśni zostały uznane przez Generację Z i Millenialsów jako jeden z trendów, który będzie obecny zarówno w makijażu, jak i w menu. Analitycy Pinteresta co roku publikują raport pod tytułem „Pinterest Predicts”, opisujący trendy, jakie będą panowały w modzie, aranżacjach wnętrz i innych dziedzinach życia. Będą to zatem głębokie, intensywne odcienie czerwieni, przypominające dojrzalą wiśnię. Oprócz tego trendu w raporcie znajdziemy kolejne, które zjrzą do kuchni, na stoły i talerze. Między innymi surrealizm stołowy – jego cechami charakterystycznymi będą zakrzywione świeczniki, kolorowe kwiaty i ozdoby stołowe zdające się zaprzeczać prawu grawitacji, przywołujące na myśl obiekty i dzieła Salvadora Dalí. Innym motywem przewodnim będzie

maksymalizm – łączenie i dopasowywanie odważnych wzorów, eklektyczne nadruki i faktury we wszystkich kolorach tęczy, a także warstwowanie.

– W 2025 r. stawiamy na mocne, charakterystyczne smaki. To będzie rok nadzień kremowych i owocowych – mówi **Dariusz Socik**, właściciel firmy Kandy. – Nasze termostabilne nadzienia marki Lauretta polecamy nie tylko do ciast i ciastek. Stanowią one doskonałą bazę do wszelkiego rodzaju deserów czy monoporcji. Ze względu na wszechstronność zastosowań i szybkie użycie są nieocenioną pomocą w cukierni. Na nadchodzący sezon rekomendujemy zwłaszcza nadzienia z kawałkami owoców: dynia 50 %, owoce lasu 30 % i pomarańcza 50 % – dosyć intensywne, bogate w smak i aromatyczne. Jeśli chodzi o propozycje kremowe, są to nadzienia o smaku cappuccino oraz jogurtu truskawkowego – będą ciekawą odmianą wśród standardowej oferty smaków. Nie bójmy się konkretnych, wyrazistych akcentów. Proponujemy klientom alternatywy: zamiast nadzienia kawowego – nadzienie o smaku cappuccino – dodaje.

INSTAGRAMOWE OBIEKTY

– Głównym nurtem, który może okazać się nowym trendem, będzie cukiernictwo atrakcyjne wizualnie i odpowiadające specyfice Tik Toka, czyli przyciągające kształtem, formą i kolorami. Wyroby cukiernicze mają się rzucać w oczy, mieć potencjał na viral. Młodzi ludzie będą chcieli publikować to na Tik Toku, by pochwalić się, że jedzą coś tak atrakcyjnego – ocenia **Michał Iwaniuk** i kontynuuje: – W cukierni Mazovia Patisserie stworzyliśmy Big Croissanta – moda na ten produkt trwała

Lauretta[®]

Kandy
1985
40 lat

Pomarańcza 50% Owoce lasu 30%

27 lutego 2025 roku

Tłusty Czwartek

Kandy
tel.: 692 242 621, e-mail: lauretta@kandy.pl
www.lauretta.eu/paczki

REKLAMA



około roku. Obecnie hitem jest czekolada dubajska, na którą moda może potrwać co najmniej pół roku – wymienia i dodaje: – Wyzwaniem jest wymyślić i stworzyć coś, co będzie na tyle popularne w sieci, zwłaszcza na Tik Toku i Instagramie, że napędzi trend cukierniczy, co z kolei wygeneruje sprzedaż i pozwoli na dalszy rozwój. Obecnie obserwujemy, jak Tik Tok generuje różne trendy, również w cukiernictwie.

Z kolei **Wojciech Rzepecki**, Executive Pastry Chef uważa, że: – Idziemy w stronę elegancji. Trend, który kształtuje się już kolejny rok, będzie kontynuowany, spójna kolorystyka, dbałość o szczegóły, dopracowanie każdego najmniejszego elementu, ale też klasyka.

– Istotna jest warstwa wizualna. Smaki, które mamy w ciastku, mają być widoczne na zewnątrz. Na przykład ciastko ozdobione wstążeczką z białej czekolady oraz przypalona na zewnątrz morela lub galaretka z moreli, to dwa intensywne kolory i jednocześnie elementy widoczne na zewnątrz, które opowiadają o tym, co jest w środku – mówi **Mariusz Górecki** z poznańskiej pracowni cukierniczej Szama Słodczy. – Zależy nam, by wyczuwalny

był cały przekrój smaków, które jemy i by przez całą konstrukcję deseru były one odczuwane po kolei. Taki efekt to zasługa zabawy strukturami i teksturami dzięki różnym gęstościom pozwalają na kolejność odtwarzania poszczególnych smaków na kubkach smakowych – dodaje **Łukasz Kaniewski** z Szama Słodczy.

SMAKI BEZ GRANIC

Wyjątkowe przeżycia kulinarne będzie gwarantować nieoczywiste łączenie smaków i konsystencji, a granice kuchni świata zdecydowanie się zatrzeć, by niejako połączyć wszystko to, co mają najlepszego w służbie kubkom smakowym. Jaką drogę do niecodziennych wrażeń kulinarnych wybrać? Na to pytanie uda się odpowiedzieć jedynie poprzez eksperymenty.

– Kiedy pracujemy – razem z **Maciejem Wiśniewskim**, z którym prowadzimy Mazowie Patisserie – wymyślamy coś ciekawego. Zanim coś wypuścimy w świat, dyskutujemy, zasięgamy też opinii naszych pracowników, ponieważ oni wpadają na genialne pomysły. Bardzo często ich proste spojrzenie daje naprawdę interesujący efekt finalny. Unikamy zbyt

wielu ulepszeń, dodatkowych wersji, gdyż nie zawsze spotyka się to z pozytywnym odbiorem przez klienta. Możemy podkreślić smak truskawki, dodając do niej np. yuzu, ale truskawka musi być wyczuwalna na tyle mocno, by ten drugi smak jedynie ją podkreślał, a nie dominował. To my musimy postawić tę wisienkę na torcie, a klient ma przyjść, zdmuchnąć świeczkę i być zadowolonym w 100% – zdradza kulisy eksperymentów w swej cukierni **Michał Iwaniuk**. Na jakie konkretnie pomysły wpadli pod koniec roku? – W naszym zespole myślimy o nowej formie. Biorąc pod uwagę fakt, że w cukiernictwie wiele rzeczy zostało już odkrytych, trzeba się zastanowić, co wyjątkowego pod względem formy zaproponować, co okaże się sprzedażowym hitem. Jak nasz croissant: włożony w okrągłą formę otrzymał postać Rollsa, który stał się i wciąż jest niesamowitym hitem, a powstał dzięki zamknięciu znanego ciasta w innym kształcie. Dlatego planujemy teraz opracować nową formę dla croissanta, jak np. trójkąt lub heksagon – dodaje.

Pewne połączenia już kuszą amatorów słodczy na całym świecie. Jakie można w tej chwili

wymienić? Oto kilka przykładów nietuzinkowej fuzji smaków: słodkie ciasto z pikantnym akcentem, klasyczne wyroby cukiernicze z zachodu połączone ze wschodnimi aromatami lub składnikami, takim jak yuzu czy matcha oraz wyroby cukiernicze z alkoholem.

– Jesteśmy zwolennikami rozwoju w oparciu o ideę „express yourself”. Często inspirujemy się znanymi osobistościami, modyfikujemy receptury albo wykonujemy coś od podstaw. To baza, na której budujemy swoją kreatywność. Zatem warto znaleźć swoje autorytety, trenować i na tej podstawie wykreować swój styl przyciągający klientów – mówi **Łukasz Kaniewski** z Szama Słodysz.

PORCJA NA MIARĘ NAGRODY

Troska o siebie, nagroda za ciężki dzień, świadomość dotycząca zdrowia i ograniczanie spożycia cukru – to tylko niektóre przesłanki za tym, by nie odmawiać sobie słodkich przyjemności, jednak postawić na jakość zamkniętą w niewielkiej porcji. Pokolenie Z i Millenialsi wybierają zatem mini bułeczki choux, makaroniki czy mini-tarty. Na podwieczorek z kolei pozwalają sobie na ptifurki, czyli miniaturowe, bogato i misternie dekorowane desery. Zatem pójście w różne pod kątem rozmiaru porcje może okazać się właściwym kierunkiem tak, by konsumenci mogli dla siebie zamówić i skosztować bez wyrzeczeń naprawdę dobrej jakości, wyjątkowy wyrób

– czyli doskonała porcja, która nie narusza dietetycznej rutyny. Podobne tendencje obserwowane są również podczas wydarzeń gromadzących większą liczbę uczestników: urodzin czy wesel. To pozwala dodatkowo na degustację wielu smaków bez większych wyrzutów sumienia.

– Jako że wszystko, co nas otacza, jest coraz droższe, to też oczekujemy więcej. Więcej od siebie, od klientów, a jednocześnie klienci od nas. Mija czas masówek. Detale tworzą całość i tych detali właśnie nam potrzeba – zauważa **Wojciech Rzepecki**. – Jakość to kolejne słowo klucz. Nasi goście wymagają od nas coraz więcej. Jeśli nie będzie jakości, nie będą do nas wracać – podsumowuje. ✕

Marta Rybko



z miłości do
Zmywania

Wynajmij
profesjonalną zmywarę
gastronomiczną



winterhalter®



Najwyższej jakości zmywarki.

Całkowicie niezawodne.
Ekonomiczne.
Ergonomiczne i łatwe w obsłudze.

Dlaczego warto?



Umowa bez pośredników



Brak inwestycji na start



Gwarancja i serwis przez cały okres najmu



Bezpłatna dostawa, montaż i konfiguracja

Sprawdź ofertę dla swojego biznesu:
wynajmijzmywarke.pl

wynajmij zmywarke.pl

REKLAMA



ANDRZEJ POLISIAKIEWICZ

Właściciel cateringu VegeLabb
Członek Zarządu
Euro-Toques Polska
www.eurotoques.pl

Styczeń miesiącem veganuary

W ostatnich latach obserwujemy, jak poszerza się oferta wegetariańska w restauracjach. W wielu lokalach (nie tylko tych specjalizujących się w kuchni roślinnej) jest niemal równorzędna z menu zawierającym składniki pochodzenia zwierzęcego. Czy wprowadzenie roślinnego dania do karty może przyciągnąć do restauracji nowych klientów?

Wiele osób, które rozważają zmianę diety na roślinną lub chcą spróbować czegoś nowego, szuka miejsc oferujących różnorodne opcje wegańskie. Danie roślinne w menu nie tylko może zaspokoić potrzeby wegan, ale także osób chcących jeść mniej mięsa lub poszukujących zdrowszych alternatyw. Warto zauważyć, że roślinne posiłki coraz częściej są postrzegane jako modne, zdrowe i ekologiczne, co przyciąga szeroką grupę klientów – od wegan, po osoby dbające o zdrowie i środowisko.

Dodatkowo roślinne dania mogą wyróżnić restaurację na tle konkurencji, zwłaszcza jeśli oferta jest dobrze zaprezentowana i smaczna. Proponowanie zróżnicowanych opcji roślinnych zwiększa jednocześnie dostępność dla osób z alergiami pokarmowymi lub nietolerancjami, co również może wpłynąć na poszerzenie kręgu odbiorców.

Ponadto warto dodać, że obecność wegańskich potraw w menu może wspierać pozytywny wizerunek lokalu jako nowoczesnego i odpowiedzialnego społecznie.

Wprowadzenie dań kuchni wegetariańskiej wpływa też na zwiększenie liczby klientów.

Oto kilka pomysłów:

Degustacje i eventy: Organizowanie wydarzeń, takich jak dni otwarte, degustacje czy warsztaty kulinarne, może przyciągnąć osoby, które jeszcze nie miały okazji spróbować kuchni wegetariańskiej.

Catering dla firm: Oferowanie usług cateringu roślinnego dla biur i firm może zainteresować nowych klientów. Warto rozważyć dostarczanie posiłków na lunch do biur, zwłaszcza w miastach, gdzie odnotowuje się dużą liczbę pracowników.

Współpraca z lokalnymi organizacjami: Angażowanie się w lokalne wydarzenia i festiwale zdrowia czy ekologii może przyciągnąć osoby, które interesują się wegetarianizmem oraz zdrowym i ekologicznym stylem życia.

Informowanie o korzyściach płynących ze zdrowego stylu życia, diety roślinnej, ekologii i zrównoważonego rozwoju

może pomóc klientom zrozumieć, dlaczego warto jeść roślinnie.

Zrozumienie grupy docelowej: Niezwykle istotną kwestią jest zorientowanie się, czy klienci to głównie osoby poszukujące zdrowych alternatyw, wegetarianie, weganie, osoby chcące spróbować nowego stylu życia, czy może osoby o specyficznych wymaganiach dietetycznych. ✕

Oprac. red.



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



Maślany smak, bez masła.

W aplikacjach kulinarnych
sprawdza się jak tradycyjne masło.
Idealny do gotowania, pieczenia,
smażenia i stosowania na zimno!



BUNGE

Święto amatorów słodkich smaków

ILE PĄCZKÓW NA JEDNYM TALERZU?

100 milionów zjedzonych pączków, 34 miliardy kilokalorii, 2,5 tys. ton mąki pszennej, 500 ton cukru i masła, 1,3 mln litrów mleka, 25 mln sztuk jajek – to składniki potrzebne do zaspokojenia apetytu na pączki w Polsce. Statystyczny Polak zjada tego dnia ok. 2,5 tego deseru*. Tłusty Czwartek przypada w tym roku 27 lutego. To ostatnie dni karnawału i świętowania, które są powszechnie obchodzone w naszym kraju. Zbliżoną do naszej tradycją żyją także Francuzi podczas Mardi Gras. Nie w czwartek, lecz we wtorek poprzedzający Środę Popielcową wzrasta zainteresowanie różnymi deserami, w tym również pączkami. Schmotziger Donnerstag to z kolei dzień słodkiego pałaszowania w części landów w Niemczech. Spożywa się wtedy tłuste potrawy i pączki, a ponadto bierze udział w zabawach i ulicznych pochodach. W Wielkiej Brytanii świętuje się z kolei w Pancake Tuesday, kiedy to zgodnie z nazwą Brytyjczycy zajadają się naleśnikami z zarówno słodkimi, jak i słonymi dodatkami.

KIERUJ SIĘ WYOBRAŹNIĄ

Jakie smaki pojawiają się w kawiarniach, cukierniach i okienkach pączkarni? Wśród nich będą te z nadzieniem pistacjowym i dodatkiem soli, z kremem waniliowym lub z egzotycznych owoców,

z konfiturą z czarnej porzeczki, z czekoladą czy ajerkoniakiem. Wygląda na to, że pomysłów na smaki jest tyle, ile inspiracji pojawiających się w głowie cukiernika. Pączki z nadzieniami o smaku popularnych słodczy również mają szansę zaciekawić amatorów Tłustego Czwartku: krem pâtissière, crème brûlée, krem sernikowy, peanut butter.

OSĄDZAJ PO GLAZURZE

Jeśli chodzi o to, co ma przyciągnąć uwagę smakoszy „z zewnątrz” – tu pojawiają się klasyki z lukrem lub oprószone cukrem pudrem, a także polewą czekoladową, z dodatkiem płatków róż albo ze skórą pomarańczową. Warto zaproponować też wybór niestandardowych propozycji, gdyż doznania estetyczne to coś, co zainteresuje nowych klientów. Może to być jadalny brokat czy karmelowa glazura z owocowymi dodatkami, a poza tym kolorowe posypki, migdały lub czekolada.

TŁUSZCZ – KLUCZ DO CIASTA IDEALNEGO

Kolosalne znaczenie dla walorów smakowych ma samo ciasto pączka i niewątpliwie ogromny wpływ na jego konsystencję ma tłuszcz użyty do smażenia – może to być smalec, frytura

Kwiat róży, malina, morela, kokos – to wciąż poszerzający się wachlarz smaków zaklętych wewnątrz drożdżowego ciasta pączków, którymi będziemy się raczyć w najśrodszy dzień roku: w Tłusty Czwartek.

lub olej. Smalec nada pączkom chrupką skórę. Olej także posiada wysoką temperaturę dymienia, co plasuje go wśród tłuszczów wybieranych do pączków. Przy wyborze należy zwrócić uwagę na właściwości produktów, czyli temperaturę dymienia, a ponadto, czy nie zawiera tłuszczów utwardzonych, GMO i alergenów. Stan skupienia jest również ważny – tłuszcz stały bowiem pozostawi na wyrobie zastygniętą warstwę. Warto też zadbać o to, by frytura miała neutralny zapach i smak.

CO, JEŚLI NIE PĄCZEK?

Nie samymi pączkami żyją amatorzy Tłustego Czwartku. Fani innych słodkości będą rozglądać się za deserami, takimi jak na przykład pochodzące z Półwyspu Iberyjskiego churros – obtoczone w mieszance cukru i cynamonu oraz maczane w gęstym czekoladowym sosie wypieki. Tradycyjne faworki i rogaliki, oponki serowe również mają swoich sympatyków. Ponadto swój moment będą miały takie wyroby jak donuty, lane chrusty, kokosanki na białkach czy rurki z kremem. To wybór łakoci, które mogą sprawić, że goście lokali z pączkami i nie tylko – będą mogli w ten wyjątkowy dzień poczuć beztrudną dziecięcą radość. ✕

Marta Rybko

*BNP Paribas, 2024 r.

Jedyny szefa

NOWA FRYTURA!

NAJLEPSZA FRYTURA DLA TWOJEJ GASTRONOMII!

230°C

WYSOKI PUNKT
DYMNIENIA POWYŻEJ
230° C



WYGODNA,
PŁYNNĄ FORMĄ



WYSOKA WYDAJNOŚĆ
I DŁUGIE WIELOKROTNE
SMAŻENIE



WYSOKA
ODPORNOŚĆ
PODCZAS
SMAŻENIA



NEUTRALNY SMAK
I ZAPACH NAWET
PODCZAS DŁUGIEGO
SMAŻENIA



BEZ TŁUSZCZÓW
UTWARDZONYCH



Szukasz frytury dla gastronomii? Zadzwoń! +48 608 470 830 | www.jedynyszefa.pl



ALAN ŁAWRYNOWICZ

Szef kuchni
Piwna 47 Food & Wine Bar Gdańsk

W ostatnim czasie prężnie rozwija się trend związany z winami organicznymi oraz ekologicznymi. Proces produkcji tych win opiera się na ograniczeniu lub całkowitej rezygnacji z użycia sztucznych nawozów oraz środków ochrony roślin. Restauratorzy chcący wyróżnić się na gastronomicznym rynku coraz częściej poświęcają część pozycji w swoich kartach win właśnie tej winiarskiej, ekologicznej niszy.

WSPÓŁCZESNA SZTUKA ŁĄCZENIA JEDZENIA Z WINEM

Łączenie jedzenia z winem to nie tylko kwestia samego w sobie zestawienia konkretnego wina z daną pozycją w menu, tak, aby smak obu ze sobą współgrał. Dotychczas w bardzo prostolinijny sposób to robiono. Wino białe do białych mięs, ryb, sałatek, owoców morza i części serów, a wino czerwone do dań cięższych – dziczyzny, wołowiny, czerwonych mięs duszonych lub wyrazistych tłustych ryb. Tak jak każda branża na różnych płaszczyznach ewoluuje oraz rozwija się dzięki nauce, tak również stało się w przypadku kulinarno-enologicznej części

DRINK & FOOD PAIRING

W ciągu ostatnich lat w Polsce kultura picia, postrzeganie alkoholu oraz jedzenia dynamicznie się zmienia. Polacy podróżują więcej i dalej, co znacząco wpływa na pozytywne rosnącą świadomość gości restauracji. Zmianom ulegają również rodzaje spożywanych alkoholi. Coraz częściej rezygnujemy z tych wysokoprocentowych na rzecz takich jak wino, piwo czy cydr.

gastronomii. Dzięki laboratoryjnej pracy przy badaniach nad estrami, czyli związkami smakowo-zapachowymi produktów spożywczych, „Food and wine pairing” wszedł na zdecydowanie wyższy i bardziej precyzyjny poziom.

W przypadku tworzenia nowego dania zasada działania polega na dobieraniu poszczególnych produktów w taki sposób, by zawarte w nich związki smakowo-zapachowe były identyczne lub bardzo zbliżone do siebie. Dokładnie tak samo jest pod względem wine pairingu. Konkretnie związki smakowo-zapachowe znajdujące się w winie łączy się na zasadzie podobieństw ze związkami zawartymi w jedzeniu, dzięki temu połączenia są bardziej precyzyjne oraz mniej uzależnione od indywidualnych predyspozycji sommeliera lub szefa kuchni dokonującego tychże połączeń. Współczesna sztuka łączenia jedzenia z winem zaczyna zdecydowanie odbiegać od tej tradycyjnej, której proste metody opierały się w dużej mierze na intuicji i poczuciu smaku osoby przygotowującej konkretne zestawienie. W tej chwili śmiało można powiedzieć, że „food and

wine pairing” to jedna z gałęzi chemii żywności znajdująca swoje zastosowanie w codziennym funkcjonowaniu restauracji.

OWOCOWO-KWIATOWE AROMATY

Estry oraz inne związki smakowo-zapachowe obecne w winie mają kluczowe znaczenie w tworzeniu harmonijnych połączeń – gdy jedno z drugim jest dobrane idealnie, to wino przestaje być jedynie dodatkiem dopełniającym całość, a staje się jego kluczową częścią, tak samo, jak poszczególne składniki całego dania. Substancje te nadają winom charakterystyczne aromaty owoców, kwiatów, ziół czy przypraw, a nierzadko, zwłaszcza w winach czerwonych aromaty dymne, tytoniowe lub skórzane. Wszystkie te związki powstają podczas procesu fermentacji oraz dojrzewania wina.

Estry zazwyczaj dominują w młodych białych winach oraz różowych, w tych właśnie często spotyka się aromaty owoców tropikalnych, jabłek, gruszek, ananasa, aromaty mineralne oraz trawiaste, idące w kierunku liściastych

zielonych warzyw. Przykładowymi związkami występującymi w białych winach są octan izoamylu, który jest odpowiedzialny za nuty bananowe, a te świetnie połączą się z deserami, zwłaszcza tymi, gdzie zawarta jest wanilia, spora ilość masła lub bazującymi na śmietanie. W białych, świeżych winach wytrawnych często wyczuwalne są nuty zielonego jabłka, za ten aromat odpowiada octan heksylu. Wina te doskonale współgrają ze świeżymi cytrusowymi sałatkami, daniami rybnymi, w których skład wchodzi jabłko, zwłaszcza świeże, kwaśne i zielone granny smith lub letnim ziołowym chłodnikiem. Akcenty tropikalne zawdzięczamy maślanowi etylu. Związek ten nadaje winom intensywny aromat ananasa. Wytrawne białe wino z akcentem ananasowym będzie idealnym przełamaniem dla słodko-kwaśnego deseru z ananasową konfiturą, delikatnego białego mięsa marynowanego w azjatyckim stylu lub świeżych owoców morza takich jak ostrygi z dodatkiem verjus i piklowanej szalotki.

KREMOWE I MAŚLANE AROMATY

Kolejnymi związkami wpływającymi na winne połączenia z jedzeniem są aldehydy oraz ketony. Związki te odpowiadają za kremowe i maślane aromaty. Są szczególnie charakterystyczne dla win dojrzewających w beczkach, takich jak Chardonnay lub Riesling. To aromaty kremowe oraz maślane, ale również te o zapachu świeżego pieczywa, rumianych tostów lub maślanej brioche. Możemy je znaleźć w szampanie, francuskim cremant lub musujących winach z regionu Valdobbiadene. Wina o takich nutach doskonale idą w parze z kremowymi, jasnymi sosami, delikatnymi przekąskami przygotowanymi na chrupiącym pszennym pieczywie, a ponadto świetnie sobie radzą w zestawieniu

z daniami o większej mocy jak na przykład tatar wołowy z truflowym akcentem, podany na ziemniaczanym krokcie lub ręcznie robione papardelle z grzybami, odrobiną tłustej śmietany i konfitowanego czosnku.

Nie można zapomnieć o winach czerwonych, które są nieodłącznym elementem kulinarnego tworzenia. W tym przypadku będziemy mówić głównie o fenolach, to właśnie te związki odgrywają kluczową rolę, jeśli chodzi o smak oraz aromat win czerwonych. Związki fenolowe są obecne zwłaszcza w skórkach oraz pestkach winogron. Taniny, czyli naturalne związki fenolowe, odpowiadają za charakterystyczną cierpkość i ściągające wrażenie w ustach. Wina bogate w taniny najlepiej współgrają z potrawami bogatymi w białko oraz tłuszcz. Dzięki nim w czerwonym winie możemy doszukać się nut intensywnych czerwonych owoców, drewna, czekolady, skóry, tytoniu oraz dymu. Oczywiście są to jedynie główne nuty występujące, a każde wino z konkretnego regionu oraz poprzez specyficzny klimat danego miejsca może się od siebie znacząco różnić. Bezwzględnie czerwone wino świetnie połączy się z czerwonym mięsem, zwłaszcza te, które wykazuje aromaty zwierzęce, skórzane, oraz te z nutami intensywnie czerwonych owoców – wzmocnione odpowiednią ilością tanin nawiąże swoim ciałem do krwistego mięsa. Steki wołowe, krwista dziczyzna taka jak comber z jelenia będą idealnymi partnerami dla win ze szczepu Pinot Noir, Syrah czy Barolo.

PODSUMOWANIE

Wino i jedzenie to przede wszystkim ludzie, a jeśli ludzie to mnóstwo gustów, preferencji oraz przyzwyczajzeń. W przypadku tworzenia dań istnieje wiele szkół, schematów, zasad oraz innych wytycznych, jakimi kucharze, szefowie kuchni lub zwykli miłośnicy jedzenia kierują się podczas ich przygotowy-



wania. Bez względu na wszelkie zasady, w dalszym ciągu jest to tylko wino i tylko gotowanie, którego całym sensem jest sprawianie nam czystej przyjemności. Czym byłoby wypicie idealnie dobranego wina do konkretnego dania pod względem podobieństw związków chemicznych, gdyby zupełnie nam nie smakowało? ✕

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. Służ

on 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. Autorem, pomysłodawcą i organizatorem konkursu jest Giancarlo Russo. Zgłoszenia należy przysłać nie później niż do dnia 26 stycznia 2025 r. (niedziela) na adres e-mail: konkurs@giancarlo.pl

PATRONAT
MEDIALNY



DW: szulba@tlen.pl. Honorowy patronat medialny nad konkursem objął Poradnik Restauratora.

Made for restaurant: Maszyny kontra romantyzm

19 listopada 2024 r. w Poznaniu, w Hotelu Andersia, odbyła się konferencja hybrydowa Made for Restaurant: Maszyny kontra romantyzm. Tematem przewodnim była gastronomia w nowym świecie, czyli tam, gdzie aplikacje, automatyzacja i cyfryzacja wdzierają się do każdego zakątka branży. Uczestnicy spotkania zastanawiali się, w jaki sposób dostosować się do nowych reguł gry, zyskać przewagę i uprościć codzienną pracę, jednocześnie nie tracąc romantyzmu, który przyciąga gości do restauracji. Między innymi Willem Fijten, szef kuchni, opowiadał o tym, jak sensownie restauratorzy powinni korzystać ze sztucznej inteligencji, Artur Jarczyński (Der



Elefant, Otto Pompieri, Podwale 25 Kompania Piwna, U Szwejka, Bazyliżek, Jeff's) o swojej wizycie w Stanach Zjednoczonych na National Restaurant Association SHOW, a Marcin Zawadzki (właściciel restauracji Nuta), Artur Skotarczyk (restauracja Muga) i Hubert Cygan (restauracja Giewont) dyskutowali o tym, czy nagrody kulinarne są przekleństwem, czy jednak ukoronowaniem sukcesu restauracji i jak sobie radzić z ich

presją. Podczas konferencji odbył się także spektakl kulinarny. Siedmiu szefów kuchni – Ernest Jagodziński, Sławomir Miotk, Bogumił Przybylak, Dawid Ankowski, Rafał Soroczyński, Artur Szwacki i Kacper Jakubiak – stworzyli danie na podstawie przepisu zaproponowanego przez sztuczną inteligencję. Na etapie pomysłów wspierała ich Ola Gerlach, uznana designerka i food stylistka.

PATRONAT
MEDIALNY

20. edycja Bocuse d'or w Lyonie

Od 26 do 27 stycznia w Lyonie rozegra się grande finale jubileuszowej 20. edycji jednego z największych konkursów kulinarnych na świecie. Podczas finału Bocuse d'Or 2025 uczestnicy z 24 krajów będą mieli 5,5 h na zaprezentowanie się. O zwycięstwo powalczą zawodnicy

z Wielkiej Brytanii, USA, Maroka, Nowej Zelandii, Słowacji, Chin, Włoch, Szwecji, Wietnamu, Węgier, Kolumbii, Singapuru, Łotwy, Japonii, Finlandii, Danii, Mauritiusa, Islandii, Kanady, Francji, Meksyku,



Norwegii, Chile czy Australii. Tematem przewodnim będzie powrót do korzeni kuchni francuskiej ze szczególnym uwzględnieniem produktów, takich jak dzicyzna, foie gras i herbata.

Garden Gourmet Young Culinary Cup rozstrzygnięty

Zwycięzcami drugiej edycji Garden Gourmet Young Culinary Cup zostali Piotr Kubiak i Patryk Szymański ze szkoły gastronomicznej z Zespołu Szkół Gastronomicznych im. Karola Libelta w Poznaniu. Finał odbył się w Zespole Szkół Gospodarczych im. Mikołaja Spytka Ligęzy w Rzeszowie. Konkurs był skierowany do uczniów szkół średnich o profilu gastronomicznym. Umożliwił uczestnikom nie tylko poznanie nowoczesnych technik przygotowywania potraw roślinnych, ale także inspirował do kreatywnego podejścia do gotowania. W jury zasiadali: Wojciech Harapkiewicz, Mariusz Jamroszczyk, Janusz Pyra, Monika Gwiazda, Łukasz Jończyk i Kamil Ezzat. Piotr Kubiak i Patryk Szymański przygotowali gołąbka 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 otrzymali zaproszenie na kolację degustacyjną i odbędą staż w restauracji pod okiem szefa kuchni Wojciecha Harapkiewicza.

Kandy - 40 lat minęło

Kandy świętuje 40-lecie istnienia. Od początku swojej działalności jest to firma rodzinna z polskim kapitałem, prowadzona teraz przez trzecie pokolenie. Cztery dekady temu właściciele zaczęli od małego zakładu przetwórstwa owoców, zatrudniającego parę osób. Dziś Kandy jest jednym z liderów w swojej branży, z klientami w Polsce i za granicą. Wszystko zaczęło się w latach 80. od produkcji owoców kandyzowanych



– stąd też nazwa firmy. Największym hitem okazała się śliwka oblewana następnie przez klientów czekoladą. Owoce kandyzowane wciąż znajdują się w ofercie, ale obecnie większość produkcji to termostabilne nadzienia cukiernicze Lauretta, glazury mirror Ascanio i żele dekoracyjne Cristalli. Firma specjalizuje się także w produkcji komponentów dla przemysłu mleczarskiego, lodziarskiego i cukierniczego. www.lauretta.eu.

Łazienka inkluzywna, czyli jaka?

Tork, marka należąca do Essity i globalny lider w dziedzinie profesjonalnej higieny, postanowił zaangażować się w promowanie inkluzywności higieny w publicznych łazienkach. Celem jest zwiększenie komfortu i poprawa standardów higieny w pomieszczeniach, które bywają najczęściej odwiedzanymi miejscami w budynku. Beneficjentami inicjatywy będą zarówno użytkownicy, jak i personel sprzątający, niezależnie od wieku, stanu zdrowia, sprawności czy neuroróżnorodności. Wyniki badań i o tym jakie działania można podjąć w celu zapewnienia bardziej inkluzywności higieny w toaletach: www.tork.pl/o-nas/higieniczny-apel.



TORK OPTISERVE®

Tork OptiServe® – system papieru toaletowego bez gilzy – obejmuje gamę dozowników oraz pasujący do nich wkład bez gilzy. Dozowniki zostały zaprojektowane z myślą o szybkim uzupełnianiu i posiadają certyfikat łatwego użytkowania Easy-to-use. Rolki papieru toaletowego Tork OptiServe nie mają pojedynczych opakowań ani tekturowej gilzy, dzięki czemu mieszczą więcej papieru i generują mniej odpadów do utylizacji.



Essity Poland Sp. z o.o.
tel.: 22 543 75 00
www.tork.pl/optiserve

ELEPLANT – DLA TYCH, KTÓRZY CHCĄ SERWOWAĆ LEPSZĄ PRZYSZŁOŚĆ

Eleplant to całkowicie nowa jakość w profesjonalnej kuchni. Innowacyjny tłuszcz, w 100 % roślinny, sprawdza się we wszystkich aplikacjach kulinarnych tak jak tradycyjne masło. Został skomponowany w oparciu o naturalne tłuszcze roślinne z dodatkiem napoju owsianego, bez laktozy, bez cholesterolu, bez oleju palmowego. Dla wszystkich, którzy szukają maślanego smaku, a nie chcą używać masła. Eleplant nada nowy wymiar smaku i pomoże odpowiedzieć na potrzeby gości poszukujących bardziej roślinnych i zrównoważonych potraw.



Bunge Polska Sp. z o.o.
tel.: 22 463 96 44
www.smazymy.com

NADZIE NIE LAURETTA POMARAŃCZA 50 %

Pomarańcza to najpopularniejszy owoc cytrusowy. Jej charakterystyczny smak jest nie tylko orzeźwiający, lecz także mocno zależy od stopnia dojrzałości owocu. Nadzienie Laurretta pomarańcza 50 % zawiera wyczuwalną skórkę pomarańczową, dzięki której słodycz jest równoważona. Nadzienie sprawdzi się w ciastach czekoladowych, piernikach, do przekładania rolad czy tortów. Można je też stosować w różnych formach ciast francuskich czy półfrancuskich.



Kandy
tel.: 44 649 51 52
www.lauretta.eu/nawosci2024

SCOOPSY ZE SKÓRKĄ

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



Farm Frites CEE Sp. z o.o.
tel.: 59 863 75 00
sprzedaz@farmfrites.pl
www.farmfrites.pl
FB: Farm Frites Polska

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 zbliżyć się do klientów!



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

ZESTAW PRZYPRAW DO KAWY DLA KAWIARNI I RESTAURACJI

Marka Prymat GastroLine oferuje zestaw aromatycznych przypraw do kawy, stworzony z myślą o gastronomii. Zestaw obejmuje przyprawy w wygodnych szklanych słoiczkach z dozownikiem, które kawiarnie czy restauracje mogą ustawić na barze lub stolikach, umożliwiając gościom samodzielne dozowanie. W skład zestawu wchodzi: Kardamon mielony 40 g (nowość), Cynamon mielony 50 g, Przyprawa do kawy i deserów 48 g.



Prymat Sp. z o.o.
tel.: 12 252 88 21
www.prymatgroup.pl

Gdzie warto być?

DATA	MIEJSCE	IMPREZA	ORGANIZATOR
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
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
28.02-02.03.2025	Łochów	Arte Culinaria Italiana	Giancarlo Russo
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

żabka

Poczuj smak sukcesu

Otwórz sklep Żabka z małą gastronomią!

Sprawdź

zabka.pl/franczyza

