

WYDAWANY NIEPRZERWANIE OD 1999 ROKU



26. ROK

PORADNIK RESTAURATORA

MARZEC 2025 (306)

OGÓLNOPOLSKI MIESIĘCZNIK
BRANŻOWY DLA GASTRONOMII

NAKŁAD KONTROLOWANY 10 100 EGZ.
ISSN 1508-6194



NOWOŚĆ

Bonduelle
Food Service

— NIEOGRANICZONE —
MOŻLIWOŚCI KREOWANIA

“
**ROCK
YOUR
MEALS!**”
”

NOWA GAMA KASZ I STRĄCZKÓW
W WYGODNYCH TOREBKACH DOYPACK®,
KTÓRE POSTAWISZ NA PÓŁCE



Odwiedź nas na:
www.greenology.pl

Zeskanuj kod QR
i odkryj nowe produkty!

800 g



CIECIORKA



CZERWONA
FASOLA



BIAŁA
FASOLA



MIX PSZENICA
& CZERWONA
QUINOA



MIX KASZA
BULGUR
& QUINOA



KASZA
GRYCZANA
PRAŻONA



LUBIANA



POLSKA GRUPA PORCELANOWA



NOWOŚĆ

KOLEKCJA

HAMMERING

Naturalnie doskonała forma

wistil
GROUP



HEIDI HANDKOWSKA
Redaktor Naczelna

Targi – miejsce spotkań i źródło motywacji do działania

Przed branżą bardzo ważny okres – pełen targów i konkursów kulinarnych. Na początku marca odbędą się Międzynarodowe Targi EuroGastro, a zaraz potem Międzynarodowe Targi Hotelarstwa i Gastronomii Internorga w Hamburgu, które od lat cieszą się uznaniem branży. W tym samym czasie w Düsseldorfie zaplanowano Międzynarodowe Targi Wina i Alkoholi ProWein. W drugiej połowie marca wybierzemy się z kolei do Katowic na SweetTargi, by poznać najnowsze trendy w cukiernictwie, a później do Kołobrzegu na Gastro-Hotel. Natomiast w kwietniu zajrzemy do stolicy na GastroTargi Smakki.

Coraz większym zainteresowaniem cieszą się również targi regionalne, takie jak m.in. Triada w Gdańsku, których ubiegłoroczna edycja należy do niezwykle udanych, a także Allfood w Kołobrzegu czy Iglomen w Gliwicach. Co ważne, wielu odwiedzających przedsiębiorców podpisuje na miejscu kontrakty!

W czasie targowych dni uczestnicy będą mogli znaleźć sporo inspiracji, zwłaszcza że jest to ważne spotkanie zarówno dla przedstawicieli szeroko pojętej branży HoReCa, jak i dla wszystkich osób z kulinarną pasją i zamiłowaniem do dobrego jedzenia. Należy przyznać, że tego typu wydarzenia to doskonała okazja do spotkań z najlepszymi szefami kuchni, którzy bywają angażowani do pokazów albo po prostu przyjeżdżają, by wymienić się informacjami o tym, co słychać w branży. Targi mają też walory poznawcze, edukacyjne i są motorem dla rozwoju gastronomicznych nurtów, które potem trafiają do restauracji. I choć jeszcze niedawno wydawać się mogło, że lockdown przyczyni się do definitywnego końca tego typu imprez, to jednak dziś doskonale widać, jak bardzo są one niezbędne dla prawidłowego i nowoczesnego funkcjonowania branży.

Zapraszam więc na targi (patrz str. 58), które wraz z wiosną wskażą nam najnowsze trendy.

Z okazji Międzynarodowego Dnia Kobiet w imieniu swoim, wydawcy oraz całego zespołu „Poradnika Restauratora” składamy wszystkim Paniom pracującym w gastronomii najserdeczniejsze życzenia. Dziękując za Waszą ciężką pracę, uprzejmość oraz profesjonalizm życzymy, aby ceniono Was przez cały rok.

Zapraszam do 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 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, SXC.hu, shutterstock.com, archiwum
Korekta: Julia Pruszyńska

Druk: Eurodruk-Poznań Sp. z o.o.
62-080 Tarnowo Podgórne, ul. Wierzbowa 17/19



Organizator plebiscytu
Hermesy Kulinarne
Poradnika Restauratora

Nakład kontrolowany 10 100 egz.
ISSN 1508-6194



[/poradnikrestauratora](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

Sezon zimowy w HoReCa – podsumowanie

5

Śniegu jak na lekarstwo, pogoda nieprzyjemna – sezon zimowy zostanie zamknięty raczej z ulgą..., że się skończył. Branża turystyczna może jednak być dumna – jakość usług w stosunku do cen i bogaty katalog atrakcji przyciągają, oprócz rodaków, także licznych gości z zagranicy.

Fot. Porcelana Lubiana

24

34

Jarosław Karolczyk

20

Temat miesiąca

- 5 Jaka pogoda, takie nastroje
- 9 Menu śniadaniowe – czego oczekują goście?

Prezentacje

- 20 Rozmowa z: Jarosław Karolczyk

Od kuchni

- 18 **Marketing:** Jak skonstruować ofertę śniadaniową w restauracji i hotelu?
- 19 **Marketing:** Kobiety w gastronomii
- 24 **Marketing:** Fine dining na talerzu – jakie trendy obowiązują w porcelanie?
- 26 **Menu:** 5 trendów wege w polsce na 2025 rok
- 28 **Menu:** Nowalijki, przedsmak lata
- 30 **Menu:** Miksy smaków i tekstur
- 32 **Marketing:** 10 elementów, które sprawią, że goście będą wracać do restauracji
- 34 **Marketing:** Lunch – jak go przygotować, aby na nim zarabiać?
- 38 **Marketing:** Pułapki inwestycji w HoReCa
- 40 **Menu:** Lokalne i regionalne produkty oraz dania
- 42 **Wyposażenie:** Dlaczego profesjonalne urządzenia są nieodzowne w gastronomii?

W kadrze

- 48 Wydarzenia
- 56 Nowości na rynku gastronomicznym

Sezon zimowy w HoReCa
– podsumowanie

JAKA POGODA, TAKIE NASTROJE

Śniegu jak na lekarstwo, pogoda nieprzyjemna – sezon zimowy zostanie zamknięty raczej z ulgą..., że się skończył. Branża turystyczna może jednak być dumna – jakość usług w stosunku do cen i bogaty katalog atrakcji przyciągają, oprócz rodaków, także licznych gości z zagranicy.

Jak raportuje Izba Gospodarcza Hotelarstwa Polskiego, obłożenie hoteli w styczniu br. było słabsze od uzyskanego rok wcześniej. Za sprawą początku ferii zimowych w drugiej połowie stycznia tylko obiekty wypoczynkowe mogły się cieszyć względnie lepszymi wynikami. Trudno się temu dziwić, okres poświąteczny aż do Święta Trzech Króli to raczej czas, który spędzamy w oczekiwaniu na ferie zimowe. A jeśli ferie, to góry i narty – przynajmniej takie są najprostsze skojarzenia.

JEŚLI FERIE, TO GÓRY

Jak dowiadujemy się z podsumowania sezonu portalu nocowanie.pl – w tej kwestii nie ma absolutnie żadnego zaskoczenia. „Dominują przede wszystkim kierunki górskie i to mimo tzw. trudnej zimy. Zakopane wybiera nieco ponad 28 %. Na kolejnym miejscu znajduje się Karpacz, w którym swój urlop zaplanowało blisko 16 % turystów. Krynica-Zdrój plasuje się na trzecim miejscu – w tym przypadku jest około 14 % chętnych na ten właśnie kierunek”.

Kiedy wydaje się, że wszyscy Polacy ruszyli w góry i niełatwo tam o nocleg, a usługi są drogie, to z drugiej strony wygląda to zgoła inaczej – oceny przedsiębiorców branży noclegowej są raczej negatywne.

– Tegoroczne ferie zimowe na pewno były trudne dla polskiej branży turystycznej. Po obiecującym

KANTAR MEDIA



Międzynarodowy raport KANTAR potwierdza efektywność drukowanych mediów!

KANTAR opublikował międzynarodowy raport „Media – trendy i przewidywania 2025” dotyczący aktualnych trendów i perspektyw dla rynku mediów na rok 2025. W raporcie uwzględniono m.in. telewizję, prasę, serwisy streamingowe, billboardy, social media czy kino.

W konkluzjach dotyczących prasy drukowanej i magazynów czytamy: „Drukowane media ponownie cieszą się zainteresowaniem, ponieważ rośnie zmęczenie ekranami, a czytelnicy cenią namacalną naturę prasy. Oferuje ona również reklamodawcom wysokiej jakości zasoby do budowania marki, szczególnie wtedy, gdy reklamy są kierowane do niszowych (np. branżowych) odbiorców, którzy postrzegają druk jako bardziej wiarygodny.”



News and magazine media

„Print is witnessing some renewed interest as screen fatigue grows, with readers valuing its tactile nature. It also offers premium brand-building inventory for advertisers, particularly when targeting niche audiences who view print as more trustworthy. Beyond print, programmatic advertising continues to advance, leveraging first-party data to deliver more personalised and effective ads.”



początku i niemal dwukrotnie większej liczbie rezerwacji (w stosunku do roku 2024) pojawił się problem w postaci śniegu, a dokładniej jego braku. Powiew wiosennej aury spowodował, że nie było dużego zainteresowania wyjazdami na ferie – również wśród mieszkańców województwa mazowieckiego, którzy zawsze chętnie wyjeżdżali do Zakopanego, w Karkonosze, czy do miejscowości Beskidu Śląskiego – mówi **Karol Wiak**, Content Manager nocowanie.pl.

Nie wszystko wyglądało tak źle – okazuje się, że długość pobytu rodzin z dziećmi w górach była taka sama, jak rok wcześniej.

– Sytuacja jest zbliżona do tej ubiegłorocznej. Polscy turyści wyjeżdżali głównie na 4 dni w 4 osoby. Co ciekawe, nie były to tylko i wyłącznie weekendy, lecz także dni powszednie.

W przypadku niesprzyjającej pogody, trend ten na pewien moment skrócił się do 3,5 dób, ale w ostatnich dwóch tygodniach ferii wszystko wróciło do normy – dodaje **Karol Wiak**.

Jak podaje IGHP, zdecydowanie lepiej w tym okresie, gdy Polacy wyjeżdżają na zimowe wakacje, wypadły hotele wypoczynkowe. Dobre wyniki dotyczyły już podsumowania stycznia.

– Dla 44 % hoteli frekwencja wzrosła w stosunku do stycznia ubiegłego roku, w tym 23 % obiektów zanotowało wzrost do 5 pp. – czytamy w podsumowaniu ankiety, którą IGHP co roku przeprowadza wśród swoich członków. W grupie hoteli wypoczynkowych dla 44 % wskaźnik obłożenia poprawił się r/r, w tym najliczniejsza grupa 22 % osiągnęła wzrost do 5 pp. 48 % obiektów pogorszyło obłożenie, w tym 22 % odnotowało spadek w przedziale 6-10 pp.

Karol Wagner, członek Zarządu Tatrzańskiej Izby Gospodarczej, twierdzi, że tegoroczne ferie dokonały „mocnej weryfikacji przedsiębiorców”. Zdecydować o tym miały różne czynniki – od zmieniającego się popytu, przez inflację,

po brak śniegu wynikający m. in. z ocieplenia klimatu. Mówi też ostro o końcu „monetyzacji miejsca urodzenia” i nastaniu czasów mądrych inwestorów na Podhalu.

CENY PRZYJAZNE TURYSTOM?

Niepodważalnym faktem jest, że jeśli pojawiają się mróz i śnieg, a przy tym słońce, czyli doskonałe warunki narciarskie i spacerowe, to nikt szczególnie nie narzeka nawet na rachunki. Trzeba przyznać, także że niektóre ceny, mimo inflacji, zaskoczyły – można było znaleźć nocleg z niższą ceną od ubiegłorocznej! IGHP informuje, że średnie ceny rosły rok do roku, ale tempo ich wzrostu było wyraźnie niższe niż np. w grudniu. Ponoć 43 % hoteli (o 22 pp. mniej niż w grudniu) podniosło ceny w stosunku do stycznia 2024 r., w tym 28 % odnotowało wzrost do 10 pp., 57 % hoteli uzyskało ceny na poziomie zeszłego roku lub niższe, w tym 31 % utrzymało te same ceny, a 18 % zanotowało spadek do 10 %.

Co więcej, turyści wysoko oceniają stosunek cen do jakości proponowanych usług. Bogata oferta wellness i SPA przyciąga w góry gości z zagranicy.

NAJPOPULARNIEJSZE ZIMOWE DESTYNACJE:

- » Zakopane – ponad 28 % turystów
- » Karpacz – 16 %, Krynica-Zdrój – 14 %
- » Szklarska Poręba – 11 %,
- » Wisła – 9 %,
- » Białka Tatrzańska i Bukowina Tatrzańska – po ok. 5,5 %.

źródło: nocowanie.pl

Targi - II Edycja Gastronomiczno -Detaliczne

Triada

DYSTRYBUTOR PRODUKTÓW
MROŻONYCH i HoReCa



02-03
KWIETNIA



amber
expo

ul. Żaglowa 11
GDAŃSK



Dorota
Gardias



Karol
Okrasa



Rafał
Brzozowski



Szanowni Państwo,

Mamy zaszczyt zaprosić Państwa na **Targi Gastronomiczno-Detaliczne**,
które odbędą się w dniach **02/03 kwietnia 2025** roku
w **Amber Expo w Gdańsku**.

Podczas wydarzenia będą mieli Państwo okazję:

- Wziąć udział w konkursach z **atrakcyjnymi nagrodami**,
- Podziwiać **pokazy kulinarne** prowadzone przez mistrzów sztuki kulinarnej,
- Spotkać **zacznych gości**, którzy uświetnią nasze targi swoją obecnością.



www.targitriadaaugusto.pl

Będzie to doskonała okazja do nawiązania nowych kontaktów biznesowych, wymiany doświadczeń oraz zapoznania się z najnowszymi trendami w branży gastronomicznej i detalicznej. Serdecznie zapraszamy do udziału w targach, zaproszenia będą dystrybuowane przez naszych przedstawicieli lub proszę kontaktować się przez stronę www.targitriadaaugusto.pl.

Z wyrazami szacunku,
Triada Augusto Pomorze



– Stolica polskich gór od lat cieszy się dużym zainteresowaniem zagranicznych turystów, a zwłaszcza Słowaków, Węgrów i gości z Bliskiego Wschodu. Dla Słowaków, ze względu na bliskość, jest to naturalny kierunek na weekendowe wypady czy dłuższe pobyty w Tatrach. Węgrzy natomiast doceniają Zakopane nie tylko za malownicze krajobrazy i atrakcje turystyczne, ale także za ofertę wellness i termy, które cieszą się dużą popularnością wśród turystów z tego kraju. Z kolei goście z państw arabskich uważają Zakopane za egzotyczny i bardzo ciekawy kierunek, w szczególności w sezonie zimowym – twierdzi **Karol Wiak**.

MOŻNA TEŻ NAD MORZE

Jak się okazuje, sporo turystów pojawiło się także nad morzem, choć niektóre hotele są w tym czasie zamknięte dla gości. Zimą najwięcej osób odwiedza Pomorze Zachodnie, które zaczyna być określane całorocznym kurortem.

– Możemy pochwalić się tym, że turyści wybierają Świnoujście, Międzyzdroje, Kołobrzeg czy Rewal na wizyty turystyczne nie tylko podczas majówki i sezonu wakacyjnego, ale także w trakcie ferii zimowych. Oczywiście sposób rekreacji jest wówczas zupełnie

inny, większą rolę odgrywa standard hotelu, atrakcje związane z wypoczynkiem, takie jak basen wewnętrzny, sauna czy SPA. Turyści lubią jednak spacerować nad brzegiem morza zimą czy morsować, co również bywa motywacją do tego, by ferie spędzić nad morzem, a nie w górach – mówi **Hanna Mojsiuk**, prezes Północnej Izby Gospodarczej w Szczecinie.

Największym zainteresowaniem cieszą się hotele luksusowe, z ofertą SPA, centrami odnowy biologicznej oraz z atrakcjami rozrywkowymi. Zdecydowanie mniej osób wynajmuje na czas pobytu apartamenty czy wille, co w górach jest bardzo popularne. Co przyczynia się do popularyzacji wypoczynku zimą nad Bałtykiem? Przede wszystkim od lat łagodniejsza, sprzyjająca pogoda i niepowtarzalne widoki. Miasta ze szczególnym obłożeniem w tym czasie to Świnoujście i Kołobrzeg – odwiedzane także licznie przez turystów z Niemiec.

TO, CO NAJWAŻNIEJSZE – WYPOCZYNEK

Trudno jednoznacznie podsumować sezon zimowy w branży turystycznej, bo kalendarzowa zima wciąż trwa. Wydaje się, że ogólnie nie był zły. Znamienne jest jednak, że w góry wyjeżdżają w tym czasie głównie rodziny

z większymi dziećmi i wypoczywają, korzystając z bogatej oferty narciarskiej. Morze wybierają osoby starsze albo bezdzietne lub rodziny z dziećmi, które wymagają opieki i ciągłej uwagi. Niezależnie od tego, jaki kierunek będziemy analizować, najważniejsze jest chyba to, że wciąż lubimy korzystać z kilku dni wolnego i w zależności od możliwości finansowych wybieramy oferty zaspokajające nasze oczekiwania. Tym samym dajemy zarobić setkom przedsiębiorców prowadzących swoje biznesy – czy to w górach, czy nad morzem.

– Tegoroczne ferie można określić, jako stosunkowo dobre, szczególnie że w końcowym rozrachunku było nieco ponad 1,5 razy więcej rezerwacji niż przed rokiem – podsumowuje **Karol Wiak**.

PODSUMOWANIE

Zima już za nami. Okres tzw. niskiego sezonu warto przeznaczyć na „złapanie oddechu”, drobne remonty w obiekcie, szkolenie personelu czy przygotowanie się do sezonu letniego. Dobra oferta to jedno, ale trzeba jeszcze sprawić, by goście o niej usłyszeli. Wiosna to świetny moment na odświeżenie działań marketingowych i pokazanie hotelu w nowym świetle. ✕

Beata Marciniczyk

Menu śniadaniowe – czego oczekują goście ?

Jedni nie wyobrażają sobie bez niego codziennego funkcjonowania, inni pomijają ten moment na rzecz spaceru, szybkiej kawy czy porannego joggingu. Jednak z całą pewnością ci, którzy celebrują poranki ze śniadaniem, otrzymują zastrzyk pozytywnej energii na cały dzień. Jak zyskać dzięki dopracowaniu tej pozycji w menu? Zachęcamy do lektury!

Bez względu na to, czy jest to podróż służbowa, wyjazd turystyczny, czy może chwila przed pracą w interesującym

miejsu, gdzie budzi się miasto – wspólnym mianownikiem, który potrafi nadać rytm i charakter rozpoczynającemu się

dniowi, może być śniadanie. Nie bez przyczyny jest to posiłek zalecany przez lekarzy i dietetyków, a płynące z jego celebrowania dobre samopoczucie to jedynie wisienka na torcie zalet związanych z jedzeniem śniadań. W przypadku ich pomijania organizm przestawia się na gromadzenie rezerw, co skutkuje znacznie słabszym tempem spalania kalorii oraz pozbywania się tkanki tłuszczowej. Ponadto zjedzenie obfitego śniadania pomaga uniknąć przejadania się na noc. Jak

 **Vandemoortele**
shaping a tasty future

*Śniadanie pełne smaku i ziaren
z mini croissantem wieloziarnistym*

NOWOŚĆ

*Charakterystyczna
posypka*



- Bogaty mix nasion: siemię lniane, nasiona słonecznika, mak, pestki dyni oraz ziarna sezamu.
- Delikatne masłane nuty.



PRACUJEMY DLA CIEBIE
Zeskanuj kod



vandemoortelepolska



vandemoortelepolska



vandemoortele

www.vandemoortele.com

REKLAMA

Bufet śniadaniowy w hotelu Forest Park, należącym do grupy Górskie Resorty

pozycje w porannym menu uchodzą za zdrowsze? To między innymi owsianka – zawierająca węglowodany, błonnik pokarmowy oraz mnóstwo witamin. Spożywanie posiłków bogatych w owies ułatwia obniżenie poziomu cholesterolu i poziomu cukru we krwi, zwiększa uczucie sytości, a także zawartość dobrej flory bakteryjnej w przewodzie pokarmowym. Kolejnym pomysłem na start są owoce z muesli lub pokrojone na półmisku pomarańcze, grejpfruty

czy jabłka – dzięki obecności błonnika poprawiają perystaltykę jelit, natomiast witamina C chroni przed infekcjami oraz efektami stresu czy zmęczenia. Wiele osób nie wyobraża sobie śniadania bez kawy. Najnowsze badania wskazują, że jej picie w określonych godzinach (czyli do południa) pomaga w utrzymaniu koncentracji na dłużej. Dodatkowo może też przeciwdziałać rozwojowi nowotworów.

Śniadania to posiłek, na który z różnych względów i w różnych

DOROTA NIDZGORSKA-MAZONIK

Dyrektorka ds. hotelarstwa i standardów jakości
Grupa Górskie Resorty

Preferencje żywieniowe gości hotelowych mogą wynikać z kultury, diety czy osobistych upodobań. Różnorodność potraw w menu sprawia, że każdy gość może skomponować swoje idealne śniadanie według własnych potrzeb smakowych lub energetycznych. Dla osób podróżujących służbowo ważne jest, aby śniadanie było szybkie i sycące, a zarazem dostarczało energii na resztę dnia. W przypadku gości indywidualnych, podróżujących turystycznie, śniadanie ma zupełnie inny charakter – poranne posiłki są celebrowane.

okolicznościach decyduje się coraz więcej osób. Nie dziwią zatem działania podejmowane przez kucharzy, restauratorów, właścicieli hoteli, a także lokali gastronomicznych typu kawiarnie, piekarnie, bistra. Chcąc przyciągnąć coraz więcej klientów, proponują bogate menu, często sezonowe, oparte również na własnych wyrobach, powstających każdego dnia – kuszą one świeżością i zapachem oraz obiecują pozytywne doświadczenia,

co przekłada się na opinie o całym pobycie.

– W Destigo Hotels przywiązujemy szczególną wagę do pochodzenia i jakości produktów, serwowanych bufetów, dań z karty oraz standardów obsługi. Dążymy do tego, by nasi goście nie tylko mieli do wyboru klasyczne pozycje śniadaniowe, ale także mogli skosztować lokalnych, unikalnych produktów – charakterystycznych dla danego regionu – tłumaczy

PAWEŁ GACEK

Second Executive Chef
Destigo Hotels

Nasza śniadaniowa dewiza to jakość, różnorodność i zapewnianie gościom wyboru. Doskonałe oraz urozmaicone śniadanie stanowi najlepszy początek dnia, a często także wizytówkę hotelu. W wielu naszych hotelach śniadania wzbogacamy o live cooking i dania przygotowywane na zamówienie.

Paweł Gacek, Second Executive Chef Destigo Hotels.

Również **Dorota Nidzgor-ska-Mazonik**, dyrektor ds. hotelarstwa i standardów jakości w grupie Górskie Resorty, podkreśla rolę śniadań w zwiększaniu zainteresowania obiektem wśród przyszłych klientów: – Śniadanie bufetowe w hotelu jest jednym z kluczowych elementów wpływających na ocenę pobytu. Jakość i różnorodność oferowanych potraw, a co za tym idzie, pozytywne doświadczenia gości, mogą prowadzić do lepszych recenzji oraz rekomendacji – mówi.

ŚNIADANIE – PODSTAWA KAŻDEJ DIETY

Świadomość gości na temat usług obiektów hotelarskich i gastronomicznych z każdym odwiedzaniem rośnie. Propozycje śniadań muszą zatem powstawać w oparciu o oczekiwania odwiedzających, również tych, którzy z różnych względów stosują diety, także eliminacyjne. – W związku z tym zawsze serwujemy dania kuchni wegańskiej, wegetariańskiej czy bezglutenowe – wyjaśnia **Paweł Gacek**.

Z kolei **Małgorzata Figarska**, szefowa gastronomii w hotelu Manor House SPA, wymienia: – Na początek idą wegańskie potrawy: pasty z buraka i pieczonej marchwi z sezamem, wegańskie zielone masło z pestek i pasztet z tymiankiem, sałaty, salsy z naci pietruszki i szpinaku, słupki marchwi oraz selera naciowego, oliwy z ziołami, kwas z ogórków i kapusty kiszanej, naturalny ocet jabłkowy, słoje z orzechami, płatki do mleka roślinnego, orzechy, suszone owoce i do słodzenia miody z lokalnej pasieki.

Zmieniające się preferencje żywieniowe zauważane są w Górskich Resortach: – Na bufetach pojawiają się warzywno-owocowe koktajle, strefa fit



Smakuj wiosnę z SERTOP



1.

Kup jednorazowo min. 3 serki SERTOP o gramaturze 100 gram i wygraj nagrodę w konkursie!

2.

Wypełnij zgłoszenie konkursowe na www.wiosna.sertop.pl w terminie od 10.03.2025r. do 28.03.2025 r. i zachowaj paragon oraz etykiety 3 produktów!

Do wygrania

15 x Frytkownica, deska oraz patelnia z grawerem



1 x Bon Travelpass Premium



Regulamin i szczegóły akcji dostępne na stronie www.wiosna.sertop.pl

REKLAMA



Bufet śniadaniowy Manor House SPA

Fot. 2Arch - Manor House SPA



z warzywami sezonowymi i sałatami do samodzielnej kompozycji, pasty roślinne, jogurty naturalne i świeże owoce dla osób dbających o sylwetkę. Goście znacznie częściej poszukują potraw, które są nie tylko smaczne, ale także zdrowe i zgodne z ich wymaganiami dietetycznymi. Coraz więcej

osób decyduje się na eliminację glutenu z diety, dlatego też dostarczamy duży wybór bezglutenowych produktów śniadaniowych. Podobnie wygląda sytuacja w przypadku nietolerancji laktozy, więc na popularności zyskują napoje roślinne – mówi **Dorota Nidzgorska-Mazonik**, dyrektor ds.

JOANNA KOSTECKA

General Manager
Campanile Łódź

Śniadania w Louvre Hotels Group to różnorodność i jakość. Goście najchętniej wybierają dania na ciepło: jajecznice, parówki, kielbaski. Cenią też nasze świeżo wypiekane croissanty. Każdy jednak znajdzie coś dla siebie. Dla łasuchów są pankejkki, dla osób uprawiających fitness – warzywne szoty. Mamy specjalny z regionu: jak Szczecin, to paprykarz, a w Lublinie – cebularz.

hotelarstwa i standardów jakości w grupie Górskie Resorty.

Joanna Kostecka, General Manager Campanile Łódź, przewodnicząca grupy projektowej F&B dla marki Campanile w Polsce, podkreśla, że: – Plakat z alergenami to ważny element bufetu. Wystarczy słowo, a obsługa przyniesie chleb bezglutenowy, mleko bez laktozy, napój roślinny czy wegańską wędlinę.

REGIONALNE SMAKI

Bywając w różnych zakątkach kraju, warto zaglądać do miejsc, które przypominają historyczne czasy lub serwują regionalne potrawy czy wyroby od lokalnych dostawców. Dla przedsiębiorców z danego

regionu jest to dobry pretekst do zaproszenia klientów do siebie oraz wyróżnienia się na tle konkurencji.

– To zarówno wzbogaca kulinarne doświadczenia gości, jak i może zachęcać do eksploracji lokalnej kuchni lub tradycji kulinarnych regionu, w którym znajduje się hotel – zauważa **Dorota Nidzgorska-Mazonik**, przedstawicielka Górskich Resortów.

Agnieszka Wilbrandt, szefowa kuchni restauracji Oranżeria w Hotelu SPA Dr Irena Eris Wzgórza Dylewskie, wymienia: – Z uwagi na zainteresowanie gości regionalnym jedzeniem w naszym bufecie są stale obecne kozie sery – wędzone, podpuszczkowe z kozieradką

AGNIESZKA WILBRANDT

Szefowa kuchni Restauracji Oranżeria
Hotel SPA Dr Irena Eris Wzgórza Dylewskie

Podstawą naszych śniadań jest pełen różnorodnych dań bufet. Obok klasyków można znaleźć własnoręcznie przygotowane pieczone mięsa, pasztety, w tym te rybne, bo przecież jesteśmy na Mazurach, a ponadto wegetariańskie, ponieważ coraz więcej osób rezygnuje z mięsa. Zawsze mamy szeroki wybór świeżo wędzonych mazurskich ryb czy sałatek rybnych. Naszą specjalnością są też pikle i kiszonki własnej roboty, z uwagi na prozdrowotne działanie tych produktów.

czy świeżą miętą – wytwarzane przez regionalnego dostawcę, prowadzącego hodowlę w sposób ekologiczny. Ponieważ coraz więcej osób jest weganami, specjalnie dla nich pieczemy pasztet warzywny, robimy humus czy smarowidło z fasoli. Osoby z nietolerancją laktozy zawsze mogą liczyć na opcje bezlaktozowe – masło, twarożek czy żółty ser.

Szczepan Orczykowski, kierownik śniadań w restauracji Zamku Topacz, również wybiera produkty regionalnych rzemieślników, aby śniadania kojarzyły się nie tylko z najwyższą jakością, ale także ze zdrowiem i świeżością. – Chcemy, by nasze śniadania były posiłkiem, a jednocześnie doświadczeniem kulinarnym, które na długo zapada w pamięć – podsumowuje szef kuchni.

W obiektach działających pod szyldami marek zrzeszonych w Louvre Hotels Group też stawia się na lokalne rarytasy oraz na działania zrównoważone: – Nie szukamy skrótów. Jajecznicą – zawsze z prawdziwych, świeżych jaj. Soki – tylko 100 %. Miody – prosto z lokalnych pasiek. Wybierając jakość, dbamy o środowisko. Ograniczamy użycie plastiku, a niewykorzystane produkty trafiają do naszej lokalnej społeczności dzięki aplikacji Foodsi. Wszystkie nasze obiekty w Polsce mają certyfikat Hotel Sustainability Basics (World Travel & Tourism Council). Wierzymy w śniadania smaczne i pożywne dla ludzi, a zarazem dobre dla całej planety – mówi **Joanna Kostecka**, General Manager Campanile Łódź, przewodnicząca grupy projektowej F&B dla marki Campanile.

**ZAPACH I CHRUPKOŚĆ
ŚWIEŻEGO PIECZYWA**

Nic nie wprawia w tak doskonały nastrój o poranku, jak zapach świeżego pieczywa. W naszym kraju to jeden z podstawowych

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

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



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

REKLAMA



Fot. Arch. Manor House SPA

produktów, jaki powinien znaleźć się na stole: podczas śniadania w towarzystwie bliskich albo w trakcie lektury porannych wieści. Także coraz więcej szefów lokali gastronomicznych i obiektów noclegowych dostrzega sens zadbania o ten niezbędny w polskim śniadaniu składnik.

– Do wszystkich zaproponowanych dań goście mogą ukroić sobie świeżo pieczone pieczywo: żytnie, orkiszowe, pszenne czy wieloziarniste lub

chrupiące bułeczki – wymienia **Agnieszka Wilbrandt**, szefowa kuchni restauracji Oranżeria w Hotelu SPA Dr Irena Eris Wzgórza Dylewskie.

ŚWIEŻE I DOBREJ JAKOŚCI

– Do każdego posiłku warto serwować jak największą ilość warzyw – mówi **Małgorzata Figarska**, szefowa gastronomii w hotelu Manor House SPA.

– Sprawdzą się propozycje, takie jak twaróg

ze szczypiorem, pasta jajeczna, tradycyjna warzywna sałatka, która ma wielu zwolenników, jaja w różnej odstonie, minisałatki z mango i granatem, sałatki greckie oraz dodatki: pomidory, ogórki (świeże i kiszone) czy papryka. Obowiązkowo powinno pojawić się też ciepłe pieczywo, m.in. czosnkowe, a na słodko: konfitury, owoce i soki, najlepiej tłoczone z jabłka, buraka, gruszki lub pigwy – dodaje

Agnieszka Wilbrandt opowiada, że: – Obok klasyków można znaleźć własnoręcznie przygotowane pieczone mięsa, pasztety, w tym rybne, bo przecież jesteśmy na Mazurach, ale i wegetariańskie, ponieważ coraz więcej osób rezygnuje z mięsa. Zawsze mamy szeroki wybór świeżo wędzonych mazurskich ryb czy

sałatek rybnych. Naszą specjalnością są poza tym pikle i kiszonki własnej roboty, z uwagi na prozdrowotne działanie tych produktów.

Z kolei **Szczepan Orczykowski** wskazuje, że goście Zamku mogą spróbować domowych wypieków, pasztetów, kiszzonek oraz wędlin, a także dań inspirowanych kuchnią świata.

BUFET FAMILIJNY

Podróże, wypoczynek, wspólne wyjścia do lokalu gastronomicznego – to działania podejmowane również przez rodziny z dziećmi. Jakie menu cieszy się wśród nich największym zainteresowaniem?

– Naszym znakiem rozpoznawczym są pyszne racuchy z jabłkiem i cynamonem, dla których wiele

SZCZEPAN ORCZYKOWSKI

Kierownik śniadań
Zamek Topacz

Dbamy o to, aby nasi goście czuli się wyjątkowo każdego dnia, dlatego ciepły bufet podlega częstym rotacjom. Dzięki temu osoby przebywające u nas dłużej mogą odkrywać nowe smaki i doświadczyć wachlarza naszych możliwości. Chcemy, by nasze śniadania były nie tylko posiłkiem, lecz także doświadczeniem kulinarnym, które na długo zapada w pamięć.

MAŁGORZATA FIGARSKA

Szefowa gastronomii
Hotel Manor House SPA

Dla osób, które lubią śniadania na ciepło, mamy przygotowane kiełbaski, parówki, żur, a na stacji grillowej boczek, pieczarki, cukinię. Goście lubią serwowane na stacji live cooking jajka sadzone, jajecznicę z boczkiem, na maśle lub z warzywami oraz tofucznice i omlet wegański. Naszym znakiem rozpoznawczym są pyszne racuchy z jabłkiem i cynamonem.

osób do nas wraca – mówi **Małgorzata Figarska** z hotelu Manor House SPA. Hotele grupy Górskie Resorты ze względu na to, iż są obiektami dla rodzin z dziećmi, zapewniają dania lubiane przez najmłodszych: panca-kes, naleśniki czy gofry. – Oprócz tego rośnie

świadomość rodziców dotycząca zdrowego odżywiania swoich pociech. Bufety dla dzieci zawierają w związku z tym świeże owoce, warzywa oraz zdrowe opcje, co pozwala rodzicom na łatwe wybieranie wartościowych posiłków dla maluchów – podkreśla **Dorota Nidzgorska-Mazonik**, która wśród niestandardowych elementów wymienia m.in. stację z goframi, stację smoothie, plastry miodu w całości, wino musujące czy żurek.

Agnieszka Wilbrandt wyróżnia natomiast działania dedykowane dzieciom w Hotelu SPA

Dr Irena Eris Wzgórza Dylewskie: – Z myślą o nich przygotowujemy na świeżo bardzo lubiane naleśniki, racuchy czy coraz bardziej modne pankejkę. Tradycyjne muesli, po które sięgają chętnie nie tylko dzieci, można komponować wg własnego gustu. Od kilku lat widzimy powrót do zup mlecznych – przebojem naszych śniadań są owsianki i jaglanki z dodatkiem świeżych owoców lub owocowych domowych przetworów. Uwzględniamy też wszystkie nietolerancje dziecięce, więc zawsze możemy na życzenie przygotować

**Arcaffe - kawa do każdego typu śniadania!**

Rozpocznij dzień od filiżanki Arcaffe, a poczujesz, jak tradycja i nowoczesność spletały się w idealnej harmonii smaku. Niezależnie od tego, czy prowadzisz elegancką restaurację, przytulną kawiarnię, czy po prostu cenisz sobie doskonałą kawę w domu, Arcaffe spełni wszystkie Twoje oczekiwania.

Roma, Mocarema czy **Gorgona** to kawy, które zarówno czarne jak i mleczne uzupełnią każdy typ śniadania.

Dowiedz się więcej na www.arcaffe.coffeeedesk.pl

Kawy z mlekiem: Latte, cappuccino, flat white – doskonale komponują się z naleśnikami, goframi, ciastami i innymi słodkimi śniadaniami.

Espresso: Intensywne i pobudzające, idealne do tostów z awokado, jajek, bekonu i innych wytrawnych dań.

Americano: Łagodniejsze od espresso, ale wciąż mocne, pasuje do kanapek, jajecznic i innych klasycznych śniadań wytrawnych.



Fot. Arch. Zamek Topacz

Śniadanie Zamek Topacz

– Aktualnie widzimy duże zainteresowanie konsumentów produktami zawierającymi składniki z dodatkową wartością zdrowotną oraz trend na poszukiwanie nowości. Stąd też wprowadzamy na rynek Mini croissanta wieloziarnistego – idealnego zarówno na śniadania, jak i jako przekąska w ciągu dnia – oraz Mix mini bułeczek, w których znajduje się m.in. bułeczka wieloziarnista i z otrębami. Natomiast jako odpowiedź na trend poszukiwania nowości wprowadziliśmy Croissanta pistacjowego.

Dla tych, którzy nie wyobrażają sobie śniadania bez jajek, szefowie kuchni szykują jajecznice Eifix, produkowaną ze świeżych jaj. – Jest przygotowana do smażenia, ponieważ została już doprawiona wybranymi składnikami. Zawsze wychodzi dobrze i w mgnieniu oka staje się gotowa do podania na śniadaniowym bufecie – deklaruje **Michał Pabich**, Sales Manager EU East bei Eipro i dodaje: – Również nasze ciasto Eifix na gofry świetnie sprawdza się do porannych słodkich przekąsek. Jest gotowe do odpieku w gofrownicy, a tworzone gofry smakują jak domowe, więc goście mają gwarancję szybkiego i pysznego posiłku. ✕

Marta Rybko

bezglutenowe czy bezjajeczne naleśniki.

LIVECOOKING – PRZEPIS NA DOŚWIADCZENIE DOSKONAŁE

Podczas śniadań warto urozmaicić gościom czas poprzez zaaranżowanie stacji live cooking, skąd serwowane będą dla nich dania, takie jak jajka sadzone, jajecznica z boczkiem, na maśle lub z warzywami, a także tofucznica czy omlet wegański. Również popularne pozycje śniadaniowego menu typu kielbaski, parówki, żur, grillowany boczek, pieczarki czy cukinia mogą być przygotowywane na oczach oczekujących na dania.

– Pierwsze, co przychodzi mi na myśl,

to otwartość na gości. Chcemy spełniać ich oczekiwania, dlatego stworzyliśmy live cooking z dużą różnorodnością ziół, gdzie goście mogą na bieżąco sprecyzować swoje preferencje – mówi **Szczepan Orczykowski**, szef kuchni Zamku Topacz.

PROSTO, SZYBKO I SMACZNIE

Jak w prosty sposób wzbogacić menu śniadaniowe? Idealnym do tego produktem mogą być sery topione, które wspierają przygotowanie szybkich i smaczných opcji, stanowiąc bazę do kanapek, omletów czy zapiekanek.

– Także gama serów o różnych smakach, doskonale komponujących się z warzywami,

wędlinami czy pieczywem, może pomóc stworzyć w pełni zbilansowane i atrakcyjne posiłki – wymienia **Anita Kubarska**, Marketing Manager Sertop.

Pieczywo również może stanowić asortyment, którego przygotowanie może być prostsze, niż się wydaje: – Oferujemy produkty mrożone półgotowe (do odpieku) lub gotowe (do rozmrożenia), co pozwala zaoszczędzić czas bez kompromisów na jakości. W swojej ofercie posiadamy produkty z różnych kategorii – od pieczywa, przez wyroby na bazie ciasta półfrancuskiego, aż do ciast – wylicza **Anna Sitkowska**, Marketing Manager CEE, Vandemoortele Europe, oddział w Polsce i dodaje:

Ristoria

POKAŻ SWOJĄ WŁOSKOŚĆ!

PRZEPIS / PRZEPIS
POKAŻ SWOJĄ
WŁOSKOŚĆ!
PRZEPIS / PRZEPIS

RISTORIA to marka, która powstała z pasji do włoskiej kuchni i troski o autentyczność jej smaków. Oferta koncentruje się przede wszystkim na produktach pomidorowych, obejmując pełen zakres od pelati, passaty, krojonych pomidorów po sosy do pizzy i pulpy pakowane w bag in box.

DLACZEGO WARTO WYBRAĆ PRODUKTY MARKI RISTORIA?

- Zapewniamy najwyższą jakość dzięki starannie przeprowadzonej selekcji.
- Nasze pomidory są wyhodowane maksymalnie 40 km od miejsca produkcji, co gwarantuje świeżość i doskonały smak.
- Zbieramy nasze pomidory w momencie, gdy są one idealnie dojrzałe, co przekłada się na ich intensywny i słodki smak.

GWARANTUJEMY,

że każdy nasz produkt będzie efektywnie podkreślał smak dań.

Bidfood
więcej niż foodservice



Zamów na
e-bidfood.pl



Jak skonstruować ofertę śniadaniową w restauracji i hotelu?

Trendy gastronomiczne podkreślają znaczenie zdrowego odżywiania, lokalnych produktów oraz świeżości. Goście coraz częściej zamawiają opcje fit, produkty organiczne oraz dania wegetariańskie i wegańskie. Istotna jest też różnorodność – możliwość wyboru pomiędzy klasycznymi, dobrze znanymi smakami a bardziej wyszukаныmi, egzotycznymi propozycjami. Ważne elementy stanowią także wygoda i czas podania, zwłaszcza w hotelach, gdzie klienci niejednokrotnie mają napięty harmonogram.

Aby odpowiedzieć na te potrzeby, oferta hotelu powinna bazować na kompleksowych rozwiązaniach produktowych, które wspierają szefów kuchni w kreowaniu spójnej i atrakcyjnej propozycji śniadaniowej.

Śniadanie odgrywa kluczową rolę w gastronomii hotelowej i restauracyjnej. To wizytówka lokalu, wpływająca na opinię gości i ich decyzję o powrocie. Klienci oczekują nie tylko wysokiej jakości produktów, ale także różnorodności, świeżości i możliwości personalizacji posiłku według własnych upodobań. Oferta śniadaniowa powinna być zatem starannie skomponowana, a ponadto odpowiadać na aktualne trendy i potrzeby.

Asortyment musi być na tyle kompleksowy, żeby możliwe było komponowanie zarówno tradycyjnych, jak i innowacyjnych posiłków, uwzględniając zmieniające się preferencje konsumentów.

Zróżnicowana oferta, oparta na wysokiej jakości składnikach, pozwala restauracjom i hotelom stworzyć menu, które przyciągnie klientów

i wyróżni lokal na tle konkurencji. Kluczowe elementy to:

- świeżość – codzienne dostawy produktów gwarantują najwyższą jakość;
- różnorodność – szeroka gama pieczywa, nabiału, warzyw oraz dodatków umożliwia personalizację posiłków;
- lokalne produkty – klienci coraz częściej poszukują autentycznych, regionalnych smaków;
- opcje dla każdego – warto uwzględnić klasyczne propozycje, a jednocześnie dania wegetariańskie, wegańskie czy bezglutenowe.

Dzięki kompleksowej ofercie hotele i restauracje mogą zapewnić pierwszy posiłek, który spełni oczekiwania wszystkich, jednocześnie podkreślając wyjątkowy charakter lokalu. Śniadanie to najważniejszy element budowania pozytywnego wizerunku i lojalności klientów. ✕

GRZEGORZ JURUŚ

Koordynator kategorii Hotele i Cateringi w Bidfood

Śniadanie odgrywa kluczową rolę w kształtowaniu doświadczenia gościa hotelowego i restauracyjnego, stanowiąc nie tylko pierwszy posiłek dnia, ale także element budujący postrzeganą wartość oferty gastronomicznej. Obserwujemy wyraźny wzrost oczekiwań względem jakości, różnorodności oraz walorów zdrowotnych serwowanych dań. Goście poszukują zarówno klasycznych propozycji bufetowych, jak i nowoczesnych koncepcji inspirowanych kuchniami świata, które wpisują się w aktualne trendy wellness i convenience.

Oprac. Eliza Marek

Kobiety w gastronomii

MARZEC

8

Czasy stereotypowego myślenia o szefach kuchni powoli odchodzą w przeszłość. Wynika to z pewnością nie tylko ze zmian w branży HoReCa, lecz także z procesów, które obejmują wszystkie zawody i ogólny sposób postrzegania roli kobiety w świecie.

Kobiety polskiej gastronomii są pełne pasji i zaangażowania – kreatywne i otwarte. Jednak muszą wykazać się nie lada umiejętnościami i profesjonalizmem, by były traktowane przez mężczyzn na równi, pomimo tego, że niejednokrotnie są prawą ręką znanych szefów kuchni i współautorkami ich sukcesu.

W gastronomii tylko z pozoru przeważają mężczyźni, a to dzięki

temu, że częściej zajmują eksploatowane stanowiska i są bardziej widoczni, np. w mediach. Panie stanowią natomiast trzon gastronomii, zarządzając kuchnią w stołówkach, przygotowując posiłki w jadalniach, barach, odpowiadając za catering i związaną z nim dietetykę.

Kobiety w gastronomii zasługują na uznanie i szacunek, bo mają niebywały zmysł kulinarny. Aby

udowodnić mężczyznom swoją wartość i odnieść w branży sukces, dodatkowo muszą jednak pokazać, że potrafią być samodzielne i podejmują dobre decyzje. Wyróżnia je też świetna organizacja, mają w sobie duże pokłady cierpliwości i są nieco łagodniejsze od mężczyzn. Poza tym to wielkie profesjonalistki, dlatego coraz częściej zajmują wysokie stanowiska managerskie, zarządzając całymi zespołami ludzi lub dochodzą do szczytnej funkcji szefowej kuchni czy cukierni.

Pomimo postępów kobiety w gastronomii nadal napotykają na szereg wyzwań, takich jak dyskryminacja, nierówność płac czy trudności w równoważeniu życia zawodowego i osobistego.

Z okazji zbliżającego się Dnia Kobiet życzymy wszystkim Paniom pracującym w gastronomii i dla gastronomii wielu sukcesów zawodowych, zdrowia i zadowolenia z pracy oraz więcej wolnego czasu. ✕

Heidi Handkowska

JOANNA OCHNIAK

Członkini Komitetu Kultury Kulinarnej i Dziedzictwa w Worldchefs, międzynarodowa jurorka konkursów kulinarnych w WorldChefs, członkini OSSKIC

Obecnie przeżywamy najlepszy okres dla kobiet aspirujących do kariery w gastronomii. Muszę jednak zaznaczyć, że żaden sukces nie przychodzi bez poświęceń, zaangażowania, ciężkiej pracy i pasji. To od nas zależy, którą ścieżkę wybierzemy i czy wytrwamy na niej mimo przeszkód. W momentach wątpliwości warto szukać mentora/mentorki lub inspirować się najlepszymi szefowymi kuchni na świecie, takimi jak np. Daniela Soto-Innes i Elena Reygadas z Meksyku, Pía León z Peru, Leonor Espinosa z Kolumbii czy Helena Rizzo z Brazylii. Świadomie wymieniałam te panie, ponieważ nie sądzę, by droga do międzynarodowego uznania dla kobiet z Ameryki Środkowej była łatwiejsza niż w Polsce, jednak one tego dokonały, a ich pozycja jest teraz niepodważalna. Wystarczy tylko odrobina odwagi, by podążać własną drogą, nie bacząc na to, co mówią lub myślą o nas inni.



Fot. arch. Joanna Ochaniak

BASIA RITZ

Restauratorka i szefowa kuchni Ritz w Gdańsku

Gastronomia to wymagająca dziedzina, a ludzie z branży muszą mieć silny charakter, sporo samozaparcia i niekończące się źródło energii. Na pewno nam kobietom nie jest łatwo, chociażby z tego względu, że praca w kuchni to bardzo ciężkie, fizyczne zajęcie. Ponadto kobiety rzadziej są szefami kuchni, ponieważ wiąże się to z ogromnym poświęceniem i cierpi przez to życie prywatne. W tym zawodzie naprawdę trzeba kochać to, co się robi, aby mieć siłę walki i przetrwania.



Fot. Magdalena Sekieta



**DOBRA ORGANIZACJA
PRACY OPIERA SIĘ
NA WSPÓŁPRACY
I KOMUNIKACJI**

Rozmowa z **Jarosławem Karolczykiem**, dyrektorem generalnym Hotelu Zamek Gniew

Heidi Handkowska:
Od 5 lat zarządza Pan
Zamkiem Gniew jako
dyrektor generalny
hotelu. Z jakimi trud-
nościami mierzą się ak-
tualnie hotelarze w Pol-
sce? Jak kształtuje się
ten rynek na Pomorzu?

Jarosław Karolczyk:
Obecnie branża hotelar-
ska w Polsce stoi przed
wieloma wyzwaniami,
a Pomorze nie jest
tu wyjątkiem. Rynek
stale ewoluuje, a my mu-
simy dostosowywać
się do nowych trendów
i oczekiwań gości. Coraz
istotniejsze stają się
personalizacja usług,
elastyczność w podejściu

do gościa oraz umiejęt-
ność połączenia tradycji
z nowoczesnością.
Z jednej strony obser-
wujemy rozwój innowa-
cyjnych, designerskich
hotelu, które kuszą
technologią i nowator-
skimi rozwiązaniami,
z drugiej – obiekty
historyczne, takie jak
Zamek Gniew, które
oferują coś unikalnego:
połączenie komfortu
z autentycznym klima-
tem dawnych epok.

W ostatnich latach
zauważamy wzrost za-
interesowania turystyką
krajową oraz regionalną,
co dla Pomorza i rów-
nież dla nas oznacza

większą liczbę gości nie
tylko w sezonie letnim,
lecz także poza nim.
Ważne jest więc, aby
nasza oferta była atrak-
cyjna przez cały rok,
a to wymaga zarówno
odpowiednich inwesty-
cji, jak i przemyślanej
strategii zarządzania.

**Często spotykam się
z opinią, że pracownicy
w branży HoReCa
to poważny problem.
Trudno znaleźć od-
powiednie osoby, jest
duża rotacja. Z czego
to wynika? Na co Pan
zwraca uwagę, re-
krutując personel?**

Zarządzanie ze-
społem w branży
hotelarskiej to jedno
z największych wyzwań.
Pracownicy oczekują
dziś czegoś więcej niż
tylko stabilnej pracy
– chcą się rozwijać,
czuć się częścią zespołu
i mieć wpływ na to,
jak funkcjonuje miej-
sce, w którym pracują.
Właśnie dlatego klu-
czowe jest budowanie
kultury organizacyjnej
opartej na szacunku,
zaufaniu i możliwo-
ściach rozwoju.

Szukamy osób, które
podzielają naszą pasję
do hotelarstwa i gastro-
nomii. Cenimy uczci-
wość, zaangażowanie
i chęć nauki. Staramy
się również tworzyć
atmosferę, w której
każdy czuje, że jego
praca ma znaczenie.



Jarosław Karolczyk

» Od listopada 2019 roku pełni funkcję dyrektora
generalnego Hotelu Zamek Gniew.

Fot. Arch. Zamek Gniew



Fot. Arch. Zamek Gniew

Jedynie w ten sposób można zatrzymać wartościowych pracowników i budować zespół, zapewniający gościom najwyższy standard obsługi.

Jaki ma Pan model zarządzania? Jakich zasad muszą przestrzegać pracownicy? Chętnie deleguje Pan zadania, czy jest Pan raczej osobą, która musi sama wszystkiego dopilnować?

Staram się łączyć strategiczne podejście z dużym zaufaniem do zespołu. Nie wierzę w micromanagement – kluczowe jest delegowanie odpowiedzialności i pozwalanie pracownikom na wykorzystywanie swoich kompetencji. Oczywiście, pewne aspekty wymagają osobistego nadzoru, ale wierzę, że dobra organizacja pracy opiera się na współpracy i komunikacji.

Najważniejsza zasada, którą wyznajemy, to dbałość o jakość usług. Każdy członek

zespołu musi mieć świadomość, że pracujemy w miejscu wyjątkowym, wymagającym profesjonalizmu, a jednocześnie autentycznego zaangażowania.

Jacy turyści dominują – Polacy czy zagraniczni goście? Jaka jest długość rezerwowanych pobyków?

Zdecydowaną większość naszych gości stanowią Polacy. Zamek to miejsce chętnie wybierane przez rodziny, pary oraz klientów biznesowych z różnych zakątków kraju. Co ważne, nasz obiekt przyciąga gości nie tylko w sezonie letnim.

Coraz więcej turystów decyduje się również na wizyty weekendowe połączone z udziałem w organizowanych przez nas wydarzeniach historycznych czy kulturalnych. Zauważamy też rosnące zainteresowanie turystów zagranicznych, zwłaszcza z Niemiec i Skandynawii, ale

to nadal polscy goście są naszą główną grupą odbiorców. Obiekt jest położony za daleko od lotniska w Gdańsku oraz kolei.

Znaleźliście jednak ciekawy sposób na to, jak przyciągnąć lubiących szybką podróż turystów – własne lądowisko. Czy cieszy się dużym zainteresowaniem?

Tak, lądowisko dla helikopterów to bardzo cenione udogodnienie, szczególnie wśród gości biznesowych i osób ceniących szybkie podróżowanie. Coraz więcej klientów korzysta z tej opcji, zwłaszcza przy organizacji ważnych wydarzeń, takich jak wesela, spotkania firmowe czy konferencje. Możliwość przylotu helikopterem pod sam zamek podkreśla niesamowity charakter tego miejsca i stanowi dodatkowy atut dla osób poszukujących unikalnych wrażeń. Widok z helikoptera na Zamek też jest wyjątkowy.

Karta w restauracji nie jest zbyt rozbudowana, co świadczy o tym, że w kuchni przygotowuje się potrawy ze świeżych produktów i na bieżąco. Czy szef kuchni, Przemysław Langowski, inspirował się starymi przepisami, tworząc dania? Co w dzisiejszych czasach decyduje o sukcesie restauracji?

Świeżość, sezonowość i jakość produktów to absolutna podstawa. Nasza kuchnia bazuje na lokalnych składnikach i tradycyjnych recepturach, ale zawsze z nowoczesnym twistem. Oprócz stałego menu często oferujemy sezonowe wkładki do karty – pozwalają naszym gościom odkrywać nowe smaki w zależności od pory roku.

Dodatkowo każdej niedzieli zapraszamy na bogate brunchowe bufety, w których każdy znajdzie coś dla siebie – zarówno miłośnicy dań mięsnych, jak i osoby na dietach roślinnych czy rodziny z dziećmi. Organizujemy także przyjęcia okolicznościowe, w tym wesela, komunie oraz eventy firmowe. Zamek Gniew, dzięki swojej niepowtarzalnej atmosferze, jest chętnie wybierany przez pary młode i firmy świętujące jubileusze.

Czy restauracja Kolumbowka często jest postrzegana jako niedostępna, ekskluzywna i zarezerwowana tylko dla gości hotelowych?

Nasza restauracja jest otwarta dla wszystkich – zarówno dla gości hotelu, jak i dla osób chcących po prostu dobrze zjeść w wyjątkowym miejscu. Co więcej, wielu turystów odwiedza Zamek Gniew

właśnie dla naszej kuchni. Organizujemy obiady dla grup wybieżkowych, które nie muszą nocować w hotelu, aby cieszyć się naszą ofertą gastronomiczną. Dbamy o to, żeby każdy gość wyszedł najedzony i zadowolony, a w konsekwencji marzył o ponownej wizycie u nas.

Jakie wyzwania stoją aktualnie przed Zamkiem Gniew? Czy są planowane inwestycje w hotelu oraz na otaczającym go terenie?

Zamek, jako obiekt historyczny, wymaga stałej troski i przemyślanych inwestycji. Modernizacja takiego miejsca to zupełnie inne wyzwanie niż zarządzanie nowoczesnym hotelem – każda zmiana musi być zgodna z wymogami konserwatorskimi i szanować unikalny charakter zamku.

Obecnie mamy już przygotowane projekty, które pozwolą

podnieść standard naszego obiektu i jeszcze lepiej wykorzystać jego potencjał. Właścicielem hotelu jest grupa Polmlek, od lat dbająca o rozwój tego miejsca i wspierająca kolejne inwestycje. Przed nami bardzo ciekawe przedsięwzięcia, ale na razie nie chcemy zdradzać szczegółów – możemy jedynie obiecać, że nasi goście będą pozytywnie zaskoczeni.

Plany na przyszłość?

Chcemy być miejscem, które inspirowa i zachwyca. Planujemy dalszy rozwój naszej oferty gastronomicznej, hotelowej i eventowej, dbając przy tym o zachowanie unikalnego klimatu tej przestrzeni. Stawiamy na jakość, autentyczność i niezapomniane doświadczenia. Wierzymy, że przyszłość Zamku Gniew będzie równie bogata i fascynująca, jak jego historia. ✕



Fot. Arch. Zamek Gniew

Fine dining na talerzu – jakie trendy obowiązują w porcelanie?

Fot. Porcelana Lubiana

Świat fine diningu ewoluuje, a jedną z kluczowych ról odgrywa w nim płótno, na którym mistrzowie kulinarnego rzemiosła pokazują swoje dzieła. W dzisiejszych czasach restauratorzy i szefowie kuchni przywiązują ogromną wagę do tego, jak jedzenie prezentuje się na talerzu, a naczynia stają się nieodłącznym elementem artystycznej aranżacji. Jakże zatem trendy rządzą w porcelanie używanej w sferze fine diningu?

CZYM CHARAKTERYZUJE SIĘ FINE DINING?

Fine dining to wyrefinowany styl serwowania potraw, który podnosi doświadczenie kulinarne do rangi sztuki. Prym wiodą w nim wyszukane potrawy, ale również dopracowane detale, takie jak elegancka prezentacja dań, starannie dobrana porcelana, profesjonalna obsługa, a także wyjątkowa aranżacja wnętrza.

W fine diningu każdy aspekt doświadczenia musi być przemysłany. Menu jest często sezonowe i zmienia się zgodnie z dostępnością najlepszych składników.

Restauracje oferujące tego typu doświadczenia często posiadają degustacyjne menu, które daje gościom możliwość spróbowania kilku mniejszych dań, komponujących się w całość kulinarnego doznania.

Celem tego typu gastronomii jest nie tylko zaspokojenie głodu, lecz także wywołanie wrażeń estetycznych, emocjonalnych i zmysłowych, które na długo zapadają w pamięć.

JAKĄ ROLĘ W FINE DININGU ODGRYWA PORCELANA?

Porcelana w fine diningu jest płótnem dla kulinarnych dzieł

sztuki. W tej formie gastronomii każda potrawa musi być zarówno doskonale skomponowana pod względem smakowym, jak i estetycznie podana, a porcelana jest podstawowym elementem, który wzmacnia to wrażenie. Odpowiednio dobrana zastawa pozwala wydobyć z potraw ich piękno, podkreślając kolory, tekstury i szczegóły kulinarnej kompozycji

MINIMALIZM PORCELANOWEJ FORMY

Jednym z dominujących trendów w porcelanie w ciągu ostatnich lat jest minimalizm. Proste formy, stonowane kolory i brak dekoracji to cechy, które charakteryzują współczesne naczynia. Takie rozwiązania nie odwracają uwagi od jedzenia i jednocześnie pozwalają potrawom w pełni zabłysnąć. Białe talerze o wyrazistych kształtach niejednokrotnie są pierwszym wyborem w restauracjach fine dining, ponieważ podkreślają każdy detal dania i stają się neutralnym tłem dla jego kolorystyki oraz tekstury.

W KRĘGU EKLEKTYZMU

Trend eklektyzmu jest odpowiedzią na potrzebę wyróżniania się i łączenia różnych stylów w jednej kompozycji. Restauracje fine dining często wybierają porcelanę z różnych kolekcji, tworząc niejednorodne zestawy, nadające przestrzeni stołowej artystycznego charakteru. Dzięki temu szefowie kuchni mogą dopasować talerze do konkretnego dania, akcentując jego unikalne cechy. Zamiast jednolitej zastawy, na stołach pojawiają się różne formy i kolory, które pozwalają uzyskać niepowtarzalny efekt wizualny.

KOLORYSTYKA INSPIROWANA NATURĄ

Chociaż biel pozostaje klasycznym wyborem, coraz więcej szefów kuchni sięga po porcelanę w kolorach inspirowanych przyrodą. Poprzez wykorzystanie subtelnych, organicznych odcieni, restauracje mogą w bardziej wyrafinowany sposób łączyć sztukę kulinarną z naturą, zapewniając gościom pełniejsze, wielozmysłowe doświadczenie.

NA KRAWĘDZI ASYMETRII

Asymetria porcelanowej formy tworzy wyjątkowe ramy dla jedzenia, które nie tylko podkreślają samą potrawę, ale także wprowadzają do kompozycji element ruchu i dynamiki. Nieregularne fasony prowokują do bardziej twórczego podejścia do aranżacji jedzenia na talerzu, co często pozwala na wyjście poza klasyczny, symetryczny układ. Szefowie kuchni mogą swobodnie eksperymentować z różnymi sposobami

prezentacji – od dynamicznych ułożeń składników, po tworzenie kontrastów między kształtem naczyń a strukturą jedzenia.

PORCELANA TWORZONA NA MIARĘ POTRZEB

W restauracjach typu fine dining popularne staje się wyko-



Fot. Porcelana Lubiana

rzystywanie spersonalizowanej porcelany tworzonej na specjalne zamówienie. Naczynia mogą być ozdobione logo restauracji, unikalnymi wzorami czy kolorami, które idealnie współgrają z wnętrzem lokalu. Personalizowana porcelana pełni funkcję wizytówki restauracji, uwydatniając jej wyjątkowy charakter i wyróżniając ją na tle innych miejsc. To także forma podkreślenia tożsamości marki i budowania silniejszej relacji z klientem.

RĘCZNIE MALOWANE DETALE

W dobie produkcji masowej ręcznie malowane detale zyskują na znaczeniu. Restauracje fine dining chętnie sięgają po unikatowe, ręcznie zdobione talerze, dodające artystycznego wyrazu serwowanym potrawom. To trend, który podkreśla rzemiosło i indywidualny charakter każdego elementu.

PORCELANA O WIELU FUNKCJACH

Kolekcje porcelany wielofunkcyjnej to trend w odpowiedzi na potrzebę elastyczności w restauracjach. Naczynia, które mogą służyć jako talerze do przystawek, miski do zup czy półmiski do serów, pozwalają restauratorom na oszczędność miejsca, a jednocześnie oferują różnorodność w serwowaniu dań.

ZRÓWNOWAŻONY DESIGN

Świadome podejście do produkcji ceramiki to jeden z najsilniejszych trendów współczesności. Zrównoważony design w fine diningu wiąże się z wykorzystaniem wyrobów ceramicznych produkowanych w sposób ekologiczny, z poszanowaniem zasobów naturalnych. Naczynia te są często wytwarzane w procesach ograniczających emisję dwutlenku węgla, co jest odpowiedzią na rosnącą potrzebę dbania o środowisko. Restauracje, które wybierają ceramikę zrównoważoną, podkreślają swoje zaangażowanie w ochronę przyrody, co coraz bardziej rezonuje z klientami. ✕

Oprac. Eliza Marek



Fot. Arch. Katarzyna Gubała

KATARZYNA GUBAŁA

Ekspert kuchni roślinnej
www.katarzynagubala.pl

5 TRENDÓW WEGE W POLSCE NA 2025 ROK

Dietę roślinną wybiera 1/4 ludności świata, w Polsce to już przeszło milion rodaków. Według analityków wege rynek spożywczy w naszym kraju jest wart ponad miliard złotych i wciąż rośnie. To dużo, ale w 2025 roku zwiększy się jeszcze bardziej.

Dieta wegetariańska czy wegańska to w Polsce już nie jakaś fanaberia, ale styl życia. Polacy coraz częściej sięgają po żywność roślinną. Co dzięsiały Polak jest na jakiejś diecie i to powoduje ogromną zmianę na rynku spożywczym oraz w ofertach restauracji. Znajdujemy się w światowej czołówce roślinnych alternatyw i z każdym rokiem modyfikujemy swoje żywieniowe przyzwyczajenia.

BARISTA OWSIANE ABSOLUTNYM HITEM

Szczególnie pokolenie Z zwraca uwagę na wegańskie oznaczenia i ekologię – stąd tak duża popularność napojów roślinnych. „Zetki” częściej wybierają napoje owsiane niż sojowe. Zwykle sprawdzają też markę, skład i wpływ danych artykułów na środowisko. Produkty odpowiedzialne społecznie stają się naszą codziennością, a to właśnie „Zetki” wymuszają mocną zmianę asortymentu na rynku spożywczym. Wytwórcy wege żywności zauważają ciągły wzrost, głównie w obszarze napojów roślinnych.

Polacy zachwycili się napojami owsianymi, zwłaszcza dedykowane profesjonalistom barista owsiane cieszy się ogromnym zainteresowaniem. W najpopularniejszych sieciówkach kawiarnianych jest hitem, a prognozy wskazują, że młodzi Polacy będą w ciągu najbliższego roku wybierać ten produkt do kawy prawie tak często, jak mleko krowie. To jeszcze kilka lat temu było nie do pomyślenia.

JAKOŚĆ BIAŁKA ROŚLINNEGO MA ZNACZENIE

Od lat szkolę szefów kuchni z kuchni roślinnej i z każdym rokiem zauważam wyraźny postęp. Trzy lub cztery dania wege w menu szanującej się restauracji to podstawa. Pojawia się mnóstwo alternatyw mięsa – w menu restauracyjnym czy na bufecie śniadaniowym sprawa się wegańskie kielbaski, sznycle czy burgery. Coraz rzadziej są to dania na bazie glutenu czy soi, a coraz częściej na bazie grochu. Strączki to przecież kluczowy składnik

pozwalający na uzupełnianie białka w diecie wege.

Zmiana podejścia do roślinnego białka i rezygnacja z soi na rzecz lepszych jakościowo strączków to trend, który z każdym rokiem postępuje na całym świecie, a co za tym idzie i w Polsce.

Szefowie kuchni coraz częściej rozumieją zmianę gustów swoich klientów i starają się oferować wegańskie burgery czy mielone w restauracyjnym menu.

NIECO MNIJ MIĘSA TO JUŻ ŚWIATOWY TREND

Polacy wybierają dietę wege z trzech bardzo ważnych powodów – są nimi empatia do zwierząt, zdrowie i ekologia. Z każdym rokiem jemy nieco mniej mięsa. Nadal kojarzy się nam ono z dobrobytem... zaczynamy szukać zdrowych rozwiązań. Na polskich stołach częściej pojawiają się fasola, ciecierzycy, ryż czy ziemniaki. Otworzyliśmy się na kuchnię innych krajów, latamy po świecie i widzimy, że w kuchni azjatyckiej jest więcej ryżu i ryb niż

mięsa. Po zjedzeniu takich dań czujemy się syci, lecz nie przejeździ. Jednym słowem – zdrowsi. Z każdym rokiem spada ilość spożywanego mięsa przez Polaków i restauracje powinny zacząć to uwzględniać w swoim menu. Nie musi być od razu całkiem wegańsko, jednak dobrze, gdyby w karcie znalazło się kilka syjących dań roślinnych.

RYBKAK TAK, ALE W WERSJI ROŚLINNEJ

Jeszcze dekadę temu w kuchni wegańskiej mieliśmy do wyboru sojowe parówki i granulat – obecnie każdego roku pojawiają się nowe i ciekawe produkty. Analitycy prognozują rozwój rynku spożywczego w obszarze wege w nadchodzących latach. Przed nami boom na alternatywy

rybne, na kolejne technologiczne rozwiązania. Polacy są spragnieni „ryby bez ryby”. To trend wprost z azjatyckiego street foodu, gdzie smak rybny uzyskuje się za pomocą wielu odmian glonów i fermentowanych produktów. Owoce jackfruta o smaku makreli czy grillowany arbuz o smaku tuńczyka to już nie tylko radosny mem krążący po sieci, lecz także wyrafinowane dania podane w ciekawej formie. Pamiętajmy, że w kuchni wegańskiej nie zawsze liczy się „udawanie mięsa”, ale zdecydowanie zawsze ważna jest jakość proponowanego dania.

ZDROWIE I JAKOŚĆ WAŻNIEJSZE OD CENY

Sezonowość i lokalność – to hasła powtarzane od lat – właśnie. To za nie kucharze otrzymują

gwiazdki i to dzięki nim wybrane miejsca stają się wyjątkowe. Są również istotne w kuchni wegańskiej. Coraz więcej mówi się o tym, jak ważny jest sezon w przypadku jakości warzyw i owoców, czyli podstawie żywienia osób na dietach wege. Lokalność stanowi zaś pikantny dodatek do wartościowej propozycji na roślinnym talerzu. Bliskość natury, ekologia, klimat – realizacje związanych z tymi pojęciami założylibyśmy ujrzyć na naszych restauracyjnych talerzach w kolejnych latach. To trend w dążeniu do zdrowszego trybu życia oraz wybór lepszej jakości produktów za, niestety, coraz wyższą cenę. ✕

Oprac. red.

Dla szefów wszystkich kuchni

Zyskujesz:

- indywidualne ceny
- 100% Service Level i gwarancję świeżości
- duże opakowania gastronomiczne
- szeroki wybór marek własnych tg Economy i Topseller

**TRANS GOURMET
SELGROS**

obserwuj nas na
LinkedIn

**Skontaktuj
się z nami**

 transgourmet.pl
 kontakt@transgourmet.pl
 0 800 467 322

 selgros.pl/horeca
 horeca@selgros.pl
 0 800 505 105



REKLAMA

Fot. Arch. Krzysztof Szulborski

**KRZYSZTOF SZULBORSKI**Prezes Stowarzyszenia Kucharzy
PolskichPomorska Akademia Kulinarna
www.kucharze.pl

www.stowarzyszeniekucharzy.pl

Mówią, że są niezdrowe, bo chłoną toksyny: azotany i pestycydy. Podnoszą alarm, bo nie smakują tak, jak te, które można kupić latem. Owszem, w nowalijkach trzeba przebierać – te kwietniowe, szklarniane, nie są tak smaczne, jak gruntowe, majowe i czerwcowe. Wystarczy jednak znaleźć się wiosną na targu, żeby zrozumieć, na co – oprócz ciepła i słonecznej pogody – czekamy całą zimę.

Uwielbiam młodą marchewkę, taką, której nie trzeba obierać, kuszącą słodyczą i delikatnością. Jej smak jest na tyle wspaniały, że do marchwiowej zupy krem dodaję wyłącznie szczyptę gałki muszkatołowej, pieprz i sól. Równie dobrze smakuje młoda marchew glazurowana albo skropiona sokiem z cytryny, z dodatkiem przełamujących smak kwaskowych jabłek.

TWAROŻEK, RZODKIEWKA I BAGIETKA

Te wiosenne, śniadaniowe pasty: twarożek, śmietana, rzodkiewki albo dymki, do tego chrupiąca, świeżo wypiekana bagietka – magia wiosennej

Nowalijki, przedsmak lata

Kuchnia i sezonowość to dwa tożsame słowa. To, co jemy, jest związane z tym, czym akurat raczy obdarzać nas matka natura. Zimą – z oczywistych względów – unikam rzodkiewek czy ogórków. Niezwykle cieszy mnie zatem nadejście wiosny i pojawienie się pierwszych nowalijek.

kuchni tkwi w prostocie, łatwych i oczywistych połączeniach smaków. Zamiast przypraw używam ziół: szczypioru, pietruszki, kopru, rzeżuchy, kielków. Nowalijki to eksplozja aromatów, o których w czasie zimy zdążyliśmy na chwilę zapomnieć.

ŁODOWA, MASŁOWA CZY RZYMSKA?

Muszę również wspomnieć o sałacie: uwielbiam tę różnorodność – masłowa, karbowana itd... Najlepiej dorzucić do niej przepiórcze jaja, świeżą rzodkiewkę, skropić całość dobrą oliwą Extra Virgin oraz sokiem z cytryny: taka sałatka to kwintesencja wiosennej kuchni. Sałatę chętnie łączę z rybami tj. łosiem, dorszem – znakomicie smakuje w postaci sosu, wystarczy ją zblendować i dodać cytrynę.

Sałatki często kojarzą nam się z niskokaloryczną przekąską, która składa się głównie z warzyw – może jednak stać się także pełnowartościowym daniem obiadowym – w wersji mięsnej lub wegetariańskiej. Wiosną jej podstawowymi składnikami powinny być właśnie nowalijki, m.in. świeża sałata, szczypior, rzodkiewka czy pomidory.

SZPARAGI – KRÓLOWA WIOSENNEGO STOŁU

Wiosna to też, a w zasadzie przede wszystkim, szparagi, które tylko o tej porze roku smakują wymiennie. Właściwości lecznicze czy afrodyzjakalne to nie jedyne z ich zalet: ja uwielbiam je zwłaszcza za uniwersalność. Najlepsze są zielone – jako dodatek do ryb, białego mięsa drobiowego, gotowane z odrobiną cukru, polane masłem. Zachwyć się

Kupujmy mniejsze warzywa, te nieprzerośnięte. Myjemy je dłużej niż standardowo, a marchewki dokładnie obieramy. Nowalijki będą tym świeższe, im więcej kontaktu będą miały z tlenem i wilgocią – unikamy przechowywania ich w plastikowych opakowaniach.



Fot. Arch. Krzysztof Szulborski

nimi również wtedy, gdy stanowią składnik sałatek, z dodatkiem czerwonych owoców. Z białych szparagów – niesamowicie delikatnych w smaku – przyrządzam pyszną zupę krem.

Z GRUNTU CZY FOLII?

Dużo mówi i pisze się ostatnio o jakości, a jednocześnie szkodliwości nowalijek. Ja lubię przebieganie w targowych warzywach w poszukiwaniu prawdziwych, gruntowych perełek. Szklarniane, chociaż pojawiają się wcześniej, są nie tylko mniej zdrowe, lecz także uboższe w smaku – z tym nie można polemizować. Najlepsze nowalijki rosną naturalnie – są nieregularne, mniejsze, czasem zdeformowane: o ich różnorodność dba w końcu sama matka natura. To, kiedy się pojawiają, ma ogromne znaczenie dla tradycyjnej, polskiej kuchni, którą uwielbiam i którą z lubością kultuwuję.

Niektórzy narzekają na kuchnię zimową, że jest uboga w warzywa, w witaminy. Tęskniąc za wiosną, używają pakowanych w folię

ogórków, pomidorów bez smaku. Ja lubię cykliczność, sezonowość. Wierzę w jesienno-zimową korzenność, zapach wędzonych ryb, gęsiny, ciężkie, bakaliowe ciasta. Wiosna to dla mnie czas lekkiej, prostej, warzywnej kuchni – terriny z łososiem i brokułami, kremu z białych warzyw z koperkiem, indyka podawanego w towarzystwie zielonych szparagów.

Nowalijki to dla kucharza głównie niesamowite możliwości ćwiczenia warsztatu i rozwijania kreatywności. Polecam wszystkim wiosenną wizytę na targowisku w poszukiwaniu natchnienia i inspiracji. ✕

Oprac. red.

Nowalijkowa zupa koperkowa

Receptura na 10 osób

SKŁADNIKI

- » Pierś z kurczaka – 800 g
- » Młoda marchew – 100 g
- » Młody seler – 100 g
- » Młody por – 100 g
- » Masło – 100 g
- » Rosół – 2 l
- » Kluski lane – 300 g
- » Młody koper – 100 g
- » Śmietana 30 % – 300 ml

SPOSÓB WYKONANIA:

Marchewkę, selera i pora kroimy techniką julienne, czyli w podłużne, cienkie i równe słupki. Całość podsmażamy na maśle i zalewamy rosółem. Pierś z kurczaka miksujemy lub trzykrotnie mielimy, dorzucamy połowę koperku, następnie kulinarnym workiem formujemy małe kuleczki (klusieczki), porcjując je na gotujący rosół. Dokładamy lane kluski, resztę kopru i śmietanę. Doprawiamy solą i pieprzem, a na końcu dodajemy śmietankę.



ALAN ŁAWRYNOWICZ

Szef kuchni
Piwna 47 Food & Wine Bar Gdańsk

Każdy amuse-bouche, przystawka czy danie główne to starannie przemyślane połączenie składników, gdzie smaki oraz tekstury płynnie zmieniają się podczas serwowania następujących po sobie pozycji menu, budując w ten sposób spójną kulinarną narrację. Takie podejście do gotowania oraz prowadzonego serwisu wymaga precyzji i głębokiego zrozumienia produktu samego w sobie, ale również tego, jak poszczególne elementy wpływają na siebie nawzajem.

Dalsze poszukiwania nowych połączeń smakowych i teksturalnych prowadzą do coraz bardziej innowacyjnych rozwiązań. Techniki, takie jak spienianie, żelowanie, obróbka sous vide czy sferyfikacja pozwalają na kontrolowanie struktury potraw i maksymalne wydobywanie smaku produktów. Dzięki nim w obecnych czasach kuchnia często staje się w pewnym stopniu laboratorium, w którym stare receptury i klasyczne dania zyskują nowy wymiar oraz przeistaczają się w nowoczesne dzieła sztuki kulinarnej. Każdy tego typu eksperyment to krok naprzód w kierunku odkrywania nieograniczonych możliwości, jakie gwarantuje świadome łączenie smaków i tekstur.

Miksy smaków i tekstur

Kuchnia jest nieograniczoną przestrzenią do wykorzystywania oraz łączenia ze sobą wszelkich smaków i tekstur, a umiejętne posługiwanie się nimi pozwala stworzyć niezwykle dania. Współczesne restauracje coraz częściej wybierają menu degustacyjne jako rodzaj prowadzonego serwisu. Rozbudowana karta bazująca na małych porcjach zapewnia gościom możliwość odkrywania kolejnych warstw smakowych w zaskakujących kompozycjach.

KREMOWOŚĆ, CHRUPKOŚĆ CZY KONSYSTENCJA ŻELU

Cechy te wpływają na postrzeganie dania, podnosząc jego walory smakowe oraz estetyczne. W kuchni ważne jest zachowanie kontrastu poprzez odpowiednie łączenie, zarówno na tle smakowym, jak i strukturalnym. Smaki i tekstury stanowią fundament doświadczeń kulinarnych, stworzenie doskonale współgrających ze sobą połączeń zapewnia swego rodzaju dynamikę dania. Wszystko zależy od tego, co chcemy uzyskać w danej pozycji, może być to mały amuse-bouche – drobna przekąska od szefa kuchni, będąca niewielkim, ale jakże wymownym elementem wprowadzającym do pełnego serwisu, podana przez kelnera na samym początku kilkudaniowej kolacji degustacyjnej.

Amuse-bouche jest świetnym przykładem tego, jak kreatywnie można podejść do gotowania, wykorzystując różne techniki

tak, aby w nieoczywisty sposób wpływać na zmysły i smakowe doznania. Należy tutaj zaznaczyć, że już sam serwis „amuse” potrafi być zjawiskowy. Porcelanowe talerze w rozmaitych kształtach, takich jak nadmuchany balon, poduszka z subtelnym wgłębieniem sprawiająca wrażenie, że to właśnie ta mała przystawka odcisnęła je na jej środku, niewielkie, drewniane szkatułki wypełnione ziarnami fasoli lub ryżu.

Wracając do kwestii smaku oraz tekstury, amuse jest wizytówką, gdy zrobi na nas odpowiednio duże wrażenie, możemy przypuszczać, że tak też będzie przy każdym kolejnym podanym danu. Może on przybierać rozmaite formy oraz kształty. Coraz częściej są to wypiekane ciastka lub tak zwane tiule, przygotowywane przy pomocy form silikonowych. Formy te przypominają drobne gałązki, liście, rybie szkielety lub kwiaty. Historia tychże ciastek nie kończy się jedynie na ich kształcie.

SMAK

Kolejnym krokiem do stworzenia tej oryginalnej przystawki jest zadbanie o jej smak. Wybierając rybną formę ciastka, można mu także nadać rybny aromat, dodając do jego bazy rybny lub przygotowany na bazie owoców morza bulion. Taki tiul wypełnia się musiem z wędzonej ryby – tutaj świetnie pasuje mus z wędzonego pstrąga ułożony między dwoma kruchymi szkieletami. Wśród kruchości ciastka oraz umamicznego smaku musu z wędzonej ryby musi znaleźć się również element świeżości, do tego idealnie sprawdzi się żel z soku z bergamotki. Tym sposobem w małej przekąsce można zamknąć skoncentrowany smak ryby – wędzonej oraz słodkiej poprzez użycie bulionu, chrupkość (dzięki ciastku) oraz kwaśność za sprawą orzeźwiającej bergamotki – jeden kęs wystarczy, aby poczuć to wszystko na raz.

Poza tym coraz bardziej popularne stają się wytrawne bezy, które są przygotowywane na rozmaitych bazach z dodatkiem albuminy, takich jak buliony, wyciskane soki, zakwaszone warzywa, na przykład z buraka czy kiszzonej kapusty. Na start sprawdzą się też małe, panierowane krokiety z szarpanego, wolno gotowanego mięsa, ryb lub warzyw z odrobiną pikantnej emulsji. Bogate w smak oraz chrupiącą teksturę są również rożki będące spoiwem wszystkich składników amuse-bouche. Można je przygotować ze sprasowanych arkuszy nori lub cienkiego ciasta brick przy pomocy metalowych rurek. Amuse w formie rożka jest dobrą opcją przy podaniu degustacyjnych porcji tatar. Świeżo posiekana połówka z tuńczyka podana w rożku z połączenia ciasta brick oraz nori, uzupełniona



korzenno-cytrusowym guacamole, wykończona na wierzchu odrobiną ikry, będzie idealnym wstępem do kolejnej morskiej pozycji w postaci dania głównego.

FERMENTACJA

Na przystawkach oczywiście się nie kończy, wszelkie techniki strukturalno-smakowe odgrywają kluczową rolę w tworzeniu zup, dań głównych oraz deserów. Jedną z istotnych technik kulinarnych jest fermentacja. Mamy z nią do czynienia na wielu płaszczyznach w gastronomii oraz produkcji żywności, od wypieku najprostszego pieczywa na zakwasie, przez produkcję wszelkich alkoholi, aż po fermentację mięsa, ryb oraz warzyw. Tradycyjny proces fermentacji zakłada użycie żywych mikroorganizmów do przetworzenia żywności w taki sposób, aby poprawić jej wartości odżywcze, przedłużyć okres przydatności do spożycia, wpłynąć na smak i teksturę. Nie trzeba daleko szukać, dzięki fermentacji powstaje powszechnie znany sos sojowy, pasta miso czy sos rybny, które mają za zadanie wzmocnić słony smak dań oraz podbić ich umamiczność.

Ciekawy dodatek smakowy do dań stanowi tłuszcz w postaci

puddingu lub drobnych granulek. Przy użyciu maltodekstryny – polisacharydu uzyskiwanego w procesie enzymatycznej hydrolizy skrobi – możemy (poprzez absorpcję tłuszczu) stworzyć smakowy puder, będący elementem wzmacniającym smak czy kontrastem dla pozostałych składników dania. Tutaj świetnym przykładem tej techniki w kuchni jest połączenie maltodekstryny z upłynnionym szpikiem wołowym. Tego rodzaju puder będzie mocnym nośnikiem mięsnego i słonego smaku w wołowym tatarze.

PODSUMOWANIE

Harmonia smaków i tekstur w kuchni jest rezultatem wieloaspektowego podejścia, w którym tradycja spotyka się z nowoczesnością, a nauka ze sztuką. To właśnie dzięki umiejętnemu balansowaniu kontrastów i subtelnych niuansów każde danie może stać się niezapomnianym przeżyciem. Gotowanie wciąż ewoluje, otwierając przed kucharzami, ale też domowymi miłośnikami kuchni nieograniczone możliwości eksperymentowania i odkrywania nowych połączeń. Niezależnie od tego, czy gotujemy w profesjonalnej kuchni, czy w domu, warto pamiętać, że prawdziwa magia tkwi w detalach – liczą się wybór składników, techniki gotowania, a ponadto finalna prezentacja potrawy. W konsekwencji każde danie to nie tylko przyjemna kompozycja pasujących do siebie składników, lecz także prawdziwe pobudzenie zmysłów i wyobraźni. ✕

Oprac. red.

**AGNIESZKA WIJAS**

Ekspert
ds. planowania gastronomii
www.bar-academy.pl

POWITANIE TO FUNDAMENT PIERWSZEGO WRAŻENIA

Pierwsze wrażenie gościa kształtuje się już w chwili, gdy przekracza próg Twojej restauracji. Powitanie to nie tylko słowa – to energia, która ma ogromny wpływ na atmosferę całej wizyty. Miałam okazję pracować z wieloma zespołami i wiem jedno: jeśli gość czuje, że jest oczekiwany i że ktoś autentycznie cieszy się na jego przybycie, ma poczucie, że jest wyjątkowy. To z pozoru drobny gest, ale kluczowy – pamiętam, jak jeden z moich stałych klientów wrócił po kilku miesiącach nieobecności, bo wspomniął, że „czuje się tu jak w domu”. Chodzi o to, by już przy pierwszym powitaniu gość poczuł, że nie jest tylko kolejnym klientem, ale częścią Twojej restauracyjnej rodziny.

CZYSTOŚĆ – WIĘCEJ NIŻ STANDARD

Czystość w restauracji to jeden z najważniejszych elementów budujących zaufanie. Z mojego doświadczenia wiem, że goście zwracają uwagę na każdy szczegół

– od czystości stołów, przez zapach, po wygląd toalet. Nawet najmniejszy detal, taki jak zadbane szyba oddzielająca kuchnię od sali, może być czynnikiem, który świadczy o profesjonalizmie. Kiedyś w jednej z moich restauracji zauważyliśmy, że brak idealnej czystości w niektórych miejscach zaczyna wpływać na opinie. Natychmiast podjęliśmy działania i wprowadziliśmy system codziennych kontroli, co znacząco poprawiło postrzeganą jakość naszych usług. Wysoki poziom czystości to inwestycja, która zawsze się zwróci – goście poczują się komfortowo i bezpiecznie, co sprawi, że będą wracać chętniej.

SMAK ZAPAMIĘTANY PRZEZ ZMYŚŁY

Goście nie zapomną smaku potraw, ale również zapachy i dźwięki mają ogromne znaczenie. Jako ekspert w planowaniu przestrzeni gastronomicznych wiem, jak ważne jest tworzenie wrażenia spójności zmysłowej. W moich restauracjach stosowaliśmy autorskie receptury, które wypełniały przestrzeń niepowtarzalnym zapachem – wypiekanych

na miejscu rogalików czy kawy mielonej tuż przed podaniem. Te detale sprawiały, że goście mieli poczucie, że wchodzi do miejsca pełnego pasji i autentyczności. Warto zainwestować w takie elementy, które pozwolą klientom zapamiętać Twoją restaurację nie tylko przez smak, ale także przez zapach, pozostający w ich pamięci na długo.

UWAŻNOŚĆ NA POTRZEBY GOŚCI

Dla mnie kluczową kwestią jest uważność na potrzeby gości – zarówno te jawne, jak i te niewypowiedziane. Małe gesty – zapytanie, czy coś smakuje, kelner, który zauważy, że gość jest spragniony – mogą zrobić ogromną różnicę. Goście bardzo doceniają, kiedy ktoś w restauracji pamięta o ich preferencjach, kiedy czuje, że pracownicy naprawdę słuchają. W moich restauracjach staraliśmy się tworzyć zespół, który znał swoich stałych klientów, a także tych, którzy pojawili się po raz pierwszy. Personalizacja obsługi to element sprawiający, że gość czuje się wyjątkowo – to detal zawsze przekładający się na lojalność.

10 ELEMENTÓW, KTÓRE SPRAWIAJĄ, ŻE GOŚCIE BĘDĄ WRACAĆ DO RESTAURACJI

Detale, które wprowadzamy do restauracji, nie tylko tworzą atmosferę, ale także budują lojalność gości i sprawiają, że chcą wracać. Podzielę się kilkoma spostrzeżeniami wynikającymi z mojej długoletniej pracy – możecie z łatwością wdrożyć je w swoim lokalu, aby zbudować silną relację z klientami i wyróżnić się na tle konkurencji.

ŚWIATŁO – KLUCZ DO ATMOSFERY

Niezwykle ważne jest, by światło w restauracji zapewniało właściwy nastrój. W ciągu dnia naturalne oświetlenie dodaje energii, a wieczorem odpowiednie oświetlenie stwarza intymną at-

mosferę. W moich restauracjach dobieraliśmy playlisty, które pasowały do charakteru miejsca, a dzięki odpowiedniemu poziomowi głośności goście nie musieli podnosić głosu, by się porozumieć. To jeden z tych detali, który, chociaż niematerialny, może całkowicie odmienić atmosferę lokalu.



mosferę. Wielokrotnie zmieniałam oświetlenie w moich restauracjach, by dostosować je do pory dnia i charakteru lokalu. W jednym z moich lokali, gdy zmieniliśmy oświetlenie na ciepłe, goście zaczęli zauważać, że przestrzeń stała się bardziej przytulna. Zwiększyło to liczbę wizyt o 20 % – tak potężny wpływ na atmosferę ma odpowiedni dobór światła.

MUZYKA JAKO SUBTELNE TŁO

Muzyka, choć może wydawać się mało istotnym elementem, ma ogromny wpływ na atmosferę w restauracji. Z moich obserwacji wynika, że właściwa muzyka to taka, która staje się subtelnym tłem, nieprzeszkadzającym w rozmowie, ale budującym klimat.

ERGONOMIA PRZESTRZENI – KOMFORT GOŚCIA

Projektowanie przestrzeni gastronomicznej to estetyka, a także ergonomia. Każdy stolik, każde krzesło, rozmieszczenie stanowisk musi być przemyślane tak, by goście czuli się komfortowo. Czasem drobne zmiany w układzie stołów mogą diametralnie poprawić komfort gości i wpływać na ich postrzeganie wartości oferty. Kiedyś zaprojektowałam przestrzeń, która z pozoru wyglądała idealnie, ale okazała się niewygodna – goście musieli przechodzić przez inne stoliki, by dojść do toalety. Ta drobna zmiana wymagała drobnej reorganizacji, ale poprawiła komfort gości i zwiększyła liczbę odwiedzin.

Ergonomia w przestrzeni to inwestycja, która zawsze zaprocentuje.

TRANSPARENTNOŚĆ – OPOWIEDZ SWOJĄ HISTORIĘ

Goście cenią autentyczność i transparentność. Warto dzielić się historią produktów, które używasz, czy opowiadać o dostawcach. W jednej z moich restauracji zaczęliśmy korzystać z oliwy z małej wytwórni z Grecji, którą osobiście znałam. Goście byli zafascynowani tym, że produkt pochodzi z małej, rodzinnej farmy, a jego historia była związana z moimi doświadczeniami. Tego typu opowieści budują zaufanie i sprawiają, że goście czują się częścią czegoś większego – te detale mogą wpłynąć na ich lojalność.

DBAŁOŚĆ O DETALE, KTÓRE WYRÓŻNIAJĄ

Na koniec warto dodać do swojej oferty coś, co wyróżni Twoją restaurację. W moim przypadku była to czekoladka podawana z kawą, która stała się naszą wizytówką. Dbalność o te małe, ale istotne szczegóły daje gościom poczucie, że Twoje miejsce jest wyjątkowe i że dbasz o nich na każdym etapie wizyty.

SŁUCHAJ SWOICH GOŚCI

Ostatnia rada, ale nie mniej ważna: słuchaj swoich gości. Biorąc pod uwagę ponad 25-letnie doświadczenie, wiem, że sukces nie bierze się tylko z perfekcyjnej obsługi, ale z umiejętności reagowania na potrzeby gości. Warto wprowadzać system zbierania opinii, np. przez krótkie ankiety lub rozmowy, by wiedzieć, co można poprawić. Goście, którzy czują, że ich zdanie się liczy, z pewnością wrócą. ✕

Oprac. red.

**JAKUB WOLSKI**

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

Lunch

= jak go przygotować, aby na nim zarabiać?

Pyszny lunch to nie tylko kulinarne arcydzieło, ale także umiejętność, która ma przynieść wymierne zyski. W czasach rosnącego zainteresowania zdrowym stylem życia i wygodnymi posiłkami, odpowiednio zaplanowany lunch staje się kluczowym elementem oferty gastronomicznej. W tym artykule chciałbym przedstawić, jak przygotować lunch, który zarówno zaspokoi głód, jak i zapewni korzyści finansowe.

ROZPOZNAJ SWÓJ RYNEK

Zanim przystąpisz do przygotowywania lunchu, musisz zrozumieć, kto jest twoim potencjalnym klientem.

Target: Rozpoznaj, kto najczęściej korzysta z oferty lunchowej. Czy są to pracownicy biurowi, studenci, czy osoby wracające z treningów. Sprawdź, jakie biznesy z potencjalnymi gośćmi znajdują się w okolicy.

Preferencje żywieniowe: Określ, jakie są trendy w żywieniu. Coraz więcej osób wybiera opcje wegetariańskie, wegańskie, bezglutenowe czy niskokaloryczne.

ZAPLANUJ MENU

Dobrze przemyślane menu jest kluczem do sukcesu. Dania powinny być różnorodne, ale jednocześnie łatwe do przygotowania, aby nie pochłonęły twojego zespołu na zbyt długo. Czas to pieniądz, nie zapominajmy o tym. Oto propozycje dań lunchowych:

Salatki: Można je komponować na różne sposoby,

używając sezonowych warzyw, białka (drób, tofu, ryby).

Wrapy i kanapki: Szybkie do przygotowania i łatwe do zabrania. Warto zainwestować w dobrej jakości pieczywo i różnorodne wsady.

Zupy: Można je przygotować w większej ilości i sprzedawać na porcje.

Bento boxy: Estetycznie podane zestawy, które przyciągają klientów. Można w nich łączyć różne dania, co zwiększa ich atrakcyjność oraz wpływa na wysokość średniego rachunku.

PILNUJ KOSZTÓW

Przygotowanie lunchu, który przyniesie zyski, wymaga także dbałości o koszty.

Koszt składników: Food cost odgrywa tu kluczową rolę. Sporządź



listę zakupów, aby uniknąć marnowania pieniędzy na niepotrzebne produkty. Wybierz sezonowe warzywa i owoce, które są tańsze.

Optymalizacja procesów: Ułatw sobie pracę, przygotowując składniki z wyprzedzeniem.

Ustalanie cen: Oblicz cenę dania, uwzględniając wszystkie koszty. Zainwestuj w wysokiej jakości składniki, ale ustal ceny, które będą konkurencyjne.

MARKETING I SPRZEDAŻ

Reklama dźwignią handlu, wykorzystaj więc nowoczesne kanały, aby zachęcić swoich potencjalnych gości.

Social media: Skorzystaj z platform, takich jak Instagram czy Facebook do promowania swoich dań. Regularnie publikuj zdjęcia, powinny być „soczyste”, aby zwrócić uwagę.

Program lojalnościowy:

Oferuj zniżki lub gratisy dla stałych klientów, co zachęci ich do częstszych zakupów.

DOSTOSUJ SWOJĄ OFERTĘ

Aby dowiedzieć się, czego potrzebują goście, zbieraj opinie i sprawdzaj ich oczekiwania. Regularnie pytaj klientów o ich opinie. To pozwoli wprowadzać zmiany, które będą dobrze przyjęte. Planuj sezonowe dania, które będą mogły zaskoczyć stałych klientów.

ROZWIJAJ SIĘ, NIE STÓJ W MIEJSCU

Rozwój w tej branży wymaga ciągłych ulepszeń oferty.

Edukacja: Regularnie uczestnicz w kursach kulinarnych i szkoleniach dotyczących zarządzania gastronomią. Wiele firm, naszych dostawców, organizuje takie wydarzenia i posiada własne studia kulinarne. Warto rozmawiać z przedstawicielami handlowymi i dowiedzieć się, gdzie i kiedy odbywają się takie szkolenia. Są zazwyczaj nieodpłatne.

Networking: Nawiązuj kontakty z innymi przedsiębiorcami w branży. Współpraca może przynieść korzyści obu stronom.

PODSUMOWANIE

Przygotowanie lunchu, który będzie nie tylko smaczny, ale także opłacalny, wymaga przemyślanej strategii. Na sukces wpływają jakość składników, kreatywność w kuchni oraz skuteczne działania marketingowe. Dzięki tym wskazówkom można stworzyć ofertę, która przyciągnie gości i przyniesie zyski! Pamiętaj, że w gastronomii smak odgrywa główną rolę, ale doświadczenie klienta i estetyka podania lunchu są równie ważne. ✕

Oprac. red.

SM AK Ki

GASTROTARGI

Równoległe z:



9-10.04.2025
EXPO XXI Warszawa

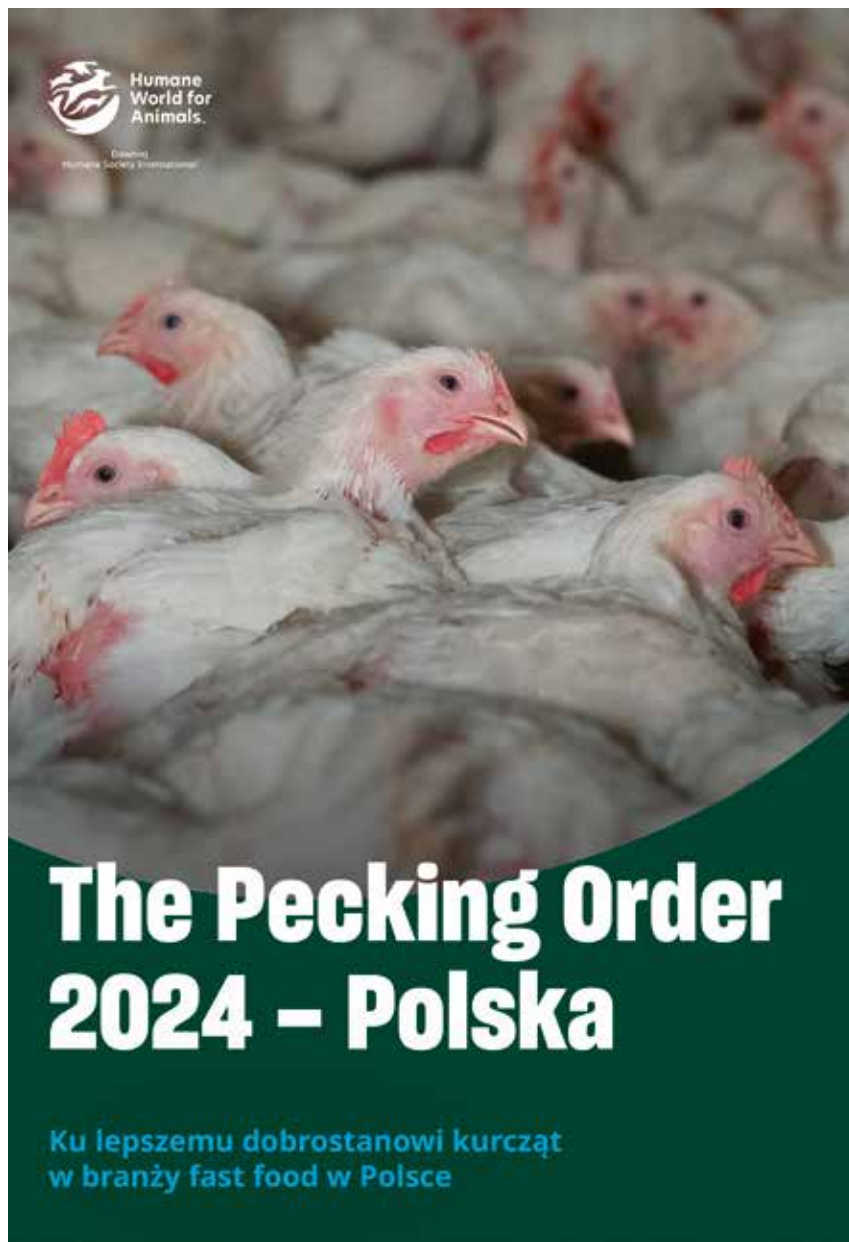
HoReCa
w najlepszym
wydaniu



www.SMAKKi.pl

REKLAMA

Przyszłość branży fast food: konsumenci oczekują poprawy dobrostanu kurcząt



Organizacja ochrony zwierząt Humane World for Animals (wcześniej znana jako Humane Society International) opublikowała „The Pecking Order 2024”, nowy raport, który sprawdza postępy 11 największych marek z branży fast food w Polsce w zakresie uwzględnienia dobrostanu kurcząt. Raport podkreśla pilną potrzebę przyspieszenia działań na rzecz przyjęcia wyższych standardów dobrostanu kurcząt hodowanych na mięso – szczególnie jeśli weźmie się pod uwagę rosnące oczekiwania konsumentów w tym zakresie.

Raport opiera się na kryteriach naukowych European Chicken Commitment (ECC) – zostały one ustalone przez 38 organizacji zajmujących się dobrostaniem zwierząt na całym świecie. Kryteria te ustanawiają minimalne standardy, które pozwolą rozwiązać najpilniejsze problemy związane z dobrostaniem kurcząt brojlerów hodowanych na mięso – takie jak zbyt wysokie zagęszczenie, brak odpowiednich warunków do przetrzymywania ptaków, ciasne klatki i niehumanitarne metody uboju. Do tej pory ponad 380 firm w Europie, w tym 27 w Polsce, zobowiązało się do spełnienia kryteriów ECC.

Raport ten przedstawia zarówno postępy, jak i wyzwania w branży fast food w Polsce, podkreślając rolę firm w ograniczaniu cierpienia zwierząt i uwzględnienia oczekiwań konsumentów dotyczących stosowania bardziej humanitarnych praktyk. Ujawnia luki w obowiązujących politykach, wskazując potrzebę przyjęcia silniejszych zobowiązań dotyczących dobrostanu i ujednoliconych przepisów europejskich, torujących drogę dla bardziej zrównoważonego przemysłu.

KLUCZOWE WNIOSKI

- **Sytuacja branży:** W 2024 r. do ECC dołączyło Domino's Pizza Poland, co pokazuje, że w całej branży istnieje dążenie do zapewnienia wyższych standardów dobrostanu kurcząt brojlerów. Ponad jedna trzecia firm fast food objętych analizą w Polsce rozpoczęła prace nad poprawą dobrostanu kurcząt, co jest niezbędnym pierwszym krokiem do wykonania. Jednak większość firm nie zaczęła jeszcze wprowadzać żadnych zmian.
- **Sieci międzynarodowe kontra krajowe:** Międzynarodowe sieci w Polsce często stosują się do polityki swojej spółki macierzystej, wykazując pewien postęp w skali globalnej, ale niewielki na poziomie lokalnym. Lokalne oddziały mogą nie wiedzieć o globalnych zobowiązaniach lub

W hodowlach konwencjonalnych kurczęta są hodowane w celu uzyskania niezwykle szybkiego przyrostu masy ciała.



ich nie przestrzegać. Krajowe sieci są jeszcze bardziej w tyle, ponieważ nie stosują się do żadnych regulacji dotyczących dobrostanu kurcząt.

DOBROSTAN ZWIERZĄT JEST WAŻNY DLA KURCZĄT ORAZ LUDZI

Ponad 6,4 miliarda kurcząt jest zabijanych rocznie w UE — w tym 1,233 miliarda w samej Polsce — przemysłowa hodowla drobiu nadal powoduje poważne problemy z dobrostanem zwierząt. Kurczęta hodowane na mięso są poddawane zabiegom, które mają sprawić, aby rosły jak najszybciej. To sprawia, że często cierpią na choroby nóg i mają trudności z poruszaniem się. ECC promuje hodowlę wolniej rosnących ras kurcząt, mających większą mobilność, lepszą odporność — są one bardziej wytrzymałe i wymagają stosowania mniejszej ilości antybiotyków. Dając każdemu ptakowi więcej miejsca poprzez zastosowanie niższego zagęszczenia obsady, dodatkowo wspiera się dobrostan zwierząt, pomagając w ograniczeniu stosowania antybiotyków i zapobiegając namnażaniu się bakterii opornych na antybiotyki.

Konsumentki i konsumenci z Polski mają coraz większą świadomość dotyczącą potrzeby zapewnienia dobrostanu zwierząt i chcą wspierać praktyki dotyczące jego poprawy. Z analiz, które znalazły się w raporcie „The Pecking Order” wynika, że:

- Polska jest liderem europejskiego rynku drobiowego, odpowiadając za ubój 1,233 mld kurcząt rocznie.
- 44 % Polek i Polaków jest gotowych zapłacić do 20 % więcej

za produkty wykonane z najwyższą troską o dobrostan zwierząt.

- W latach 2018-2022 sprzedaż kurcząt z wolnego wybiegu i ekologicznych wzrosła o 13,9 %.
- 80 % Polek i Polaków oczekuje lepszej ochrony zwierząt hodowlanych.

BRANŻA FAST FOOD W POLSCE

Działające w Polsce firmy z branży fast food zostały ocenione pod kątem ich publicznie dostępnych polityk i praktyk dotyczących dobrostanu kurcząt. Domino's, IKEA i Pizza Hut prowadzą w rankingu w zakresie kwestii dobrostanu kurcząt zgodnych ze standardami ECC. Za firmami, które odnotowały najlepsze wyniki, znalazły się Subway, McDonald's i KFC. Natomiast na dalszych pozycjach uplasowały się Burger King, Pasibus, Salad Story, Starbucks i Zahir Kebab.

DALSZE DZIAŁANIA W POLSCE

- **Zobowiązania i plany działania:** Firmy fast food, które nie zobowiązały się do uwzględnienia dobrostanu kurcząt, powinny zacząć opracowywać polityki zgodne z kryteriami ECC. Firmy, które przyjęły już zobowiązania, powinny stworzyć jasne plany działania, aby osiągnąć swoje cele.
- **Współpraca między firmami i producentami:** Z racji tego, że w Polsce jest tylko kilku producentów kurcząt stosujących alternatywne modele hodowli zgodne z kryteriami ECC, sieci fast food i producenci muszą ściśle współpracować, żeby spełnić te standardy.

Producenci potrzebują nabywców oczekujących poprawy dobrostanu, co pozwoli uzasadnić inwestycje w jego poprawę, podczas gdy sieci fast food zależą od tych producentów w zakresie stałych dostaw kurcząt o wyższym dobrostanie.

- **Działania ustawodawcze:** Prawodawcy odgrywają najważniejszą rolę w zapewnieniu przejścia na wyższe standardy dobrostanu dla kurcząt brojlerów. Poprzez opracowywanie i egzekwowanie polityki ustawodawcy mogą wprowadzać zmiany w całej branży, które zadbają o dobrostan zwierząt, jednocześnie utrzymując konkurencyjność branży zarówno na rynku krajowym, jak i europejskim.

Jako kluczowy gracz na europejskim rynku kurcząt brojlerów, branża fast food w Polsce ma możliwość i obowiązek poprawy standardów dobrostanu. Wspieranie praktyk gwarantujących wyższy poziom dobrostanu może zmniejszyć cierpienie miliardów kurcząt i spełnić oczekiwania konsumentów dotyczące bardziej humanitarnego systemu żywnościowego, co przekłada się na menu oferowane w sieciach.



Pobierz i przeczytaj
pełną wersję raportu

O Humane World for Animals

Przeciwdziałamy okrucieństwu wobec zwierząt i ich cierpieniu u źródła, w celu doprowadzenia do trwałej zmiany. Dzięki milionom wspierających nas osób i naszej działalności w ponad 50 krajach, Humane World for Animals — dawniej Humane Society International — zajmuje się najgłębiej zakorzenionymi formami okrucieństwa wobec zwierząt. Jako wiodący głos w zakresie ochrony zwierząt, pracujemy nad położeniem kresu najokrutniejszemu praktykom, opieką nad zwierzętami w kryzysie i budowaniem silniejszego ruchu ich ochrony. Dążymy do wywarcia wpływu w skali globalnej, pragnąc zrealizować wizję, która stoi za naszą nazwą: bardziej współczującego świata.

humaneworld.org

**JAROSŁAW WALCZYK**

Prezes Klubu Szefów Kuchni
www.klubszefowkuchni.pl
 Doradca gastronomiczny

Dlatego niezmiennie podkreślam: konsultant to nie tylko specjalista od kuchni i logistyki, lecz także partner, który wspiera dobór odpowiedniego personelu. Doradza, weryfikuje rekomendacje i, co najważniejsze, doskonale zna realia branży.

Inwestycja w sektor HoReCa to złożone przedsięwzięcie, wymagające pasji i kapitału, a przede wszystkim dogłębnej analizy, profesjonalnego podejścia i strategicznego planowania. Ignorowanie najistotniejszych aspektów i poleganie na intuicji prowadzi do kosztownych błędów, opóźnień, a nawet upadku biznesu. W tym kontekście rola doświadczonego konsultanta jest nieoceniona.

KLUCZOWA ROLA KONSULTANTA W PROJEKTOWANIU, LOGISTYCE I EFEKTYWNOŚCI PRACY

Zatrudnienie doświadczonego konsultanta na wczesnym etapie projektowania pozwala uniknąć kosztownych błędów. Logistyka obejmuje projektowanie funkcjonalnych ciągów komunikacyjnych, minimalizujących ryzyko kolizji

Lata pracy jako konsultant w branży HoReCa pozwoliły mi obserwować zarówno entuzjazm, jak i częste, niestety kosztowne błędy inwestorów. Szczególnie dotkliwe jest lekceważenie roli personelu zarządzającego. Niejednokrotnie widziałem, jak źle dobrany szef kuchni czy manager doprowadzali do tymczasowego zamknięcia lokalu lub generowali niekończące się problemy pracownicze. To komplikuje przyszłą rekrutację, bo w branży szybko rozchodzi się plotka o trudnych warunkach pracy, a poza tym byli pracownicy publikują lawiny negatywnych komentarzy w mediach społecznościowych, co drastycznie wpływa na opinię o obiekcie oraz jego rentowność.

i zapewniających płynność pracy, optymalizację rozmieszczenia zaplecza, magazynów i sali konsumpcyjnej oraz wykorzystanie zasad ergonomii pracy w projekcie technologicznym. Wyposażenie musi być dostosowane do specyfiki lokalu i profilu kuchni, uwzględniać normy sanitarne i przepisy bezpieczeństwa oraz zawierać przemyślany system wentylacji. Źle zaprojektowany zmywak, zbyt mała liczba punktów grzewczych czy niewłaściwa wentylacja mogą prowadzić do poważnych problemów operacyjnych.

DOGŁĘBNA ANALIZA RYNKU I PRZEMYŚLANA KONCEPTUALIZACJA

Pierwszy i najważniejszy krok stanowi dogłębne zbadanie rynku. Profesjonalna analiza

demograficzna potencjalnych klientów, ich preferencji kulinarnych, nawyków konsumenckich oraz siły nabywczej pozwala na identyfikację niszy rynkowej. Równie istotna jest analiza konkurencji, wskazująca mocne i słabe strony istniejących lokali. Śledzenie trendów rynkowych, obejmujące nowe kierunki w gastronomii i innowacje technologiczne, zapewnia aktualność koncepcji. Przykładowo, inwestor planujący otwarcie restauracji wegańskiej w dzielnicy biznesowej powinien przeprowadzić szczegółową analizę demograficzną i konkurencyjną, by dopasować ofertę do potrzeb klientów i wyróżnić się na tle działających już lokali.

Niezwykle istotna jest także przemyślana conceptualizacja. Opracowanie unikalnej koncepcji lokalu, spójnej z analizą rynku

i preferencjami docelowej grupy klientów okazuje się niezbędne. Stworzenie szczegółowego biznesplanu, określającego cele, strategię marketingowe, prognozy finansowe i analizę ryzyka, stanowi solidną podstawę dla inwestycji. Definicja unikalnej propozycji wartości, wyróżniającej lokal na tle konkurencji, jest kluczem do sukcesu. Koncepcja restauracji „slow food” z otwartą kuchnią i lokalnymi produktami wymaga innego podejścia do projektowania, wyposażenia i rekrutacji niż bar szybkiej obsługi.

PRECYZYJNE BUDŻETOWANIE I OPTYMALIZACJA KOSZTÓW

Częstym błędem inwestorów jest bagatelizowanie budżetu. Niedoszacowanie kosztów inwestycji, pominięcie ukrytych wydatków (np. koszty pozwoleń, adaptacji lokalu, szkolenia personelu) oraz brak rezerwy finansowej na nieprzewidziane okoliczności (np. opóźnienia w budowie itp.) prowadzą do poważnych problemów. Inwestor, który zakłada budżet wyłącznie na zakup sprzętu kuchennego, zapomina o kosztach instalacji, serwisu i ewentualnych napraw.

Profesjonalne podejście do budżetowania obejmuje opracowanie szczegółowego budżetu, uwzględniającego wszystkie koszty: budowy, wyposażenia, marketingu, personelu, operacyjne i rezerwę. Wykorzystanie narzędzi do prognozowania i analizy finansowej (np. arkusze kalkulacyjne, specjalistyczne oprogramowanie) oraz ustalenie realistycznego harmonogramu i ścisła kontrola kosztów na każdym etapie inwestycji są kluczowe. Należy też rozróżniać budżet inwestycyjny od operacyjnego, które bywają mylone. Tworząc budżet, trzeba wziąć pod uwagę koszty szkoleń

personelu, marketingu przed otwarciem lokalu, a ponadto koszty operacyjne przez pierwsze miesiące działalności.

Optymalizacja kosztów uwzględnia analizę cyklu życia urządzeń i sprzętu, wybór rozwiązań o niskich kosztach eksploatacji, analizę możliwości zakupu używanego sprzętu (po dokładnym przeglądzie technicznym) oraz inwestycję w systemy energooszczędne (np. oświetlenie LED, systemy odzysku ciepła). Zakup energooszczędnej zmywarki może generować wyższe koszty początkowe, ale w dłuższej perspektywie pozwoli zaoszczędzić na rachunkach.

KLUCZ DO SUKCESU ZARZĄDZANIA PERSONELEM

Profesjonalna rekrutacja, oparta na obiektywnych kryteriach oceny kandydatów i weryfikacji kompetencji, to kolejny bardzo istotny aspekt. Inwestycja w szkolenia personelu z zakresu standardów obsługi gości, technik kulinarnych i przepisów sanitarnych oraz budowanie pozytywnej kultury organizacyjnej są niezbędne. System motywacyjny, nagradzający zaangażowanie i efektywność pracy, oraz dbanie o atmosferę i relacje w zespole minimalizują rotację personelu. Zły wybór szefa kuchni lub brak szkoleń dla kelnerów mogą skutkować niską jakością usług i negatywną opinią gości.

BUDOWANIE SILNEJ MARKI

Spójna strategia marketingowa, uwzględniająca działania online i offline, budowanie rozpoznawalności marki oraz wykorzystanie narzędzi analitycznych są niezwykle ważne. Dbanie o satysfakcję klientów, zbieranie opinii i tworzenie społeczności skupionej wokół lokalu zwiększają lojalność gości. Konsultant wspiera rozwój silnej marki,

współpracuje z marketingiem, projektuje strategię marketingowe, kampanie reklamowe i zajmuje się działaniami public relations.

INWESTYCJA, KTÓRA SIĘ ZWRACA

W dynamicznie rozwijającej się branży HoReCa, gdzie konkurencja jest zacięta, a oczekiwania klientów stale rosną, rola doświadczonego konsultanta staje się nieoceniona. Inwestycja w jego usługi to strategiczne posunięcie, które przynosi korzyści i oszczędności na różnych poziomach.

Konsultant posiada dogłębną wiedzę o specyfice branży, trendach rynkowych i przepisach, co minimalizuje ryzyko błędów. Pomaga też w opracowaniu realistycznego budżetu oraz optymalizacji kosztów i wspiera zarządzanie personelem – od rekrutacji po szkolenia. Jego obiektywne spojrzenie ułatwia podejmowanie racjonalnych decyzji.

Dzięki wiedzy i doświadczeniu konsultanta inwestor unika kosztownych błędów, co przekłada się na szybszy zwrot z inwestycji. Konsultant bierze udział w opracowaniu unikalnej koncepcji lokalu, zwiększając konkurencyjność i budując renomę marki. Optymalizacja procesów operacyjnych, w tym menu i pracy kuchni, wpływa w konsekwencji na lepszą jakość usług i wyższą rentowność.

Konsultant w branży HoReCa to partner wspierający inwestora na każdym etapie projektu. Jego wiedza, doświadczenie oraz obiektywność są kluczowe dla osiągnięcia sukcesu i trwałej wartości biznesowej. Strategiczne planowanie z udziałem konsultanta to inwestycja, która opłaca się pod wieloma względami, minimalizując ryzyko i maksymalizując szanse na sukces. ✕

Oprac. red.

**MARCIN KOSMALA**

Szef kuchni
Euro-Toques Polska
www.eurotoques.pl

Lokalne i regionalne produkty oraz dania

Zacznijmy od odpowiedzi na pytanie, co to znaczy, że produkt lub danie jest regionalne czy lokalne? Otóż produkty oraz dania z nich wytworzone muszą być ściśle powiązane z położeniem geograficznym, klimatem oraz pochodzeniem kulturowym danego regionu. I to jest właśnie tajemnica powrotu produktów regionalnych na salony.

Są one wytwarzane z dbałością o środowisko, często z zachowaniem starych receptur przekazywanych z pokolenia na pokolenie, a ich lokalna dostępność powoduje przekonanie o najwyższej jakości. Rzeczywistość jest już jednak troszkę inna, bo tak naprawdę w każdej części naszego kraju można spotkać lokalnych producentów serów, hodowców bydła, ryb czy mikrogospodarstwa rolne produkujące na mniejszą skalę i bardziej naturalnie. To, że robią to regionalnie, powoduje, że ich produkt jest nazywany lokalnym.

Skąd trend na dania regionalne? Właśnie stąd, że są ściśle powiązane z danym regionem Polski. Natomiast turyści podróżujący po naszym kraju, w przesycie kuchni, nazwijmy to – w szeroko pojętym stylu europejskim oraz wyrastających jak grzyby po deszczu kebabowni – szukają czegoś innego, czegoś, co będzie nietuzinkowe i będzie pochodziło z miejsca, które odwiedzają. Można to z czystym sumieniem nazwać turystyką kulinarną.

Kuchnia lokalna jest bogactwem dziedzictwa kulturowego i kulinarnej tradycji. To nie tylko zbiór potraw, ale także historii, technik

gotowania i skarbów regionalnych produktów. Jednak w dzisiejszych czasach kuchnia lokalna podlega rewolucji – staje się inspiracją dla kucharzy eksperymentujących z nowymi smakami, technikami i prezentacją. Nowoczesne interpretacje kuchni lokalnej to zarówno kulinarne doświadczenie, jak i podróż przez historię, tradycję oraz zrównoważoną kreatywność. To sposób na odkrywanie nieznanych smaków, wspieranie lokalnych producentów i zachowanie dziedzictwa kulturowego, a jednocześnie otwieranie się na nowe inspiracje czy współczesne trendy.

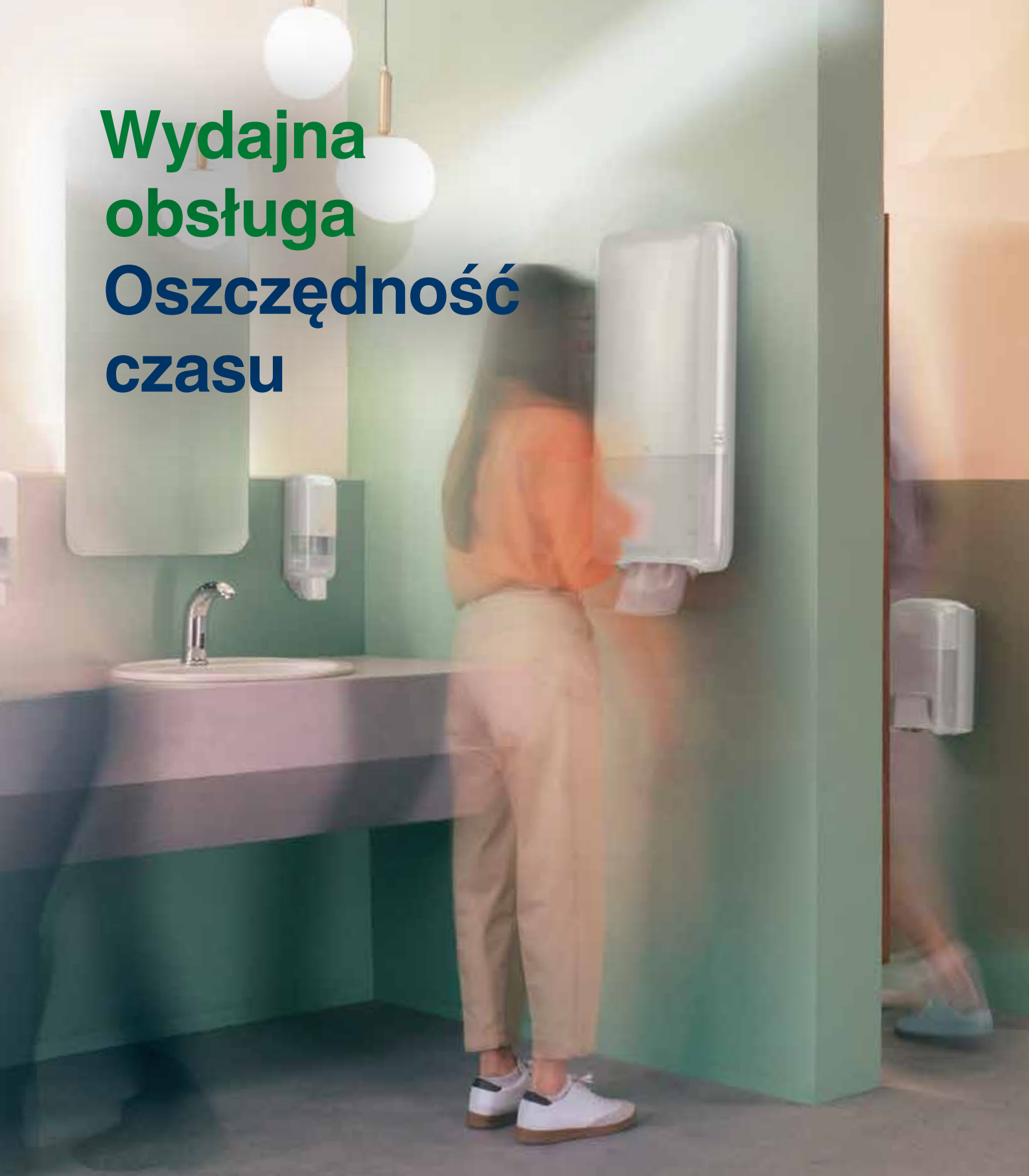
Dlatego warto eksplorować lokalne restauracje, które oferują nowoczesne podejście do tradycyjnych potraw, zachęcając nasze podniebienia do nowych doznań. W kuchni polskiej istnieją potrawy wspólne dla nas wszystkich, takie jak rosół, kotlet schabowy, marynowany śledź albo sernik czy makowiec. Kuchnia regionów kryje wiele niezwykłych tajemnic, więc trzeba podążać jej szlakiem. Na przykład tropem kuchni warszawskiej i flaczków po warszawsku lub odwiedzając

Kraków, zjeść obwarzanka z kruchą krakowską, podróżując po Pomorzu, nie można nie skosztować śledzi po kaszubsku czy pierogów z kaszubską truskawką. Mówi się, że Dolny Śląsk nie ma swojej kuchni, a jednak można wyróżnić wrocławski bigos z czerwonej kapusty. Wielkopolska to z kolei pyry z gzikiem i rogal świętomarciński. Jak Podhale, to tylko kwaśnica na żeberku wędzonym i dania z jagnięciny. Kujawy piernikiem stoją, więc należy tutaj wspomnieć o toruńskich piernikach. Jedynie w Łodzi zjemy natomiast drygle, czyli zimne nóżki, a na Lubelszczyźnie najlepszego piroga biłgorajskiego. W zestawieniu nie może zabraknąć królowej dań regionalnych, czyli rolady śląskiej z modro kapustą i gumiklejzami, którą najlepszą zjecie, odwiedzając Śląsk.

Potraktujcie ten artykuł jako inspirację do wyjścia „na zewnątrz” i własnych poszukiwań. Kuchnia regionów skrywa mnóstwo zdumiewających sekretów, które czekają na ich odkrycie. ✕

Oprac. red.

Wydajna obsługa Oszczędność czasu



Odkryj, w jaki sposób rozwiązania higieniczne Tork mogą wesprzeć funkcjonowanie Twojej firmy.



Lepsza higiena dla lepszych wyników biznesowych
tork.pl

Tork, marka Essity.



Think ahead.

DLACZEGO PROFESJONALNE URZĄDZENIA SĄ NIEODZOWNE W GASTRONOMII?

Co przyciąga gości do restauracji jak magnes? Przede wszystkim wysmienita kuchnia, a na nią składa się kilka czynników, z których talent i zaangażowanie szefa kuchni wysuwają się na pierwszy plan. Nie można jednak zapominać o sprawnej organizacji pracy na zapleczu i powtarzalnej jakości, a o takie efekty trudno dziś bez odpowiedniego wyposażenia.

POWTARZALNOŚĆ, BEZPIECZEŃSTWO, WYGODA

Niezależnie od rodzaju prowadzonej działalności gastronomicznej i wielkości lokalu, profesjonalny sprzęt zawsze usprawnia pracę. Hotel, restauracja, catering, bistro czy też mała kawiarnia – w każdym z tych miejsc dobrej klasy wyposażenie obniża koszty,

oszczędza czas oraz pozwala skupić się na przygotowaniu i wydawaniu posiłków. Co przyciąga najczęściej? To już kwestia indywidualnych potrzeb, lista sprzętów może różnić się w zależności od specyfiki lokalu i rodzaju serwowanych dań, ale zadbać o wydajną pracę i zadowolenie gości pomogą m.in. zmywarka, ekspres do kawy, okap, robot kuchenny, piec konwekcyjno-parowy

i cała gama specjalistycznych urządzeń chłodniczych.

Marcin Wajda, Dyrektor Marketingu i Komunikacji Winterhalter Polska, podkreśla, że w gastronomii kluczowe jest nie tylko to, co podajemy gościom, ale także jak szybko i sprawnie jesteśmy w stanie to zrobić. Profesjonalne urządzenia zapewniają powtarzalność, bezpieczeństwo i wygodę, to z kolei oznacza mniej stresu dla zespołu i lepsze doświadczenie dla klientów.

– Profesjonalny sprzęt gastronomiczny nie jest luksusem – jest koniecznością, która bezpośrednio wpływa na funkcjonowanie lokalu i jego rentowność. Dziś właściciele restauracji są coraz bardziej świadomi. Wiedzą, że niskiej jakości urządzenie może generować ukryte koszty – większe zużycie energii, częstsze naprawy czy



ascobloc®

Producent urządzeń i mebli ze stali nierdzewnej

Zaprasza na targi



HALA F STOISKO F.36

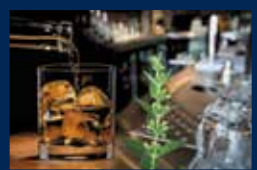
11-13.03.2025

Nadarzyn, Al. Katowicka 62, Ptak Warsaw Expo

alexandersolia
Food processing

ascobloc

DEBAG
GLOBAL BAKING TECHNOLOGY



REKLAMA

Atollspeed



Gotuj szybciej i zarabiaj więcej

Powtarzalne efekty kulinarne w rekordowo krótkim czasie

Dajemy na to gwarancję!

WIESHEU

Wiesheu Polska Sp. z o.o.
Połczyńska 116
01-304 Warszawa, Polska

+48 532 168 676
biuro@wiesheu.pl
www.wiesheu.pl



przeście w pracy. Dlatego coraz chętniej wybierają rozwiązania klasy premium, które oferują zarówno świetne parametry techniczne, jak i kompleksowe wsparcie oraz serwis – dodaje **Marcin Wajda**.

Zapoznając się z ofertą, warto więc przemyśleć dobór sprzętu nie tylko pod kątem potrzeb i skali własnej działalności, lecz także wszelkich rozwiązań zapewniających redukcję kosztów i wsparcie w trakcie eksploatacji.

PIECE KONWEKCYJNO-PAROWE – ZAAWANSOWANA FUNKCJONALNOŚĆ

Piec konwekcyjno-parowy nie jest tanim urządzeniem, ale to doskonały kuchenny pomocnik, zastępujący wiele innych sprzętów i generujący oszczędności na różnych etapach pracy. Dobrze wykorzystany, odpowiada na najważniejsze wyzwania restauracyjnej lub hotelowej kuchni. Najnowsze modele wyróżnia wielozadaniowość i nieprze-

ciętą funkcjonalność – często dopiero w praktyce, po pewnym czasie, okazuje się, jak wiele możemy zyskać np. na intuicyjności obsługi, specjalnych sondach, zautomatyzowanych systemach, wsparciu AI oraz sterowaniu komputerowym:

– Unox przeprojektował interakcję między szefem kuchni a piecem dzięki nowemu, zaawansowanemu technologicznie piecowi konwekcyjno-parowemu CHEFTOP-X™. To rozwiązanie wykracza poza dostarczanie wysokiej jakości wyników gotowania. Wykorzystuje sztuczną inteligencję, aby poprosić o informacje zwrotne na temat wyników gotowania, a w konsekwencji zoptymalizować działanie urządzenia zgodnie z oczekiwaniami szefów kuchni, oferując jednocześnie stałą wydajność i usprawniając przepływ pracy oraz powtarzalność. Posiada wbudowany mikrofon do rozpoznawania głosu i zestaw czujników optycznych OPTIC.Co-oking, który umożliwia piecowi

zidentyfikowanie żywności i automatyczne uruchamianie programów gotowania – mówi **Artur Przybylak**, Director Of Sales, Poland Unox Polska.

Jeśli zatem w kuchni potrzebujemy odciążyć personel, idealnym rozwiązaniem będą zaawansowane technologicznie urządzenia, które przejmują sporo zadań, a dodatkowo gwarantują dużą wydajność – nie trzeba ich również nieustannie kontrolować.

KIERUNEK: WŁASNE WYPIEKI I PRZEKĄSKI NA WYNOS

Oprócz oszczędności, optymalnego wykorzystania dostępnej przestrzeni i powtarzalnej jakości, wysokiej klasy sprzęt daje też ogromne możliwości w codziennej pracy. Serwowane dania, ich świeżość, doskonały smak i atrakcyjny wygląd to klucz do satysfakcji gościa i sukcesu w biznesie.

Roman Sykała, Business Development & Area Sales Manager Wiesheu Polska, zwraca uwagę na rosnące zainteresowanie piecami piekarniczymi i hybrydowymi



Fot. Winterhalter Polska



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



**wynajmij
zmywarke^{pl}**

w restauracjach, kawiarniach czy kuchniach hotelowych jako opcję inwestycji w rozwój i przyszłość. Szczególnie teraz, kiedy z jednej strony widoczny jest trend powstawania śniadaniowni czy barów bistro, a z drugiej gastronomia coraz mocniej idzie w kierunku własnych jakościowych wypieków. Hotele i wysokiej klasy restauracje tworzą nawet dedykowane strefy dla cukierników i piekarzy, a w hotelowych kuchniach powstają spektakularne desery czy cieszące oko smaczne finger foody i przekąski bankietowe.

– Nasze hybrydowe piecze Atollspeed są nieocenione w bistrach i barach oferujących ciepłe szybkie przekąski na wynos. Łączą gorące powietrze, ciepło uderzeniowe i mikrofałę w jednym urządzeniu. Dzięki temu w rekordowo krótkim czasie można przygotować gorące chrupiące dania z twojego menu. Dodatkowo mogą wesprzeć proces wydawki np. w restauracjach, a tym samym wpłynąć na wzrost obrotów poprzez zwiększenie rotacji stolików – mówi **Roman Sykała**.

CHŁODZENIE NA MEDAL

Czasami wybór sprzętu jest konieczny już na etapie projektu, częściej zdarza się jednak, że lokal zostaje wyposażony stopniowo lub wymienia się tylko niektóre urządzenia. Profesjonalne rozwiązania niejednokrotnie są brane pod uwagę w przypadku urządzeń chłodniczych – to istotna inwestycja z punktu widzenia bezpieczeństwa przechowywania żywności. Decyzję powinna poprzedzać analiza ofert oraz dokładne rozeznanie

w warunkach proponowanych przez poszczególne firmy. Na co warto zwrócić uwagę? Liczą się energooszczędność, wydajność i utrzymanie higieny.

– Sprzęt chłodniczy powinien posiadać najwyższą klasę klimatyczną. Jest to istotny parametr dający gwarancję utrzymania temperatury przechowywanych produktów. Poza tym trzeba sprawdzić odpowiednio wysoką

PROFESJONALNE WYPOSAŻENIE
DO GASTRONOMII MA OGROMNY
WPŁYW NA FUNKCJONOWANIE
KUCHNI, CO BEZPOŚREDNIO PRZEKŁADA
SIĘ NA JAKOŚĆ PRZYGOTOWYWANYCH
POTRAW. NOWOCZESNY, ZAAWANSOWANY
TECHNOLOGICZNIE SPRZĘT POZWALA
SZYBKO, ŁATWO I W BEZPIECZNY
SPOSÓB M.IN. SMAŻYĆ, PIEC, GOTOWAĆ,
BLANSZOWAĆ CZY TEŻ ZMYWAĆ

wydajność chłodniczą, ważna w przypadku urządzeń używanych intensywnie w kuchni. Aby bezpieczeństwo przechowywanej żywności było pełne, wnętrza urządzeń muszą być higieniczne, wytłaczane bez miejsc trudnych do czyszczenia – mówi **Jan Polcyn**, prezes zarządu Dora Metal. – Urządzenia powinny być niezawodne, a w przypadku awarii ich budowa musi dać możliwość łatwej i szybkiej naprawy, co zapewniają zblokowane systemy chłodnicze, tzw. monobloki, pozwalające

na szybką wymianę całego układu chłodniczego – dodaje.

Specjaliści zalecają też, by zwracać uwagę na trwałość, która w przypadku sprzętów jest niezwykle ważna. To urządzenia na co dzień intensywnie używane, narażone na awarie i uszkodzenia mechaniczne. Warto zdecydować się na sprzęt renomowanych firm, cieszących się uznaniem w branży, zapewniających wsparcie i szkolenia.

– Wszystkie produkty wykonujemy z kwasoodpornej stali nierdzewnej 1.4301, gwarantując trwałość i higienę. Blaty wzmacniamy wyłącznie szynami nierdzewnymi – bez elementów drewnopochodnych. Nieustannie modernizujemy nasze urządzenia, by zwiększać ich efektywność i ułatwiać pracę szefom kuchni, pozwalając im skupić się na doskonaleniu receptur i kreatywności – zapewnia **Honorata Dudziak**, Kierownik Działu Sprzedaży Pro Ascobloc. Najnowsza linia energooszczędnych stołów i szaf chłodniczych pozwala zmniejszyć zużycie energii w restauracjach nawet o 50 % – dodaje.

Warto pamiętać, że ważną zasadą przy wprowadzaniu do użytku nowego sprzętu są szkolenia dla personelu, gdyż błędy w użyciu czy konserwacji mogą prowadzić do awarii, a większość gwarancji nie obejmuje napraw w wyniku złego użytkowania. Producenci udzielają wskazówek, jak prawidłowo używać, czyścić i konserwować urządzenia. Profesjonalny sprzęt to wybór na lata, a jego optymalne wykorzystanie na pewno wpłynie na zadowolenie klientów i wizerunek lokalu. ✕

Beata Woźniak



Uwolnij najlepsze smaki!

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



unox.com



Targi EuroGastro

W dniach od 11 do 13 marca w Centrum Ptak Warsaw Expo w Nadarzynie odbędą się targi EuroGastro, czyli Międzynarodowe Targi Rozwiązań dla Branży HoReCa. To trzy dni wypełnione networkingiem, pokazami, spotkaniami z międzynarodowymi gwiazdami gastronomii, a także edukacją w postaci paneli dyskusyjnych, warsztatów



i prelekcji. Targi te dają możliwość nawiązywania cennych relacji biznesowych. W roku 2024 targi zgromadziły aż 21 064 odwiedzających z 31 krajów Europy, potwierdzając swoją rolę w budowaniu silnej wspólnoty kulinarnej. Partnerem targów są: Euro-Toques Polska, Klub Szefów Kuchni, OSSKiC i Izba Gospodarcza Gastronomii Polskiej. Więcej informacji na: www.eurogastro.com.pl.



Gdańsk – Europejska Stolica Kultury Gastronomicznej 2025/2026

Gdańsk zdobył tytuł Europejskiej Stolicy Kultury Gastronomicznej 2025/2026. Tytuł ten został przyznany po raz pierwszy w 2019 r. i wówczas otrzymał go Kraków. Gdańsk jest drugim polskim miastem uhonorowanym w ten sposób. 23 stycznia w Madrycie Emilia Łodzińska, zastępczyni prezydent Gdańska, odebrała to wyróżnienie. Ceremonia odbyła się na polskim stoisku jednych z największych targów turystycznych FITUR. W marcu 2026 r. podobna ceremonia będzie mieć miejsce w Gdańsku, a tytuł zostanie przekazany innemu miastu – jego nazwę poznamy na początku przyszłego roku. W latach 2020-2021 tytułu nie przyznano z powodu pandemii COVID-19, która mocno dała się we znaki branży gastronomicznej na całym świecie. Następnie Europejską Stolicą Kultury Gastronomicznej zostały kolejno: Oeiras (2022 r.), Sztokholm (2023 r.), Madryt (2024 r.). Z otrzymaniem



tytułu łączy się wiele wydarzeń, które zostały zaplanowane w Gdańsku. Są to m.in.: organizacja V Europejskiego Kongresu Gastronomicznego (na wzór wcześniejszych takich imprez, które odbyły się w Krakowie, Oeiras, Sztokholmie i Madrycie) oraz Konkursu Gastronomicznego o Grand Prix Prezydent Miasta Gdańska (nagrodą będzie dwutygodniowy staż w dwugwiazdkowej restauracji).

Gastrotargi SMAKKI

9-10 kwietnia w Warszawie odbędą się III Gastrotargi SMAKKi, które połączą siły z targami WorldFood Poland, aby wspólnie kreować wyjątkowe wydarzenie, jeszcze lepiej odpowiadające potrzebom branży HoReCa oraz spożywczej. Jak co roku nie może zabraknąć konkursów kulinarnych. Ponadto będzie można wziąć udział w Festiwalu Kawowych SMAKKów – to wydarzenie dla branży kawowej, łączące mistrzostwa baristyczne Polski, takie jak Latte Art i konkurs Cup of Poland na najlepsze palone kawy w Polsce, z prezentacją innowacji oraz nawiązywaniem kontaktów biznesowych.



W ramach targów odbędą się także inne kulinarne wydarzenia, tj. „Złoty Karczoł” – konkurs promujący kuchnię wegańską, konkurs StreetFood Masters – dla miłośników street foodu czy pokazy live cooking.



Mistrzostwa Młodych Kelnerów 2025

20 marca w budynku Zespołu Szkół Ponadpodstawowych nr 3 w Siedlcach odbędzie się VII edycja ogólnopolskiego konkursu Mistrzostwa Młodych Kelnerów 2025. W rozgrywkach wezmą udział uczniowie szkół gastronomicznych z całej Polski. – Wydarzenie ma na celu promowanie zawodu kelnera wśród młodych ludzi, rozwój ich umiejętności zawodowych oraz edukację w zakresie etykiety i profesjonalnej obsługi konsumenta – mówi **Anna Borychowska**, organizator konkursu. Mistrzostwa te to nie tylko doskonała okazja do podniesienia kwalifikacji zawodowych młodych adeptów gastronomii, lecz także platforma do nawiązania współpracy z sektorem gastronomicznym i hotelarskim oraz popularyzowania



najwyższych standardów obsługi w Polsce. Konkurs zachęca uczniów do poszukiwania innowacyjnych rozwiązań, pomaga w integracji środowiska oraz umożliwia rozwijanie pasji i zainteresowań.

SPEED.Compact™

Unox ponownie wyznacza standardy w technologii pieców szybkich, wprowadzając na Expo Sweet 2025 linię SPEED.Compact™. To rozwiązanie stworzone dla branży szybkiej obsługi – kompaktowe, ciche, energooszczędne i bezwonne. Umożliwia błyskawiczne przygotowanie przekąsek, dań regenerowanych i mrożonych wypieków z wyjątkową powtarzalnością oraz jakością. Dzięki prostej instalacji, intuicyjnemu sterowaniu oraz łatwemu czyszczeniu optymalizuje pracę i minimalizuje czas obsługi. SPEED.Compact™ stanowi synonim efektywności, zapewniający najszybszy zwrot z inwestycji i maksymalizację zysków. To technologia, która odpowiada na potrzeby nowoczesnej gastronomii, gdzie liczy się każda sekunda i każdy centymetr przestrzeni roboczej.



Bocuse d'Or Poland 2025

Rozpoczęły się przygotowania do kolejnej polskiej selekcji Bocuse d'Or. – Jestem jeszcze pod ogromnym wrażeniem wielkiego finału w Lyonie, podczas którego miałem zaszczyt pełnić funkcję jurora technicznego. To wspaniałe przeżycie obserwować determinację szefów kuchni w drodze po marzenia oraz obcować z największymi tuzami tego kulinarnego świata. Z niecierpliwością czekam na polski finał, a wcześniej preselekcję. Mam nadzieję, że w tej edycji zobaczymy szóstkę zmotywowanych, ambitnych szefów, którzy podejmą w tym roku rękawicę i staną do trudnej walki o złotą statuetkę Bocuse d'Or Poland 2025, stanowiącą przepustkę do europejskiej selekcji – powiedział

Adam Chrzastowski, Head Chef Akademii Bocuse d'Or Poland. Tegoroczna edycja będzie nawiązaniem do jubileuszu 30-lecia startu Polaków w światowym finale w Lyonie. Wśród jury konkursu zobaczymy crème de la crème polskich i zagranicznych gigantów kulinarnych. – Rok 2025 zaczął się dla nas wspólnie uczestnictwem szefa Adama Chrzastowskiego w jury technicznym w wielkim finale w Lyonie. Liczę, że będzie to dobry bodziec dla najlepszych kucharzy w Polsce, aby wystartować w polskiej selekcji 2025 – mówi **Jacek**



Krawczyk, prezes zarządu Bocuse d'Or Poland. Termin i miejsce wydarzenia zostaną podane wkrótce.

Festiwal RestaurantWeek®

Od 4 marca do 17 kwietnia potrwa wiosenna edycja Festiwalu RestaurantWeek®, która odbędzie się pod hasłem #BornToBeFoodie. To już 10. odsłona tego wydarzenia. – Miniona dekada to czas niezwykłych spotkań przy stołach najlepszych restauracji oraz coraz odważniejszych eksploracji kulinarnych, które na stałe wpisały się w serca Foodies. Ta eDycja to coś więcej niż wydarzenie – to celebrowanie wszystkiego, co jest związane z jedzeniem. Festiwalowe spotkania stanowią niepowtarzalną okazję do tego, by spróbować czegoś nowego – mówi organizator. W Festiwalu weźmie udział ponad 400 restauracji z 13 największych aglomeracji w całej Polsce. Różnorodność kulinarną będzie można odkrywać w Warszawie,

PATRONAT
MEDIALNY



Łodzi, Lublinie, Rzeszowie, Krakowie, Poznaniu, Trójmieście, Szczecinie, Białymstoku, Bydgoszczy, na Śląsku, Warmii i Mazurach oraz we Wrocławiu.

Charytatywne gotowanie u podnóża Śnieżki

PATRONAT
MEDIALNY

3 lutego odbyła się akcja charytatywna mająca na celu wsparcie podopiecznych z Domu Pomocy Społecznej w Szarczu. Szefowie kuchni wspólnie gotowali w Domu Śląskim u podnóża Śnieżki – Dawid Łagowski, Przemysław Szwak, Tomasz Zdrenka oraz Paweł Kaczmarek przygotowali rozgrzewający żurek. Wydarzenie poprowadził Paweł Gruba. – Z powodu warunków pogodowych razem z Karłonoskim Parkiem Narodowym podjęliśmy decyzję o gotowaniu w Domu Śląskim u podnóża Śnieżki. Całe wydarzenie przebiegło bardzo pomyślnie, akcja cieszyła się dużym zainteresowaniem. Wspólnie z Dawidem Łagowskim poprowadzimy jeszcze



warsztaty kulinarne z podopiecznymi Domu Pomocy w Szarczu – mówi **Przemysław Szwak**, organizator.

Sofitel Grand Sopot objął patronat nad klasą hotelarską

Legendarny Grand Hotel przywiązuje ogromną wagę do rozwoju przyszłych talentów w branży hotelarskiej. Wspierając młodzież już na wczesnym etapie edukacji, obiekt oferuje praktyki i szkolenia prowadzone przez doświadczonych ekspertów i pasjonatów hotelarstwa. Podjęcie patronatu nad klasą hotelarską w Zespole Szkół Technicznych w Sopocie jest wyrazem zaangażowania w kształcenie kolejnych pokoleń profesjonalistów w tej dziedzinie. – Objęcie patronatu to dla nas nie tylko zaszczyt, lecz także

zobowiązanie do wspierania uczniów w zdobywaniu wiedzy i praktycznych umiejętności niezbędnych do pracy w branży luksusowego hotelarstwa.

Wierzimy, że ta współpraca przyczyni się do rozwoju przyszłych hotelarzy, dając im możliwość zdobycia cennego doświadczenia w prestiżowym, pięcigwiazdkowym obiekcie. Liczymy na długofalową i owocną współpracę, która stanie się inspiracją dla kolejnych pokoleń młodych profesjonalistów – mówi **Agnieszka Szmit**, Talent & Culture Manager w Sofitel Grand Sopot.



Targi Gastronomiczno-Detaliczne Triada 2025

Od 2 do 3 kwietnia na terenie AmberExpo w Gdańsku odbędzie się wielkie święto smaku – Targi Gastronomiczno-Detaliczne Triada. W czasie dwóch targowych dni uczestnicy będą mogli znaleźć sporo kulinarnych inspiracji. Program wydarzenia przewiduje m.in. pokazy gastronomiczne prowadzone przez mistrzów sztuki kulinarnej, prezentacje oraz degustacje produktów detalicznych i gastronomicznych,



takich jak dania gotowe, nowości lodowe i mnóstwo przekąsek oraz konkursy z atrakcyjnymi nagrodami. Poza tym odbędą się warsztaty kulinarne, które odkryją sekrety mistrzów kuchni, degustacje tradycyjnych smaków i nowości, w tym produktów prosto z Włoch, a także prezentacje sprzętu gastronomicznego renomowanych producentów. To wydarzenie dla branży FMCG i HoReCa: kucharzy, restauratorów, hotelarzy, właścicieli



sklepów, kierowniczek, kierowników, kupców i... wszystkich pasjonatów jedzenia. Zaproszenia będą dystrybuowane przez przedstawicieli Triada Augusto Pomorza lub proszę kontaktować się przez stronę www.targitriadaaugusto.pl. Parking bezpłatny z zaproszeniem.

Tygle and the Stars

7 marca restauracja Tygle Gdańskie ponownie otworzy swoje drzwi dla miłośników wykwintnej kuchni w ramach drugiej kolacji degustacyjnej „Tygle and the Stars”. W sercu Gdańska będziemy gościć szefa kuchni Juanlu Fernándeza, twórcę restauracji LÚ Cocina y Alma, która w krótkim czasie zdobyła uznanie na całym świecie, w tym dwie Gwiazdki Michelin. Juanlu Fernández, pochodzący z Jerez de la Frontera,

łączy w swojej kuchni tradycyjne andaluzyjskie smaki z nowoczesnymi technikami kulinarnymi, co czyni go jednym z najważniejszych szefów kuchni w Hiszpanii. Jego twórcze podejście do gotowania oraz niepowtarzalne pomysły spotkają się z wizją i umiejętnościami szefa kuchni Tygli Gdańskich, Michała Stężalskiego. Razem połączą tego



wieczoru lokalne składniki obu regionów, oddając hołd kulturze, z których się wywodzą.

Wielkopolski Kucharz Roku 2025

17 czerwca w Villa Natura w Dolsku k. Śremu odbędzie się Konkurs im. Rafała Jelewskiego – Wielkopolski Kucharz Roku. Jego celem jest odkrywanie, poznawanie i zaprezentowanie kulinarnych tradycji Wielkopolski we współczesnej aranżacji, zgodnie z obowiązującymi światowymi trendami, a ponadto motywowanie szefów kuchni, kucharzy i uczniów do poszerzania wiedzy i umiejętności zawodowych, pasji oraz talentu. Organizatorzy liczą na to, że do rywalizacji o Puchar Prezydenta Miasta Poznania Jacka Jaśkowiaka staną wybitnie uzdolnieni, profesjonalni kucharze, ambitni pasjonaci sztuki kulinarnej. Uczestnikami konkursu są kucharze z dowolnych zakładów gastronomicznych, zarówno hotelarskich, jak i z pojedynczych restauracji z całej Polski oraz kucharze pracujący w zakładach gastronomicznych poza granicami naszego kraju. W konkursie startują indywidualni kucharze, a ich zadaniem jest



przygotowanie dwóch dań: amuse bouche i dania głównego z użyciem: wiejskiej kaczki, maliny oraz ciasta makaronowego, pozostałe składniki w gestii uczestnika. Termin nadsyłania zgłoszeń na adres e-mail: wkr_konkurs@wp.pl upływa 30 kwietnia. Decyduje data wpłynięcia zgłoszenia do organizatora konkursu – informacja o zakwalifikowaniu się zostanie opublikowana najpóźniej 5 maja.



Kadra Juniorów Poland National Culinary Team – nabór do 10 marca

Trwa nabór do Narodowej Reprezentacji Kadry Juniorów Poland National Culinary Team & Ogólnopolskie Stowarzyszenie Szefów Kuchni i Cukierni. Reprezentować Polskę na międzynarodowej scenie gastronomicznej może młody kucharz w wieku 18-24 lat (ważne: w listopadzie 2026 r. nie może mieć ukończonych 25 lat), pasjonata gotowania, gotowy na intensywny rozwój i doskonalenie warsztatu, osoba z ambicją, kreatywnością i zaangażowaniem, chcą sięgać po najwyższe kulinarne laury. Aby dołączyć do najlepszych młodych talentów kulinarnych w kraju i rozwijać swoje umiejętności pod okiem mistrzów, trzeba



wysłać do 10 marca CV, list motywacyjny oraz zdjęcia kilku przygotowanych przez siebie potraw na adres e-mail: biuro@osskic.org.pl. W tytule wiadomości należy wpisać: „Kadra Juniorów”.

Targi Gastro-Hotel



W dniach od 26 do 28 marca odbędzie się 33. edycja Targów Gastro-Hotel w Kołobrzegu. – To impreza wystawienniczo-szkoleniowa, z którą docieramy bezpośrednio na obszary wzmożonego ruchu turystycznego w Polsce. Zapewniają możliwość spotkań wystawców, czołowych producentów i liderów rynku gastronomiczno-hotelarskiego oraz osób z branży związanych na co dzień z gastronomią czy hotelarstwem. W trakcie każdej edycji targów dokładamy wszelkich starań, aby przygotować dla naszych gości kompendium wiedzy o nowościach i trendach branżowych, a także szereg atrakcyjnych punktów programu m.in. ciekawe pokazy, konkursy, szkolenia



i degustacje – mówi **Małgorzata Kryszak**, dyrektor targów Gastro-Hotel. Wstęp na targi jest bezpłatny.

Lagardère Travel Retail inwestuje w sieć kawiarni

Lagardère Travel Retail przyspiesza z rozbudową sieci Costa Coffee w Polsce. W planach na 2025 r. jest otwarcie 6 nowych kawiarni oraz modernizacja 24 istniejących lokalizacji. Pierwszy lokal w tym roku otworzył się dla klientów w galerii handlowej Wola Park w Warszawie. Spółka stawia na rozwój w centrach handlowych oraz dalsze umacnianie segmentu travel. – Od momentu przejścia kawiarni Costa Coffee w Polsce wprowadzamy wiele zmian, które pozwalają nam rozwijać markę w nowym kierunku. Rozbudowujemy sieć, wybierając najlepsze lokalizacje, a także modernizujemy istniejące kawiarnie, bo zależy nam na tym, aby nasi goście czuli się świetnie, a wnętrza odpowiadały współczesnym trendom i preferencjom. Kluczowe dla naszego rozwoju są lokalizacje z wysokim trafficiem, takie jak centra



handlowe oraz lokalizacje z segmentu travel, przede wszystkim lotniska i dworce kolejowe. Dzięki nim docieramy do szerokiego grona gości, a jednocześnie realizujemy naszą misję – tworzymy unikalne doświadczenia, serwując ulubioną kawę w podróży i nie tylko – mówi **Maciej Gajkowski**, Dyrektor Zarządzający Foodservice w Lagardère Travel Retail w Polsce.

Targi Expo Sweet za nami

PATRONAT
MEDIALNY

Expo Sweet to największe w Polsce targi branży cukierniczej i lodziarskiej. Rozpoczęły się w niedzielę 16 lutego i trwały 4 dni, aż do 19 lutego. Organizatorzy oprócz części targowej zaplanowali także liczne konkursy rangi mistrzowskiej. Pierwszego dnia targów odbyły się Mistrzostwa Polski w Dekoracji Tortów, najlepsze prace wykonały utalentowane panie: Izabela Freda z Piekarni-Cukierni „Roker” w Zabrzu, Sylwia Stębowska z Pracowni Cukierniczej „Cukiernicze Inspiracje” w Woli Batorskiej i Angelika Kuźmicz z Pracowni Wypieków Artystycznych „Tortika” w Rudnie.

Drugiego dnia siedem ekip zaprezentowało desery z czekoladą i z owocami

w Mistrzostwach Polski w Przygotowaniu Deserów Expo Sweet. Najlepszymi okazali się: Artur Nijakowski z Pracowni Czekolady „ANio” z Czarnocina i Wojciech Golic z cukierni-piekarni „Receptura” z Łodzi. Stworzyli lody z czekolady na kruszonke z wędzonego masła podane z sernikiem z koziego mleka i śmietanki oraz ciastkiem z jabłkiem, a ponadto nitrobezę wykonaną z soku jabłkowego z dodatkami. Drugim deserem było pięć plasterów gruszki – każdy został przyrządzony inną techniką, a całość podano m.in. z bezą na wodzie z ciecior i wegańskim pączkiem. Na drugim miejscu uplasowali się Daria i Adam Marszałek z cukierni „Cocoart’s” w Łodzi oraz Krzysztof



Mistrzostwa Polski w Przygotowaniu Deserów



Mistrzostwa Polski w Dekoracji Tortów
– Izabela Freda



Mistrzostwa Polski Uczniów Szkół Cukierniczych

Winkler i Konrad Winnicki z Wrocławia.

Ostatniego dnia targów Mistrzostwa Polski Uczniów Szkół Cukierniczych Expo Sweet pokazały, że mamy utalentowanych adeptów sztuki cukierniczej. W zwycięskiej trójce znaleźli się: Yeva Kovalchuk i Eryk Makowiak z Zespołu Szkół Przemysłu Spożywczego w Poznaniu, Wiktoria Malikowska i Klaudia Głowacka z Branżowej Szkoły I stopnia w Jaśle oraz Kinga Kluza i Julia Klocek z Technikum Technologii Żywności w Jaśle.

Odwiedzający mogli również skorzystać ze szkoleń

prowadzonych przez mistrzów cukiernictwa, poznać nowości produktowe (np. pasty warzywne „Wawrzyniec Pro” firmy Bunge) i smakowe oraz rozwinąć kontakty biznesowe. Dla gości stoiska Hochland Professional przygotowano specjalny z wykorzystaniem produktów dostępnych w ofercie Food Service Hochland Professional, nad którymi czuwał ambasador marki, cukiernik Mariusz Górecki. Natomiast na stoisku Terravita ambasador marki Paweł Mieszała pokazał multifunkcyjne zastosowanie polew i kremów.

Chefs en Or dla młodych talentów kulinarnych

Transgourmet Foodservice i Selgros ponownie zapraszają uczniów szkół gastronomicznych do udziału w polskiej edycji konkursu Chefs en Or. Tegoroczna odsłona skupia się na jednym z najbardziej wymagających mięs – kaczce. Uczestnicy będą musieli pokazać, jak kreatywnie potrafią podejść do tego składnika, łącząc go z różnorodnymi dodatkami i tworząc niebanalne kompozycje smakowe. Eliminacje odbywają się w formule online w dniach 1-31 marca i mają na celu wyłonienie 10 najzdolniejszych kucharzy, którzy zmierzą się 24 kwietnia w wielkim finale w Instytucie Kulinarным Transgourmet. Laureat pierwszego miejsca otrzyma nagrodę finansową w wysokości 3 tys. zł oraz profesjonalne szkolenie



w Instytucie Kulinarным Transgourmet. Szczegóły konkursu oraz formularz zgłoszeniowy znajdują się na stronie: www.chefsenor.pl.

Targi Franczyza

Obecnie w Polsce funkcjonuje ok. 1 400 sieci franczyzowych i ok. 83 tys. przedsiębiorców, którzy prowadzą biznesy na licencji znanych marek. Część z nich zaprezentuje swoje modele franczyzowe podczas Targów Franczyzy w dniach 13-14 marca br. na Stadionie Narodowym PGE Narodowy w Warszawie. W tegorocznej edycji wśród wystawców będzie m.in. McDonald's, Żabka, Intermarché i Bricomarche, Carrefour, Fit+ i wiele innych. W sumie w wydarzeniu weźmie udział ok. 50 sieci franczyzowych, natomiast po stronie odwiedzających będzie ok. 2 tys. osób. Podczas dwóch dni targów odbędzie się także część edukacyjna wydarzenia. Wśród prelegentów będą franczyzobiorcy i franczyzodawcy, eksperci oraz przedsiębiorcy, którzy omówią



kwestie biznesowe i zasady prowadzenia własnej firmy, wyjaśnią istotę franczyzy, zasady biznesu na licencji i zdradzą sposób na sukces w biznesie.

Stowarzyszenie Sommelierów Polskich – nowy zarząd

Kamil Wojtasiak jest nowym prezydentem Stowarzyszenia Sommelierów Polskich. W trakcie głosowania na walnym zgromadzeniu SSP pokonał o włos kontrkandydata na to stanowisko, Jerzego Kruka. Wiceprezydentami zostali Adam Tomczak i Paweł Zduniak. Pan Kamil na co dzień, od 13 lat, pracuje jako manager i sommelier



w warszawskiej restauracji Butchery & Wine. Od dłuższego czasu działa w SSP, wygrał Mistrzostwa Polski Sommelierów w 2018 roku, a potem reprezentował Polskę w zawodach na poziomie europejskim i światowym. W Stowarzyszeniu pełnił wcześniej funkcję szefa komisji konkursowej, a od ubiegłego roku przygotowywał do startu w Mistrzostwach Europy i Afryki Tomasza Żaka, który zajął w zawodach wysokie 5. miejsce.

EURO
GAS
TR

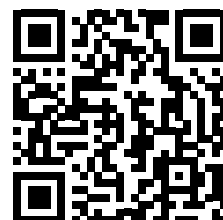
28. edycja

MIĘDZYNARODOWE TARGI
ROZWIĄZAŃ DLA
BRANŻY HORECA

11 – 13 MARCA 2025



ZAREJESTRUJ SIĘ



PARTNERZY TARGÓW



REKLAMA



Warsztaty kulinarne z uczniami ZSPS

12 lutego Stowarzyszenie Slow Food Wielkopolska oraz Zespół Szkół Przemysłu Spożywczego w Poznaniu zorganizowali kulinarno-edukacyjne wydarzenie, które odbyło się w szkolnych pracowniach gastronomicznych. Uczniowie trzecich klas gastronomicznych, pod okiem doświadczonych kucharzy, przygotowali pięć dań z ziemniaka. Warsztaty poprowadzili członkowie Slow Food Wielkopolska: Magdalena Ossowska, Paweł Powroźnik, Paweł Ludek i Paweł Kubera. O godzinie 14:30 zaproszeni goście wzięli udział w degustacji dań stworzonych przez uczniów. – Wydarzenie wpisuje się w ideę Slow Food – ruchu promującego świadome podejście do jedzenia, poszanowanie tradycji kulinarnych oraz korzystanie z lokalnych, sezonowych i wysokiej jakości produktów. To także doskonała okazja do edukacji młodych kucharzy, którzy uczą się, jak łączyć nowoczesne techniki z wartościami kulinarnego dziedzictwa – mówi **Marcin Sadowski**, członek zarządu Stowarzyszenia Slow Food Wielkopolska. „Poradnik Restauratora” uczestniczył w tym wydarzeniu.

Zmiany kadrowe w Andersia Hotel & Spa w Poznaniu

Ewa Przyszanowicz objęła stanowisko dyrektorki generalnej w Andersia Hotel & Spa, a member of Radisson Individuals Poznań. Z branżą turystyczną jest związana od 26 lat, a z hotelarstwem od ponad 13 lat. Do jej doświadczenia zalicza się praca w sieci hotelowej Accor, gdzie zdobywała kompetencje w największym hotelu



w Poznaniu. W 2022 r. otrzymała stanowisko rooms division manager w Andersia Hotel & Spa, a po dwóch latach została zastępcą dyrektora. Obecnie, jako dyrektorka generalna, odpowiada za całokształt zarządzania obiektem, koordynację działań operacyjnych oraz wdrażanie strategii rozwoju. Aktualnie obiekt jest zarządzany przez VHM Hotel Management.

Mövenpick Resort & Spa Karpacz otwarty

6 lutego otworzył się Hotel Mövenpick Resort & Spa Karpacz. To pierwszy pięciogwiazdkowy hotel szwajcarskiej sieci Mövenpick w Polsce. Projekt architektoniczny hotelu płynnie wpisuje się w górską scenerię, łącząc nowoczesność z akcentami tyrolskimi. Obiekt składa się z dwóch budynków, które oferują 126 apartamentów i pokoi o różnym standardzie, restaurację, lobby bar, salę konferencyjną z pełnym wyposażeniem. Kulinarnym sercem hotelu jest restauracja Polanka. Do stołu zaprasza szef kuchni Andrzej Sawka, znany popularyzator dolnośląskiej kultury kulinarnej.



SYROPY BARMAŃSKIE 68BAR

Marka 68Bar to syropy w pełnej gamie smakowej przeznaczone dla profesjonalistów. Włoskie korzenie, piękne etykiety genialnie prezentujące się na barze, rozbudowane portfolio smakowe – to korzyści, po które warto sięgnąć! Dzięki wysokiemu stężeniu wystarczy niewielka ilość produktu, aby wzbogacić Twoje kreacje wyjątkowym akcentem smakowym! Gęste syropy 68Bar to produkty idealne do wykorzystania w kawiarniach, restauracjach, hotelach, cukierniach, bistrach, śniadaniowniach, ale przede wszystkim, jak sugeruje już sama nazwa, w barach. Kup w: e-bidfood.pl.



Bidfood (Farutex Sp. z o.o.)
www.bidfood.pl
www.e-bidfood.pl

TORK OPTISERVE®

Tork OptiServe® to system papieru toaletowego bez gilzy. Został zaprojektowany z myślą o optymalizacji wydajności operacyjnej i minimalizacji negatywnego wpływu na środowisko. Szeroka gama dozowników oraz pasujący do nich wkład bez gilzy umożliwia zaspokojenie różnych potrzeb i obsługę całego obiektu za pomocą jednego rozwiązania. Innowacyjne rolki kompaktowych rozmiarów nie mają pojedynczych opakowań ani tekturowej gilzy, dzięki czemu mieszczą więcej papieru i generują mniej odpadów do utylizacji. Dozowniki o dużej pojemności z certyfikatem łatwego użytkowania Easy-to-use pozwalają na rzadszą wymianę wkładów, tym samym oszczędzając czas personelu sprzątającego.



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

KOMORY CHŁODNICZE I MROŻNICZE - PRO ASCOBLOC

Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom branży HoReCa, firma Pro Ascobloc zaprojektowała oraz 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

NOWOŚĆ OD FIRMY KOMAT - MASTERBLOCK

masterBLOCK to najnowsza linia produktowa firmy Komat, producenta wyposażenia profesjonalnych obiektów gastronomicznych. Został zaprojektowany w odpowiedzi na aktualne trendy i potrzeby rynku. Jest to produkt premium, który zadowolili zarówno funkcjonalnością, jak i estetyką wykonania. Wyspę wyposażono m.in. w moduły chłodnicze i grzewcze, płytę indukcyjną, płytę do smażenia, wok indukcyjny, warkowizę do makaronu, salamander i frytownicę. Konfiguracja urządzeń pozostaje dowolna. Błat jest monolityczny, bez widocznych łączeń. Wnętrze korpusów wykonano w najwyższym standardzie „higiena”.



Komat
Mieczysław Kozłowski
tel.: 67 255 98 20
www.komat.com.pl

HAMMERING – NOWOCZESNA PORCELANA INSPIROWANA RZEMIOSŁEM

Lubiana prezentuje kolekcję Hammering – wyjątkową porcelanę, której wzornictwo nawiązuje do jubilerskiej techniki młotkowania. Szerokie skrzydła talerzy zdobi faktura inspirowana ręcznym kształtowaniem metalu, nadając im intrygujący, nowoczesny charakter. Produkty są w pełni przystosowane do intensywnego użytkowania w branży HoReCa. Kolekcja Hammering łączy funkcjonalność z designerskim akcentem, stanowiąc doskonały wybór dla restauracji i hoteli. Goście zapamiętają nie tylko doskonałe dania, lecz także oryginalną oprawę, dzięki czemu chętnie do Ciebie wrócą. Linia Hammering składa się z talerza głębokiego 285 mm oraz talerzy płyt-kich w dwóch rozmiarach: 300 mm i 270 mm.

**Zakłady Porcelany Stołowej
„Lubiana” S.A.**
tel.: 58 680 34 00
sklep.lubianahurt.pl



TUŃCZYK MARKI TG ECONOMY

Transgourmet i Selgros wzbogacają asortyment o tuńczyka marki tg Economy – w sosie własnym oraz w oleju. Produkt cechuje mięsista konsystencja w dużych kawałkach, co wpływa na wyjątkowy smak i atrakcyjny wygląd potraw. Doskonale sprawdzi się w każdej profesjonalnej kuchni – idealny do sałatek, sosów i innych dań. Wersja w oleju zawiera 74 % tuńczyka, 16 % oleju sojowego i 10 % wody, a w wodzie – 74 % tuńczyka i 26 % wody.



**Transgourmet.pl
Selgros.pl/horeca**

NOWOŚĆ! SERNIK JAGODOWY – SMAK, KTÓRY OCZARUJE!

Poznaj najnowszą propozycję Vandemoortele – sernik jagodowy! To połączenie kremowego nadzienia z serka śmietankowego, delikatnej słodyczy i soczystych jagód tworzy deser idealny na każdą okazję. Zachwyca elegancją i wyjątkowym smakiem, który przeniesie Cię w krainę słodkich przyjemności. Przygotowanie jest proste: wystarczy wyjąć produkt z opakowania, rozmrozić i cieszyć smakiem pysznego sernika!



Vandemoortele Europe NV
tel.: 42 617 10 70
www.vandemoortele.com

DIBAS + PICCOLO C – WACHTEL I WIESHEU ŁĄCZĄ SIŁY

Dwie dobrze znane firmy – Wiesheu i Wachtel – stawiają na współpracę. W myśl hasła „Better Together” połączyły wiedzę, doświadczenie oraz... technologie. Na rynku pojawiła się nowa stacja do wypieków, odpowiadająca na rynkowe trendy i potrzeby. Stacja Dibas blue2 x PICCOLO C to kombinacja dwóch innowacyjnych technologii pieczenia w jednej kompaktowej stacji piekarniczej. Idealna dla tych, którzy stawiają na wypiek tradycyjny i nowoczesny, na niezawodność i produkt premium. Wszystko dzięki obecności pieca konwekcyjnego i pieca pokładowego – flagowych urządzeń obydwu marek. Z każdego z nich wzięto to, co najlepsze. Ten produkt jest polecany głównie do szeroko rozumianego wypieku sklepowego: piekarni, cukierni, baro-kawiarni czy lunchowni.



Wiesheu Polska Sp. z o.o.
tel.: 22 665 60 21
www.wiesheu.pl

SYSTEM ZMYWANIA BUTELEK OD WINTERHALTER CZYSTOŚĆ I BEZPIECZENSTWO

We własnych butelkach lub karafkach czy z dozownika – coraz więcej gastronomów serwuje swoim gościom wodę właśnie w taki sposób, dlatego potrzebują oni rozwiązania w zakresie zmywania. Proponuje je firma Winterhalter – dzięki kosztowi na butelki i specjalnemu adapterowi każda zmywarka serii UC staje się systemem zmywania butelek. Za pomocą dyszy woda jest wtryskiwana bezpośrednio do butelki – zapewnia to certyfikowane bezpieczeństwo higieniczne zgodnie z DIN SPEC 10534. Ponadto we wszystkich zmywarkach serii UC można w każdej chwili zainstalować kosz na butelki. Sprawdź ofertę wynajmu zmywarek marki Winterhalter na wynajmizmywarke.pl.



Winterhalter Gastronom Polska Sp. z o.o.
tel.: 22 773 25 52
www.winterhalter.com.pl
www.wynajmizmywarke.pl

NOWA LINIA PIECÓW SPEED.COMPACT™

Na targach Expo Sweet 2025 Unox zaprezentował nową linię pieców szybkich SPEED.Compact™. To idealne rozwiązanie dla branży szybkiej obsługi – kompaktowe, energooszczędne i bezwonowe. Dzięki zaawansowanej technologii i niezawodności Unox umożliwia błyskawiczne przygotowanie przekąsek, dań regenerowanych i mrożonych wypieków. Łatwa instalacja, intuicyjna obsługa oraz szybkie czyszczenie gwarantują najszybszy zwrot z inwestycji w swojej klasie.



Unox Polska Sp. z o.o.
tel.: 58 680 34 00
www.unox.com

Gdzie warto być?

DATA	MIEJSCE	IMPREZA	ORGANIZATOR
11-13.03.2025	Nadarzyn	Międzynarodowe Targi Rozwiązań dla Branży HoReCa EuroGastro	Ptak Warsaw Expo
13-14.03.2025	Warszawa	Targi Franczyza	Profit System
14.03.2025	Kołobrzeg	Targi Gastronomiczne Allfood	Allfood
14-18.03.2025	Hamburg	Internorga – Międzynarodowe Targi Hotelarstwa i Gastronomii	Hamburg Messe und Congress
16-18.03.2025	Düsseldorf	ProWein – Międzynarodowe Targi Wina i Alkoholi	Messe Düsseldorf
22-24.03.2025	Katowice	Targi Cukiernicze, Piekarskie i Lodziarskie Sweettargi	proMotion
26.03.2025	Warszawa	HoReCa w architekturze – konferencja	Grupa Sztuka Architektury
26-28.03.2025	Kołobrzeg	Targi Gastro-Hotel	Gastro-Hotel Małgorzata Kryszak
2-3.04.2025	Gdańsk	Targi Gastronomiczno-Detaliczne Triada	Triada Augusto Pomorze
8-10.04.2025	Warszawa	WorldFood Poland	Lentewenc
9-10.04.2025	Warszawa	Gastrotargi Smakki	Lentewenc
6.05.2025	Wrocław	Konferencja Made For Restaurant	Made For Restaurant
20-22.05.2025	Warszawa	Warsaw Food Expo	Ptak Warsaw Expo
27-29.05.2025	Warszawa	Coffee Europe Expo	Ptak Warsaw Expo
6-7.06.2025	Bydgoszcz	Kujawsko-Pomorskie Potyczki Kulinarne	Dariusz Gwiazda
17.06.2025	Dolsk k. Śremu	Wielkopolski Kucharz Roku Konkurs im. Rafała Jelewskiego	Joanna Ochniak, Dominik Brodziak, Barbara Surma i Tomasz Purol oraz FPMS
24-26.09.2025	Poznań	Targi Polagra	Grupa MTP
3-4.10.2025	Niemodlin	Czas na rybę!	Grupa Rybacka Opolszczyzna
4-8.10.2025	Kolonia	Anuga – Międzynarodowe Targi Spożywcze	BVLH
7.10.2025	Warszawa	Kongres Szefów Kuchni i Restauratorów	Evential

Organizatorów imprez prosimy o przysyłanie informacji na adres redakcji:

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

**Dostęp do treści publikowanych w tym miejscu mogą mieć
wyłącznie podmioty zajmujące się produkcją, obrotem
lub handlem artykułami alkoholowymi/tytoniowymi.**

Podstawa prawna:

Ustawa z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości
i przeciwdziałaniu alkoholizmowi

oraz

ustawa z dnia 9 listopada 1995 r. o ochronie zdrowia
przed następstwami używania tytoniu i wyrobów alkoholowych.

masterBLOCK

TWOJE INNOWACYJNE CENTRUM GASTRONOMICZNE



Cechy charakterystyczne:

- konstrukcja wykonana w całości z wysokiej jakości stali nierdzewnej AISI 304
- blat monolityczny wykonany bez widocznych łączeń
- możliwość indywidualnej konfiguracji urządzeń w blacie
- indywidualny dobór modułów pod blatem w zależności od potrzeb
- jednolite fronty wszystkich modułów neutralnych i urządzeń
- możliwość wykonania frontów drzwi i szuflad w dowolnym kolorze z palety RAL
- łatwy dostęp do części technicznej poprzez uchylny panel sterowniczy
- moduł instalacyjny z wysuwaną wewnętrzną rozdzielnią elektryczną
- możliwość dostosowania wymiarów gabarytowych wyspy wg potrzeb
- nowoczesny design wraz z wielobarwnym oświetleniem LED RGB



PRODUCENT MEBLI I URZĄDZEŃ DLA GASTRONOMII

