



26. ROK

# PORADNIK RESTAURATORA

LIPIEC 2025 (310)

OGÓLNOPOLSKI MIESIĘCZNIK  
BRANŻOWY DLA GASTRONOMII

NAKŁAD KONTROLOWANY 10 100 EGZ.  
ISSN 1508-6194



## IGLOTEX



KOMPLEKSOWA OFERTA  
DLA GASTRONOMII

**W NOWEJ ODSŁONIE**

\*\*\*\*\*

**Jesteśmy blisko Ciebie!**

Oferujemy obsługę, doradztwo  
i dostawy na terenie całego kraju.

**Zadzwoń, napisz, zamów!**

tel. +48 625 600 500

tele@iglotex.com.pl

iglotex.ehurtownia.pl

24/7

\*\*\*\*\*

**IGLOTEX**  
PROFESSIONAL

**BISTRO  
HORECA**  
BY IGLOTEX

*Café  
Passionata*



facebook



instagram



eHurtownia  
24/7



katalog  
produktów





SZCZYPTA  
*inspiracji*  
W TWOJEJ KUCHNI



*Chrrrrrrrruuupiące  
gnocchi!*



IDEALNA PRZEKĄSKA DO ZIMNYCH NAPOI  
PRAWDZIWY HIT TEGO LATA!

Jawo4Chefs  
Gnocchi di patate



**HEIDI HANDKOWSKA**  
Redaktor Naczelna

## Lato w gastronomii

Lipiec to kulminacja sezonu — czas intensywnej pracy, szybkich decyzji i maksymalnego zaangażowania. To właśnie teraz najlepiej widać siłę i doświadczenie branży HoReCa. Restauracje, bary, hotele czy lodziarnie udowadniają, że potrafią nie tylko tworzyć kreatywne menu, ale także sprawnie zarządzać personelem i dopracować techniczne aspekty, które decydują o sukcesie całego sezonu.

Redakcja „Poradnika Restauratora” — jak co roku — sprawdziła, jak branża radzi sobie z przygotowaniami do najgorętszych tygodni pracy. Odwiedziliśmy Sopot i Zakopane, by przekonać się, czy mity o „paragonach grozy” mają dziś pokrycie w rzeczywistości. Nasze wnioski są jednoznaczne: polska gastronomia jest bardziej świadoma, transparentna i otwarta na dialog z gościem.

W tym numerze znajdziecie rozmowę z Kacprem Sawoniem, szefem kuchni restauracji Gustaw we Wrocławiu, który dzieli się swoim podejściem do sezonowości, pracy zespołowej i ciągłego rozwoju. Nie pomijamy też tematów trudnych — stresu, wypalenia zawodowego czy rotacji personelu. Mimo szczytu sezonu te kwestie wciąż wymagają wyważonych i mądrych decyzji. Nie zabrakło także inspiracji — słodkich, lodowych i pełnych świeżości pomysłów, które pomogą odświeżyć letnią kartę i zaskoczyć gości.

Życzę udanego sezonu, pełnego satysfakcji, dobrej energii i wiernych gości, którzy docenią Wasz trud.

### HERMES KULINARNY – NOMINACJE:

#### RESTAURACJA

- » Belvedere (Warszawa) – Tomasz Łagowski
- » TU. Restaurant (Poznań) – Filip Cwojdzinski
- » Górecznik (Antonin) – Magdalena Ossowska
- » Gryfon (Jastarnia) – Piotr Lisakowski
- » Tygry Gdańskie (Gdańsk) – Michał Stężalski

#### RESTAURACJA HOTELOWA

- » Hotel Warszawa, Szóstka (Warszawa) – Dariusz Barański
- » Hotel Harnaś, Widok (Bukowina Tatrzańska) – Marcin Gruska
  - » Hotel Courtyard by Marriott Gdynia Waterfront, Searcle (Gdynia) – Przemysław Woźny, Piotr Sójka
  - » Hotel Royal Tulip Warsaw Centre, Mozaika (Warszawa) – Tomasz Koprowski
- » Hotel Jakubus, Jakubus (Jakubowice) – Marcin Bielec

#### NOWE POKOLENIE POLSKIEJ GASTRONOMII

- » Alan Ławrynowicz, Piwna47 Food & Wine Bar (Gdańsk)
  - » Weronika Gurynow, Mugi Izakaya (Warszawa)
  - » Patryk Buchta, Pracownia Smaków (Jełowa)



**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](http://www.poradnikrestauratora.com.pl)  
e-mail: [redakcja@poradnikrestauratora.com.pl](mailto:redakcja@poradnikrestauratora.com.pl)

**Prezes Wydawnictwa:** Wiesław Generalczyk

**Dyrektor Zarządzający:**

Wojtek Generalczyk [wojtekg@poradnikhandlowca.com.pl](mailto:wojtekg@poradnikhandlowca.com.pl)

**Z-cy Dyrektora ds. Sprzedaży:**

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

Małgorzata Siuda [malgorzatas@poradnikhandlowca.com.pl](mailto:malgorzatas@poradnikhandlowca.com.pl)

**Dział Sprzedaży:**

Katarzyna Generalczyk [kasiag@poradnikhandlowca.com.pl](mailto:kasiag@poradnikhandlowca.com.pl)  
Justyna Wojciechowska [justynaw@poradnikhandlowca.com.pl](mailto:justynaw@poradnikhandlowca.com.pl)

**Redaktor Naczelna:**

Heidi Handkowska [heidih@poradnikrestauratora.com.pl](mailto:heidih@poradnikrestauratora.com.pl)

**Redakcja:**

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

**Stali współpracownicy wydawnictwa:**

Beata Marcinczyk, Kancelaria Prawna Sołtyński,  
Kawecki & Szlezak, Kancelaria Adwokata i Doradcy  
Restrukturyzacyjnego Paweł Lewandowski

**Dyrektor Administracji i Marketingu:**

Zbyszek Zalewski [zbyszkoz@poradnikhandlowca.com.pl](mailto:zbyszkoz@poradnikhandlowca.com.pl)

**Współpraca (administracja):** Anna Stelmasczyk

**Kierownik Biura:**

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

**Opracowanie graficzne:**

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

**Zdjęcia:** Flash Press Media, SXCH, shutterstock.com, archiwum

**Korekta:** Julia Pruszyńska

**Druk:** Eurodruk-Poznań Sp. z o.o.

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



Organizator plebiscytu  
**Hermesy Kulinarne**  
**Poradnika Restauratora**



Nakład kontrolowany 10 100 egz.  
ISSN 1508-6194



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



## Street food w Polsce: smak i mobilna jakość

5

Kreatywna, autentyczna, zmienna jak miejsce, w którym się pojawia – taka właśnie jest kuchnia z food trucków. W Polsce ma się znakomicie i wciąż się rozwija. To propozycja dla tych, którzy są otwarci na nowe smaki i cenią jakość. Lato? To jej najlepszy czas!

## Kacper Sawoń



14

### Temat miesiąca

- 5 Street food w Polsce: smak i mobilna jakość
- 10 Przygotowania do sezonu letniego w gastronomii – raport

### Prezentacje

- 14 **Rozmowa z:** Kacper Sawoń

### Od kuchni

- 18 **Marketing:** Różnice pokoleniowe na kuchni – mit czy rzeczywistość?
- 19 **Menu:** Deserowa strona lata
- 24 **Marketing:** Stres i wypalenie zawodowe
- 26 **Wypożyczenie:** Profesjonalne wyposażenie baru: efektywność, higiena, oszczędność

### W kadrze

- 30 Wydarzenia
- 34 Nowości na rynku gastronomicznym



19



26

# Street food w Polsce: smak i mobilna jakość

*Kreatywna, autentyczna, zmienna jak miejsce, w którym się pojawia – taka właśnie jest kuchnia z food trucków. W Polsce ma się znakomicie i wciąż się rozwija. To propozycja dla tych, którzy są otwarci na nowe smaki i cenią jakość. Lato? To jej najlepszy czas!*

Moda na jedzenie z samochodów gastronomicznych nie tylko nie przemija – ona kwitnie! W Polsce działa obecnie blisko 4 000 food trucków, a tylko w 2024 r. przybyło ich ponad 600 – to oznacza wzrost nawet o 11 % w skali roku. Taka dynamika świadczy nie tylko o ogromnym zainteresowaniu, ale też o zdecydowanie zaostrej konkurencji. Piękne otoczenie, wakacyjna aura, atmosfera chilloutu – trudno o lepsze warunki, by delektować się doskonałym posiłkiem pod chmurką.

Uliczne jedzenie przyciąga tłumy – i to nie tylko entuzjastów kuchni świata czy nowoczesnych interpretacji comfort foodu. Rosnącą popularnością cieszą się również dania roślinne, fermentacje oraz lokalne, sezonowe składniki. Coraz większe znaczenie ma też forma podania – ekologiczne, estetyczne i praktyczne opakowania stają się standardem. Producenci i dostawcy wychodzą

naprzeciw potrzebom mobilnej gastronomii: oferują gotowe bazy, energooszczędne urządzenia oraz rozwiązania, które pozwalają oszczędzać czas i surowce.

## **MENU SZYTE NA MIARĘ – BEZ KOMPROMISÓW**

Nie ma dziś żadnych przeszkód, by tworzyć menu precyzyjnie dopasowane do oczekiwań konkretnej grupy odbiorców. Jeśli w karcie pojawia się klasyczny burger – to najlepiej z wysokogatunkowej wołowiny, choć warto zapewnić również bardziej przystępne cenowo alternatywy. Wersja wegetariańska? Coraz częściej oparta na bazie strączków, z naciskiem na smak, wartość odżywczą i strukturę.

– Street food w 2025 roku zyskuje nową tożsamość, łącząc śmiałe eksperymenty kulinarne z rosnącą świadomością zdrowotną i ekologiczną – zauważa **Anna Malczewska**, Product

**OGNISTE DODATKI  
DO DAŃ  
STREET FOOD**

**Greek Trade Sp. z o.o.**  
właściciel marki Helcom  
ul. Tadeusza Śliwiaka 14, 30-797 Kraków  
+48 12 345 26 55  
gastronomia@greektrade.com.pl  
www.helcom.pl

REKLAMA





Manager w Dziale Gastronomii, Greek Trade. – Coraz większym zainteresowaniem cieszą się dania roślinne, odpowiadające na potrzeby gości poszukujących naturalnych, odżywczych i bogatych w probiotyki rozwiązań. Uliczna gastronomia staje się dziś przestrzenią fuzji smaków: kuchnie świata przenikają się w nowatorskich formach – jak choćby burgery z nutą azjatyckich przypraw czy tacos inspirowane Bliskim Wschodem – dodaje.

Greek Trade, jako producent warzyw konserwowych, humusów, past i sosów, a także importer produktów charakterystycznych dla kuchni m.in. śródziemnomorskiej i azjatyckiej, aktywnie wspiera mobilną gastronomię. – Oferujemy gotowe składniki, które sprawdzają się w wymagających warunkach pracy w food truckach – pod względem jakości, łatwości przechowywania i szybkości serwowania. Dużym powodzeniem cieszą się np. pikantne papryczki Helcom oraz pasty warzywne z linii Helcom Naturalnie, które pozwalają szybko tworzyć wyraziste, roślinne dania – podkreśla **Anna Malczewska**.

Niezależnie od wybranej opcji, składniki są łatwo dostępne u renomowanych producentów

i dostawców wyspecjalizowanych w obsłudze rynku HoReCa. Co więcej – z myślą o mobilnych koncepcjach gastronomicznych, dostawcy wprowadzają dziś nie tylko zmodyfikowane receptury, ale także udoskonalone formy pakowania. Wszystko po to, by praca w ograniczonej przestrzeni kuchni food trucka była możliwie najbardziej wydajna i intuicyjna.

### SZYBKO – ALE Z POMYSŁEM

– Street food w sezonie 2025 musi być szybki, ale nie byle jaki – mówi **Marek Burkacki** z Instytutu Kulinarного Transgourmet. – Liczą się smak, technika i kreatywność. Dla wielu szefów kuchni to dziś pole do eksperymentów kulinarnych. Klasyczne dania z Azji, Ameryki Południowej czy Bliskiego Wschodu są łączone z lokalnymi produktami i sezonowością – dodaje.

Wyraziste sosy, fermentowane dodatki (jak kiszona rzodkiew czy marynowane grzyby) i dania roślinne stają się znakami rozpoznawczymi nowoczesnego street foodu. Dobrze skomponowane wege-menu potrafi dziś konkurować z klasykami gatunku.

**Paweł Wojciechowski**, dyrektor handlowy FRoSTY na Polskę

i Europę Centralną, podkreśla, że mobilna gastronomia to także konkretne wyzwania operacyjne.

– Ważne aspekty stanowią prostota przygotowania, powtarzalna jakość i różnorodność oferty. Coraz więcej restauratorów sięga po produkty, które można łatwo przechowywać i szybko podać, bez strat surowcowych. Gotowe porcje, brak czasochłonnej obróbki i niezależność od sezonu – to dziś nie dodatek, ale konieczność – zaznacza.

Właściwie zaplanowane menu to realna oszczędność i przewaga na konkurencyjnym rynku. – Latem, zwłaszcza w kurortach, dominują burgery i ryby, lecz rośnie także zapotrzebowanie na orientalne dania i wege-alternatywy. Mamy blisko sto sprawdzonych produktów dedykowanych ulicznej gastronomii – dodaje.

### WŁOSKI STREET FOOD I KUCHNIA Z CHARAKTEREM

Sezon 2025 to połączenie nowoczesności z tradycją. Rośnie popularność włoskiego street foodu w nowej odsłonie.

– Rzymska pizza z chrupiącym spodem, podawana w kawałkach, z mortadellą z pistacjami czy burratą i kasztanami w miodzie, to prawdziwy hit – mówi **Patryk**

**BURGER RYBNY**  
Z DELIKATNĄ PANIERKĄ

**FROSTA**  
FOOD  
SERVICE

# Smaczne i proste **ROZWIĄZANIA** NA LATO 2025



Łatwe w przygotowaniu i uwielbiane przez gości.  
**Różnorodne burgery dla nowoczesnej gastronomii.**

Buraczkowy



Bez sztucznych  
dodatków i aromatów

Chili con quinoa



Gotowe do podania  
już w 2 minuty

Szpinakowy



Pełnia smaku dzięki  
dodatkowi sera

Z grillowanymi  
warzywami



Kontrola kosztów  
w każdej porcji



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



[foodservice@frosta.pl](mailto:foodservice@frosta.pl)



[frosta-foodservice-polska](https://www.facebook.com/frosta-foodservice-polska)



[FROSTAFoodservicePL](https://www.linkedin.com/company/FROSTAFoodservicePL)



**Bujacz**, Manager Pinia Food w Bidfood. – Pinsa, foccacia czy panini gourmet to kolejna gratka dla smakoszy, podobnie jak sycylijskie cannoli czy smażone w panko karczochy. W ofercie niejednokrotnie pojawiają się też porchetta w bułce, arancini czy pizza al taglio, podkreślające dbałość o autentyczność i jakość składników. W 2025 r. klienci poszukują zarówno klasyki, jak i innowacji, które dostarczają wyjątkowych doznań smakowych w szybkim, street-foodowym wydaniu – dodaje.

Jak podkreśla **Marek Burkacki**, sukces mobilnej kuchni to także dobra organizacja. – Pracując często w warunkach „polowych”, nie możemy iść na skróty. Pomocne są wysokie jakości półprodukty i przemysłowe opakowania. Transgourmet i Selgros przygotowały nawet specjalny katalog poświęcony street foodowi. Jest więc w czym wybierać, bo street food to dziś kuchnia z charakterem, która potrafi zaskoczyć – również wymagających gości – mówi.

### ROŚLINNY STREET FOOD – PEŁNOPRAWNY GRACZ NA RYNKU

Jeszcze kilka lat temu roślinny burger był trudny do znalezienia – a jeśli już był, to zwykle rozczarowywał. – Namoczony sojowy grys o smaku kostki rosółowej – wspomina **Katarzyna Gubała**, ekspertka kuchni roślinnej. Dziś sytuacja wygląda zupełnie inaczej.

Zmieniły się zarówno preferencje konsumentów, jak i podejście producentów oraz kucharzy.

– Technologia ruszyła na przód, a rynek oferuje szeroki wybór roślinnych burgerów – od klasycznych na bazie soi czy glutenu, po bardziej zaawansowane kompozycje z grzybów, konopi, kasz, ryżu lub płatków owsianych. To często produkty

dla koneserów, gdzie liczy się oryginalność składu, nie tylko smak czy konsystencja – zaznacza **Katarzyna Gubała**.

**Sylwia Sobkowicz**, koordynatorka marketingu w Bidfood, podkreśla, że kuchnia roślinna przestała być niszą – jest dziś integralną częścią street foodu. – Smaczna, sezonowa, sycąca – bez kompromisów! Z roku na rok coraz więcej gości świadomie ogranicza spożywanie mięsa, poszukując przyjemności odkrywania nowych smaków w kuchni wegetariańskiej czy wegańskiej – mówi.

W odpowiedzi na ten trend Bidfood oferuje m.in. vege kebab i burger z kalafiora Cook Vege, które świetnie sprawdzają się w bułce czy wrapie, klasyczne falafele Al Safar oraz sajgonki – także te z kimchi i tofu Woku. Hitem fermentacji są kombucha By Laurent i kimchi OurHome – naturalne, modne i wyraziste.

– Kuchnia uliczna udowadnia, że wege jest zarówno aromatyczne, jak i praktyczne w serwowaniu – nawet w warunkach festiwalowych! A my staramy się dostarczyć wszystko, czego potrzeba, by dania te szybko i efektownie trafiły w ręce głodnych nowości gości – dodaje **Sylwia Sobkowicz**.

### EKOLOGIA NA PIERWSZYM PLANIE

Mobilna gastronomia jest coraz częściej postrzegana przez pryzmat zrównoważonego rozwoju. Konsumenty oczekują odpowiedzialności – less waste, zero waste, ekologiczne składniki, biodegradowalne opakowania.

To nie tylko moda, ale odpowiedź na zmiany klimatyczne, unijne regulacje i rosnącą świadomość klientów. Właściciele food trucków znacznie chętniej inwestują w rozwiązania przyjazne środowisku – od energooszczędnych

sprzętów, przez odzysk wody, aż po pojazdy dostosowane do indywidualnych potrzeb.

Inwestycje te poprawiają wizerunek marki, a jednocześnie przynoszą wymierne korzyści – mniejsze zużycie zasobów to długofalowe oszczędności.

Street food to dziś nie tylko szybkie jedzenie – to styl życia, przestrzeń do kulinarnych poszukiwań i sposób na pokazanie tego, że gastronomia może być smaczna, zrównoważona i pełna pasji. A lato to najlepszy moment, by to udowodnić!

### FOOD TRUCKI – MOBILNE KONCEPTY Z DUŻYM POTENCJAŁEM

Od momentu pojawienia się na rynku gastronomicznym food trucki pozostają konceptem wyjątkowym – nie tylko z powodów omówionych wcześniej. Warto przypomnieć, że to właśnie ten format świetnie sprawdził się w realiach pandemicznych, odpowiadając na restrykcje sanitarne i potrzebę dystansu społecznego. Dziś, gdy ten etap mamy już za sobą, mobilna gastronomia nadal pozostaje atrakcyjnym narzędziem zarówno dla doświadczonych restauratorów, jak i debiutantów.

Food truck pozwala zespołowi lokalu stacjonarnego na elastyczne testowanie nowego menu, eksplorowanie trendów street foodowych oraz bezpośredni kontakt z gościem. Dla pasjonatów, którzy nie są zawodowo związani z branżą, to natomiast szansa na realizację kulinarnych ambicji – często również na uzyskanie dodatkowego źródła dochodu. Jedno pozostaje niezmiennie: na dobrą kuchnię zawsze znajdzie się popyt. ✕

Marta Rybko



# Frytki

— CHRUPIĄCA —  
DOSKONAŁOŚĆ

- ★ Złocisty kolor po usmażeniu
- ★ Wyśmienity skład i chrupiąca perfekcja
- ★ Selekcja najlepszych ziemniaków
- ★ Czysty skład



★ ★ ★  
ZOBACZ INSPIRACJE





PRZYGOTOWANIA DO SEZONU LETNIEGO W GASTRONOMII – RAPORT

# W SOPOCIE I ZAKOPANEM NIE MA PARAGONÓW GROZY

— są rozsądne ceny i tłumy turystów

Redakcja „Poradnika Restauratora” pod koniec czerwca odwiedziła dwa najpopularniejsze kierunki turystyczne w Polsce – Sopot i Zakopane. Celem wizyty było sprawdzenie, jak sektor HoReCa przygotował się do rozpoczęcia sezonu letniego oraz czy powtarzane w mediach społecznościowych historie o „paragonach grozy” znajdują potwierdzenie w rzeczywistości.

Wnioski? Gastronomia w kurortach jest dziś nie tylko bardziej różnorodna i świadoma, lecz także transparentna cenowo. Turyści – zarówno krajowi, jak i zagraniczni – tłumnie zapełniają restauracje, ogródki i hotele.

## SOPOT – PEŁNE OGRÓDKI I PRZEMYSŁANE KARTY MENU

W nadmorskim kurorcie sezon rozpoczął się z rozmachem. Restauracje przy Monciaku, czyli przy ulicy Bohaterów Monte Cassino, w okolicach moła i plaży cieszyły się dużą frekwencją.

Właściciele i managerowie zgodnie zapowiadają intensywne lato.

Ceny – owszem, wyższe niż poza sezonem – nie szokowały. Przykładowo w „Tawernie Molo”, restauracji położonej tuż przy moła, dorsz smażony z miksem sałat, pikantną cebulą i frytkami kosztował 62 zł, a zupa rybna – 39 zł. Tymczasem w barze morskim „Centrala Rybna”, zlokalizowanym nieco dalej od moła, ceny były bardziej przystępne. Za smażone szprotki z sosem czosnkowym zapłacimy 29 zł, za supkę rybną 30 zł, a filec z dorsza z frytkami i surówką – 50 zł.

Warto również wspomnieć o restauracji „Bulaj”, zlokalizowanej tuż przy plaży, nieco na uboczu turystycznego zgiełku. To miejsce, gdzie można delektować się widokiem na Zatokę Gdańską i kuchnią opartą na lokalnych produktach. Szef kuchni Artur Moroz serwuje dania inspirowane regionem i podróżami kulinarnymi – w menu znajdziemy m.in. supkę rybną z mlekiem kokosowym i algami (39 zł), sałatkę z kozim serem, taleggio i bryndzą (39 zł), poliki wieprzowe z warzywami korzeniowymi (76 zł) oraz pieczonego łososia z polentą i sosem homarowym (129 zł).

Popularną przekąską nad morzem są gofry – ceny podstawowych wersji zaczynają się od około 15 zł, a te z dodatkami, takimi jak owoce, bita śmietana czy lody, kosztują 25-30 zł. To przystępna opcja dla turystów szukających lekkiej przekąski między posiłkami.

Karty dań zostały dopasowane do sezonu: dominowały świeże ryby, lekkie sałatki i dania warzywne. Lokale zadbały również o przystępne zestawy śniadaniowe i propozycje rodzinne.



Słynny Grand Hotel, Sopot





Deptak – zwany „Monciakiem”, Sopot



Restauracja Centrala Rybna, Sopot



Restauracja Bulaj, Sopot

Ceny były jasno prezentowane, a jakość składników i obsługi adekwatna do oczekiwań.

W czerwcu Sopot odwiedzają przede wszystkim Polacy i goście międzynarodowi, z których największy odsetek stanowią Niemcy oraz turyści z Czech, Wielkiej Brytanii i innych krajów UE.

### **ZAKOPANE – POJEDYNCZY PARAGON NIE DEFINIUJE RYNKU**

Kolejnym celem podróży podczas naszego dziennikarskiego rajdu po kurortach było Zakopane, z którego przywieźliśmy mnóstwo pozytywnych wrażeń.

Jednym z najczęściej komentowanych tematów na Krupówkach był paragon opiewający na 240 zł za dwie jajecznice i kawy.

Restauratorzy, z którymi rozmawialiśmy, przyznają, że przypadek ten dotyczył lokalu premium i nie odzwierciedla rzeczywistości. Śniadania w Zakopanem można było zjeść już za 30-45 zł, obiady za 50-70 zł, a w barach mlecznych pełny posiłek kosztował nawet poniżej 30 zł.

Wyjątkowym punktem naszej podróży była wizyta w restauracji „Poziom1959”, mieszczącej się w budynku górnej stacji Polskich Kolei Linowych. To najwyższy położony lokal gastronomiczny w Polsce – znajduje się tuż pod wierzchołkiem Kasprowego Wierchu, zaledwie 28 m poniżej najwyższego punktu góry, który sięga 1987 m n.p.m.

W aranżacji wnętrza wykorzystano m.in. motywy rolek kolei linowej, a kominek zaprojektowano na wzór wagonika.

W menu można znaleźć zarówno śniadania, takie jak jajecznica na maśle z szynką i bekonem (3 jajka – 20 zł), omlet z dżemem, szynką lub bekonem (21 zł), jak i dania serwowane w formie bufetu. Oferta obejmuje także regionalne specjały burger Kasprowy z frytkami (45 zł) czy ser Bacy z grilla z żurawiną (3 szt. – 21 zł). Domowe ciasta – sernik i szarlotka – serwowane na tarasie kosztują 17 zł.

– Nasze menu opiera się na prostych, dobrze skomponowanych składnikach – mówi **Anna Błaszczuk**, General Manager restauracji „Poziom1959”. – Goście doceniają tradycyjne śniadania, ciasta własnego wypieku oraz aromatyczną kawę, którą można wypić na tarasie z widokiem na Giewont. Ceny? Wiele osób przyznaje, że są niższe, niż się spodziewali.



Bufet w restauracji Poziom 1959



Restauracja Poziom 1959 na Kasprowym Wierchu



### NAJWAŻNIEJSZE OBSERWACJE:

- » „Paragony grozy” to jednostkowe przypadki, nie reguła rynku.
- » Transparentność cen i wyraźne komunikowanie oferty to dziś standard.
- » Sezonowość i lokalność produktów spotykają się z pozytywnym odbiorem.
- » Turystyka krajowa – choć uzupełniana przez gości zagranicznych – nadal stanowi fundament popytu.



Taka lokalizacja niesie ze sobą spore wyzwania logistyczne związane z dostarczaniem produktów na szczyt. Woda i całe zaopatrzenie dowożone są codziennie wagonikiem kolejki linowej, którym w dół wywożone są także odpady. Kiedy w górach wieje halny, kolejka nie działa, więc restauracja pozostaje zamknięta – mówi.

Kolejnym miejscem na naszej trasie była restauracja „Harnaś”, tuż przy Dolinie Kościeliskiej. Oferuje smaczną kuchnię polską, góralską i węgierską. Ceny są przystępne – pierogi z jagodami, bryndzą, grzybami czy jagnięciną kosztują około 45 zł za 12 sztuk, a jagnięcina z rusztu to wydatek rzędu 55 zł.

Kto odwiedza dziś Zakopane? Około 70 % to turyści z Polski, a następnie Słowacji, Czech i Węgier, ale wyraźnie wzrosła liczba gości z Bliskiego Wschodu – w czerwcu stanowili nawet 10–15 % wszystkich przyjezdnych. Powód? Nowe połączenia lotnicze z Dubaju, Rijadu i Kuwejtu do Krakowa oraz rozwój oferty halal w hotelach i restauracjach.

### WNIOSKI DLA BRANŻY HORECA PRZED SZCZYTEM SEZONU

Długi weekend Bożego Ciała, a także końcówka czerwca stały się symbolicznym otwarciem sezonu letniego. Dla



restauratorów był to ważny test organizacyjny – od przygotowania zespołu, przez logistykę, po konstrukcję karty dań.

Wyraźnie widać rosnącą profesjonalizację sektora. Wzrosła też odporność gastronomii na medialne kryzysy – zamiast nerwowych reakcji, można zauważyć spójną komunikację i otwartość na dialog z gościem.

Sopot i Zakopane pokazują, że polska gastronomia potrafi funkcjonować z klasą, elastycznością i świadomością rynkową. Przed nami najintensywniejszy okres – lipiec i sierpień – który zweryfikuje przygotowanie i zdolność adaptacji branży. Jedno jednak jest pewne: sektor HoReCa jest gotowy na lato 2025. ✕

Heidi Handkowska  
Wiesław Generalczyk  
Fot. Redakcja  
„Poradnika Restauratora”



Zapraszamy  
na degustację  
**SMIAK ITALIANO**  
ul. Chmielna 7, Warszawa  
oraz do najlepszych  
supermarketów w Polsce

# Jedyny i niepowtarzalny. Speck Alto Adige\* IGP: oryginalny z Dolomitów.

Szynka delikatnie wędzona:  
**mało soli, mało dymu** i dużo  
świeżego powietrza.

\* Alto Adige



Nasz Speck Alto Adige IGP, czyli dojrzewająca szynka delikatnie wędzona, jest:



Gwarantowany przez Konsorcjum Ochrony Speck Alto Adige IGP i rozpoznawalny dzięki znakowi „Alto Adige” wytłoczonemu na skórce.



Jedyny, tak jak kompozycja przypraw, którą każdy producent nadaje osobisty akcent swej delikatnie wędzonej dojrzewającej szynce.



Kontrolowany na każdym etapie wytwarzania w tradycyjny sposób.



Uniwersalny w kuchni. Jest doskonały sam w sobie i idealny jako dodatek w niezliczonych przepisach.



Idealną symbiozą nordyckiego wędzenia i śródziemnomorskiego dojrzewania dla uzyskania łagodnego i delikatnego smaku.



Znakomitą okazją do wzrostu sprzedaży, ponieważ jego smak nie ma sobie równych wśród europejskich wędlin.



**Nie mam  
marzeń  
– mam cele.  
*I realizuję je  
szybko***



**Kacper Sawon**  
SZEFEF KUCHNI



## Rozmowa z **Kacprem Sawoniem**, szefem kuchni restauracji *Gustaw* we Wrocławiu

**Heidi Handkowska:** Pana kuchnia czerpie inspirację z XIX-wiecznej kuchni breslauerskiej. Jak wygląda proces przekładania historycznych przepisów na nowoczesny język kulinarny?

**Kacper Sawoń:** Tworząc nowe dania, rozpoczynam od analizy dawnych kart menu Breslau i staropolskiej kuchni, czerpiąc z nich inspiracje. Następnie poszukuję nowoczesnych technik w doświadczeniach najlepszych restauracji i szefów kuchni, żeby osiągnąć zamierzony rezultat. To etap intensywnych prób: przygotowuję poszczególne elementy na kilka sposobów, łącząc je w różnych proporcjach, by znaleźć idealny balans smaku, zapachu, tekstury czy strony wizualnej dania.

**Jakie znaczenie w budowaniu tożsamości restauracji Gustaw mają dla Pana lokalne produkty i sezonowość?**

To dla mnie kluczowe elementy. Najlepsze regionalne produkty znacznie ułatwiają pracę w kuchni. Wystarczy ich nie zepsuć, a jedynie wydobyć i podkreślić ich naturalne walory smakowe lub estetyczne. Sezonowość traktuję szerzej niż tylko ogólnodostępne szparagi, truskawki czy maliny. Chętnie sięgam również po takie produkty jak czosnek niedźwiedzi i jego kapary, młode pędy i szyszki sosny, młody świerk, zielone mirabelki, ale także tzw. chwasty polne. Daje nam to większe pole manewru

w tworzeniu unikalnych smaków potraw i jest formą naszej wdzięczności dla natury oraz bogactwa tego, co nam oferuje.

**W jaki sposób udaje się Panu zachować równowagę między autorską wizją a oczekiwaniami współczesnego gościa restauracyjnego?**

Nie jest dla mnie to trudne, ponieważ tworzę dania tak, jakbym przygotowywał je dla siebie. Kieruję się wyobraźnią – stawiam się w roli gościa i wyobrażam sobie jego reakcję po pierwszym kęsie. Najważniejsze są dla mnie wysokiej jakości składniki i doskonały smak.

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

Oczywiście! Dziczyzna i wysokiej jakości mięsa zawsze będą obecne w mojej restauracji, ponieważ są to produkty rzadko spotykane, a jednocześnie głęboko zakorzenione w polskiej tradycji kulinarnej. Sarnina, jelenina czy gołębie gościły na naszych stołach od wieków. Restauracja Gustaw, którą prowadzę, ma w swoim DNA bycie „restauracją z historią” – dlatego z pełną świadomością sięgam po inspiracje z kuchni staropolskiej, jak również breslauerskiej, lokalnej i dolnośląskiej.

**Jak rozumie Pan ideę „less is more” w kontekście współczesnej gastronomii i jak przekłada się ona na codzienną pracę w kuchni?**

**Czy ograniczenie liczby pozycji w menu to dziś sposób na wyrazistość i jakość, czy również reakcja na wyzwania rynku?**

Współczesna gastronomia opiera się na zasadzie „less is more”. Często przypominam o tym swojemu zespołowi, aby tworząc nowe dania, unikali nadmiernego komplikowania. Przy komponowaniu potraw kieruję się jasno określoną wizją smaku. Jeśli decyduję się na dodanie nowego elementu, szukam takiego, który idealnie pasuje i wzmocni smak, nie dominując go. Uważam, że lepiej podać na talerzu trzy elementy perfekcyjnie dopracowane smakowo i technicznie niż kilkanaście, które do siebie nie pasują. W mojej kuchni nawet dekoracje i mikroliście muszą mieć swoje uzasadnienie smakowe.

Ograniczenie liczby pozycji w menu to przede wszystkim sposób na utrzymanie wysokiej jakości produktów i serwowanych dań. Dzięki temu możemy skupić się na poszczególnych elementach potrawy i wykonać je na najwyższym poziomie technicznym.

**Czego według Pana dziś naprawdę oczekuje świadomy gość restauracyjny – poza dobrym smakiem?**

Narracja – czyli opowieść o produktach, które trafiają do menu, i ich pochodzeniu – staje się coraz ważniejszym elementem kulinarnego doświadczenia. Goście chcą poznać historię miejsca, w którym

### Kacper Sawoń

- » Szef kuchni restauracji Gustaw we Wrocławiu.
- » Swoją kulinarną karierę rozpoczął w rodzinnych stronach – w restauracjach na Mazurach. Następnie zdobywał doświadczenie m.in. w restauracji Boreczna w Górach Sowich, warszawskiej Epoce wyróżnionej przez przewodnik Michelin, a także w renomowanych, gwiazdkowych lokalach: Bottiglieria 1881 w Krakowie oraz Hub Praga w Warszawie.

znajduje się restauracja. Pragną być zaskakiwani – czasem smakiem, innym razem formą podania czy sposobem prezentacji potraw.

Poszukują także emocji. Oczekują ich na talerzu, w atmosferze lokalu oraz w relacjach z osobami, z którymi dzielą posiłek. Jedzenie przestało być jedynie sposobem na zaspokojenie podstawowych potrzeb – dziś to przede wszystkim potrzeba doświadczania: smaków, aromatów, wizualnych kompozycji oraz klimatu miejsca, które tworzy spójną i zapadającą w pamięć całość.

**Jak wygląda współpraca w Pana zespole?**

**Czy tworzenie dań to proces indywidualny, czy**

**raczej kolektywna praca kuchni?**

Kiedy tworzymy nowe dania, wszyscy szukamy inspiracji. Każdy kucharz może zaproponować danie, składnik, metodę obróbki czy przygotowania, z których moglibyśmy skorzystać. Nawet jeżeli jeszcze nigdy czegoś takiego nie robił. Wspólnie zastanawiamy się nad tym, jak wykorzystać technikę, której jeszcze nie stosowaliśmy. Szukamy produktów i przygotowujemy je na kilka sposobów. Daję swojemu zespołowi dużo swobody, aby pokazali mi, jak obchodzą się z danym produktem. To wspaniałe, pozwalać im tworzyć nowe rzeczy i zaszczeniać w nich ciekawość. Obserwuję i oceniam te propozycje, by następnie połączyć je w spójną całość.

**Jaki ma Pan model zarządzania? Chętnie deleguje Pan zadania?**

Tak i uczę odpowiedzialności.

Jeśli kucharz odpowiada za daną sekcję,

najważniejsze, aby miał wszystko przygotowane i produkcja została zrealizowana. Zawsze przed serwisem ja lub mój zastępca próbujemy gotowych elementów, żeby upewnić się, że wszystko jest zgodne z naszymi oczekiwaniami i ustaleniami.

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

Przede wszystkim na pasję do gotowania – to fundament, od którego zależy zarówno rozwój pracownika, jak i całej restauracji. Kluczowe cechy, których szukam u członków zespołu, to punktualność, pokora i właśnie pasja. Zbyt duża pewność siebie często bywa przeszkodą – osoby przekonane o słuszności wyłącznie własnej wizji rzadko odnajdują się w pracy zespołowej, która w kuchni jest absolutnie niezbędna. Współpraca, elastyczność i otwartość na naukę są równie ważne, co techniczne umiejętności.

**Podobno pracownicy młodego pokolenia w gastronomii to duży problem. Trudno znaleźć odpowiednie osoby, jest duża rotacja. Z czego to wg Pana wynika?**

Wysoka rotacja pracowników młodego pokolenia w gastronomii wynika przede wszystkim z większych możliwości, jakie oferuje dziś ta branża. Często zdarza

się, że młodzi ludzie rezygnują z pracy z dnia na dzień, jeśli w innym miejscu zaproponuje się im nieco wyższe stawki – różnicę rzędu złotych czy dwóch na godzinę. Brakuje im świadomości, że na początku kariery kluczowe jest zdobywanie doświadczenia, zwłaszcza w renomowanych restauracjach, które uczą rzemiosła i kształtują warsztat.

Nie chcę jednak popadać w ton narzekania. Trzeba uczciwie przyznać, że są również młodzi ludzie, którzy to rozumieją. Wyróżnia ich pasja, otwartość i determinacja w podejściu do pracy. To właśnie takie osoby udało nam się zgromadzić w mojej restauracji – zespół, który wspólnie tworzy jakość i atmosferę miejsca.

**Jakie rady dałby Pan osobom zaczynającym pracę w kuchni? Jaką przyszłość widzi Pan dla zawodu kucharza w Polsce? Co musi się zmienić, by stał się bardziej zrównoważony – i atrakcyjny dla nowych pokoleń?**

Osobom rozpoczynającym swoją drogę w gastronomii radziłbym przede wszystkim ciężko pracować, stale się szkolić i aktywnie poszukiwać możliwości odrobienia stażu w najlepszych restauracjach – w kraju i za granicą. Kluczowe jest nieustanne dążenie do perfekcji i gotowość do nauki.

Przyszłość zawodu kucharza w Polsce oceniam jako bardzo obiecującą i coraz bardziej opłacalną.



Fot. Arch. Restauracja Gustaw





Fot. D. Zięba

Na rynku wyraźnie brakuje osób z odpowiednim doświadczeniem, a jednocześnie otwiera się wiele nowych restauracji opartych na autorskich, ambitnych koncepcjach. Coraz częściej również światowej klasy szefowie kuchni wprowadzają swoje projekty na polski rynek, odpowiadając na rosnące oczekiwania lokalnych gości. Polscy konsumenci stają się coraz bardziej świadomi – wymagają jakości, autentyczności i pełnowartościowego doświadczenia kulinarnego.

Młode pokolenie coraz częściej stawia na samorozwój i podróż,

ceniać przede wszystkim równowagę między pracą a życiem prywatnym. To wszystko wiąże się z kosztami, a gastronomią, mimo swojej pasjonującej natury, jest wymagającym zawodem – zarówno fizycznie, jak i psychicznie. To praca dla ludzi z prawdziwym zaangażowaniem i miłością do gotowania.

#### Jakie są kulinarne marzenia Kacpra Sawonia?

Zawsze powtarzam, że nie mam marzeń, mam tylko cele, które staram się realizować jak najszybciej i jak najlepiej. Stąd też rekomendacja przewodnika Michelin,

którą otrzymaliśmy już w siedem miesięcy po otwarciu restauracji. Uważam, że jak na moje 26 lat, to bardzo duże wyróżnienie, ale moje ambicje są dużo większe.

**Podczas wiosennej edycji RestaurantWeek® restauracja Gustaw została uznana za Najlepszą Restaurację w Polsce w plebiscycie gości. Zdobyła również nagrody w dwóch innych kategoriach: najlepsza przystawka i najlepszy debiut w Polsce. Co według Pana przesądziło o tym sukcesie?**

Wykorzystanie kontrowersyjnych (dla

niektórych) produktów, jak np. salceson, ciekawe, zaskakujące smaki, złożoność i struktura potraw, ale najważniejszym aspektem była obsługa, która potrafiła z zainteresowaniem odpowiedzieć o stawianych przed naszymi gośćmi daniach i odpowiedzieć na dosłownie wszystkie pytania, jakie zadawali goście w trakcie kolacji. Kluczem do tego sukcesu było to, o czym wspomniałem trochę wcześniej – zespołowa praca ludzi, zarówno na kuchni jak i na sali, pełnych pasji i autentycznego zaangażowania w to, co robią. ✕

**MARCIN KOSMALA**

Szef kuchni  
Gospoda Gryfne Gary, Opole  
Euro-Toques Polska  
www.eurotoques.pl

## **GASTRONOMIA A MITY POKOLENIOWE**

W ostatnich latach temat różnic pokoleniowych – zarówno na kuchni, jak i w sali – stał się wyjątkowo popularny. Pracownicy różnych generacji, tacy jak Baby Boomers, Millennialsi czy wchodząca na rynek pracy „Zetka”, są często przedstawiani jako grupy o odmiennych priorytetach, wartościach i podejściu do pracy. To z kolei ma rzutować na ich lojalność, dbałość o równowagę między życiem zawodowym a prywatnym oraz zaangażowanie w wykonywanie obowiązków.

Czy te różnice naprawdę istnieją, czy są jedynie mitem, który zakorzenił się w gastronomii i literaturze popularnonaukowej?

### **CO NAPRAWDĘ WPŁYWA NA ZAANGAŻOWANIE PRACOWNIKÓW?**

Zaangażowanie w pracę jest złożonym zjawiskiem, na które wpływają nie tylko czynniki organizacyjne, ale także osobiste. Relacje wewnętrzne w zespole oraz relacja z przełożonym, oparta na wzajemnym szacunku i zrozumieniu, odgrywają tu kluczową rolę.

# Różnice pokoleniowe na kuchni – mit czy rzeczywistość?

*Różnice pokoleniowe stały się popularnym tematem w świecie gastronomii, zyskując dużą uwagę dzięki licznym analizom teoretycznym dotyczącym różnych generacji. Wiedza ta miała pomagać w budowaniu relacji w zespole i tworzeniu schematów poznawczych, które ułatwiają zarządzanie personelem. Jednak czy na pewno zawsze bazujemy na faktach? Co, jeśli założenia, na jakich opieramy swoje przekonania i metody współpracy, odbiegają od rzeczywistości?*

Uprozczone postrzeganie zaangażowania przez pryzmat różnic pokoleniowych jest nieprecyzyjne, a jednocześnie może prowadzić do błędnych decyzji zarządczych. W rzeczywistości warto spojrzeć głębiej i analizować indywidualne potrzeby oraz motywacje członków zespołu, zamiast szufladkować ich na podstawie roku urodzenia.

### **MIT CZY ZDERZENIE DWÓCH ŚWIATÓW?**

Badania przeprowadzone przez uznanego psychologa pracy, dr. Wilmara Schaufeliego, obejmujące ponad 150 tys. uczestników w różnych grupach wiekowych, wykazały, że różnice międzypokoleniowe w zakresie wartości zawodowych, zadowolenia z pracy, przyczyn odejścia czy równowagi między życiem zawodowym a prywatnym są minimalne, często statystycznie nieistotne.

Owszem, warunki wychowania, dostęp do technologii i doświadczenia społeczno-ekonomiczne różnych pokoleń wpływają na pewne postawy. Jednak

fundamentalne wartości, takie jak lojalność wobec pracodawcy czy potrzeba uznania, działają podobnie we wszystkich grupach wiekowych. Co ważne – lojalność zawsze działa w dwie strony.

### **DLACZEGO TAK CHĘTNIE TWORZYMYS STEREOTYPY?**

Dlaczego zatem z łatwością odwołujemy się do pokoleniowych stereotypów? Czy to kwestia lenistwa poznawczego, które skłania nas do upraszczania rzeczywistości? A może rynek szkoleniowy i marketingowy, szukając nowych tematów, napędza popyt na takie uproszczenia?

Bez względu na odpowiedź, należałoby zastanowić się, czy nie lepiej skupić się na tworzeniu efektywnych metod współpracy, które zacierają sztuczne granice pokoleniowe. W gastronomii, gdzie kluczem do sukcesu jest praca zespołowa, liczą się przede wszystkim wzajemne zrozumienie, elastyczność i wspólna pasja. ✕

Oprac. red.



# Deserowa strona lata

*Letnia karta bez deserów? To niemożliwe. W sezonie, gdy goście chętnie sięgają po coś słodkiego, restauracje stawiają na klasyki w nowym wydaniu – od sernika po lody i lekkie kompozycje owocowe. Coraz większe znaczenie mają także desery wegańskie i bezcukrowe. Jak zaplanować słodkie menu, które zachwyci i... zwiększy średni rachunek?*

Deser od zawsze odgrywa ważną rolę w zestawieniu posiłków obiadowych – jest niczym wisienka na torcie, choć ani wisienką czy innym owocem, ani tortem być nie musi. W zasadzie do spełnienia ma dwie funkcje – smakować

tak dobrze, by gość zapamiętał jego wyjątkowość na długo i spowodować, by bez zbytniego analizowania zapłacił on rachunek – nawet ten słony. Tyle pół żartem, pół serio na temat deseru w lokalu gastronomicznym. Nie

od dziś wiadomo, że deser jest najbardziej symbolicznym daniem w restauracji, który swym wyglądem i smakiem nawiązuje do odpowiedniej, aktualnej pory roku. Sezon na owoce daje nam szczególne możliwości serwowania świeżych i pachnących deserów owocowych, z owocami, lodowych o smakach owocowych, lekkich ciast oraz mnóstwa innych. Bazą karty są klasyki – jak serniki czy ciasta typu brownie i szarlotki np. z lodami. A nowości? Ciasta bez cukru, desery wytrawne, lodowe sery i pistacjowe szaleństwo? Kto nie poeksperymentuje, o tym mówić się nie będzie.

## PATISSERIE DU CHEF®

NOWOŚCI

CIASTO Z MALINAMI  
I PISTACJAMI

- ✓ PORCJOWANE
- ✓ GOTOWE DO PODANIA  
PO ROZMROŻENIU
- ✓ BEZ SZTUCZNYCH  
AROMATÓW I BARWNIKÓW
- ✓ JAJA Z CHOWU  
BEZKŁATKOWEGO
- ✓ WARTOŚCI ODŻYWCZE  
ZGODNE Z AKTUALNYMI  
ZALECENIAMI WHO\*

\*WHO ang. Światowa Organizacja Zdrowia

CIASTO Z JAGODAMI  
I KRUSZONKĄ

READY  
TO  
SERVE

 vandemoortelepolska

 vandemoortelepolska

 vandemoortele

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

REKLAMA

## ZACNIJMY OD LODÓW

Lato bez nich nie istnieje – sezonowo lody pojawiają się w karcie restauracji, w kurortach są otwierane lodziarnie, o klienta walczą lody tradycyjne, włoskie, sorbety i wiele innych. Zdecydowana większość przedsiębiorców restauracyjnych sięga po gotowe propozycje, które umożliwiają im przygotowanie tradycyjnych deserów, zaoszczędzenie czasu i środków.

– W ofercie lodów w kuwetach, dedykowanej gastronomii, nie brakuje bestsellerów – śmietanki, czekolady, bakalii, pistacji, truskawki, wanilii czy mięty z czekoladą. Dodatkowo, w odpowiedzi na rosnące zainteresowanie owocowymi wariantami, dostępne będą również klasyczne smaki: wiśnia, malina, jagoda i inne kompozycje bazujące na naturalnych owocach – zapewnia **Piotr Gąsiorowski**, dyrektor marketingu PPL Koral. Firma ma także propozycje dla najmłodszych konsumentów. – Z myślą o najmłodszych klientach przygotowaliśmy kolorową i atrakcyjną linię smaków, w tym marshmallow, azzurro, gumę balonową oraz licencyjne hity: Barbie™ wata cukrowa i Hot Wheels™ karmel – dodaje. Z propozycji dedykowanych urlopowiczom ceniącym sobie nieco egzotyczne smaki wzorowane na drinkach trzeba wskazać lody włoskie Limoncello i tropikalne Piña colada.

Oferta firmy Grycan też prezentuje się imponująco, zarówno pod względem smaków, jak i modyfikacji opakowań.

– Nowa szata graficzna, spójna z linią lodów rodzinnych, podkreśla najwyższą jakość naszych lodów – mówi **Wojciech Kwestorowski**, dyrektor handlowy marki Grycan. – Oferta obejmuje 16 wariantów smakowych. Wśród nich znajdują się najczęściej wybierane warianty na śmietance, takie jak Lody



Waniliowe, Czekoladowe czy Truskawkowe, a ponadto propozycje dla dzieci – Tutti Frutti oraz sorbety z owoców, w tym Sorbet z Malin i Sorbet z Mango. Nasza oferta stanowi doskonałe rozwiązanie dla lokali gastronomicznych, które poszukują sprawdzonych produktów wysokiej jakości w atrakcyjnej wizualnie formie – zapewnia dyrektor. Przypomina też Czytelnikom „Poradnika Restauratora”, że w tym sezonie wprowadzono nowe, złote opakowania 5-litrowe, zaprojektowane z myślą o optymalnej ekspozycji w pionowych zamrażarkach i bonetach, co zwiększa widoczność produktów

i usprawnia pracę personelu w lokalach gastronomicznych.

## LODOWE WARIACJE – NAJCIEKAWSZE LATEM

Skoro już wiemy, jakie możliwości tworzenia deserów z udziałem lodów dają nam ich producenci, sprawdźmy, co zaciekawia innych restauratorów. O komentarz i wskazówki poprosiliśmy **Małgorzatę Figarską**, szefową gastronomii w hotelu Manor House SPA.

– Lody są zestawiane z elementami wytrawnymi, kwaśnymi, pikantnymi. Przełamywanie słodczy to trend, który doskonale wpisuje się w potrzeby bardziej świadomych gości. Na przykład nasze lody jogurtowo-wiśniowe, pojawiające się w towarzystwie miodowca z orzechami włoskimi, dodają lekkości i kwasowości do głębokiego, słodkiego deseru. Równie dobrze odbierane są lody waniliowe z dressingiem na bazie pestek dyni i czerwonego pieprzu – zaskakujące, ale harmonijne połączenie lub smażona śliwka z lodami w konfiturze świerkowej – mówi.

Dla gości otwartych na nowe, nietuzinkowe smaki, a Manor House ma takich większość, to szczególnie ciekawe propozycje.

Nie zapominajmy też o stosunkowo nowym trendzie, który opanował Europę, a mianowicie o lodach serowych! Ich popularyzatorką jest **Dominika Reich**, autorka licznych kulinarnych inspiracji.

– Lody serowe to nie tylko ciekawostka kulinarna, lecz także nowa jakość deserów coraz częściej spotykana w restauracjach z fine diningiem. Ich kremowa konsystencja, głębia smaku i nietypowe połączenia składników,





JAK DAWNIEJ

19



79



Cinnamon roll

NOWOŚCI

Popcorn  
z sosem  
karmelowym



Chwile, do których wracasz



jak figa z gorgonzolą czy żurawina z oscypkiem, mogą zaskoczyć nawet wytrawnych „lodożerców”. Co więcej, lody serowe stanowią zdrowszą i łatwiejszą do przygotowania alternatywę dla tradycyjnych słodkości. Nie znajdziemy w nich nadmiaru cukru ani sztucznych dodatków, a do ich przygotowania wystarczą blender i zamrażarka – podkreśla nasza rozmówczyni.

### SER, SEREK, SERNIK, SERNICZEK

A skoro jesteśmy już przy serach, to warto wspomnieć o jednym z nich, który w kuchni robi zawrotną karierę – o serku Philadelphia. Dlaczego tak się dzieje? O podwaliny sukcesu serka Philadelphia zapytaliśmy **Piotra Sibiela**, dyrektora ds. sprzedaży Zott Polska.

– Jedną z najistotniejszych kwestii w gastronomii jest stabilna jakość składników oraz optymalne właściwości fizyczne produktu. Dla szefa kuchni oznacza to powtarzalność receptury niezależnie od dostawy – dzieli się uwagami z „Poradnikiem Restauratora” ekspert z firmy Zott. – To dzięki temu serek Philadelphia ma pozycję marki odniesienia. Ściśle skalibrowana zawartość składników, a zwłaszcza tłuszczu i wilgoci, tworzy kremową konsystencję

i sprawia, że serek łatwo łączy się z innymi składnikami – to eliminuje ryzyko powstania grudek czy pęcherzyków. Cukiernicy cenią także niską zawartość tzw. wolnej wody. W Philadelphii jest ona doskonale powiązana z białkiem i tłuszczem. W praktyce oznacza to, że ciasta, a szczególnie serniki, nie pękają, nie rozwarstwiają się i nie zapadają się po ostudzeniu. Są gładkie, a przy tym łatwo się porcjują i dłużej zachowują świeżość – dodaje.

Wymienione zalety ciast, a zwłaszcza ich lekkość, zarówno w kwestii kaloryczności, jak i samego odczucia smaku to kolejny atut sezonowych wypieków.

### CIASTA DOSKONAŁE JAK UDANE WAKACJE

Królem wakacyjnego menu deserowego od lat jest sernik. Warto wspomnieć, że 30 lipca przypada Dzień Sernika. Pod tą nazwą kryje się mnóstwo jego wariantów, spośród których ostatnio modne stały się sernik pistacjowy i baskijski. W dodatku, jak mawiają smakosze serników, żaden sernik nie tuczy (bo jest wysokobiałkowy), więc sięgają po niego wszyscy turyści, nawet ci, którzy na co dzień skrupulatnie przeliczają kalorie.

– W sezonie letnim, gdy goście chętnie zamawiają coś słodkiego, restauracje stawiają na klasyki w nowym wydaniu. Sernik z owocami sezonowymi czy kompozycje owocowe to tylko przykłady propozycji, które mogą przyciągnąć klientów – mówi **Anna Sitkowska**, Marketing Manager Central Europe, Vandemoortele. Co jeszcze firma poleca swoim klientom, by ich goście czuli się wręcz uszczęśliwieni deserem?

– Jako firma mająca na uwadze potrzeby naszych klientów w ostatnim czasie wprowadziliśmy

na rynek kilka nowości – m.in. tartę gruszkową z polewą czekoladową, ciasto z malinami i pistacjami, ciasto z jagodami i kruszonką oraz sernik z jagodami. Jednak planując menu, nie możemy zapomnieć o klasykach, takich jak np. brownie z podwójną czekoladą, szarlotka (idealna do podania z lodami) czy truskawkowy raj. Nasza oferta obejmuje także produkty wegańskie np. ciasto bananowe – wymienia ekspertka Vandemoortele.

Znajdą się zatem odpowiednie propozycje dla konsumentów, którzy deser wyraźnie łączą z cukrem, i dla tych, którzy wolą wersje mniej słodkie, na dietach, i dla tych borykających się z alergiami.

### DROBNE A WAŻNE

Na koniec jeszcze kilka wskazówek dla restauratorów od naszych rozmówców. Król – sernik w 2025 roku – to nie tylko nowe smaki, ale także nowe formy – w słoiczku, w wersji mini, w eleganckich opakowaniach typu „to go”. Dlaczego? Bo wraz z rozwojem sektora grab&go i fast food modne są również desery w poręcznej, a jednocześnie pięknej formie. Monoporcje zyskały więc na funkcjonalności, a zarazem na wyglądzie – często przypominają desery premium, idealne do zdjęć i udostępniania w mediach społecznościowych.

Co poza tym powinno znaleźć się w deserowym menu, by przyciągnąć gości? Wszystko, co pokochają nasi klienci, a oto kilka propozycji: mini serniczki z musem z białej czekolady i yuzu, podane na chipsie z tapioki; panna cotta z mleka migdałowego z olejkiem z bazylii i truskawkami; tarta z rabarbarem i pianką z hibiskusa; mus z czerwonej porzeczki i malin z żelą różanym.

To smaki i zapachy, które jeszcze długo po opuszczeniu restauracji przez gościa będą mu się kojarzyły ze wspnianymi wakacjami! ✕

Beata Marciniczyk





**Nr 1\***  
w Europie

# Serek Philadelphia gwarancja mistrzowskiego sernika



optymalne właściwości fizyczne każdej partii



doskonałe łączenie z innymi składnikami



kremowa konsystencja i jednorodność masy serowej



mała zawartość wolnej wody



ciasto nie zapada się, nie pęka i nie rozwarstwia się



łatwe porcjowanie i dłuższa świeżość

Więcej inspiracji kulinarnych znajdziesz na [www.philly.pl](http://www.philly.pl)



/ Philadelphia Polska



@philadelphia\_pl

\* Źródło: Euromonitor International Limited, Produkty mleczne i alternatywy edycja 2025, wartość detaliczna RSP, kategoria serów do smarowania, dane z 2024 r.

**MAREK NAMYSŁOWSKI**

Członek zarządu  
Euro-Toques Polska  
www.eurotoques.pl  
Klinika Uzdrawiskowa  
„Pod Tężniami”, Ciechocinek

Gastronomia to świat nieustającej walki – z czasem, perfekcją, oczekiwaniami gości, szefa oraz presją rynku i konkurencyjnością. Obecnie kucharze, kelnerzy, menedżerowie i właściciele lokali to niejednokrotnie osoby, które żyją w ciągłym napięciu. Sukces zależy od tysięcy drobnych decyzji, umiejętności współpracy i odporności psychicznej. Gastronomia to nie tylko smak i estetyka potraw, lecz także logistyka, organizacja pracy, zarządzanie zespołem i radzenie sobie z emocjami.

**EUSTRES I DYSTRES  
– DWIE STRONY STRESU**

Według koncepcji Hansa Selye, stres może być pozytywny (eustres) i negatywny (dystres). Ten pierwszy motywuje, pozwala się rozwijać. Drugi prowadzi natomiast do wypalenia, czyli emocjonalnego, fizycznego i psychicznego wyczerpania.

Gastronomia pełna jest stresorów: nadmierna rywalizacja, brak stabilności zatrudnienia, różnorodne formy umów,

# Stres

## i wypalenie zawodowe

Życie człowieka pełne jest niespodzianek i sytuacji, które potrafią nas zaskoczyć. Jedne są źródłem radości i ekscytacji, inne przytłaczają i prowadzą do zmęczenia psychicznego. Wśród tych drugich na pierwszym miejscu często znajduje się stres – stan trudny do zaakceptowania, nie sposób go jednak uniknąć. Pojawia się w relacjach rodzinnych, społecznych, a szczególnie zawodowych. W tym tekście przyjrzymy się stresowi i wypaleniu zawodowemu w branży gastronomicznej – środowisku, które potrafi być równie fascynujące, co wykańczające.

praca w święta i weekendy, przeciążenie obowiązkami, nieustanna ocena przez gości oraz niesprzyjające warunki fizyczne. W takim środowisku nietrudno

o zagubienie i utratę równowagi psychicznej.

**JAK RADZIĆ SOBIE  
ZE STRESEM?**

W pierwszej kolejności trzeba poznać siebie i właściwie nauczyć się reagować na bodźce, które nas atakują. Każdy ma swoją drogę i metodę radzenia sobie ze stresem. Kluczowe jest, by stanąć twarzą w twarz z problemem i wdrożyć odpowiednie działania pozwalające zminimalizować negatywne emocje, a w konsekwencji zachować równowagę i – co najistotniejsze – miłość do gotowania.

**GASTRONOMIA:  
PASJA CZY  
POŚWIĘCENIE?**

Gastronomia to nie tylko pasja – to także ogromne poświęcenie.





Pracownicy często muszą rezygnować z życia rodzinnego, czasu wolnego, a nawet zdrowia. Praca po 70 godzin tygodniowo, presja czasu, ocena gości i właścicieli, wymagania kierownictwa – wszystko to prowadzi do wysokiego ryzyka zawodowego wypalenia. Brak możliwości rozwoju, wsparcia zespołu czy zrozumienia potęguje problem.

Gdy nie nauczymy się rozładowywać stresu, proces wypalenia przychodzi niepostrzeżenie.

### OBJAWY WYPALENIA ZAWODOWEGO

Wypalenie zawodowe objawia się zniechęceniem, izolacją, problemami zdrowotnymi, drażliwością, spadkiem efektywności, sięganiem po używki. Pojawia się cynizm, obojętność,

niekiedy agresja. Zespół traci energię, goście wyczuwają napięcie, a cały system restauracji zaczyna się sypać.

### JAK ZAPOBIEGAĆ WYPALENIU?

Psychologowie wskazują kilka kluczowych działań: samoświadomość, asertywność, odpoczynek, dobra organizacja pracy, aktywność fizyczna oraz pielęgnowanie pasji. Pasja przypomina, po co się to wszystko zaczęło.

Ważne jest dbanie o siebie zarówno psychicznie, jak i fizycznie – poprzez sport, podróże, rozmowy z bliskimi, spacerować na świeżym powietrzu. Czasem rozwiązaniem jest przerwa i nowy start, bo nikt nie jest niezniszczalny. Każdy

z nas potrzebuje wyzwań i nowych bodźców, by rozwijać kreatywność. Rutyna zabija tę kreatywność – a bez niej gastronomia traci sens.

### PODSUMOWANIE

Wypalenie zawodowe w gastronomii to realne zagrożenie, ale też wyzwanie, z którym można sobie poradzić. Należy nauczyć się słuchać siebie, reagować na sygnały alarmowe i dbać o rozwój nie tylko zawodowy, lecz także osobisty. Wtedy restauracja i kuchnia, zamiast być miejscem stresu, znów staną się przestrzenią pasji, twórczości i spełnienia – a jednocześnie budowania więzi wewnątrz zespołów oraz z gośćmi. ✕

Oprac. red.

# XXV GALA

Ogólnopolskie Spotkanie Czołowych Postaci Świata FMCG i HoReCa

## 25.09.25

Poznań



# Profesjonalne wyposażenie baru: efektywność, higiena, oszczędność

*Bar to dziś znacznie więcej niż miejsce serwowania napojów. W nowoczesnej gastronomii odgrywa rolę centrum operacyjnego, sceny dla barmana, strefy interakcji z gościem i co bardzo istotne – motoru sprzedaży. To właśnie tu klienci zamawiają espresso o poranku, lemoniadę w ciągu dnia i koktajl z autorskiej karty wieczorem. Aby zagwarantować jakość, odpowiednie tempo pracy i zysk, potrzebne jest jednak niezawodne zaplecze techniczne.*

## MAGIA MIEJSCA

Sukces baru to przede wszystkim barmani i ich doskonały kontakt z gośćmi. Miejsce to może stać się centrum zabawy i relaksu, sprzyja rozmowie i gromadzi miłe towarzystwo. Goście przyglądają się pracy personelu, zadają pytania, robią zdjęcia. Dziś jednak styl i umiejętności barmanów nie wystarczą, by bar działał efektywnie, ergonomicznie i nowocześnie. Sama przestrzeń, jej estetyka i funkcjonalność, również odgrywają istotną rolę, tworząc przyjemny klimat i usprawniając pracę. Na rynku nie brakuje zarówno projektów zaskakujących wizualnie, jak i ciekawostek technologicznych, które nie tylko pomagają tworzyć wygodne stanowisko pracy, lecz także zapewniają sprawną obsługę klientów. To bardzo ważne, by mogli oni poczuć się w tym miejscu komfortowo.

– W barze liczy się każda sekunda. Dobry sprzęt to nie luksus,

lecz konieczność. Profesjonalna kostkarka czy szybka zmywarka to urządzenia, które pozwalają nam skupić się na gościach, a nie na walce z zapleczem. Sprzęt musi być intuicyjny, niezawodny i łatwy do utrzymania w czystości – mówi pan Tomasz, head bartender w jednej z warszawskich koktajlowni. – Właściwie dobrana technologia naprawdę skraca czas przygotowania drinka i minimalizuje straty. Przy dużym ruchu to klucz do utrzymania jakości i rytmu pracy.

## PLANOWANIE I ERGONOMIA

Zanim wybierzemy urządzenia, należy przemyśleć układ i funkcjonalność baru. Im krótsze odległości między najczęściej używanymi strefami (np. zmywakiem, ekspresem do kawy, chłodziarkami), tym szybsza obsługa i mniejsze zmęczenie personelu. Kluczowe strefy, w zależności oczywiście od specyfiki lokalu, to strefa

przygotowania napojów gorących (ekspres, młynek, dyspenser wody, chłodziarka na mleko), strefa zimnych napojów i koktajli (blendery, shakery, kostkarki do lodu, coolery na owoce i dodatki), strefa piwna (podblatowa chłodziarka do szkła, system nalewczycy z chłodzeniem przepływowym), czy wreszcie strefa zmywania (kompaktowa, szybka zmywarka z odpowiednim systemem suszenia). Ergonomia w przypadku rozplanowania i wyboru urządzeń oraz odległości oznacza wygodę pracy, ale też oszczędność czasu – a w gastronomii każda sekunda przekłada się na wydajność i zysk.

– Kuchnia i bar to dziś naczynia połączone – gość nie widzi podziału, oczekuje spójnego doświadczenia. Jeśli bar ma działać na poziomie, potrzebuje takiego samego wsparcia technologicznego, jak kuchnia. Zmywarka musi pracować w tempie serwisu, chłodziarki do szkła muszą być precyzyjne, a blender nie może się zatrzymać po 20 koktajlach – mówi pan Marcin, szef kuchni i współwłaściciel nowoczesnego bistro z autorskim barem w Lublinie. – Inwestycja w profesjonalny sprzęt barowy to nie koszt, to narzędzie, które pracuje na jakość, czas i wizerunek.

Trzeba jednak zaznaczyć, że nie każde urządzenie będzie odpowiednie dla każdego lokalu. Przy wyborze sprzętu barowego warto wziąć pod uwagę: charakter miejsca (np. kawiarnia, bar koktajlowy, pub, klub, bistro), rodzaj i tempo





z miłości do  
*Zmywania*

winterhalter®

# Wynajmij

profesjonalną zmywarę  
gastronomiczną



**Najwyższej jakości  
zmywarki.**

Całkowicie niezawodne.  
Ekonomiczne. Ergonomiczne  
i łatwe w obsłudze.



## Dlaczego warto?



Umowa bez pośredników



Brak inwestycji na start



Gwarancja i serwis przez  
cały okres najmu



Bezpłatna dostawa, montaż  
i konfiguracja

**Sprawdź ofertę dla swojego biznesu:**  
[wynajmijzmywarke.pl](http://wynajmijzmywarke.pl)



**wynajmij  
zmywarke<sup>pl</sup>**



serwisu – bar z wysoką rotacją gości potrzebuje urządzeń o dużej wydajności, dostępność przestrzeni (urządzenia podblatowe, narożne, mobilne), a także sezonowość – (w przypadku działalności sezonowej opłaca się szukać sprzętów łatwych do konserwacji i przechowywania). I wreszcie czynnik, o którym nie można zapominać, czyli koszty eksploatacji – droższy sprzęt może oznaczać niższe zużycie energii, mniej awarii i większą trwałość. Na pewno dobrym kierunkiem jest wybór urządzeń od renomowanych producentów, z wygodnym serwisem, czasami również z możliwością wynajmu lub leasingu (szczególnie przy otwarciu nowego lokalu).

### TECHNOLOGIA, KTÓRA PRACUJE I NOWOCZESNOŚĆ, KTÓRA SIĘ OPŁACA

Najważniejszym elementem jest sam bar – z wygodnymi hokerami dla gości i funkcjonalną przestrzenią pracy po drugiej stronie. Błaty robocze oraz sprzęty coraz częściej powstają ze stali nierdzewnej, wytrzymałej i łatwej w czyszczeniu. W blat wpuszczony jest jeden lub więcej zlewów, w pobliżu powinna znaleźć się też wyparzarka do szkła oraz ociekacze

i zraszacze do sprzętu barmańskiego. Profesjonalna zmywarka w takim miejscu to konieczność. Zdaniem **Marcina Wajdy**, Dyrektora Marketingu i Komunikacji Winterhalter Polska, w nowoczesnym barze zmywarka to nie zaplecze, to pełnoprawny członek zespołu. Cichy, szybki i niezawodny, zawsze gotowy wejść do akcji w rytmie pracy barmana. – Zresztą, niektórzy z naszych klientów sami zwracają uwagę na to, że zmywarka myje szkło szybciej, niż oni są w stanie przygotować koktajl! I dokładnie tak jest. W niecałe dwie minuty naczynia są nie tylko idealnie czyste, lecz także suche i gotowe do ponownego użycia, bez potrzeby polerowania – dodaje.

W barze liczy się komfort pracy, dlatego wybierając zmywarę, warto zwrócić uwagę zarówno na modele podblatowe z krótkimi cyklami pracy, jak i na systemy oszczędzania wody i energii czy funkcje samoczyszczenia i niskiego poziomu hałasu. Z kolei kostkarki o dużej wydajności (nawet do 40-60 kg lodu na dobę) pozwalają uniknąć opóźnień i strat w upalne dni, a chłodziarki do szkła (wolnostojące oraz podblatowe) poprawiają walory estetyczne i smakowe serwowanych napojów – szczególnie

koktajli i piwa. Przydatne okazać się mogą zwłaszcza modele z szybkim czasem schładzania i stabilną temperaturą pracy.

Miksowanie wspierane technologią to przede wszystkim nowoczesne blendery, m. in. z redukcją hałasu, funkcjami automatycznego miksowania i programami do różnych konsystencji (np. koktajli, smoothie, musów). Dostępne są także opcje cichego trybu, idealne do małych, otwartych przestrzeni. Usprawnić pracę w godzinach szczytu mogą ponadto rozmaite dyspensery do napojów, a ekspresy automatyczne z łatwym systemem czyszczenia i precyzyjnym procesem parzenia zapewnią stałą jakość kawy przy minimalnym zaangażowaniu personelu.

### TO NIE LUKSUS, TO STANDARD

Nowoczesny sprzęt barowy to nie tylko kwestia wygody i modnego stylu. To inwestycja, która realnie wpływa na tempo obsługi i jakość serwisu, a więc powtarzalność, estetykę i bezpieczeństwo napojów. To także w dłuższej perspektywie mniejsze zużycie wody, energii i środków chemicznych, a na co dzień higiena i bezpieczeństwo, gdyż automatyczne mycie, chłodzenie czy przechowywanie ogranicza ryzyko błędów. I wreszcie dobrze wyposażony, czysty i sprawny bar w czasach, w których klienci oczekują szybkiej obsługi, wysokiej jakości i estetyki serwisu, bezpośrednio wpływa na wizerunek marki, wzbudzając zaufanie gości. Odpowiednio dobrana do potrzeb technologia staje się dziś sprzymierzeńcem barmana. Wybierając sprzęt, warto jednak zwracać uwagę zarówno na cenę, jak i na ergonomię, efektywność, możliwości serwisowe oraz realne wsparcie w codziennej pracy. ✕

Beata Woźniak



**NOWOŚĆ**

# KINGA

## SPARCLINO

Premium Quality  
WATER DRINK



Wyjątkowa linia napojów klasy premium, która definiuje nową kategorię WATER DRINK. Harmonijne połączenie czystości wody z subtelną słodyczą owocowego soku i musujących bąbelków tworzy pełnię smaku i lekkości, wpisując się w zyskujący na popularności trend NoLo.

## Wielkopolski Kucharz Roku

17 czerwca w Villa Natura w Dolsku odbyła się jubileuszowa, dziesiąta edycja Konkursu im. Rafała Jelewskiego – Wielkopolski Kucharz Roku 2025. W prestiżowych zmaganiach kulinarnych udział wzięło 12 kucharzy z całej Polski. Tegorocznym zwycięzcą został Krzysztof Klimaszewski z Braserie Selgros w Mysiadle, zdobywając tytuł Wielkopolskiego Kuchara Roku 2025, Puchar Prezydenta Poznania oraz główną nagrodę – wyjazd na finał European Le Mans Series w Portugalii.



Na podium znaleźli się również: Kamil Tomczak, Belle Epoque (Kalisz) i Przemysław Szwak, Restauracja Modra (Wrocław). Konkursowe potrawy oceniało profesjonalne jury pod

przewodnictwem Kurta Schellera, z udziałem m.in. Marcina Budynka, Magdaleny Ossowskiej, Roberta Echausta i Dawida Wojciechowskiego. Nadzór punktowy sprawowała dr hab. Karolina Buczkowska wspólnie z sekretarzem jury, Robertem Echaustem. Wieczorną galę zwieńczyło uroczyste wręczenie 100 Motylkowych Medali, symbolizujących pasję i profesjonalizm środowiska gastronomicznego. Uroczystość uświetniła także prezentacja „Motylkowego Tortu” autorstwa Ewy Drzewickiej-Łyżwy i Pawła Mieszale. Szczególne wyróżnienie otrzymała Joanna Ochniak, uhonorowana przez Janusza Profusa, prezesa Stowarzyszenia Cukierników, Karmelarzy i Łodźiarzy RP, za wybitne zasługi dla polskiego cukiernictwa.



## Street Food Bez Tajemnic. Sosy Prymat GastroLine w akcji

Trwa gorący sezon w gastronomii – przed restauracjami i food truckami miesiące pełne pracy, wyzwań i kulinarnych inspiracji. Z myślą o szefach kuchni i właścicielach lokali marka Prymat GastroLine przygotowała e-book „Street Food na 100 % Smaku z Prymat GastroLine”. Publikacja prezentuje zasadę smaku 80/20, która sprawdza się w profesjonalnej kuchni – aż 80 % sukcesu dań street food wynika z 20 % kluczowych składników i decyzji. To właśnie

sosy Prymat GastroLine są tym elementem, który potrafi zbudować charakter potrawy i wyróżnić ją w menu. Dzięki praktycznym wskazówkom, recepturom i gotowym rozwiązaniom e-book pokazuje, jak serwować dania szybciej, efektywniej i z gwarancją powtarzalnego, wysokiego poziomu smaku. W e-booku znajdują się także przepisy na popularne dania, takie jak smash burger czy fish box, które pozwolą łatwo wzbogacić menu o sprawdzone hity street foodowe.





## Plakiety Przewodnika Michelin Polska 2025 wręczone

17 czerwca Wrocław na jeden dzień stał się kulinarną stolicą Polski. W zabytkowej Hali Targowej i Wrocławskim Centrum Kongresowym odbyła się uroczysta gala wręczenia Plakiet Przewodnika Michelin Polska 2025 – prestiżowych wyróżnień dla najlepszych restauracji w kraju. Wydarzenie zorganizowano z inicjatywy wyłącznego partnera przewodnika w Polsce oraz Prezydenta Akademii Gastronomicznej, Macieja Dobrzynieckiego. Największym sukcesem gali było potwierdzenie dwóch gwiazdek dla Bottiglieria 1881 z Krakowa – już trzeci rok z rzędu. Do grona gwiazdkowych

lokali dołączyła warszawska restauracja hub.praga, której szefem i właścicielem jest Witek Iwański. Obecnie Polska może poszczycić się sześcioma restauracjami z jedną gwiazdką Michelin – wszystkie utrzymały swoje tytuły: Arco by Paco Pérez (Gdańsk), Giewont (Kościelisko), Muga (Poznań), Nuta i Rozbrat 20 (Warszawa) oraz nowo dołączona hub.praga. Przyznano również cztery Nagrody Specjalne Michelin: Sztuczka, Gdańsk – Otwarcie Roku, Adriana Wójcikowska,



Vamos!, Kraków – Młody Szef Kuchni, Beata Śniechowska, Baba & Młoda Polska, Wrocław – Obsługa, Jan Winiarski i Aleksandra Harabasz, Dyletanci, Warszawa – Sommelier. Gala zakończyła się kolacją Akademii Gastronomicznej z menu degustacyjnym przygotowanym przez finalistów „Kulinarnego Grand Prix Wrocławia”: Campo Modern Grill, Między Mostami, Tarasowa i Wierzbowa 15.



## Essity rozwija produkcję w Oławie

W Oławie zakończono trzyletnią inwestycję firmy Essity, światowego lidera w dziedzinie higieny i ochrony zdrowia. W zakładzie uruchomiono cztery nowe linie produkcyjne, co zwiększyło moce

fabryki do 19 linii i pozwala wytwarzać 8 mln sztuk produktów dziennie. Nowoczesne maszyny są bardziej energooszczędne, precyzyjne i czterokrotnie szybsze niż wcześniejsze rozwiązania. Wartość inwestycji to 550 mln zł, z czego 90 % produkcji trafia na eksport. Odpowiada ona na rosnące zapotrzebowanie na produkty dla osób z inkontynencją – segment ten rośnie średnio o 12 % rocznie w Polsce i o 5 % w Europie. W kontekście starzejącego się społeczeństwa, to strategiczne wzmocnienie potencjału. Essity zatrudniło dodatkowo 70 pracowników, podnosząc zatrudnienie o 10 % i umacniając pozycję jako ważny pracodawca Dolnego Śląska. Firma stawia na rozwój kadr – w samym 2024 roku aż 10 % załogi awansowało wewnętrznie. – Inwestycja to dowód naszego zaangażowania w rozwój lokalny i odpowiedź na dynamicznie zmieniające się potrzeby konsumentów – podkreśla **Michał Kuklewski**, Country Manager Essity Polska.

## Dora Metal na europejskim podium

Marta Woźniak-Hoffmann, dyrektor generalna firmy Dora Metal, odebrała prestiżowy tytuł Ambasadora Polskiej Gospodarki w kategorii „Marka Europejska”. Firma, która rozpoczęła działalność jako lokalny producent, dziś z powodzeniem eksportuje swoje rozwiązania do krajów całej Europy. Technologia z Wielkopolski? Zdecydowanie tak – i to w najlepszym, europejskim wydaniu.



## Fine Spot Wrocław – nowa przestrzeń kulinarna od Bidfood

Na początku czerwca we Wrocławiu otwarto Fine Spot – nowoczesną przestrzeń edukacyjno-kulinarną w zabytkowej Wieży Ciśnień Borek. To miejsce stworzone z myślą o branży HoReCa, łączące szkolenia, pokazy live cooking i degustacje z udziałem topowych szefów kuchni. Pełni również ważną rolę w ramach Akademii Bidfood – autorskiego projektu edukacyjno-kulinarnego skierowanego do przedstawicieli branży gastronomicznej. Koncentruje się na rozwijaniu kompetencji zawodowych, wspieraniu rozwoju biznesowego



oraz dostarczaniu praktycznych narzędzi i skutecznych rozwiązań w prowadzeniu działalności gastronomicznej. To już czwarta tego typu lokalizacja w Polsce – po Krakowie, Poznaniu i Gdańsku.

## Wielki powrót Centrum Techniki Kulinarnej

5 czerwca na warszawskim Mokotowie ponownie zapłonął kulinarny ogień! Po kilkuletniej przerwie z impetem wróciło Centrum Techniki Kulinarnej – odmienione, nowoczesne i gotowe na nowe wyzwania! Adres ten sam – ul. Racjonalizacji 5 – ale wewnątrz? Totalna rewolucja! Symboliczne przecięcie wstęgi przez zarząd Dora Metal i Kromet, z prezesem **Janem Polcynem** na czele, otworzyło nowy rozdział w historii CTK. Miejsce, które kiedyś inspirowało, dziś powraca w jeszcze mocniejszej odsłonie. Nowe CTK to: showroom z najnowszymi rozwiązaniami polskich liderów branży – Dora Metal i Kromet, kuchnia szkoleniowa, gotowa na testy, pokazy



i szkolenia, strefa spotkań oraz konferencji, gdzie wiedza łączy się z doświadczeniem. To przestrzeń dla profesjonalistów, pasjonatów i wszystkich, którzy działają w gastronomii. „Poradnik Restauratora” uczestniczył w tym wydarzeniu.

## Kongres Szefów Kuchni i Restauratorów – program



Kongres Szefów Kuchni i Restauratorów odbędzie się 7 października w EXPO XXI Warszawa. Na scenie pojawią się m.in. Karol Okrasa, Jurek Owsiak, Adam Chrzastowski i Ernest Jagodziński. Zaplanowano też debaty poświęcone tematom, takim jak praca w gastronomii oczami młodych kucharzy oraz rola influencerów w promowaniu konceptów gastronomicznych. Po każdej z nich będzie można zadawać pytania uczestnikom i wchodzić z nimi w dyskusję. Po raz pierwszy organizatorzy Kongresu oddają również głos młodemu pokoleniu. – Na Kongresie mamy okazję spotkać się z szefami kuchni, restauratorami, kucharzami, managerami restauracji oraz właścicielami kawiarni i cukierni, by spojrzeć wspólnie



i pewnie w przyszłość. Nasze wydarzenie łączy unikalną na polskim rynku HoReCa formułę konferencji i targów, ale przede wszystkim dostarcza branży gastronomicznej platformę spotkań i wymiany myśli – mówi **Agnieszka Huszczyńska** z ramienia KSKiR. Udział w kongresie jest bezpłatny dla przedstawicieli gastronomii. Rejestracja jest obowiązkowa – [www.kongresszefowkuchni.pl](http://www.kongresszefowkuchni.pl).



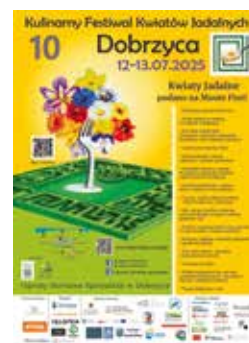


## Obudź śniadania w swoim hotelu – Podhale zainspirowane

11 czerwca w Nosalowym Dworze w Zakopanem odbyło się kolejne spotkanie z cyklu „Obudź śniadania w swoim hotelu” zorganizowane przez firmę Bidfood. Tym razem wydarzenie skierowane było do hotelarzy z regionu Podhala i spotkało się z wyjątkowo dużym zainteresowaniem. Podczas spotkania uczestnicy mieli okazję zapoznać się z nowoczesnymi trendami w ofercie śniadaniowej, a także zaczerpnąć inspiracji z kuchni świata. Pokazy live cooking nie tylko prezentowały ciekawe pomysły na śniadaniowe menu, ale również pokazały, jak skutecznie wdrażać je w codziennej pracy operacyjnej. Atmosfera otwartości i wymiany doświadczeń sprzyjała rozmowom i integracji branży – co potwierdza, że temat śniadań zyskuje dziś na znaczeniu w strategiach hotelowych.

## Kulinary Festiwal Kwiatów Jadalnych

W dniach 12–13 lipca w Ogrodach Hortulus Spectabilis w Dobrzycy po raz dziesiąty odbędzie się Kulinaryny Festiwal Kwiatów Jadalnych – wydarzenie łączące świat gastronomii, natury i zdrowego stylu życia. W programie m.in. pokazy live cooking z udziałem szefów kuchni, wykłady ekspertów (w tym dr Małgorzaty Kalemby-Drożdż), prezentacje florystyki kulinarnej i carvingu, a także rodzinna próba bicia rekordu polski na największą zupę z liliowca. Na gości czekają również targi produktów naturalnych oraz warsztaty kulinarne i artystyczne. Więcej: [www.hortulus.com.pl](http://www.hortulus.com.pl).



## Śniadaniowa Mapa Sukcesu

FROSTA Foodservice wprowadza katalog „Śniadaniowa Mapa Sukcesu – praktyczne inspiracje dla nowoczesnej gastronomii hotelowej”. To gotowe pomysły na poranny posiłek, które wyróżniają się na tle typowych ofert. Choć przygotowanie jest proste i wygodne, same

śniadania są urozmaicone, oryginalne i wyjątkowe – zupełnie inne niż standardowa jajecznica czy kiełbaski, które wciąż królują w wielu hotelach. FROSTA kojarzona jest przede wszystkim z rybami, jednak katalog nie ogranicza się do nich. Znajdziemy tu inspiracje zarówno na wytrawne, jak i słodkie dania śniadaniowe, dostępne przez cały rok, niezależnie od sezonowości. Gastronomiczne rozwiązania zostały stworzone tak, aby nawet kucharze z mniejszym doświadczeniem mogli szybko i łatwo przygotować potrawy na wysokim poziomie. Katalog jest dostępny do pobrania na stronie [www.frostafoodservice.pl](http://www.frostafoodservice.pl).

śniadania są urozmaicone, oryginalne i wyjątkowe – zupełnie inne niż standardowa jajecznica czy kiełbaski, które wciąż królują w wielu hotelach. FROSTA kojarzona jest przede wszystkim z rybami, jednak katalog nie ogranicza się do nich. Znajdziemy tu inspiracje zarówno na wytrawne, jak i słodkie dania śniadaniowe, dostępne przez cały rok, niezależnie od sezonowości. Gastronomiczne rozwiązania zostały stworzone tak, aby nawet kucharze z mniejszym doświadczeniem mogli szybko i łatwo przygotować potrawy na wysokim poziomie. Katalog jest dostępny do pobrania na stronie [www.frostafoodservice.pl](http://www.frostafoodservice.pl).

## Bocuse d'Or Poland 2025 – finaliści wybrani

16 czerwca w Chefs Atelier by Chefs Culinar odbyła się preselekcja do polskiego finału edycji 2025. Kandydaci zaprezentowali autorskie dania przed Komitetem Wykonawczym w składzie: Adam Chrzastowski, Kurt Scheller i Paweł Kałuski. Po ocenie wyłoniono sześciu finalistów: Mateusz Cheda (Hotel Binkowski Resort, Kielce), Łukasz Marcinkowski (Très Bien Event Food Catering, Warszawa), Tomasz Purol (White Marlin, Sopot), Patryk Studziński (Puro Hotel Halicka, Kraków), Błażej Szczepański (Biołi Trus, Sulęczyń), Kamil Tłuczek (Restauracja Patio Grand Hotel Boutique, Rzeszów). Finał krajowy odbędzie się 6 listopada w Krakowie w trakcie Targów HoReCa. Finaliści będą mieli 5 godzin i 35 minut na przygotowanie: dania na talerzu

z kaczka i podrobami, dania na platerze z polędwicą wołową i dodatkami roślinnymi oraz nowości edycji – jednogarnkowego dania na bazie żytniej mąki, wędzonego twarogu i jaj. Zwycięzca będzie reprezentował Polskę podczas europejskiej selekcji Bocuse d'Or w 2026 r. To szansa na wejście do kulinarnej elity i międzynarodową karierę.



## NOWOŚĆ DLA HORECA! FRYTKI TWISTERS DOSTĘPNE WYŁĄCZNIE W OFERCIE BIDFOOD

Frytki Twisters to efektowna propozycja w kształcie spirali, która zaskoczy gości. Dzięki przyprawionej panierce są chrupiące na zewnątrz i miękkie w środku. Wstępnie smażone i szybko zamrożone zachowują pełnię smaku oraz perfekcyjną teksturę. Gotowe w zaledwie 2,5 minuty – idealne do podania na miejscu i na wynos. Można je zamówić na e-bidfood.pl.



**Bidfood (Farutex Sp. z o.o.)**  
kontakt@farutex.pl  
www.bidfood.pl

## HARISSA – AROMATYCZNA ESENCJA KUCHNI PÓŁNOCNOAFRYKAŃSKIEJ

Harissa iQUE RICO! to intensywna, pikantna pasta, która wywodzi się z Tunezji. Jej podstawą są papryczki oraz aromatyczne przyprawy. Wzbogacona octem, który nadaje jej wyrazistego, lekko kwaskowatego charakteru, wyróżnia się głębokim, pikantnym smakiem. Ma wszechstronne zastosowanie. Doskonale nadaje się do marynat do mięs, ryb oraz warzyw, nadaje im charakterystyczny, orientalny smak. Świetnie komponuje się z zupami i gulaszami. Odrobina Harissy dodana do sosu pomidorowego zapewni daniom wyrazistość. W kanapkach i burgerach może zastępować klasyczne sosy. Pasta Harissa jest dostępna w słoiczkach 225 ml oraz w puszcze 850 ml.



**Greek Trade Sp. z o.o.**  
tel.: 12 345 26 55  
www.greektrade.com.pl

## NOWE SMAKI OD KORAL

Z nowych smaków przygotowanych specjalnie na sezon 2025 marka Koral proponuje orzeźwiające włoskie Limoncello oraz karaibski smak Piña colada, które dołączają do oferty lodów inspirowanych egzotycznymi drinkami. W ofercie lodów Koral w kuwetach nie zabraknie również tradycyjnych, uwielbianych przez klientów smaków, takich jak: śmietanka, czekolada, bakalia, pistacja, truskawka, wanilia czy mięta z czekoladą. Deser urozmaicią smaki owocowe: wiśnia, malina, jagoda i inne. Specjalna oferta dla najmłodszych obejmuje kolorowe pyszne smaki, w tym marshmallow, azzurro, guma balonowa czy lody Barbie™ wata cukrowa i Hot Wheels™ karmel. Pełen Katalog HoReCa jest dostępny do pobrania na stronie www.koral.com.pl.



**PPL Koral Sp.j.**  
tel.: 17 860 93 33  
www.koral.com.pl

## GOCHUGARU PAPRYKA GRYŚ PRYMAT GASTROLINE

Gochugaru papryka gryś to grubo zmielona papryka chili o charakterystycznym ostro-słodkim, lekko wędzonym smaku oraz intensywnym aromacie. Jest nieodłącznym składnikiem kuchni koreańskiej, niezbędnym do przygotowania tradycyjnego kimchi, ale także doskonałym dodatkiem do zup, sosów, marynat i sałatek. Wyróżnia się umiarkowaną ostrością, która podkreśla smak potraw, nie dominując ich. Dzięki swojej formie gryś zachowuje naturalną świeżość i głęboki aromat, co czyni ją idealną przyprawą do szerokiego wachlarza dań, od klasycznych koreańskich przepisów po kreatywne kulinarne eksperymenty.



**Prymat Sp. z o.o.**  
tel.: 32 473 38 33  
www.prymatgastroline.pl

## NOWE MENU BURGEROWE OD FROSTA FOODSERVICE

Producent wprowadza dwa wyjątkowe produkty dla sektora street food. Burger buraczkowy w większej gramaturze (130 g) jest niespotykaną alternatywą dla wołowiny, zachwycając smakiem nawet zatwardziałych mięsożerców! Doskonały serwowany samodzielnie lub jako intrygujące uzupełnienie mięsnych dań. Burger rybny z soczystego fileta przełamuje konwencję dzięki delikatnej panierce – to klasyka w odświeżonej, lekkiej wersji. Oba produkty łączą jakość z prostotą przygotowania, stanowiąc idealne rozwiązanie dla lokali ceniących szybką obsługę bez kompromisów smakowych.



**FROSTA Sp. z o.o.**  
tel.: 52 360 67 70  
www.frostafoodservice.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 koszyk 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





# ŚWIETNA KAWA bez stresu

Znalezienie doświadczonych baristów jest wyzwaniem - ale serwowanie doskonałej kawy już nie. Dzięki intuicyjnej obsłudze i automatyzacji, Mytico pomaga zespołowi w łatwym przygotowaniu kawy o najwyższej, stałej jakości - niezależnie od tego, czy są to doświadczeni profesjonaliści, czy nowi pracownicy.



Dowiedź się więcej na  
[mytico.franke.coffee](https://mytico.franke.coffee)

**FRANKE**

# GRYCAN®

L O D Y O D P O K O L E Ń

ZAMÓW  
JUŻ DZIŚ



OFERTA LODÓW  
GASTRONOMICZNYCH

