

**22. ROK**

PORADNIK RESTAURATORA

LUTY 2021 (02/258)OGÓLNOPOLSKI MIESIĘCZNIK
BRANŻOWY DLA GASTRONOMIINAKŁAD KONTROLOWANY
ISSN 1508-6194

WYDANIE SPECJALNE

DRODZY SZEFOWIE KUCHNI, RESTAURATORZY I PRACOWNICY GASTRONOMII

Po raz drugi w ponad dwudziestoletniej historii Poradnika Restauratora zdecydowaliśmy, że pierwszą stroną naszego miesięcznika poświęcamy temu, co w naszej ocenie w obecnej sytuacji jest najważniejsze dla całej branży HoReCa. Niemal od roku gastronomii żyje w niepewności – na zmianę zamrażana i odmrażana...

Rozumiemy Wasze wybory, że niektórzy z Was postanowili otworzyć lokale mimo trwających obostrzeń sanitarnych i grożących kar finansowych.

Rozumiemy desperację i decyzje o postawieniu wszystkiego, co macie, czego się przez lata dorobiliście, na jedną kartę.

Mamy świadomość, że nie otwieracie lokali dla poklasku, dla lajków na Facebooku, dla notek w lokalnej prasie.

Wiemy, że robicie to dla innych – dla swoich pracowników i ich rodzin, dla firm, które dostarczają Wam produkty, a także, a może przede wszystkim dla Waszych Gości, którzy wspierali Was podczas lockdownu.

Zdajemy sobie sprawę, że otwarcie lokalu w warunkach reżimu sanitarnego oznacza mniej stolików, mniej serwisów, ale zdecydowanie więcej wysiłku, pracy i nakładów finansowych.

Jesteśmy przekonani, że rozważyliście wszystkie „za” oraz „przeciw” i podjęliście decyzję świadomie.

Rozumiemy też tych przedsiębiorców branży gastronomicznej, którzy zdecydowali się czekać na oficjalne otwarcie przez rząd, którzy nie chcą ryzykować kar finansowych, których być może nie stać na rozpoczęcie działalności w tak niepewnym czasie.

Znaleźliśmy się jako branża w głębokim kryzysie. Wiemy, że rynek gastronomiczny ulega rozdrobnieniu, a koszty krachu są niepoliczalne...

Ale patrząc w przyszłość z optymizmem (czytaj str. 4 analiza uznanej amerykańskiej firmy Bisnode) wierzymy, że jeszcze w tym roku wszystko wróci do normalności. I tego sobie i Wam życzymy.

Czekamy na Wasze maile i telefony.

Zapraszamy do lektury oraz na naszą stronę www.poradnikrestauratora.pl i do naszego newslettera oraz na Fb i Ig.

Wiesław Generalczyk
WydawcaHeidi Handkowska
Redaktor Naczelna

BEZPIECZNIE W TWOJEJ RESTAURACJI!



Wybierz przepływową lampę do dezynfekcji powietrza
i zadbaj o zdrowie swoich gości!

LAMPA UV-C
DM-3359

- ✓ skuteczna dezynfekcja
- ✓ technologia UV-C
- ✓ niszczy wirusy (np. SARS-CoV-2), bakterie i patogeny
- ✓ niweluje ryzyko zakażenia
- ✓ możesz używać w obecności osób, zwierząt i roślin

SKONTAKTUJ SIĘ Z NAMI:
HANDLOWY@DORA-METAL.PL
TEL. +48 67 255 20 42



ZOBACZ
ONLINE

www.dora-metal.pl



W NUMERZE

Temat miesiąca

4 Podsumowanie roku 2020 w branży HoReCa
w Polsce i prognozy na 2021.

6 Otwierać? Nie otwierać? Oto jest pytanie

Prezentacje

12 Rozmowa z: Teo Vafidis

16 Rozmowa z: Jacek Abramowski

Od kuchni

19 Marketing: Nie mieliśmy innego wyjścia

20 Menu: Kawa na mieście w czasach pandemii

23 Marketing: Co czeka branżę delivery w 2021 r.?

26 Menu: Walentynki na wynos

29 Wyposażenie:

Okap – funkcjonalność ponad wszystko

32 Wyposażenie: Ciągi wydawcze

– ułatwienia dla gości i obsługi

34 Marketing: Czy kuchnia roślinna znajdzie w Polsce
szersze grono zwolenników?

36 4 koła gastronomii: Autonomiczna jazda w pracy
dostawców żywności

W kadrze

37 Wydarzenia

38 Nowości na rynku gastronomicznym

BEZPŁATNY 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./fax (61) 852 08 94
www.poradnikrestauratora.com.pl
e-mail: redakcja@poradnikrestauratora.com.pl

Prezes Wydawnictwa:
Wiestaw Generalczyk

Dyrektor Zarządzający:
Wojtek Generalczyk
wojtekg@poradnikhandlowca.com.pl

Redaktor Naczelna:
Heidi Handkowska
heidih@poradnikrestauratora.com.pl

Redakcja:
Edyta Wasielewska
edytaw@poradnikhandlowca.com.pl
Olga Tylińska
olgat@poradnikhandlowca.com.pl
Beata Woźniak
beataw@poradnikhandlowca.com.pl
Urszula Wszelaka (Warszawa)
urszulaw@poradnikhandlowca.com.pl

Stała współpraca:
Angelika Drygas, Beata Marcińczyk, Elżbieta Podolska

Dyrektor Sprzedaży i Marketingu:
Katarzyna Mikołajczak
tel. (61) 850 19 33, kasiam@poradnikhandlowca.com.pl

Dział Sprzedaży:
reklama@poradnikrestauratora.com.pl
Anita Kubiak, tel. (61) 851 37 08
anitak@poradnikrestauratora.com.pl
Katarzyna Generalczyk – kasiag@poradnikhandlowca.com.pl
Małgorzata Siuda – malgorzatas@poradnikhandlowca.com.pl
Justyna Wojciechowska – justynaw@poradnikhandlowca.com.pl
Patrik Łusiewicz – patrykl@poradnikhandlowca.com.pl

Dyrektor Organizacyjno-Administracyjny:
Zbyszek Zalewski
zbyszkoz@poradnikhandlowca.com.pl

Kierownik Administracyjno-Techniczny:
Krzysztof Napierański
krzysztofnap@poradnikhandlowca.com.pl

Kierownik Biura:
Maria Lesniewska, tel. (61) 855 70 66
marial@poradnikhandlowca.com.pl

Opracowanie graficzne:
Logo: EPM, Studio/skład: PRZECINEK s.c.

Druk: CGS, ul. Towarowa 3, Mrowino k. Poznania
Zdjęcia: Flash Press Media, SXCHU, shutterstock.com, archiwum

Redakcja nie bierze odpowiedzialności za treść reklam.

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



/poradnikrestauratora



/poradnik.restauratora



Nakład kontrolowany
ISSN 1508-6194



Organizator plebiscytu
Hermesy Kulinarne
Poradnika Restauratora

PODSUMOWANIE ROKU 2020 W BRANŻY HORECA W POLSCE I PROGNOZY NA 2021

wg uznanej amerykańskiej firmy Bisnode

Wszystko wskazuje na to, że gastronomia, wyjdzie z lockdownu drastycznie pokancerowana. Ale, jak mówią przedstawiciele branży, jeszcze tydzień, dwa, a wielu z nich musiałoby ogłaszać upadłość i kompletnie zniknąć z rynku. Zdecydowali się więc na wznowienie działalności nawet z wizją poniesienia dotkliwych konsekwencji finansowych. Te wydają się niewielkie w porównaniu ze stratami, jakie już ponieśli. Jak wskazuje globalny dostawca danych i analiz Bisnode Polska, A Dun & Bradstreet Company² co dziesiąty przedsiębiorca zawiesił działalność. Z drugiej strony statystyki mówią, że w ostatnim czasie sporo lokali właśnie rozpoczęło funkcjonowanie.

– Pomimo powszechnego lockdownu, spadku liczby klientów, zamówień i obrotów w 2020 r. polska branża gastronomiczna urosła o 2,2 tys. nowych lokali. Zarejestrowano 6,6 tys., wykreślono 4,4 tys. Co w porównaniu do roku 2019 stanowi całkowity wzrost liczby placówek gastronomicznych o 2,6% – twierdzi **Tomasz Starzyk**, ekspert Bisnode Polska, A Dun & Bradstreet Company. – Mimo wzrostu liczby placówek w skali roku kryzys w branży obrazuje liczba zawieszonych działalności. W całym 2020 r. Polacy zdecydowali się na zawieszenie

Niemal 70% ankietowanych Polaków popiera otwieranie się restauracji – wynika z badania przeprowadzonego na zlecenie Business Insider Polska przez IBRiS¹. Nieco mniej, bo 65,4% zapytanych pozytywnie odnosi się do otwarcia kawiarni. Ci przedsiębiorcy, którzy zdecydowali się na ten krok spotykają się z pozytywnymi komentarzami gości. Nadzieję niosą też pierwsze wyroki sądów. Zaczęło się pospolite rozmrażanie gastronomii.

blisko 10% spośród wszystkich działających w branży firm. Z czego trwale zbankrutowało i zostało wykreślonych 341 firm, w zawieszeniu nadal pozostaje 4861, a na rynek

powróciło w 2020 r. tylko 1516. W chwili obecnej liczbę wszystkich zarejestrowanych

Specjalnie dla Poradnika Restauratora

TOMASZ STARZYK

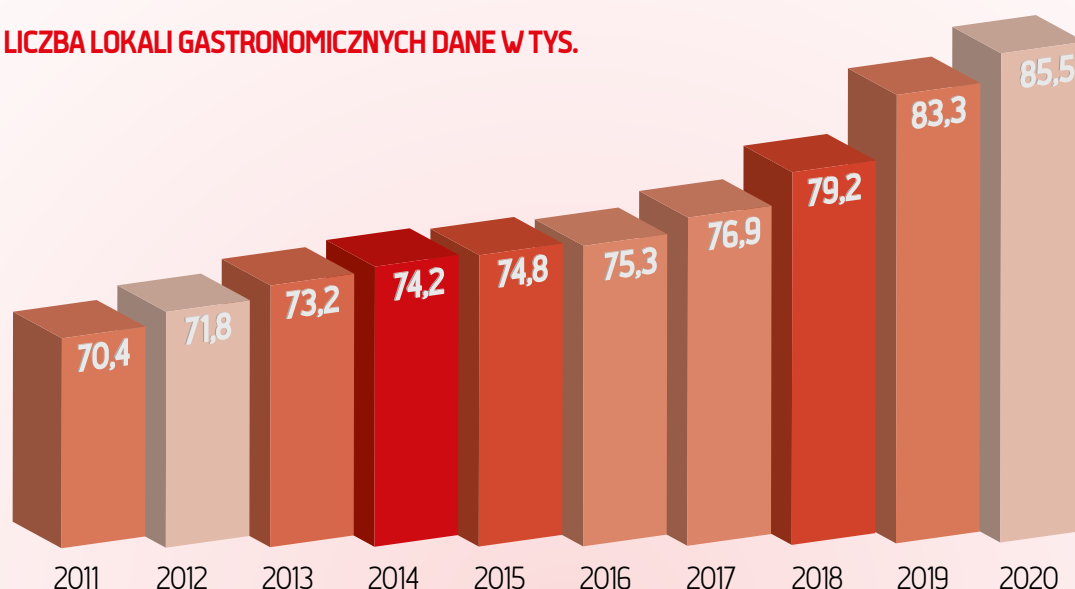
Ekspert Bisnode Polska
A Dun & Bradstreet Company



Fot. Arch. Bisnode Polska

W niedalekiej przyszłości, w kolejnych miesiącach, wraz z rosnącą liczbą szczepień, odmrożeniem gospodarki i zniesieniem kolejnych obostrzeń, a co za tym idzie wzrostem społecznego spokoju spodziewamy się kolejnego wzrostu liczby nowych punktów gastronomicznych i restauracji. Jednak wzrost ten nie będzie mieć charakteru gwałtownego i skokowego, raczej stonowany i wyważony. Dzisiaj trudno jest mówić o liczbach, jednak przekonany jestem, że nie będzie mieć charakteru dwucyfrowego.

LICZBA LOKALI GASTRONOMICZNYCH DANE W TYS.



Źródło: Bisnode A Dun & Bradstreet Company

działalności gastronomicznych w Polsce na koniec 2020 r. szacuje się na 85,5 tys. – dodaje.

Poza tym trzeba pamiętać, że kryzys dotyka przede wszystkim restauracje z najwyższej półki. Doszło do rozdrobnienia rynku.

– Porównałbym to do ataku na flotyllę marynarki wojennej, kiedy zatopione zostają okręty flagowe, a reszta małych jednostek ciągle płynie. Zadajmy sobie pytanie kto wyznacza trendy i kreuje kulinarny obraz Polski? Na trzy restauracje z gwiazdką Michelin przetrwała tylko krakowska Bottiglieria 1881 – zauważa **Adam Chrzastowski**, dyrektor kulinarny w Hotelu Arłamów, prezydent Akademii Bocuse d’Or Poland.

Są to straty, których odrobienie zajmie wiele miesięcy, jeśli nie lata. Teraz jednak najważniejsza dla gastronomii oraz pokrewnej branży noclegowej jest postawa społeczeństwa. Okazuje się, że Polacy coraz trudniej znoszą izolację. Chcą wyjeżdżać. Liczba rezerwacji szybko rośnie.

– Polacy nastawiają się na wakacyjny urlop poza domem w 2021 r. Jeśli ruszy turystyka, nie wykluczamy, że pobijemy rekord. Już teraz osiągnęliśmy poziom 2/3 rezerwacji z lipca i sierpnia 2020 r. – informuje **Natalia Jaworska**, ekspert portalu rezerwacyjnego Noclegi.pl. – Im bliżej końca obecnych obostrzeń – do 31 stycznia 2021 r., tym większe zainteresowanie wyjazdami. Przyzwyczailiśmy się do wyjeżdżania, a teraz po prostu za tym tęsknimy. Widać to w naszej ankiecie, zrealizowanej poprzez social media. Na otwarte pytanie „Dokąd chcesz wyjechać?” najwięcej osób odpowiedziało: dokądkolwiek – dodaje.

Zwłaszcza, że wielu rodaków ma jeszcze do wykorzystania bony turystyczne ważne do 2022 r., a branża kusi obniżając ceny za noclegi.

Wyjazdy turystyczne wiążą się także z uaktywnieniem działalności podmiotów gastronomicznych.

Już teraz w przypadku hoteli i pensjonatów otwarcie popiera

69,2% społeczeństwa – wynika z badania przeprowadzonego przez IBRIŚ¹. Zdecydowanie pozytywnie ocenia je 31,6%, a raczej pozytywnie 37,6%. 69,6% ankietowanych popiera otwieranie się restauracji. Nieco mniej, bo 65,4% zapytanych pozytywnie odnosi się do otwarcia kawiarni.

Jak mówi jeden z „otwartych” restauratorów jego gościom nie przeszkadza reżim sanitarny i chętnie się do niego stosują, bo rozumieją sytuację, w jakiej się znalazł cały świat. ✕

Heidi Handkowska

¹ Sondaż został przeprowadzony na zlecenie Business Insider Polska przez IBRIŚ 19 stycznia 2021 r. na grupie 1100 pełnoletnich mieszkańców Polski. Błąd oszacowania wynosi 3%. Badanie zrealizowano metodą telefoniczną, standaryzowanych wywiadów kwestionariuszowych wspomaganych komputerowo (CATI).

² Bisnode Polska. A Dun & Bradstreet Company to czołowy dostawca danych i analiz w 19 krajach europejskich. W Polsce Bisnode działa i pomaga przedsiębiorcom już od 25 lat.



Otwierać? Nie otwierać?

OTO JEST PYTANIE

Za kilka tygodni minie rok od pierwszego lockdownu gospodarki. Wiele podmiotów w tym czasie przestało funkcjonować. Gastronomia jest największą ofiarą tej sytuacji. Bo choć statystyki mówiące o liczbie zachorowań wskazują, że jest ich mniej to jednak na razie brakuje nadziei (i informacji) na pozwolenie otwarcia lokali gastronomicznych. Raz po raz „rzucane” daty: 17 stycznia, 30 stycznia, 14 luty, 31 marca, maj – okazują się nie mieć pokrycia w przekazach, jakie płyną z rządu. Fakt jest taki, że GUS po ostatnich badaniach nastrojów przedsiębiorców, podał, iż aż ponad 50% z tych, którzy działają w gastronomii ocenia swą sytuację w styczniu jako gorszą niż miesiąc wcześniej. Czy kogoś to dziwi?

KTO SIEJE ZARAŻĘ?

– Czy to u nas dochodzi do zakażeń? – pytają przedsiębiorcy branży gastronomicznej.

– Otwieranie lokali jest nie zgodne z obowiązującymi przepisami, ale przede wszystkim może

Jedni na przekór rządzącym, inni, bo nie wierzą w COVID-19, jeszcze inni, a tych jest najwięcej, z powodu dramatycznej sytuacji finansowej. Otwierają lokale, gotują i oczekują gości. I kontroli z sanepidu. Pozostali przedsiębiorcy branży gastronomicznej czekają, co będzie dalej: kiedy rząd zmieni przepisy? Kiedy pozwoli pracować? Gastronomia znalazła się między młotem a kowadłem.

prowadzić do wzrostu zakażeń, a w konsekwencji do przedłużenia obostrzeń – na pytania Poradnika Restauratora odpowiada krótko **Jarosław Rybarczyk**, główny specjalista z Biura Komunikacji Ministerstwa Zdrowia.

Nieco szerzej sprawę tłumaczy rzecznik Głównego Inspektoratu Sanitarnego.

– Każdy z typów podmiotów gospodarczych podnosi ten argument, trzeba jednak mieć na względzie, że nie zawsze owe źródło zakażenia da się jednoznacznie określić. Są badania amerykańskie, które dowodzą, że akurat lokale gastronomiczne są tymi miejscami, gdzie ryzyko

jest duże choćby z powodu tego, że siedzi się bez maseczek. Dlatego uważamy, że takie zagrożenie istnieje – mówi **Jan Bondar**, rzecznik prasowy Głównego Inspektoratu Sanitarnego.

Amerykańscy naukowcy faktycznie takie badania przeprowadzali i zawsze wśród ankietowanych chorych na COVID-19 była spora grupa osób, która wskazywała, że do zakażenia mogło dojść podczas posiłku w restauracji. Jednak dane bywają niespójne – np. w Los Angeles władze mówiły o 41% takich przypadków,



**„MAM 16 000 ZŁ
PODSTAWOWEGO
PRZYCHODZU
MIESIĘCZNIE
PRZEZ CAŁY ROK”**

*Dominik, franczyzobiorca
ze Szczecina*



Sprawdź więcej powodów,
dla których warto dołączyć do Żabki, na
WWW.5000POWODOW.PL

*Oferta ważna do 28.02.2021 i uzależniona od spełnienia określonych warunków.

SEBASTIAN KRAUZOWICZ

Head Coach & Team Manager
Poland National Culinary Team OSSKIC

Nie możemy zaakceptować tego, że jedne branże czy placówki nie zostały zamknięte, a nasze tak, i na tym najbardziej ucierpieliśmy. Dlaczego sejmowe stołówki czy tzw. Warsy w pociągach są otwarte, a restauracje nie? Do fryzjera można iść, a do restauracji, gdzie są przestrzegane wszystkie obostrzenia sanitarne, już nie. Podobnie jest z branżą fitness, która jest na skraju bankructwa, a rząd jakby o niej zapomniał.

Fot. Arch. Sebastian Krauzowicz



ale w końcu okazało się, że było ich ok. 4%. Polskich badań brak.

KONTROLA NA SPECJALNYCH ZASADACH

Zdesperowani przedsiębiorcy, na których spoczywa nie tylko utrzymanie własnego biznesu, ale także pracowników, ich rodzin, a pośrednio także kooperantów, zdecydowali się na dołączenie do akcji #otwieraMY. W momencie kontroli – podważają podstawy prawne.

– Nie robimy nic wbrew prawu. Nie ma ustawy. Jest tylko rozporządzenie. Ja i moja marka już zostałem ukarany spadkiem obrotów – mówi **Piotr Piotrowski**, właściciel SteakHouse Evil.

Rzecznik GIS przytacza odpowiednie akty.

– W tym przypadku zastosowanie mają przepisy epidemiczne, czyli znowelizowanej ustawy epidemicznej (Ustawa o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych oraz wywołanych nimi sytuacji kryzysowych – przyp. red.) oraz przepisy rozporządzenia Rady Ministrów. W przypadku przedsiębiorców, którzy łamią ograniczenia nakładane są kary administracyjne od 10 do 30 tys. zł. Oczywiście

gastronomia może działać w trybie „na wynos”, a więc w grę wchodzi także standardowe przepisy związane z bezpieczeństwem żywności – podkreśla **Jan Bondar** i przypomina, że inspektor sanepidu jest funkcjonariuszem publicznym.

– Zwracam uwagę, że utrudnianie pracy inspektora sanitarnego jako osoby kontrolującej, a więc upoważnionej do takiej kontroli jest działaniem niezgodnym z prawem. Zastosowanie mogą mieć wówczas przepisy dotyczące funkcjonariuszy publicznych, którzy podlegają szczególnej ochronie – dodaje rzecznik prasowy GIS.



MARIUSZ GACHEWICZ

Szef Kuchni
Zamek Gniew

Rząd zrobił źle, zamykając restauracje. Wyjściem z sytuacji byłoby ich otwarcie z zachowaniem reżimu sanitarnego, tak jak to było przez pewien czas. Niestety Polacy często nie znają umiaru i zaczęli organizować większe imprezy, wesela. Może gdyby tego nie robili, to udało się nam jakoś utrzymać na rynku. Chyba też zabrakło konsekwencji w przestrzeganiu ograniczeń.

Fot. Arch. Mariusz Gachewicz

Jedną z osób, które dostały najwyższy wymiar kary, jest **Dawid Zmyślony**, właściciel Black Dave Restaurant w Ostrowie Wlkp. Otworzył swoją restaurację 17 stycznia. Tego samego dnia odwiedził go sanepid w asyście policji. Na efekty długo czekać nie musiał. Dwa dni później otrzymał decyzję. 30 tys. zł kary. Mimo to nie zdecydował się zamknąć swojego biznesu i do dzisiaj przyjmuje gości. Z formalnego punktu widzenia są jednak testerami, którzy przychodząc do restauracji, podpisują umowę o dzieło. Jak zaznacza, z racji tego, że restauracja zaczęła działać dopiero w 2020 r., nie dostał żadnej pomocy z PFR. Załapał się tylko na 5 tys. zł dotacji i postojowe, ale to nie wystarczyło nawet na tygodniowe opłaty.

OTWIERAJĄ, BO MUSZĄ I CHCĄ

W całej Polsce – od Szczecina po Białystok, od Zakopanego po Trójmiasto – wszędzie słychać więc głosy restauratorów, którzy decydują się na desperacki krok. Różne źródła podają odmienne dane co do liczby otwartych lokali. Jan Bondar z GIS twierdzi, że w skali kraju jest ich zaledwie kilkadziesiąt.

– W Polsce jest około 80 tys. lokali gastronomicznych typu otwartego. Z tego ponad 40 tys. to tzw. mała gastronomia. Według

naszych kontroli, a w ciągu ostatnich dni są ich tysiące, mówimy o kilkudziesięciu lokalach typu restauracje, bary, których właściciele zdecydowali się na otwarcie. Warto brać pod uwagę tę skalę. Według naszej wiedzy większość tych lokali, które oznaczone zostały jako otwarte dla gości z zewnątrz w rzeczywistości nie działają – mówi **Jan Bondar**.

Jednak z każdym dniem liczba ta się powiększa, gdyż niemal codziennie do redakcji Poradnika Restauratora docierają informacje o kolejnych lokalach gastronomicznych wznowiających działalność. W lutym, po ogólnopolskim „ruszeniu” przedsiębiorców, bo otwiera się także branża fitness, dane na pewno się zmieniają. W Poznaniu jako pierwszy oficjalnie otworzył się dla gości restauracja Szczaw i Mirabelki (czytaj str. 19). Niedługo potem spółka City 88 zapowiedziała otwarcie trzech swoich lokali: restauracji Cucina, kawiarni Cappuccina i Whisky Bar 88. W Zakopanem działają m.in. restauracja Góraleczka i kawiarnia Jaga.

– Otwierając lokal, mamy szansę, żeby przeżyć, żeby utrzymać rodzinę, dom, spłacić swoje zobowiązania, bo niestety nie mamy żadnej pomocy – mówi **Stanisław Gut**, kierownik sali w restauracji Góraleczka, największej na Krupówkach, do której w dniu otwarcia w reżimie sanitarnym weszło zamiast 240 tylko 120 osób, a reszta czekała w długiej kolejce na stolik.

Do tzw. Góralskiego Veta dołączyły także inne lokale: Tam Gdzie Zawsze, Kameralna Kawiarnia (Nowy Targ), Przysań Kabanos (Spytkowice), Rozetka Pizza (Bukowina Tatrzańska), Schronisko Smaków (Bukowina Tatrzańska). Gości przyjmuje także Hotel Bania Thermal & Ski (Białka Tatrzańska), który oferuje m.in. konsultacje medyczne, holistyczne, lecznicze zabiegi i kąpiele. W Krakowie otwarte lokale to: Tesone, Wesole

Gary, A'Bracciate Pizza & Pasta, Gospoda Koko, Na Żółto i Na Niebiesko, kawiarnia Boka Coffee Bar, Carl & Bart Prądnik. Na drugim końcu Polski, bo w Trójmieście działają Rockhouse, Franca. Pijalnia Nalewek, Bar Wymówka, Pub Spółdzielnia, Sports Pub, Czary Gary Bistro, Klub Wolność, Pomelo Bistro, Rednek by Stah. Podobnie dzieje się w Warszawie, Łodzi i Wrocławiu oraz innych, mniejszych miastach, jak w Nowym Tomysku, gdzie działa Smaczne Jadło czy w Andrychowie – Na Starym Tartaku.

– Widmo zwolnień było bliskie, ale udało nam się wszystko tak poukładać, że nie musiało do tego dojść. Jednak dłużej zamknięci nie możemy być, tak się nie da funkcjonować



STRACH PRZED BANKRUCTWEM I NIE TYLKO

Akcja #otwieraMy ma coraz więcej zwolenników.

– Wszyscy już mamy dość tego, jak przez rząd została potraktowana branża gastronomiczna. Dlatego zdecydowanie popieram akcję #otwieraMY. Jak najwięcej restauracji powinno zostać otwartych, bo musimy jakoś przetrwać, a restauratorzy muszą z czegoś żyć – mówi **Sebastian Krauzowicz**,

ADAM CHRZĄSTOWSKI

Dyrektor Kulinaryny

Hotel Arłamów

Prezydent Akademii Bocuse d'Or Poland

Punkty street foodowe trudniące się sprzedażą na wynos i dowozami (pizzerie, kebabownie, burgerownie, bary orientalne) praktycznie skorzystały na lockdownie. W związku z koniunkturą, ilość tego typu punktów wzrosła. Powstawały nowe, a sieci się rozrastały. Poza tym od dawna było wiadomo, że obostrzenia w działalności gastronomii, dotkną głównie restauracje z wyższej półki.

Fot. Dziamski Studio

– mówi **Izabela Bożek**, PR Manager w restauracji Na Starym Tartaku w Andrychowie, która funkcjonuje dopiero od kilku miesięcy. – Chcemy prowadzić normalnie działalność gospodarczą, oczywiście stosujemy się do pełnego reżimu sanitarnego, czyli maseczki, dezynfekcja, dystans społeczny. Nasza restauracja liczy ok. 250 m², dlatego spokojnie możemy zachować odpowiednią odległość między stolikami i bezpiecznie serwować gościom posiłki na miejscu – dodaje.

Head Coach & Team Manager Poland National Culinary Team OSSKIC. – Im więcej placówek przyłączy się do akcji, tym lepiej. Powtarzam: otwierać się, nie bać się. Są prawnicy, którzy chętnie pomogą – dodaje.

Wielu przedsiębiorców uważa, że lockdown gastronomii może doprowadzić do nieuczciwych działań na rynku.

– Restauratorzy boją się przejść za grosze – mówi **Dariusz Urbaniak**, współwłaściciel Colorado i Columbusa w Szczecinie, który sugeruje, że „władza jest

w stanie prowokować przejęcia.”
– Zawsze mogą znaleźć się jakieś fundusze, które kupią lata czyjeś ciężkiej pracy za 10% wartości. Otwarcie jest dla nas jedynym ratunkiem. Tylko jeżeli masowo się otworzymy, to jesteśmy w stanie przeciwstawić się władzy. Stąd mój apel o przyłączanie się do grupy. Część z nas już wspólnie dyskutuje. Szczecin to ponad 300 restauracji – mówił dla Gazety Wyborczej.

W MASIE SIŁA, ALE...

O tym, że tylko „w masie siła” przekonuje Sebastian Krauzowicz, bo wie, jak ważnym w dyskusji z rządem stało się Góralskie Veto.

– Nie możemy siedzieć z założonymi rękami i nic nie robić. Choć nasza branża jest też podzielona. Jedni otwierają restauracje, bo nie mają już nic do stracenia – są w dramatycznej sytuacji finansowej, wręcz na skraju bankructwa. Ale są też tacy, którzy wzięli pieniądze z Tarczy Antykryzysowej. I niestety dochodzi do takich sytuacji, że fundusze te zasilają konta właścicieli, a pracownicy nic z tego nie dostali – otwarcie mówi szef **Sebastian Krauzowicz**.

– Jest to duża grupa osób, która dostała pieniądze z Tarczy Antykryzysowej, a im ciągle mało lub przeznaczyli te fundusze nie na to, co powinni, czyli nie na utrzymanie restauracji i pracowników – potwierdza także **Mariusz Gachewicz**, szef kuchni Zamku Gniew, który nie popiera restauratorów otwierających swe lokale, ale podkreśla, że doskonale ich rozumie.

Sławomir Grzyb, sekretarz generalny zarządu Izby Gospodarczej Gastronomii Polskiej (IGGP) powiedział dla Polskiej Agencji Prasowej, że działalność wznowiły te lokale, które zostały wykluczone lub pominięte w Tarczy 6.0 – tzw. branżowej i Tarczy PFR 2.0. Wy-mienił wśród nich np. pierogarnie, które produkują pierogi i mają wpisaną produkcję, jako wiodące PKD. Jako wykluczone wskazał przede wszystkim firmy, które powstały po listopadzie 2019 r., bo nie mają one jak porównać strat rok do roku.

Ci przedsiębiorcy mogą liczyć właściwie tylko na siebie i swoją własną pomysłowość. Większość z nich ma małe punkty gastronomiczne oferujące dania na wynos, ale są wśród nich także restauracje.

– Nie otrzymaliśmy żadnego wsparcia od rządu, ponieważ otworzyliśmy się 15 sierpnia 2020 r., a przygotowania trwały od początku 2020 r. i nic nam nie przysługuje wg założeń „tarczy” – tłumaczy **Izabela Bożek** PR manager w restauracji Na Starym Tartaku

SŁAWOMIR GRZYP

Sekretarz Generalny
Izba Gospodarcza Gastronomii Polskiej (IGGP)

Nawet 20 tys. przedsiębiorców gastronomicznych wykluczonych i pominiętych w tarczach pomocowych wznowiło działalność po 18 stycznia. Jednak, jeśli nic się nie zmieni w kwestii wsparcia dla poszkodowanych przez zamknięcie firm, to na koniec marca restauratorzy złożą pozew zbiorowy przeciwko rządowi. Chcemy, aby do pozwu przystąpiło minimum 650 przedsiębiorców. To ze względu na koszty, bo złożenie pozwu będzie wymagało wpłacenie 200 tys. zł opłaty sądowej w jednej tylko instancji, plus koszty kancelarii. Branża ma świadomość tego, że zamknięcie może zostać przedłużone do końca I kwartału.



Fot. Arch. Sławomir Grzyb

w Andrychowcie. – Staraliśmy się o umorzenie opłat za koncesję, ale dostaliśmy pismo z urzędu miasta, że nie ma takiej możliwości.

Lokal ponownie otworzył się 18 stycznia br.

– Uważamy, że zamknięcie nas jest niezgodne z obowiązującym polskim prawem. Działamy na podstawie art. 22 Konstytucji RP – podkreśla managerka i dodaje: – Cały czas otrzymujemy od naszych gości same pozytywne opinie. To nas utwierdza w przekonaniu, że podjęliśmy dobrą decyzję.

PERSPEKTYWY, JAKIE SĄ, KAŻDY WIDZI...

Jakie mogą być konsekwencje otwarcia lokali? A jak na kondycję rynku wpłynie przedłużający się lockdown? Już wiadomo, że zadłużenie branży gastronomicznej rośnie w kosmicznym tempie.

– Na koniec 2020 r. zadłużenie branży HoReCa wzrosło o prawie 60 mln zł. Moim zdaniem

GŁÓWNY INSPEKTORAT SANITARNY

GIS poinformował, że od 15 stycznia do 26 stycznia 2021 r. przepisy przeciwepidemiczne naruszono w 122 podmiotach. Naruszenia stwierdzono w obiektach gastronomicznych (91) i obiektach świadczących usługi noclegowe i hotelarskie (4) oraz w obiektach sportowych, siłowniach i w klubach fitness, a także w dyskotekach i klubach nocnych. Łącznie nałożono dziewięć kar finansowych na kwotę 170 tys. zł – trzy po 30 tys., dwie po 20 tys. i cztery po 10 tys. W pozostałych sprawach toczy się postępowania administracyjne.

to katastrofa – mówi **Adam Chrzastowski**, dyrektor kulinarny w Hotelu Arłamów i prezydent Akademii Bocuse d'Or Poland.

– Jeśli szybko nie damy tym firmom, możliwości spłaty zadłużenia, to będziemy mieli do czynienia z falą upadłości i przejść nie tylko biznesów gastronomicznych, ale podmiotów od nich zależnych – prorokuje.

Najbardziej pokrzywdzeni są właściciele restauracji, ale też niektóre sieci.

– Nasze spółki odnotowały potężne, jak na nas, straty za 2020 r. Straciliśmy lokal przy ul. Gwarnej w Poznaniu, w który włożyliśmy masę pieniędzy, by go adoptować na restaurację, a wraz z nim całą inwestycję, jaką ponieśliśmy w 2019 r. Musieliśmy przenieść

lokal na nowe miejsce. To kolejny wydatek, by przystosować go do naszych potrzeb. Odnotowujemy spadek obrotów nawet o 90%, a straty szacujemy nawet na 1,2 ml zł – otwarcie mówi **Piotr Piotrowski**, właściciel SteakHouse Evil. – Pandemia „zabiła” nasz lokal franczyzowy w Koszalinie. Nie zdążył nawet powstać...

I dodaje, że te dzisiaj policzalne to nie jedyne straty gastronomii.

– Jest jeszcze strata nie do obliczenia, utrata wielu gości. Oni również stracili prace i firmy, teraz zasobność ich portfeli jest mniejsza, przez co odwiedziny w naszych lokalach będą rzadsze – zauważa właściciel SteakHouse Evil. – Inwestycje naszych spółek, stają się nieopłacalne i zagrożone.

Mariusz Gachewicz dostrzega także inne zagrożenia, które mogą pojawić się w przyszłości.

– Konsekwencje mogą być takie, że nikt nie będzie chciał pracować w gastronomii, bo już teraz jest to bardzo niepewny kawałek chleba. Nie mówię tu o pasjonatach, bo oni będą zawsze. Raczej o tych, dla których gastronomia jest jedynie źródłem zarabiania pieniędzy. Jeśli nie będą w stanie utrzymać swojej rodziny, to pójdą pracować na przykład na wózki widłowe. Trudno nam z tej mleką i miodem płynącej krainy, którą przez ostatnie trzy lata była branża gastronomiczna, przejść do tego co jest teraz... – mówi **Mariusz Gachewicz**. ✕

Heidi Handkowska



DBAMY O OWOCE NASZEJ PRACY

Skorzystaj z bogatej oferty owoców i warzyw, które przechowujemy dla Ciebie zawsze w chłodzie.



TRANSGOURMET

www.transgourmet.pl
infolinia: 0 800 467 322



SELGROS
cash & carry

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

REKLAMA



Od lewej: Beniamin Vafidis, Teo Vafidis i Georgios Vafidis.

RESTAURACJA TO JEDEN WIELKI TEATR



Rozmowa z Teo Vafidisem, współwłaścicielem i szefem kuchni restauracji Meze by Teo Vafidis & Sons w Warszawie.

Heidi Handkowska: Pod koniec września 2020 r., pomimo pandemii, otworzył Pan grecką restaurację Meze by Teo Vafidis & Sons. Nie było obaw?

Teo Vafidis:

Po półtorarocznym poszukiwaniu idealnego lokalu, udało się znaleźć taki, który spełnia wszelkie wymagania. Prace nad konceptem rozpoczęły się w styczniu 2020 r. i nie spodziewałem się, że przyjdzie nam funkcjonować w takich czasach jak COVID-19. Mogliśmy się wycofać, ale uważam, że nieważne co się wydarzy, ważne jak na to zareagujesz. I tak 23 września 2020 r. powitaliśmy pierwszych gości. Niestety tylko przez 3 tygodnie pracowaliśmy normalnie, bo w 4 tygodniu nas zamknęli.

Zaraz po ogłoszeniu lockdownu goście zjawiali się tłumnie, w geście solidarności zamawiając jedzenie z odbiorem osobistym. Jednak nie mogło to trwać

długo, bowiem każdy ma swoje zajęcia i obowiązki. Co prawda od samego początku planowaliśmy uruchomienie dostaw, ale nie spodziewaliśmy się, że tak szybko to nastąpi. Naszym największym wyzwaniem, było pozyskanie klientów, dlatego zdecydowaliśmy się na współpracę ze znanym już na rynku serwisem do zamawiania jedzenia. Poza tym oni dysponują flotą kurierów, która jest w stanie obsłużyć wszystkie zamówienia – nawet w godzinach szczytu. Uruchomiliśmy także własne dostawy na całą Warszawę. Nasi dostawcy dowiozą dania w promieniu ok. 13 km.

Nasza rodzinna restauracja to nie dzieło przypadku, ale połączenie pasji i ciężkiej pracy – naszej i całego zespołu. W tworzeniu tego miejsca pomogli mi synowie, a także żona Małgorzata, która zawsze mnie wspomaga i za to jestem jej bardzo wdzięczny.

Dlaczego postawił Pan na grecki street food? Nie uważa Pan, że streetfoodowe klimaty przyciągają raczej tych młodszych gości?

Jednym z fundamentalnych powodów, dla których powstała nasza restauracja to umożliwienie Polakom kosztowania kultowych greckich smaków. Kuchnię opieramy przede wszystkim na koncepcji foodsheringu (z j. ang. termin ten oznacza dzielenie się jedzeniem). W Meze chcemy dzielić się z gośćmi nie tylko jedzeniem i napojami, ale

**Teo
Vafidis**

LAUREAT
HERMESA
KULINARNEGO



- Szef kuchni i współwłaściciel restauracji Meze by Teo Vafidis & Sons w Warszawie.
- Laureat Hermesa Kulinarnego Poradnika Restauratora 2018 za propagowanie wartości kultury i kuchni greckiej w Polsce.
- Wychowany w Serresie niedaleko Thesalonik, gdzie jego rodzina prowadziła tradycyjną grecką restaurację, w której pomagał, gdy skończył 10 lat.
- Właściciel 17 restauracji: w Grecji, Niemczech, Austrii i Polsce.
- Pomysłodawca i główny organizator wielu eventów o tematyce greckiej. Najważniejszy i najbliższy jego sercu jest autorski projekt Festiwal Kuchni Greckiej w Polsce.
- Ambasador kultury i kuchni greckiej w Polsce.
- Honorowy członek Chef's Club of Greece, a także reprezentant Poland Branch Office Chef's Club of Greece.
- Przeprowadza konsultacje kulinarne, organizuje tematyczne szkolenia na terenie całego kraju, angażuje się we wszelkiego rodzaju akcje charytatywne.

też sekretami kuchni i szeroko rozumianą kulturą Grecji. Dlaczego grecki street food? Bo to kategoria, której zdecydowanie w Warszawie brakowało. Nie było restauracji z tak lubianymi przez turystów w Grecji kanapkami pita.

Co znajdziemy w menu?

Założeniem restauracji była możliwość wspólnego celebrowania posiłku. Już sama nazwa Meze to w greckiej kuchni



Fot. Arch. Mezeby Teo Valdis & Sons

określenie przystawek zarówno zimnych (np. pasta z grochu, pasta z bakłażana czy z ikry rybnej; dip na bazie sera feta i papryczek) jak i ciepłych (smażona cukinia z tzatzikami; smażone kalmary; pierożki z ciasta filo ze szpinakiem i serem feta), przynoszonych na licznych talerzach ustawianych na środku stołu. Nasi goście mają wówczas możliwość skosztowania wszystkich potraw. Oczywiście nie zabraknie w karcie tradycyjnych greckich pozycji.

Stała karta dań jest zupełnie inna niż ta na wynos, bowiem nie wszystko się da spakować do pudełek. Na przykład grillowana dorada po 30 min. wyglądałaby jak nowoczesny przepis na rybę po grecku. Niedawno zmieniliśmy menu. Do karty wróciła – ośmiornica, kalmary czy krewetki królewskie. Nie zabraknie też serowej klasyki – feta psiti i halloumi.

Tryska Pan optymizmem, czy tę radość można przełożyć na kulinarną rzeczywistość?

Kefi to grecka pogoda ducha, umiejętność czerpania radości z tego co tu i teraz, z tych małych rzeczy, które przynosi każdy dzień. Wiele osób zarzuca nam Grekom beztroskę, my wolimy nazywać to życiowym optymizmem. Staramy się nie

zamartwiać rzeczami, na które nie mamy wpływu. Tak jak teraz zostały wprowadzone nowe obostrzenia i bez względu na to, co każdy z nas o nich myśli, akceptujemy je i dostosowujemy się w pełni.

I to przekłada się na cały wizerunek restauracji. Po prostu nie należy przenosić swoich problemów życiowych do pracy. Goście przychodzą do nas na 2-3 godz. I chcą, żeby było przyjemnie.

Jak na razie restauracja działa tylko ma wynos i z dowozem. Ale podobno Grecy często zamawiają do domów i raczą się potrawami na tarasach czy podwórkach.

Dla Greków jedzenie nie służy wyłącznie zaspokojeniu głodu, ale jest sposobem rozrywki i przyjemności, okazją do nawiązywania i podtrzymywania dobrych relacji prywatnych i zawodowych. Zamawianie jedzenia na wynos to u nas tradycja.

Jaką rolę odgrywają przyprawy w greckiej kuchni? Które z nich są najbardziej typowe?

Grecja to zapach. Niekwestionowanym królem jest oczywiście oregano, a tuż za nim tymianek, na których bazuje wiele dań kuchni greckiej. Nie może też zabraknąć bazylii, mięty, bo-ukowo (młotkowanych ostrych

papryczek), liści laurowych, gałki muskatołowej, rozmarynu i oczywiście cynamonu do ciast i deserów.

Przyprawy w greckiej kuchni nadają potrawom wysublimowany, wyrazisty smak, ponadto wspierają trawienie. Jednak trzeba pamiętać, że w każdym regionie zioła te nieco inaczej smakują – inaczej na Krecie, inaczej w regionach na kontynencie.

Jak ocenia Pani kulinarną świadomość naszego społeczeństwa? Czy coraz częściej goście zwracają uwagę na to, co jedzą?

Oczywiście. Orientacja Polaków odnośnie do jedzenia jest coraz większa. Polacy dużo podróżują. Znają grecką kuchnię i nie da się ich oszukać podając niepełnowartościowy produkt. Tak dla porównania 10 lat temu w Grecji było 150 tys. turystów z Polski, a rok temu ponad 1 mln.

Restaurację wspólnie z Panem prowadzą synowie – Benjamin i Georgios. Jak dzielicie się obowiązkami?

Obydwoje są absolwentami Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie. Benjamin zajmuje się marketingiem, a Georgios administracją. A w dzisiejszych czasach połowa sukcesu to dobry marketing.

Raz w tygodniu spotykamy się wszyscy i omawiamy problemy.

Jaki ma Pan model zarządzania? A czego Pan nie toleruje w pracy?

Wszyscy wiedzą, że to Grecy wymyślili demokrację. I u nas w restauracji panuje demokracja, ale to ja rządzę. Restauracja to jeden wielki teatr i każdy musi odegrać swoją rolę.

U nas jest kuchnia otwarta i często osoby przyglądające nam się z boku myślą, że my się kłócimy. A to po prostu nasz grecki temperament. Trudno, żebyśmy

na kuchni mówił: „Poproszę o moją patelnię”. Najczęściej wołam: „Gdzie patelnia”.

Nie toleruję kłamstwa i nie-dbalstwa. Bardzo zważam też na czystość. To podstawa. I nie tylko wymogi sanepidu. Bardzo ważne jest też to jak wygląda nasz zespół. Kelnerzy oraz szefowie kuchni to wizytówka lokalu. Uniform zawsze musi być czysty i wyprasowany.

Czy miał Pan problem z dobraniem zespołu?

Wspólnie z synami przyrzeliśmy się kandydatom i świadomie zadecydowaliśmy, z kim chcemy współpracować może nawet przez kolejne lata. Powodzenie lokalu gastronomicznego zależy przede wszystkim od ludzi, którzy go tworzą i prowadzą – od ich zaangażowania, wiedzy i profesjonalizmu. U mnie kelner zaczyna pracę w kuchni. Musi poprobać wszystkich dań, wiedzieć w jaki sposób się je przyrządza, aby umiał o nich opowiedzieć gościom.

W większości pracują u nas Polacy, jednak na kuchni rządzą Grecy – Emmanouil Rainakis (szef kuchni), Sotiris Katsikis (szef sali) Andreas Samartzis (kucharz) i Fotis Patrikovasilakos (Sous-Chef). Od samego początku zatrudniam 24 osoby i nikogo nie zwolniłem.

Czego potrzebowałaby branża, by z tej sytuacji wyjść jak najmniej poturbowana?

Może inaczej. Opowiem, jak to wygląda w Grecji. Po pierwsze tam już dawno rząd wypłacił pieniądze poszkodowanym przedsiębiorcom. Poza tym wprowadzono zakaz zwalniania pracowników, a dla osób, które przestały pracować (są dalej zatrudnione, ale nie dostają wypłaty) zostaje wypłacony zasiłek w wysokości 550 euro miesięcznie.

Po drugie czynsze. Rząd grecki odgórnie zadecydował, że firmy

płacą tylko 60% danej kwoty. A 20% właścicielowi budynku oddaje państwo. I wszyscy są zadowoleni.

Przypomnę, że dopiero dwa lata temu w Grecji zakończył się kryzys finansowy. Trzeba po prostu umieć dobrze zarządzać pieniędzmi z UE.

Jak będzie wyglądała według Pana gastronomia po koronawirusie?

Powróci do normalności. Ludzie będą spragnieni wyjścia z domu, delektowanie się jedzeniem w restauracji. Obostrzenia sanitarne na pewno zostaną z nami, ale to w gastronomii przecież podstawa.

Wróćmy może do początku. Pana babcia miała restaurację, gdzie pracował Pan początkowo jako kelner, potem jako pomoc kuchenna. Następnie 3 lata uczył się w szkole gastronomicznej na Rodos, po której zabrali Pana do wojska...na 30 miesięcy. Co było dalej?

W tawernie babci miałem pierwszy kontakt z profesjonalną kuchnią, ale to nie wystarczyło, żeby stać się prawdziwym kucharzem. Postanowiłem się

dokształcać. W tamtych czasach elitarna szkoła gastronomiczna znajdowała się na wyspie Rodos. Studiowałem tam przez dwa lata, jednocześnie odbywając praktyki w hotelach. Kuchnia restauracyjna i kuchnia hotelowa bardzo się różnią, to inny system pracy. Podczas letnich wakacji wracałem do tawerny babci, gdzie praca odpowiadała mi bardziej niż w hotelach.

Po zakończeniu służby wojskowej w wieku dwudziestu jeden lat otworzyłem własną małą tawernę w rodzinnym Seres. Pierwszymi gośćmi byli znajomi i przyjaciele.

Czy w tym roku odbędzie się Pana autorski konkurs Festiwal Kuchni Greckiej?

Oficjalna informacja jest, że tak. Ale nie wiadomo, co to będzie. Zobaczmy.

Plany na przyszłość?

Promowanie kuchni greckiej w Polsce, czyli współpraca z hotelami, które chcą otworzyć grecką restaurację, a także rozpowszechnianie konceptu Meze w kolejnych głównych miastach Polski. ✕



Fot. Arch. Meze by Teo Vafidis & Sons

Nie da się zamknąć biznesu

Rozmowa z *Jackiem Abramowskim*, właścicielem restauracji *Sielsko Anielsko* i *Jezuicka 16* w Lublinie.

Heidi Handkowska: W związku z obawami przed trzecią falą pandemii koronawirusa rząd przedłużył obowiązujące obostrzenia i zakazy co najmniej do końca stycznia, a chodzą pogłoski, że branża HoReCa ruszy dopiero w kwietniu. Jak sobie radzicie?

Jacek Abramowski: Od marca do czerwca 2020 r., kiedy restauracje były zamknięte i sprzedawaliśmy jedzenie tylko na wynos, jakoś przetrwaliliśmy. Natomiast w wakacje dopisali nam goście. Oprócz mieszkańców Lublina nasze restauracje odwiedzali turyści z Warszawy czy Gdańska. Dzięki nim mogliśmy oddać długi zaciągnięte przy pierwszym lockdownie. Ale nie wystarczyło to na tyle, żeby odłożyć pieniądze na drugie zamknięcie. Niestety dowozy i wynosy nie wszystkich ratują. To jest 1/30 tego, co byśmy normalnie zarabiali mając otwartą restaurację. A miesiąc działalności restauracji to koszt ok. 100 tys. zł. Poza tym ludzie przez to, że siedzą w domach, gotują sami. Cóż mogę powiedzieć...



i zapłacić rachunków

Podobno postanowił Pan nawet wystawić na sprzedaż swój dom (300 m²) z działką na przedmieściach Lublina...

Tak, ale to nie rower, że się od razu sprzeda. Zrobiłem to po to, aby ratować swoich pracowników. Większość z nich pracuje ze mną od samego początku i nie mam sumienia ich zwolnić. W dwóch restauracjach – Sielsko Anielsko i Jezuicka 16 – zatrudniam ok. 30 osób. Wszyscy są obecnie na minimalnych pensjach, ale i na to nie mam już pieniędzy. Poza tym jak rozpoczęła się pandemia nie mieliśmy oszczędności, bo właśnie modernizowaliśmy restaurację i przygotowywaliśmy się do otwarcia nowego lokalu przy ul. Jezuickiej. W październiku wziąłem kredyt 200 tys. zł, ale ta kwota nie wystarczyła na długo.

Zapóżyczyliśmy się u znajomych, posprzedawaliśmy wartościowe rzeczy z domu np. obrazy. I cały czas zastanawiamy się, co mamy jeszcze, żeby to spieniężyć, żeby utrzymać restaurację.

Stworzył Pan wspólnie z innymi restauratorami akcję #ratujEMYgastro w Lublinie. Jaki jest odzew?

Oddźwięk jest duży, ale nie aż tak wielki, żebym mógł powiedzieć, że te zamówienia pokrywają nasze koszty – gaz, prąd, woda, ogrzewanie, wypłaty czy raty kredytu i leasingu. Przecież w trudnej sytuacji znalazły się również inne lokale. Lubelscy restauratorzy zadają sobie tylko jedno pytanie: Do kiedy damy radę przetrwać?



Fot. Arch. Jacek Abramowski

Jacek Abramowski

- Właściciel dwóch restauracji w Lublinie – Sielsko Anielsko i Jezuicka 16.
- W obu lokalach zatrudnia ok. 30 osób.
- Współtwórca akcji #ratuJEMYgastro w Lublinie.

Akcja ta od samego początku, czyli października 2020 r. ma charakter kampanii promocyjno-informacyjnej prowadzonej w przestrzeni miasta i w mediach społecznościowych. Jej celem jest zachęcenie mieszkańców do korzystania z oferty lubelskich lokali gastronomicznych, z usług na dowóz czy z odbiorem osobistym. Ma również uświadomić mieszkańcom, że mimo trudnej sytuacji, lubelska branża gastronomiczna jest bezpieczna i ma wiele do zaoferowania. Naszą akcję dzielnie wspiera Miasto Lublin.

Czy obecnie media społecznościowe to tzw. must have dla każdej marki gastronomicznej?

Zdecydowanie. Facebook czy Instagram są bardzo potrzebne. Często przez swoją dynamikę zastępują strony internetowe. Niedawno miałem telefon od osoby, która na podstawie zamieszczonych zdjęć na Instagramie postanowiła dokonać rezerwacji już na kwiecień.

Ale nie zapominajmy o marketingu szeptanym, który ciągle przynosi efekty w gastronomii. Przecież to dzięki relacjom międzyludzkim konsumenci dowiadują się o naszym istnieniu. Dlatego też bardzo ważne jest prawidłowe podejście do gościa, gdyż jego wrażenie zależy od dalszego odbioru naszej marki w środowisku czy w sieci.

Czy Pańskim zdaniem pomoc dla przedsiębiorców pod postacią kolejnych wariantów tarczy antykryzysowej uratuje polskie firmy, szczególnie te mniejsze? Jak Pan realnie ocenia działania rządu?

Jaka pomoc? Przecież mamy już drugą falę, a ta tarcza branżowa niczego nie załatwia. W listopadzie i grudniu 2020 r. nie dostaliśmy żadnych pieniędzy. I wygląda na to, że rząd nie cofnie się do tego okresu. Poza tym minister Jarosław Gowin obiecywał, że będą środki pomocowe na stałe opłaty i że dostaniemy wsparcie na wypłaty dla pracowników. I cisza. Dostaliśmy jedynie zwolnienie z ZUS-u za listopad 2020 r., a resztę miesięcy mamy odroczone. Czyli po prostu musimy to spłacić.

Nie wiem jak to wszystko interpretować. U znajomych, co prowadzą restauracje w Anglii, Niemczech czy w Austrii pieniądze były przelewane już na drugi dzień po ogłoszeniu.

Niektórzy politycy namawiali nas do przebranżowienia się. Nie rozumiem. To, co mamy się teraz zająć np. produkcją jednorazowych rękawiczek? A co z dorobkiem całego naszego życia, czyli restauracją?

Uważam, jako restaurator i przedsiębiorca, że rząd zamykając z dnia na dzień restaurację, powinien pokryć wszystkie koszty, które wiążą się z jej prowadzeniem. Nie da się zamknąć biznesu i zapłacić rachunków.

Myślę, że politycy w ogóle nie mają pojęcia o biznesie. Gdyby umieli zarządzać nie byłoby takiej sytuacji w branży HoReCa. A przecież średnie i małe firmy to podstawa polskiej gospodarki i trzeba o nie dbać.



Fot. Arch. Jacek Abramowski

Mimo zakazów Internet grzmi od kolejnych odważnych deklaracji: Wracamy! Zapraszamy do lokalu! Czy zamierza Pan otworzyć restaurację?

Miałem takie plany. Ale składając wniosek, żeby skorzystać z tarczy finansowej PFR 2.0 dla mikro, małych i średnich przedsiębiorstw muszę przestrzegać wdrażanych restrykcji. Inaczej nie otrzymam pomocy. A dobro moich pracowników jest dla mnie najważniejsze, więc nie mam wyjścia. Może zatem już w lutym będzie jakaś pomoc i uda nam się dotrwać? Ale pytanie, do kiedy?

Czego potrzebowałaby branża, by z tej sytuacji wyjść jak najmniej poturbowana?

Zdecydowanie jasnych reguł. Na przykład, że zamykamy was za tydzień, a o otwarciu

poinformujemy 2-3 tygodnie wcześniej. Na bieżąco też informować o pomocy dla nas i naszych pracowników. A my nie wiedzieliśmy nic. Dowiadaliśmy się z dnia na dzień.

Co nauczył mnie pierwszy lockdown? W życiu nic nie jest pewne do końca i trzeba mieć twardą skórę.

Wróćmy może do początku. Restauracja Sielsko Anielsko to chyba jedna z najstarszych restauracji w Lublinie na Starym Mieście, działająca nieprzerwanie od 20 lat.

Restauracja Sielsko Anielsko to dorobek całego naszego życia. Włożyliśmy w nią mnóstwo pieniędzy, ale i też serca. Zaczynaliśmy od 30 m² kawiarenki. Później

dostaliśmy pozwolenie od konserwatora zabytków na rozbudowę lokalu o kolejne sale. A następnie wynajęliśmy piętro. Restauracja może pomieścić ok. 250 osób.

W ubiegłym roku – 1 sierpnia – otworzyliśmy nasz drugi lokal Jezuicka 16 z największym ogródkiem (ok. 600 m²) na Starym Mieście. Przygotowania trwały ok. 2 lata. Niestety pandemia była dla nas niemałym zaskoczeniem, ale pomimo tego, że ona jest i na razie będzie, to wydaje nam się, że ogródek z drzewami, krzewami i kwiatami jest najlepszą receptą na te czasy. Obecnie jest nieczynny, bo jako nowa firma nie otrzymaliśmy żadnych świadczeń. ✕

NIE MIELIŚMY innego wyjścia

To pierwsza poznańska restauracja, która otworzyła swój lokal i zaczęła obsługiwać gości przy stolikach. Na ten krok zdecydowali się 19 stycznia. Właściciele lokalu nie chcieli dłużej czekać, aż obowiązujące obostrzenia złagodnieją, a restauracje będą mogły na nowo zapraszać gości. Dlatego dołączyli do ogólnopolskiej akcji pod hasztagiem #OtwieraMY.

Szczaw i Mirabelki to restauracja rodzinna, która na większą pomoc z tarczy antykryzysowej się nie załapała, jedynie na zwolnienia ze składek ZUS przez trzy miesiące podczas pierwszego lockdownu. Sprzedaż na wynos i dowóz nie pozwalała zarobić na koszty: pensje, składki ZUS i inne wydatki związane z działalnością lokalu, jak np. czynsz za lokal, którego właściciel nie zgodził się na jego obniżenie. Wszystkie pieniądze, które mieli odłożone na remonty i wyposażenie lokalu, zostały przeznaczone na przetrwanie.

Restaurację zdecydowali się otworzyć. Zrobili to bez większego rozgłosu, po prostu wrzucili zdjęcie na Facebooka z informacją. W ciągu doby post zebrał 1,5 tysiąca polubień, setki komentarzy i udostępnień. Internauci życzyli powodzenia, gratulowali odwagi i obiecali, że odwiedzą lokal, nawet postoją w kolejce do stolika. Ktoś napisał, że przyjedzie 50 kilometrów na obiad. Pojawiły się nawet zapewnienia, że w razie interwencji policji są gotowi wesprzeć.

Musieliśmy się otworzyć, bo inaczej nie prze-trwalibyśmy – mówi Ryszard Krzesiek, właściciel restauracji Szczaw i Mirabelki na poznańskim Piątkowie. – Gdybyśmy tego nie zrobili, musielibyśmy definitywnie zamknąć się pod koniec stycznia. Znaleźliśmy się pod ścianą.

Mimo obostrzeń, ale z zachowaniem reżimu sanitarnego, lokal przyjmuje klientów. Zgodnie z wytycznymi stoły są należycie od siebie oddzielone, a wszyscy pracownicy mają maseczki oraz rękawiczki.

Już pierwszego dnia po otwarciu, tuż po godzinie 12 w restauracji pojawili się pierwsi goście. Kuchnia rozpoczęła pracę na pełnych obrotach, a część stolików została zarezerwowana na wieczór i na najbliższe dni. Ruch ciągle jest tak duży, że po pierwszych dniach zrezygnowano z dowozu na wynos, a po kolejnych – na FB pojawiło się ogłoszenie, że zatrudnią kucharza.

To dobre wiadomości. Złe, że na drugi dzień po otwarciu w restauracji pojawili się funkcjonariusze policji i pracownicy poznańskiego sanepidu. – Policja zachowała się świetnie, a między słowami można było wyczuć, że nie sprawia im przyjemności obowiązek, który wykonują. Co do pań z sanepidu, to im dłużej trwała rozmowa, tym miały mniej argumentów do kontroli – mówi właściciel.

Wszyscy znajdujący się na sali klienci zostali wylegitymowani. Nikt nie został zatrzymany, a pracownicy restauracji nie otrzymali ani grzywny, ani kary za złamanie obostrzeń epidemiologicznych. Jedynie Ryszard Krzesiek został poproszony, aby zjawił się w Powiatowej Stacji Sanitarno-Epidemiologicznej w celu uzupełnienia dokumentów.

Po zakończeniu kontroli w restauracji Szczaw i Mirabelki pracownicy lokalu normalnie obsługiwali gości. Restauracja była pełna i nie było wolnego stolika.

– Od jakiegokolwiek otrzymanej kary będziemy się odwoływać. Ze względu na wolność działalności gospodarczej zapisanej w konstytucji jest ona bezzasadna i nielegalna – mówi **Ryszard Krzesiek. ✕**

Edyta Wasielewska

Kawa na mieście w czasach pandemii

Jak wynika z ubiegłorocznego raportu Cafe Monitor ARC Rynek i Opinia¹ zmianie uległy również godziny spożywania kawy – częściej wybierane są godziny przedpołudniowe. Może to wynikać z faktu, że popołudniowe picie kawy „na mieście” to zazwyczaj również spotkania z przyjaciółmi, a te – w zamkniętych pomieszczeniach – ograniczyliśmy.

Stacje paliw, podobnie jak w 2019 r., są najpopularniejszym miejscem, gdzie spożywa się kawę „na mieście”. Ważną zmianą jest wzrost o 7 punktów procentowych odsetka osób, które piją kawę w sklepach convenience. Po raz pierwszy w wieloletniej historii badania

Powstał nowy, wielkomiejski, pandemiczny gastro trend – kawowa spacerologia. W związku z tym, że od dłuższego czasu kawiarnie są zamknięte, przedsiębiorcy, pracownicy korporacji czy mieszkańcy metropolii spotykają się pod ulubioną kawiarnią. Biorą czarną na wynos i udają się na pieszą wycieczkę do pobliskiego parku.

sklep spożywczy znalazł się wśród trzech głównych miejsc, w których można wypić kawę, spontanicznie wymienianych przez respondentów.

Gastronomia to jeden z sektorów, który najmocniej ucierpiał

w wyniku epidemii koronawirusa. W 2020 r. był zamknięty przez 136 dni. Dokładnie 66 dni obowiązywały ograniczenia wprowadzone podczas tzw. pierwszego lockdownu (od 13 marca do 18 maja). Druga fala – licząc od 24 października tylko do końca roku – trwała 70 dni. A wiadomo, że to nie koniec, bo przeciągnęła się na kolejny rok. Przedsiębiorcy z branży gastronomicznej liczą się z tym, że potrwa dłużej niż do 31 stycznia. Spodziewają się, że niestety nawet do wiosny.

KAWA – POTRZEBA SPOŁECZNA

Biorąc więc pod uwagę tylko zeszłoroczny bilans można stwierdzić, że restauracje, bary i kawiarnie nieczynne były przez



Fot. Arch. The White Bear Coffee

blisko 40% czasu, w którym dawniej działały.

– Trudno to przeliczyć na obroty, ponieważ wiele zależało od refleksu przedsiębiorców, tego jak szybko odnaleźli się na rynku delivery i jak dobrze sobie na nim radzili – mówi **Mariusz Olechno**, współwłaściciel białostockich kawiarni The White Bear Coffee. – O ile jednak jedzenie zalicza się do podstawowych potrzeb człowieka, o tyle bywanie w kawiarni już nie. Dlatego lokale te znalazły się w jeszcze gorszej sytuacji niż restauratorzy. Umawianie się na kawę to jednak głównie socjalna potrzeba. Nie jest to życiowa konieczność, raczej luksus – dodaje.

Jednak z jego obserwacji, a także wielu innych właścicieli modnych kawiarni wynika, że ludzie nie chcą z tej towarzyskiej przyjemności rezygnować. Można nawet zaobserwować nową modę. Bywalcy kawiarni czy pracownicy korporacji umawiają się w niewielkich, dopuszczalnych podczas pandemii 5-osobowych grupach pod lokalem, w którym kiedyś lubili przesiadywać. Wszyscy zamawiają kawę w kubkach na wynos. Wielu baristów kusi teraz specjalną ofertą i promocjami.

– Przyznam, że wizyty naszych dawnych bywalców traktujemy jako przejaw lojalności. Dzięki nim możemy dalej funkcjonować, utrzymać się i jesteśmy im bardzo wdzięczni. Z myślą o nich wprowadzamy specjalne promocje, opracowujemy nowe menu – dodaje właściciel warszawskiej kawiarni z tradycjami.

Grupka kawoszy udaje się potem na dłuższy spacer

po pobliskim parku, gdzie dozwolone jest przebywanie bez maseczki. Czarna w kubku jest też pretekstem do jej zdjęcia. Jak mówią, podczas luźnej konwersacji ze znajomymi można się wtedy – chociaż przez chwilę – poczuć jak za dawnych, dobrych czasów czy załatwić biznes.

PODSTAWA SMAKU

Najważniejsze jest dobre espresso. To ono stanowi podstawę do przyrządzania latte czy cappuccino. Espresso parzy się z ok. 7 g świeżo zmielonej kawy od 23 do 27 sek. w temperaturze w granicach 88-92°C, pod ciśnieniem dziewięciu bar. Przyda się także ugruntowanie wiedzy na temat różnic między

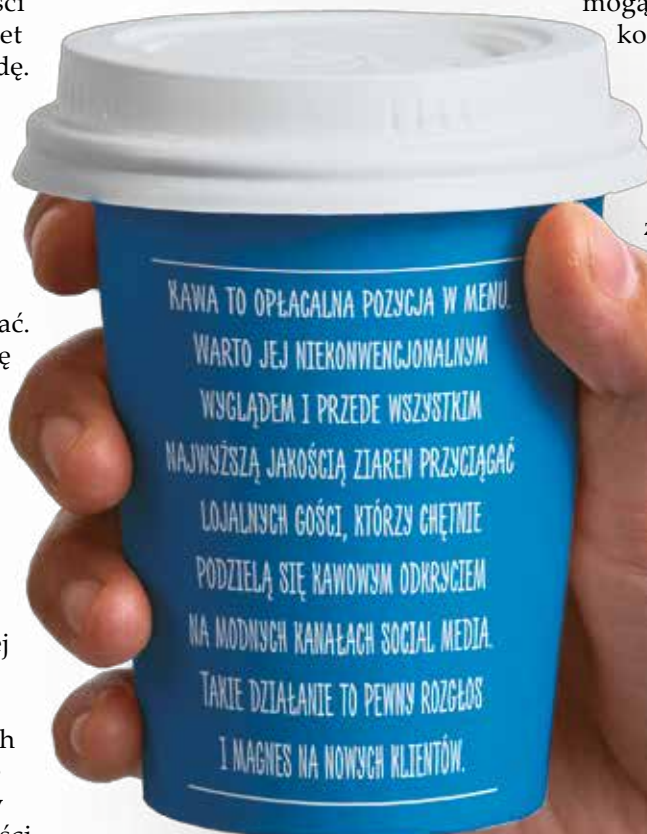
Arabiką i Robustą. Pierwsza jest delikatniejsza w smaku, podczas gdy Robusta jest bardziej gorzka i zawiera więcej kofeiny. Kawy z większą domieszką Robusty wybierają goście potrzebujący pobudzenia, fani mocnego i wyrazistego smaku. Swoje tryumfy święci cold brew coffee, czyli kawa „parzona” na zimno.

Najczęściej wytrawni kawosze piją małą czarną bez cukru. Większość Polaków lubuje się jednak w dodatkach. Dobrze jest więc zaproponować gościom: cukier brązowy, trzciny, ksylitol, erytrol i miód.

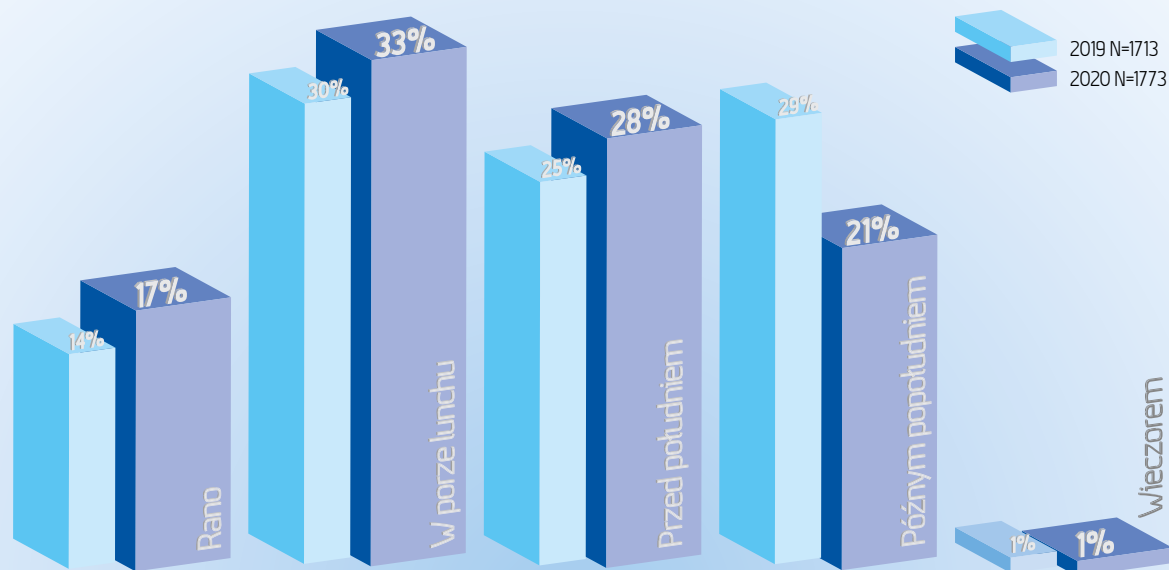
SYROPY I NIE TYLKO

Każdy dodatek do kawy zmienia jej szlachetny smak. Takie jak cynamon, kardamon, kurkuma, imbir czy kakao podniosą jej funkcjonalność, mogą wzmacniać odporność konsumenta.

Doskonałym uzupełnieniem mlecznych kaw smakowych jest syrop. Większość najpopularniejszych syropów spowoduje, że kawa stanie się bardziej słodka. Są wśród nich kokos, nugat,



KIEDY NAJCZĘŚCIEJ SPOŻYWAMY KAWĘ „NA MIEŚCIE”?



Źródło: Cafe Monitor 2020, ARC Rynek i Opinia, sierpień 2020

czekolada. Klasyka gatunku to wanilia i słony karmel, choć takie propozycje jak: popcorn czy klonowa pistacja zdobywają swoich fanów na całym świecie. Wciąż modne są wszelkiego rodzaju polewy i sosy, dzięki którym z kawy powstaje wyśmienity deser.

MLEKO NIE DLA KAŻDEGO

Pamiętajmy o zamiennikach białej śmietany i tradycyjnego mleka. W menu nie może zabraknąć pozycji bez laktozy i wariacji roślinnych.

W wielu przypadkach, zwłaszcza w lokalach wegańskich, do zabielenia kawy stosuje się zamienniki mleka odzwierzęcego, czyli napoje przygotowane na bazie roślin. Najczęściej wybieranymi przez wegan są napoje owsiane i sojowe, a po nich w rankingu jest „mleko” migdałowe. Podobno już co piąta kawa w polskich kawiarniach zamawiana jest właśnie z napojem roślinnym.

Ciekawym rozwiązaniem jest mleko spieniane na zimno, które

przypomina... bitą śmietanę, a zawiera zdecydowanie mniej kalorii. Fanom Instagramowych nowinek spodobać się kubeczki wafelowe z czekoladą wypełnione kawą lub czekoladą na gorąco oraz wszelkiego rodzaju podpisy, na piance (służą do tego pisaki o smaku kakao i karmelu).

KAWA JAK SZTUKA

Pamiętać także należy, że nawet najlepsze ziarna i doskonały ekspres mogą zdać się na nic, gdy barista nie będzie czuł w sobie tego „kawowego flow”, nie będzie miał duszy i umiejętności, które pozwalają na tworzenie ze zmielonych ziaren tego szlachetnego napoju. Dobrze też, gdy ma odrobinę zdolności plastycznych, technicznych i wyobraźni, by choćby poprzez elementy dekoracyjne uczynić konsumpcję kawy jeszcze ciekawszą i przyjemniejszą. ✕

Oprac. Eliza Marek

¹ Badanie Cafe Monitor 2020 zostało zrealizowane przez ARC Rynek i Opinia metodą CAWI na ogólnopolskiej próbie N=1776 osób w dniach 8-29.07.2020. Badani to osoby w wieku 16-65 lat.

Co czeka branżę delivery



W 2021 ROKU



Jak dowodzi najnowsze badanie Santander Consumer Banku¹, przeprowadzone na potrzeby raportu „Polaków portfel własny – zakupy w dobie pandemii”, nadzieją na utrzymanie dla właścicieli lokali gastronomicznych jest fakt, że zainteresowanie zamawianiem jedzenia na wynos od początku pandemii utrzymuje się na wysokim poziomie. Jak wynika z danych zebranych przez bank, z takiej opcji korzysta już co czwarty Polak (27%) w tym najwięcej osób w wieku 18-29 lat (61%) i 30-39 lat (39%). Zainteresowanie to jednak spada wraz z wiekiem badanych np. wśród czterdziestolatków wynosi już jedynie 17%. To zjawisko może wiązać się z tym, że starsze pokolenia są bardziej przyzwyczajone do przygotowywania posiłków samodzielnie i nawet przed pandemią nie korzystały z opcji obiadu „na mieście” tak często jak młodzi dorośli.

Zamówienia jedzenia na wynos przez Internet w trakcie pandemii stały się również popularnym wyborem dla mieszkańców metropolii powyżej 500 tys. mieszkańców takich jak Warszawa, Łódź czy Poznań (44%) i osób z wyższym wykształceniem najczęściej przebywających na tzw. home office (42%). Co ciekawe, mimo że najchętniej na wynos zamawiają zarabiający najlepiej, z tej opcji korzysta już co szósta osoba, której dochody nie przekraczają 2 tys. zł miesięcznie (17%).

Mimo że polskie społeczeństwo staje się coraz bardziej

Branża delivery mocno urosła w siłę i z całą pewnością jest segmentem, który będzie się wzmacniał w nadchodzących latach. Czasowe zamknięcie lokali z pewnością przyczyniło się do rozwoju tego trendu, jednak kluczowe są tu oczekiwania współczesnych konsumentów, na które restauratorzy muszą odpowiadać, a te – raczej się w najbliższym czasie nie zmieniają.

zdigitalizowane, w przypadku płatności za jedzenie na wynos najczęściej wybieramy opcję gotówki przy odbiorze (55%). Może to wynikać jednak z wygody i niechęci do tracenia czasu na wykonywanie kolejnych operacji w sieci, zwłaszcza że jest to metoda chętnie wybierana przez osoby w wieku 18-29 lat (63%), które na ogół najlepiej radzą sobie z nowymi technologiami. Z kolei ponad połowa trzydziestolatków i czterdziestolatków preferuje płatność kartą przy odbiorze zamówienia (kolejno 59 i 51%). Z płatności plastikiem w aplikacji do zamawiania jedzenia typu Uber Eats czy Pyszne.pl korzysta co piąty z nas (22%), jest to rozwiązanie popularne zwłaszcza wśród mężczyzn (27% w porównaniu do 18% kobiet) oraz najmłodszych respondentów w wieku 18-29 lat i 30-39 lat (kolejno 25 i 32%). Natomiast z zyskujących coraz większe zainteresowanie płatności blikiem korzysta co siódmy

z nas (14%), w tym niemal co czwarty dwudziestolatek (23%) i co dziesiąty pięćdziesięciolatek (10%).

Restauratorzy najczęściej albo sami zatrudniają osoby, które dowożą dania do klientów, albo nawiązują współpracę z firmami dowozowymi. Wiele z nich wyciągnęło do branży pomocną dłoń, bo obniżyło lub zlikwidowało opłatę rejestracyjną. Niejako przy okazji raportują swoim kontrahentom biznesowym trendy prosto z rynku, co pozwala lokalom na modyfikację oferty.

By wszyscy czuli się bezpiecznie firmy dowozowe wprowadziły restrykcyjne przepisy dotyczące bezpieczeństwa, edukują konsumentów i rynek gastronomiczny w zakresie bezpieczeństwa dowozów. Proponują wiele opcji dostaw, w tym dostawę bezdotykową.

– Na terenie całej Polski nasi regionalni Account Managerowie cyklicznie odwiedzają

JAKA GRUPA WIEKOWA NAJCZĘŚCIEJ ZAMAWIA JEDZENIE ONLINE Z DOSTAWĄ DO DOMU W CZASIE PANDEMII?



61% 18–29 latków



39% 30–39 latków



17% 40–49 latków

restauracje, by wspierać je w rozwoju biznesu – mówi **Karolina Jastrzębska**, manager działu ds. doradztwa i rozwoju B2B Pyszne.pl. – W pozostałych miejscach, do których nie docieramy, zapewniamy telefoniczne wsparcie naszego zespołu. Oprócz tego umożliwiamy także dostęp do bogatej wiedzy, którą zdobyliśmy w ciągu 10-letniej działalności na polskim rynku. We współpracy z ekspertami branżowymi przygotowaliśmy i nieodpłatnie udostępniliśmy dla każdej restauracji „Poradnik skutecznych dostaw”, zawierający m.in. praktyczne i wyczerpujące informacje pomocne w uruchomieniu lub rozwinięciu kanału dostaw, niezależnie od wybranego kanału dotarcia do klienta. W szczególnych okolicznościach ostatnich miesięcy wprowadzaliśmy także dodatkowe marketingowe i finansowe wsparcie dla naszych partnerów restauracyjnych poprzez: zniesienie prowizji dla nowo zarejestrowanych, niezależnych restauracji na 30 dni od momentu dodania do platformy; zniesienie prowizji przy zamówieniach z odbiorem w lokalu czy działania marketingowe nakierowane na pozyskanie dodatkowych

zamówień dla restauracji – dodaje.

MODA NA EKO OPAKOWANIA

Do niedawna w gastronomii wszystko co eko nazywaliśmy

**WARTOŚĆ RYNKU NACZYŃ I OPAKOWAŃ
JEDNORAZOWEGO UŻYTKU Z SUROWCÓW
BIODEGRADOWALNYCH SZACUJE SIĘ
NA OK. 12 MLD EURO.**

modą lub trendem. Galopująca degradacja środowiska naturalnego i jej następstwa w postaci nieodwracalnych zmian klimatycznych, a w konsekwencji zaostrzenie przepisów dotyczących użytkowania produktów z plastiku pokazały, że produkty „eko”, czyli biodegradowalne to konieczność. Przypomnijmy, że od tego roku zaczyna obowiązywać przyjęty przez Parlament Europejski zakaz sprzedaży wyrobów jednorazowego użytku z tworzyw sztucznych.

– Jeżeli ktoś w 2021 r. poda nam jeszcze posiłek na plastikowych talerzach, to tylko dlatego, że zalegają one w restauracyjnym magazynie, ale czas na ich opróżnianie skończy się 3 lipca

2021 r. – wskazuje **Katarzyna Karpa-Świderek**, rzeczniczka Fundacji WWF Polska.

Plastikowe produkty objęte od 2021 r. zakazem sprzedaży to: sztuczce (widelce, noże, łyżki i pałeczki), talerzyki i inne naczynia, słomki i mieszadełka do napojów i pojemniki do żywności oraz styropianowe kubeczki.

– Dostosowanie się rynku do wymagań unijnej dyrektywy SUP będzie jednym z tegorocznych wyzwań. Odra Pak, dzięki kompleksowej ofercie oraz dużej sile negocjacyjnej i logistycznej, jest gotowa do zmian – mówi **Radosław Naskręt**, prezes zarządu firmy Odra Pak. – W tej kwestii edukujemy także branżę. Asortyment opakowań przyjaznych środowisku budujemy już od dwóch lat. Produkty eko dobieramy tak, by zastępowały swoje odpowiedniki zarówno pod względem funkcjonalnym, jak i jakościowym. W naszej ofercie opakowań do dań na wynos znajdują się wyroby

z papieru, kartonu, trzciny cukrowej, drewna, bambusa czy aluminium. Nowością są pojemniki EPP Infinity z kp Films. To w pełni recyklingowalny materiał, który utrzymuje ciepłe jedzenie na dłużej. Dbamy też o atrakcyjne ceny. By wspomóc przedsiębiorców, utrzymujemy je również w dobie pandemii – dodaje.

Okazuje się, że rynek naczyń eko i biodegradowalnych dla gastronomii jest jednym z najdynamiczniej rozwijających się na świecie. Wartość rynku naczyń i opakowań jednorazowego użytku z surowców biodegradowalnych – z celulozy, trzciny cukrowej, otrąb, bambusa czy liści palmowych – szacuje się na ok. 12 mld euro. Z tego lwia część przypada właśnie na te wykorzystywane przez fast food i catering.

Największą popularnością cieszą się ostatnio te z pozostałości roślinnych, ponieważ oprócz dopracowanego designu, są bardzo stabilne i wytrzymują szeroki zakres temperatur, od 15°C do 220°C.

Opakowania biodegradowalne po wyrzuceniu, dzięki działalności mikroorganizmów, ulegają przekształceniu w biomasę lub składniki odżywcze. Mogą być również poddane recyklingowi. Z kolei opakowania kompostowalne to takie, które po wyrzuceniu mogą zostać przekształcone w naturalny nawóz. By było

poddane recyklingowi, zyskując drugie życie. Podczas rozkładu nie wydzielają szkodliwych substancji, zmniejszają emisję CO₂ i chronią środowisko.

Pamiętajmy, że każdy materiał posiada swoją indywidualną specyfikę, więc przy wyborze nie musimy iść na kompromis, wystarczy dobrze dopasować wyrób do potrzeb restauracji czy bistra. Opakowania z grupy eko, to nie tylko inwestycja w zdrowie planety, ale też działanie wizerunkowe. Moda na ekologię już jakiś czas temu przestała być modą, a stała się odpowiedzialnym i świadomym wyborem wielu osób. ✕

Eliza Marek

**CO CZWARTY POLAK (27%) ZACZĄŁ
W PANDEMII ZAMAWIAĆ JEDZENIE ON-
LINE W TYM NAJWIĘCEJ OSÓB W WIEKU
18-29 LAT (61%) I 30-39 LAT (39%).**

to możliwe opakowanie musi spełniać wymagania normy EN 13432. Zgodnie z nią musi się ono rozłożyć co najmniej w 90%, w okresie 6 miesięcy. Nie sposób nie zauważyć licznych zalet opakowań kompostowalnych i biodegradowalnych. Przede wszystkim eliminują ilość odpadów – szybko się rozkładają lub zostają

¹ Ogólnopolskie badanie, na potrzeby raportu „Polaków portfel własny – zakupy w dobie pandemii” przeprowadzone zostało w ankiecie telefonicznej na zlecenie Santander Consumer Banku przez IBRIŚ pod koniec listopada 2020 r. W badaniu udział wzięła reprezentatywna grupa dorosłych Polaków. Próba n=1000.

Kompleksowa oferta dla branży HoReCa

Hurtownie partnerskie w całej Polsce

Pełen asortyment ekozamienników

Dostępne ceny i fachowe doradztwo

ODRA PAK
KONSORCJUM HANDLOWE

Poznaj nas: odrapak.pl

Zostań naszym partnerem: 75 640 10 70

REKLAMA

Walentynki *na wynos*

Są takie dni w roku, na które liczy każdy restaurator, właściciel kawiarni czy pubu. Dni, które odpowiednio promocyjnie wykorzystane – stają się okazją do zwiększenia swoich obrotów. Oczywiście pod warunkiem, że niespodziewane wydarzenia nie odbiorą szansy na zaoferowanie swoim klientom czegoś na tyle niepowtarzalnego i niebanalnego, że będą wracać zachwyceni przez resztę roku. Jednym z takich dni są właśnie Walentynki.

WALENTYNKI ODWOŁANE?

Sytuacja na świecie wciąż jest bardzo dynamiczna, nie ma dnia bez nowych wiadomości, a restauratorzy balansują na granicy pomiędzy oczekiwaniem zakończenia lockdownu a resztą cierpliwości, a co gorsza nieraz i ostatkami środków finansowych. W takich momentach niełatwo planować swoją działalność, a tym bardziej wydarzeń takich jak obchody Dnia Zakochanych. Nie wiadomo, czy 14 lutego, który dla restauratorów szczęśliwie przypada na dzień wolny, a dokładnie w niedzielę będzie można otworzyć lokale. A nawet, jeśli uda się złuzować obostrzenia czy klienci przyjdą na uroczysty obiad czy kolację, bo wiele osób przed zarażeniem zatrzyma strach przed wyjściem z domu. Wielu restauratorów wzdycha, że w tym roku nie ma co marzyć o pełnym obłożeniu restauracyjnych stolików, rezerwacjach na miesiące przed tą datą i nie ma co planować naszpikowanego afrodyzjakami menu. A może spojrzeć jednak na tę okazję jak na szansę poeksperymentowania nowych form promocji, wprowadzenia ciekawego menu walentynkowego

na wynos? Może akurat okaże się, że jesteśmy w stanie zaproponować klientom takie rozwiązania, które pozwolą nam rozwinąć dodatkową usługę w postaci menu na domową randkę, które można oferować przez cały rok? A w przyszłym roku – kiedy świat wróci do wytęsknionej normalności – zarabiać nie tylko na miejscu, w lokalu, ale i jednocześnie drugie tyle oferując walentynkowy catering na wynos?

NIEBANALNY POMYSŁ

Zwykle każda restauracja, kawiarnia czy inny lokal gastronomiczny przygotowywała swoje własne, walentynkowe menu. Niektórzy potrafili zadbać też o całą otoczkę – elegancką zastawę, kwiaty, dyskretną obsługę, stoliki zastawione dla dwojga, a całej tej oprawie towarzyszyła dobrana muzyka. Jak to wszystko zamknąć w pudełku na wynos? Zadanie wydawałoby się niemożliwe, jednak restauratorzy to przecież jedni z najbardziej kreatywnych ludzi. Sukces lokalu to przecież mieszanina oferowanych doznań dla wszystkich zmysłów, nie tylko smaku i zapachu. Tylko, czy da się tę całą resztę upakować do styropianowego pojemnika?

Jeżeli chcecie stworzyć najlepiej sprzedający się pomysł na „na wynos” to warto poszukać czegoś niezwykłego. I odrzucić myśl, że takie Walentynki są jedynie namiastką uroczystej kolacji dla dwojga, a skoncentrować się na tym, czego klienci oczekiwali, chcąc spędzić taki wieczór tête-à-tête i to w różnych okolicznościach, w domu, w samochodzie, czy podczas... spaceru. Kiedy odrzucimy myśl o ograniczeniach, zwykle pojawiają się nieszałowne pomysły. Czy w innych okolicznościach mielibyśmy czas, ochotę i tak odmienną perspektywę, jak pomóc klientom zorganizować niezapomniany Dzień Zakochanych z dobrym jedzeniem?

ROZWAŻNIE

Planując Walentynkowe menu warto sięgnąć do... doświadczeń z Sylwestra. Chociaż, jak wydawałoby się, że są to dwa różne święta, jednak są pewne trendy, które warto wziąć pod uwagę, analizując zamówienia online z tego dnia. Jeżeli nasi klienci spędzali ten dzień w wąskim gronie, to czy zamawiali menu dla dwojga? Jakiego dania z naszego menu cieszyły się największym popytem? Czy w swojej ofercie mieliśmy prix fixe menu, czyli zestaw składający się z przystawki, zupy, sałatki, dania głównego i deseru w atrakcyjnej cenie dla jednej osoby? Czy taka oferta cieszyła się powodzeniem? A może warto z okazji Walentynek wprowadzić takie zestawy? Którego dania cieszyły się największym powodzeniem? Jakiego desery? Jakie formy promocji sylwestrowego menu się sprawdziły? Czy w ubiegłych latach mieliśmy jakieś ciekawe doświadczenia z restauracyjnym menu w same Walentynki? Co przyciągało klientów właśnie

ZWYKLE KAŻDA RESTAURACJA, KAWIARNIA CZY INNY
LOKAŁ GASTRONOMICZNY PRZYGOTOWYWAŁA SWOJE
WŁASNE, WALENTYNKOWE MENU. NIEKTÓRZY POTRAFIŁI
ZADBAĆ TEŻ O CAŁĄ OTOCZKĘ – ELEGANCKĄ ZASTAWĘ,
KWIATY, DYSKRETNĄ OBSŁUGĘ, STOLIKI ZASTAWIONE
DLA DWOJGA, A CAŁEJ TEJ OPRAWIE TOWARZYSZYŁA
DOBRANA MUZYKA.



do naszego lokalu? Co możemy śmiało nazwać naszym walentynkowym hitem, a co się zupełnie nie sprawdziło?

I ROMANTYCZNIE...

Nie ma Dnia Zakochanych bez odrobiny szaleństwa, nawet w gastronomii. Może zaryzykować niebanalnym opakowaniem? Dołączyć kartkę Walentynkową restauracji z menu do zamówienia? Może odważyć zaproponować randkę w samochodzie, czy menu na zimowy spacer we dwoje? Może menu inspirowane muzyką dla dwojga? Wyobraźcie sobie jazzową randkę w domowym zaciszu albo wersji argentyńskiego tanga? Zaproponować kompleksowy catering dla panów, którzy chcieliby zaprosić wybrankę w niecodzienne miejsce? Będzie ktoś odważny na tyle, by przygotować całą oprawę randki na wynos, poczynając od dekoracji, obrusu, serwetek, świec, nawet dołączoną w gratisie płytę z muzyką? Wielu zabieganych panów z ulgą

przyjęłoby takie rozwiązanie, bo... właśnie wyjście do restauracji niejako zwalniało ich z dbania o takie szczegóły. Możemy zaoferować także wraz z zamówionym menu – bukiet kwiatów, a nawet jakiegoś słodkiego podarunku, np. rzemieślniczej czekolady... albo voucher na kolejne zamówienie w postaci walentynkowego menu. Może menu z drobnymi przekąskami w małych pudełeczkach, z dokładnym opisem ich afrodyzjakalnego działania? Nawet zwykłe kartonowe opakowanie pizzy, przewiązane czerwoną kokardą z ozdobnym sercem będzie w tym dniu zapamiętana na długo. A może pizza dla dwojga w kształcie serca (dla bardziej zaangażowanych z dodatkiem papryczek chilli)?

ZMYŚŁOWA CZEKOLADA I INNE SŁODKOŚCI

Popularnością powinny się również cieszyć zestawy deserowe na wynos. Szczególnie czekolada, która od wieków jest uważana

za jeden z najsilniejszych afrodyzjaków. Tu pole do popisu mają też cukiernicy. Począwszy od kształtu poprzez kolory, wszystko powinno kojarzyć się z miłością. A może olbrzymie porcje lodów dla zakochanych, przygotowane w jednym pojemniku dla dwojga? Nie zapomnijmy o wygodnym, ale i dostosowanym do okazji opakowaniu.

BEZ ALKOHOLU

Niestety, na razie nie można oferty uzupełnić pasującym do menu alkoholem. Mimo apeli do rządzących nie zdecydowano się w ramach tarczy pozwolić na wprowadzenie sprzedaży – tak jak na przykład wprowadziła to Łotwa w obecnej sytuacji pandemicznej. Nawet Szwecja z państwowym monopolem na alkohol zezwoliła na sprzedaż internetową. Tu restauratorzy nadal mają związane ręce obowiązującymi przepisami, chociaż w całej Europie sprzedaż alkoholi przez Internet jest dozwolona. A przecież walentynkowe

menu zwykle nie obywat się bez lampki dobrego wina, szampana czy innego trunku.

Branża, ale i część posłów, namawiają rządzących do zmiany tego zakazu, tym bardziej, że Ho-ReCa to 15% obrotów całej branży alkoholowej. Wcześniej czy później pewnie doczekamy takiej możliwości, by sprzedawać posiłki przez Internet bardziej komplementarnie, z dodatkiem dobranego do jedzenia trunku, jednak Walentynkowy catering 2021 pewnie uzupełniony będzie mógł być jedynie napojami bezalkoholowymi. Może chociaż ciekawym pomysłem będzie możliwość dołączenia do oferty jakiegoś niebanalnego soku, chociaż nawet sok jabłkowy można sprzedawać jako nieco miłosny napój – wszakże Ewa w raju Adama skusiła właśnie jabłkiem (choć niektórzy twierdzą, że był to owoc granatu). Można pokusić się też o bezalkoholowe drinki własnej receptury. Dobrze skomponowane nazwy mogą skusić niejedną Ewę i niejednego Adama, wszakże każdy by chciał spróbować „Napoju mocy”, „Miłosnych igraszek” czy „Zmysłowego mango”.

PLAN

Warto rozplanować sobie działania i odpowiednio wcześniej (np. tydzień, dwa przed walentynkami) już proponować rezerwację dań dla dwojga. Im bardziej skomplikowane menu i wymagające od nas większej organizacji, tym wcześniej anonsujemy możliwość takiej rezerwacji. Ochroni to przed niepotrzebnymi nerwami i wydatkami, a jednocześnie podkreśli atmosferę wokół szykowanej niespodzianki. Dziś mamy do dyspozycji wiele form promocji, więc z taką ofertą należy próbować dotrzeć do klientów różnymi kanałami: poprzez newslettery, media społecznościowe (prośmy o udostępnianie szczęśliwym, zakochanym parom, nagrywajmy life streamingi,

publikujemy w Internecie zdjęcia oferowanych dań), wieszajmy plakaty na zewnątrz lokalu, korzystajmy z tablic-potykalcy. Odpowiednio podkreślając atmosferę, szukając nieszablonowych pomysłów na promocję jesteśmy w stanie zagospodarować sobie pracę nie tylko na walentynkowy

weekend. Przy okazji – pamiętajmy też o innych. Restauracja może z tej okazji wejść we współpracę z pobliską kawiarnią, piekarnią, czy lokalną cukiernią. To ułatwi nam organizację wydarzenia, ale pozwoli też poszerzyć krąg stałych klientów. ✕

Olga Tylińska

WOJCIECH HARAPKIEWICZ

Szef Kuchni

Restauracja Boreczna w Michałkowej
Polska Inicjatywa Kulinarna



Fot. Arch. Wojciech Harapkiewicz

Perliczka z majonezem żurawinowym

i chipsami z buraka

SKŁADNIKI:

- * perliczka w całości wyluzowana z kości
- * masło – 100 g
- * buraki – 1 szt.
- * żurawina
- * czerwone wino
- * czerwona cebula
- * olej Beskidzki
- * figi
- * majonez
- * cukier – 100 g

SPOSÓB WYKONANIA:

Figi suszone gotujemy w czerwonym winie i wychładzamy. Folię spożywczą smarujemy olejem i układamy perliczkę skórą do foli. Do środka ptaka wkładamy figi pozbywając ich twardych ogonków. Przyprawiamy solą oraz pieprzem i bardzo ciasno zwijamy w rulon pozbywając się powietrza. Końcówki foli odcinamy. Zawiniętą w folię perliczkę wakuujemy próżniowo. Gotujemy w niskiej temperaturze 68°C przez 4h.

Chipsy z buraka: Z wody i cukru przygotowujemy syrop w proporcji 1:1. Buraka kroimy na maszynie w bardzo cienkie plasterki, które następnie wkładamy do syropu cukrowego na 20 min., aby się nasączyły. Następnie układamy w dehydratorze i wyciągamy całą wodę tworząc chipsy.

Żurawinę miksujemy razem z majonezem i przecieramy przez sito. Perliczkę kroimy na porcje i smażymy na oleju na złoty kolor na końcu bastując masłem. Całość układamy na talerzu dekorując według uznania.



OKAP

- funkcjonalność ponad wszystko

Zadaniem okapu jest wychwytywanie i usuwanie tych niepotrzebnych czynników, które dodatkowo rozprzestrzeniają się w pomieszczeniu i brudzą inne sprzęty oraz znacznie podnoszą temperaturę powietrza. Zasada działania tego urządzenia jest bardzo prosta. Ogrzane powietrze z różnego typu

zanieczyszczeniami dostaje się do wyciągu, sący przez filtry labiryntowe, które zatrzymują wodę, olej, sadzę itp., a następnie za pośrednictwem kanału wylotowego wilgoć jest podawana bezpośrednio do rury składowania, która znajduje się w dolnej części okapu.

Okapy gastronomiczne to kolejny punkt niezbędnego wyposażenia kuchni restauracyjnej, w której znajdziemy urządzenia emitujące dużą ilość ciepła, dymu, zapachów i pary wodnej.

Okap wraz z system wentylacyjnym ma wyprowadzić zanieczyszczone powietrze, oczyścić je i doprowadzić do kuchni czyste oraz świeże. Innowacyjne modele, które są obecnie dostępne na rynku dobrze się czyści i komfortowo użytkuje.

– Nowoczesne okapy gastronomiczne są głównym elementem systemu usuwania i nawiewania powietrza. Mają za zadanie

Meble technologiczne

Linia GT

Profesjonalna gastronomia wymaga profesjonalnych rozwiązań w szybkim czasie. Stworzyliśmy linię GT, która jest dostępna od ręki.

WYSYŁAMY W
24H



- ✓ atrakcyjne ceny
- ✓ dostępne w 24h
- ✓ spawana konstrukcja
- ✓ stal nierdzewna
- ✓ polska produkcja
- ✓ atest PZH
- ✓ regulowana wysokość



ZESKANUJ I SPRAWDŹ
ONLINE

www.dora-metal.pl

REKLAMA

stworzyć przyjazny klimat i komfortowe warunki pracy w pomieszczeniu kuchennym wraz z maksymalnym odfiltrowaniem zanieczyszczeń z wyciąganego powietrza w celu zabezpieczenia zabrudzenia kanałów wentylacyjnych. Prawidłowe funkcjonowanie wentylacji wymaga starannego wyboru modelu i wielkości okapu oraz jego właściwego usytuowania w kuchni – mówi **Wojciech Pomagier**, manager ds. rozwoju produktu Dora Vent.

Podstawowy podział okapów gastronomicznych wynika z jego miejsca montażu. Wyróżniamy okapy przyściennne oraz okapy centralne.

Ze względu na kształt okapy możemy podzielić na skośne, trapezowe (ze ścięciem) oraz skrzyniowe, a biorąc pod uwagę sposób działania wyróżniamy okapy wyciągowe oraz nawiewno-wyciągowe. Okapy wyciągowe odpowiadają jedynie za wyciąganie oparów zawierających tłuszcz, natomiast wśród okapów nawiewno-wyciągowych możemy wymienić:

- **Okapy kompensacyjne** – strumień powietrza kompensacyjnego nawiewany jest do pomieszczenia,
- **Okap indukcyjny** – strumień powietrza indukcyjnego nawiewany jest na filtry,
- **Okapy kompensacyjno-indukcyjne** – oba strumienie powietrza, zarówno kompensacyjny, jak i indukcyjny nawiewane są równocześnie.

Planując kuchnię lub jej remont warto od razu dokonać wyboru rozmieszczenia kuchenek, a następnie okapów. Jest to o tyle ważne, że w tym momencie można zdecydować, jaki okap wybrać.

Jeżeli kuchenki będą ustawione na środku kuchni wtedy

konieczny jest okap centralny lub inaczej określany nazwą wyspowy, czy środkowy, to jeden z rodzajów okapów, które nie są wymagane do montażu na ścianie. Jest on zawieszony nad wszelkiego rodzaju urządzeniami.

Natomiast, kiedy będą stały pod ścianami, to przyda się okap przyścienny. Bardzo ważną sprawą jest dopasowanie okapu

ZŁA WENTYLACJA MOŻE GOŚCI ODSTRASZYĆ DO TEGO STOPNIA, ŻE JUŻ NIE WRÓCĄ DO RESTAURACJI, NAWET JEŚLI SMAKOWAŁO IM JEDZENIE. NIKT PRZECIEŻ NIE LUBI CZUĆ ZAPACHU SMAŻONEGO TŁUSZCZU NA UBRANIACH. UNIKNĄĆ TEGO MOŻEMY, JEŻELI JESZCZE NA ETAPIE PROJEKTOWANIA KUCHNI W LOKALU GASTRONOMICZNYM ZADBAMY O SKUTECZNĄ CYRKULACJĘ POWIETRZA. TO POZWOLI NA ELIMINACJĘ ZAPACHÓW POCHODZĄCYCH Z GOTOWANIA.

do wielkości kuchni. Podstawą jego sprawnego funkcjonowania jest prawidłowy dobór pod względem typu, gabarytów, wydajności oraz instalacji, do której zostanie podłączony. Warto pamiętać o tym, żeby obrys był większy o ok. 20 cm niż obrys urządzenia lub urządzeń, nad którymi będzie zawieszony.

– W związku z tym, że prawidłowy dobór okapu dla użytkownika może być dość kłopotliwy na podstawie bieżącego projektu dobieramy odpowiedni okap. Nie ograniczamy się tylko do wyboru modelu okapu, ale proponujemy odpowiednie gabaryty, dobór filtrów oraz ilości stopni filtracji czy wyznaczamy wydatki powietrza wywiewanego i nawiewanego

do pomieszczenia, które to stanowią materiałem wsadowym dla projektantów wentylacji – mówi **Wojciech Pomagier** z firmy Dora Vent.

Bardzo ważną funkcją okapów, która przyda się w każdej kuchni jest łapacz tłuszczu. Są to specjalne filtry wchłaniające mgłę olejową i opary tłuszczu. Dzięki temu będzie znacznie mniej sprzątanego,

bo na meblach, ścianach i sprzętach kuchennych nie będą pojawiać się i osadzać tłuste plamy. Testując sprzęt, albo rozmawiając z przedstawicielem firmy warto upewnić się, że taki filtr łatwo się zdejmie i co ważne, warto wybrać taki, który można myć w zmywarce.

– Nasze okapy pracujące jako element wyciągowy są wyposażone przede wszystkim w filtry przeciw tłuszczowe w technologii Micro Drop™ oraz jako kolejny stopień filtracji mogą być dodatkowo wyposażone w filtry ultrafioletowe (UV-C Ozone) – dodaje **Wojciech Pomagier**.

Przy wyborze okapu warto zwrócić na nie uwagę, bowiem może w znaczącym stopniu wpłynąć na ich wydajność, a także sprawić, że praca przy nich będzie bardziej komfortowa i bezpieczna.

Wśród najbardziej istotnego wyposażenia dodatkowego można znaleźć:

- technologię UV-C, która usuwa tłuszcz dzięki zastosowaniu promieni UV,
- labiryntowe łapacze tłuszczu,
- oświetlenie jarzeniowe,
- przeciwogniowy filtr labiryntowy. ✕

Oprac. red.



Jeven

SYSTEMY WENTYLACJI I WYPOSAŻENIA KUCHNI



Nowoczesne, technologicznie zaawansowane i estetycznie wyglądające zaplecze kuchenne - to właśnie JEVEN!

Na rynku polskim firma Jeven Sp. z o.o. obecna jest od ponad 10 lat i jest jednym z liderów w zakresie wysokosprawnych, profesjonalnych okapów kuchennych. Urządzenia produkowane są pod konkretny wymiar, możliwe jest indywidualne dopasowanie kształtem i kolorystyką do potrzeb wnętrza.

Jeven Sp. z o.o. proponuje również urządzenia technologii kuchennej włoskiej firmy Mareno oraz systemy filtracji Smoki, pomagające pozbyć się sadzy z pieców opalanych drewnem.

W ofercie firmy są rozwiązania z zakresu sterowania oraz optymalizacji pracy urządzeń gastronomicznych od strony zużycia energii. Jeven zapewnia kompleksową ofertę w poszczególnych grupach produktowych, dobór i doradztwo w zakresie rozwiązań sprzętowych, szybkie i kompleksowe dostawy, montaż i serwis urządzeń oraz obsługę gwarancyjną i pogwarancyjną.

Jeven Sp. z o.o.

62-080 SADY k. Poznania
ul. Logistyczna 23
tel. 61 661 02 95
biuro@jeven.pl

Oddział GDAŃSK
Oddział KRAKÓW
Oddział POZNAŃ
Oddział WARSZAWA

tel. 661 501 797
tel. 795 560 827
tel. 662 332 817
tel. 661 363 918

www.jeven.pl

Ciągi wydawcze

– ułatwienia dla gości i obsługi

Przy projektowaniu kuchni i lokalu należy od razu uwzględnić, jak wyglądać będzie ciąg wydawczy, jaką przeznaczymy na niego powierzchnię i jak dobierzemy urządzenia, by był jak najbardziej funkcjonalny. A także jakie serwować będzie menu i czy wygodnie będzie z niego korzystać zarówno gościom, jak i obsłudze.

Na rynku dostępne są modułowe ciągi wydawcze, które pozwalają na zorganizowanie nowoczesnego systemu wydawania ciepłych i zimnych potraw, napojów, ciast, sałatek zarówno w lokalu, jak i np. na świeżym powietrzu. Dają możliwość sprawnego zorganizowania wydawania posiłków i to nawet bardzo dużej liczbie gości, jednocześnie i w bardzo krótkim czasie. Ciąg powinien być też tak przygotowany, by umożliwić atrakcyjną ekspozycję dań i produktów, z których można samodzielnie skomponować talerz. Musi to być na tyle przejrzyste i dostępne, by nie tworzyły się kolejki, a gość mógł w szybkim tempie dokonać wyboru. Systemy modułowe pozwalają także na to, że w każdej chwili można zmienić ustawienie, dostosowując je do potrzeb chwili.

– Przy urządzeniach służących do wydawania i ekspozycji ciepłych dań bardzo ważne jest utrzymanie właściwej temperatury potraw. Specjalizujemy się w wykonaniu barmów

z niezależnymi komorami, z możliwością manualnego lub automatycznego napełniania i uzupełniania poziomu wody oraz ze zintegrowanym zbiorczym odpływem w kilku wariantach – mówi **Honorata Dudziak**, kierownik działu sprzedaży gastro w firmie Pro Ascobloc. – W doborze barmów lub blatów podgrzewających istotne jest zastosowanie sterowania cyfrowego, które oferuje nasza firma. Gwarantuje ono idealną nastawę temperatury i wpływa na ergonomię pracy personelu. Konfigurując linię wydawczą również należy zwrócić uwagę na utrzymanie właściwej temperatury, ekspozycję i prezentację dań zimnych. Oferujemy szeroki asortyment witryn chłodniczych, panoramicznych, w których można umieszczać desery, napoje widoczne dla klienta z każdej strony. Witryny panoramiczne z wymuszonym obiegiem

powietrza cieszą się dużą popularnością wśród klientów, którzy oczekują nieszablonowych rozwiązań, niekojarzących się ze smutną kantyną pracowniczą – dodaje.

Co roku na rynku pojawiają się nowości, które pozwalają na oszczędzanie czasu pracy i energii, co przy funkcjonowaniu lokali jest bardzo ważne. Dobrze zaprojektowany ciąg wydawczy pozwoli na dystrybucję dużej ilości posiłków w krótkim czasie zachowując ich walory smakowe, odpowiednią temperaturę i estetyczny, świeży wygląd.

Układając plan ciągu wydawczego, trzeba wziąć pod uwagę trzy czynniki: warunki architektoniczne pomieszczenia, serwowane posiłki, ich ilość oraz rodzaj i dla jakiej liczby gości jednocześnie będą one wydawane. To pozwoli ustalić długość i konfigurację ciągu wydawczego w kuchni i w lokalu. Bardzo ważny jest sposób obsługi, jej ilość i charakter podawanych dań. To determinuje dobór elementów ciągu.

Jeżeli bowiem gość tylko wskazuje na składniki lub na dania, ale podaje je obsługa, to wtedy mogą zostać zastosowane witryny i nadstawki zamknięte od jego strony. Natomiast, jeżeli będzie dokonywał tego samodzielnie, to musi mieć łatwy dostęp i możliwość ich otwierania. Połączenie ciągu wydawczego z systemem bufetowym pozwala

na bardzo atrakcyjny sposób wydawania posiłków.

Wybierając standard wykonania ciągów wydawczych warto skoncentrować się na wyborze urządzeń do zabudowy, tzw. wpuszczanych w blat. Oznacza to możliwość szybkiej wymiany urządzenia na nowe lub inne o tych samych gabarytach, bez konieczności zmiany całego ciągu.

grzania – mówi **Honorata Dudziak** z firmy Pro Ascobloc.

Ponadto ciąg nie musi być prostą linią wydawczą, możemy dowolnie bawić się jego kształtem, tworząc pofalowania i załamania. Wiele firm daje swoim klientom nieograniczony wybór materiałów wykończeniowych. Proponuje różnego rodzaju zabudowy frontu ciągów oraz różne formy wykonania blatów,

CIĄGI WYDAWCZE PEŁNIĄ BARDZO ISTOTNĄ ROLĘ
W SZYBKIM I SPRAWNYM WYDAWANIU POSIŁKÓW
BEZ UTRATY ICH WALORÓW SMAKOWYCH. Z TEGO
WZGLĘDU BARDZO WAŻNE JEST INDYWIDUALNE
PODEJŚCIE DO KONFIGURACJI I DOBORU URZĄDZEŃ
W ZALEŻNOŚCI OD KONCEPCJI LOKALU.

Pamiętajmy zatem, że nawet najlepsza w smaku potrawa, jeśli nie zostanie odpowiednio zaprezentowana może zostać przez klienta niezauważona. Dlatego właśnie, prócz funkcjonalności istotnej dla właścicieli i obsługi lokalu, należy odpowiednio zaprojektować ciąg pod względem wizualnym.

– W projektowaniu linii wydawczych kluczowe jest dostosowanie wszystkich elementów do aranżacji lokalu. Dużą rolę w tym zakresie pełnią nadstawki, które są ważnym elementem wizualnym. Należy pamiętać, że nadstawki służące do podgrzewania potraw nie powinny zmieniać ich walorów smakowych, dlatego zalecamy zastosowanie sterowania elektronicznego do regulacji natężenia

co pozwala uczynić ciąg niezwykle ciekawym elementem sali restauracyjnej dopasowanym do wystroju całego lokalu.

– Nasze urządzenia są przystosowane do bezszwowej wstawki w blaty nierdzewne oraz do wbudowania w blaty granitowe lub wykonane z konglomeratu – dodaje **Honorata Dudziak**.

Należy pamiętać, że konfiguracja elementów ciągu, jego design i układ są ściśle dopasowane do potrzeb i wymagań klienta. To indywidualny projekt uzależniony przede wszystkim od wielkości punktu wydawania posiłków oraz ich typu. ✕

Oprac. E.M.

ascobloc®

Meble i urządzenia
ze stali nierdzewnej

CIĄGI WYDAWCZE

ERGONOMIA

NOWOCZESNE WZORNICTWO



STEROWANIE CYFROWE



DEBAG
GLOBAL BAKING TECHNOLOGY

alexandersolia
Food processing

PRO ASCOBLOC Sp. z o.o.
ul. Szarych Szeregów 22
98-500 Bydgoszcz

tel. 62 765 47 10
fax 62 765 36 80
e-mail: proascobloc@ascobloc.pl

www.ascobloc.pl
www.alexandersolia.pl
www.debagn.pl

REKLAMA

Czy kuchnia roślinna znajdzie w Polsce szersze grono zwolenników?

Producenci żywności i restauratorzy śledzą zmieniające się preferencje konsumentów i odpowiadają na nie nowościami w ofercie. Restauracje pełnią ważną rolę w popularyzacji kuchni roślinnej. 27% badanych deklaruje, że częściej jadłoby roślinnie, gdyby dostępność tego rodzaju dań była większa. – To sygnał przede wszystkim dla restauratorów, którzy dotychczas sceptycznie podchodzili do wzbogacenia kart o dania roślinne. W 2020 r. mogliśmy mnożyć przykłady restauracji i sieci, które z sukcesem wplatały takie opcje do menu – mówi **Maciej Otrębski**, ekspert w zakresie kuchni roślinnej, Strategic Partnerships Manager w kampanii RoślinnieJemy. 34% Polaków uważa, że oferta dań w 100% roślinnych w restauracjach jest lepsza niż 5 lat temu. 1/3 konsumentów potraw wegańskich ocenia ją dobrze lub bardzo dobrze.

Polacy najchętniej przetestowaliby w wersji roślinnej dania kuchni polskiej. Chętnie

Co drugi Polak uważa, że dzisiaj łatwiej jest być weganinem niż 5 lat temu, a już ponad połowa z nas przynajmniej od czasu do czasu jada w pełni roślinne posiłki¹. Najbardziej zainteresowani jesteśmy roślinnymi wersjami dań i produktów, które dobrze znamy.

sięgnęlibyśmy też po wegańskie wersje comfort food. Ponad 80% z nas zna hummus, kotlety roślinne i mleko na bazie roślin, a ponad połowa – roślinne zamienniki nabiału i przetworów mięsnych. Wiedza o tych wyrobach nie jest jednak tożsama z ich włączaniem do jadłospisu. Próbowano ich średnio dwa razy mniej osób niż o nich słyszało. Mało znanym produktem wciąż pozostaje obco brzmiący seitan, o którym słyszało tylko 30% badanych, a próbowało zaledwie 10%. Aż 45% deklaruje, że częściej sięgałoby po produkty i składniki roślinne, gdyby ich cena w sklepach była niższa. Jeśli chodzi

o rezygnację z produktów odzwierzęcych, Polakom najtrudniej byłoby wyłączyć z codziennego jadłospisu ser żółty, jogurty i mięso w postaci dań, natomiast z większą łatwością wyklucziliby inne przetwory mleczne i mięsne.

– Mocnym sygnałem dla branży gastronomicznej jest jeden z kluczowych wniosków badania Pyszne.pl – najchętniej jedlibyśmy roślinne wersje znanych nam dań – pierogów, zup, burgerów czy pizzy. Zasięg i skala działalności serwisów delivery sprawia, że po roślinne jedzenie może sięgnąć każda osoba zainteresowana nowymi smakami lub po prostu poszukująca bardziej zrównoważonych i przyjaznych planecie sposobów odżywiania się. 2021 rok w moim odczuciu to czas, w którym temat roślinnego jedzenia pozostanie atrakcyjny, a rodzima gastronomia będzie dalej zaskakiwać coraz lepszą ofertą dań roślinnych – podsumowuje **Maciej Otrębski**. ✕

Oprac. red.



Fot. Arch. Pyszne.pl

¹ Raport „Kuchnia roślinna w Polsce” prezentujący wyniki badania zrealizowanego na zlecenie Pyszne.pl w grudniu 2020 r. metodą CAWI na grupie 800 respondentów przez instytut badawczy ARC Rynek i Opinia.



sos CZOSNKOWY 169
z ziołami włoskimi



VINIGRETTE 168



**NOWE SOSY
BEZ KONSERWANTÓW**
idealne do dań na wynos

Fanex Sp. z o.o.
05-870 Błonie, Radonice 5A
tel. +48 22 47 10 444

www.fanex.pl

AUTONOMICZNA JAZDA W PRACY

dostawców żywności

Jesteśmy świadkami powolnej autonomizacji jazdy. Choć dla wielu osób może wydawać się to science fiction, na rynku z roku na rok pojawiają się nowe systemy asystujące, które w coraz większym stopniu mogą ułatwić prowadzenie samochodu. Osoby dostarczające posiłki w branży gastronomicznej, które codziennie przemierzają dziesiątki lub setki kilometrów w dużym stopniu mogą odczuć przydatność tych rozwiązań. Gdy w grę wchodzi zmęczenie, rozkojarzenie lub po prostu chwila dekoncentracji, elektroniczny „anioł stróż” może pomóc w uniknięciu niebezpiecznych sytuacji drogowych.

Jednym z najbardziej rozpowszechnionych systemów w aktualnie produkowanych autach pozostaje aktywny tempomat. Jego działanie polega na dostosowywaniu prędkości samochodu do poprzedzającego go pojazdu. Kierowca może wybrać zadaną prędkość, z jaką chce się poruszać, która będzie zmniejszana lub zwiększana, w zależności od ruchu panującego na drodze. Aktywne tempomaty przeważnie działają w pewnym zakresie prędkości (np. w granicach 20-180 km/h), jednak w niektórych modelach samochodów możliwe jest także automatyczne zatrzymanie i ruszenie pojazdu.

Kolejnym z popularnych elementów zwiększających bezpieczeństwo podróży jest asystent utrzymywania

W wyposażeniu samochodów coraz częściej na liście opcjonalnych dodatków widzi się takie pozycje, jak np. asystent utrzymywania pasa ruchu, aktywny tempomat czy funkcja awaryjnego hamowania. Rozwiązania te mają odciążać kierującego i wspomagać go w chwilach nieuwagi. Czy okazują się również przydatne w pracy dostawców żywności?

pasa ruchu. Nie dopuszcza on do zmiany pasa ruchu bez zasygnalizowania tego przy pomocy kierunkowskazu. Komunikowanie działania tego systemu okazuje się mocno zróżnicowane – mrugająca kontrolka na desce rozdzielczej, sygnał dźwiękowy, wibracje fotela lub delikatna kontra kierownicą. Oprogramowanie to bywa połączone z czujnikiem martwego pola w lusterkach wstecznych, więc po włączeniu kierunkowskazu i chęci zmiany pasa ruchu asystent może zablokować ten manewr, gdy czujnik zasygnalizuje ryzyko kolizji.

Funkcja awaryjnego hamowania to kolejny z elementów znacząco wpływających na bezpieczeństwo jazdy. Przy pomocy radaru bądź lidarów skanowana jest przestrzeń przed pojazdem. Jeśli urządzenia wykryją, że samochód zbliża się z dużą prędkością do nieruchomego, bądź poruszającego się wolno obiektu, automatycznie następuje hamowanie awaryjne.

Procedura ta jest sygnalizowana nie tylko kierowcy, poprzez komunikat na desce rozdzielczej, ale również innym uczestnikom ruchu poprzez włączenie światła awaryjnych.

Wyróżnia się pięć poziomów autonomicznej jazdy. Samochody wyposażone w wymienione wyżej urządzenia znajdują się na poziomie pierwszym. Kolejne dwa stopnie to jazda półautonomiczna, w której samochód jest w stanie przez część czasu poruszać się sam. Poziomy czwarty i piąty odpowiadają jeździe w pełni autonomicznej. Koncerny samochodowe dokonują coraz odważniejszych prób, przechodząc na kolejne szczeble automatycznego prowadzenia. Problemem może pozostać kwestia regulacji prawnych, ponieważ w wielu krajach (w tym w Polsce) przepisy ruchu drogowego nie uwzględniają tego. Miejmy nadzieję, że szybko to się zmieni. ✕

Patryk Łusiewicz

EXPO SWEET 2021 ZMIANA TERMINU



Expo Sweet 2021 – zmiana terminu

Targi Expo Sweet 2021 nie odbędą się 21-23 lutego. – Z ogromną przykrością musimy przesunąć lutowy termin targów Expo Sweet 2021. Mamy nadzieję, że targi uda się w tym roku zrealizować w marcu lub kwietniu. Oczywiście warunkiem koniecznym jest ustąpienie pandemii. W obecnej sytuacji uważamy, że dla Waszego zdrowia i bezpieczeństwa należy zrezygnować z organizacji tak dużej imprezy, na której bliski kontakt byłby nieunikniony. Na szczęście luty to dopiero początek roku i być może uda się przeprowadzić Expo Sweet w którymś z wiosennych miesięcy – mówi Piotr Krasoń, Expo Sweet EZIG.

Wegańskie przepisy

Patryk Szczepański w SoGood

Receptury Patryka Szczepańskiego, trójmiejowego cukiernika, właściciela firmy PureSugar, ambasadora projektu Chefs For Change znalazły się w najnowszym wydaniu światowego półrocznika poświęconego wykwintnemu cukiernictwu SoGood. – Właśnie teraz jest najlepszy moment by otworzyć się na kuchnię roślinną: wszystkie trendy na świecie przemawiają za tym, że gastro-nomia powinna ewoluować w tym kierunku. Poza tym mamy w Polsce świetne inicjatywy – Chefs For Change i RoślinnieJemy, które pokazują, że dania i desery oparte o produkty roślinne mogą

być nie tylko tak samo smaczne, ale często nawet smaczniejsze niż te na bazie produktów odzwierzęcych. Dla mnie osobiście najczęściej wykorzystywanymi składnikami są pektyny czy tłuszcze roślinne ze szczególnym naciskiem na masło kakaowe ze względu na szeroki wachlarz tekstur jakie pozwala osiągnąć – mówi Patryk Szczepański.



Fot. Joanna Ogórek

Poland 100 Best Restaurants Awards 2020

Gala 10. edycji Przewodnika Poland 100 Best Restaurants 2020 nie odbędzie się. Lista najlepszych restauracji zostanie zaprezentowana 22 lutego o godz. 20. online. – Nie była to łatwa decyzja. Od dawna nadawaliśmy rozmach temu wydarzeniu i na ten wyjątkowy wieczór czekali właściciele restauracji, szefowie kuchni oraz goście restauracji. Jednak zdrowie i dobre samopoczucie laureatów i gości zawsze były najważniejsze. Z niecierpliwością czekamy na jesienną galę 11. edycji Przewodnika Poland 100 Best Restaurants i na organizację tego wydarzenia w przyjętej i przez lata wypracowanej i realizowanej formule – powiedział Cezary Wołodko, twórca Przewodnika Poland 100 Best Restaurants.



Nowy ambasador World Food Travel Association w Polsce

Hubert Gonera został certyfikowanym ambasadorem World Food Travel Association (WFTA) i będzie reprezentował Polskę w największej organizacji zajmującej się wspieraniem rozwoju i promocją turystyki kulinarnej na świecie. – Mam świadomość, że przez lata w naszym kraju panowała chęć tworzenia ofert turystyki kulinarnej, ale trochę brakowało dostępu do wiedzy i know how. Teraz dzięki WFTA jest to znacznie ułatwione. Moim marzeniem i celem jest skupienie wszystkich działań, które tworzą przebogatą ofertę turystyki kulinarnej w kraju i ich promocja na rynku krajowym i międzynarodowym. Myślę tutaj o szlakach turystyki kulinarnych, muzeach smaku, ale także o lokalnych grupach działania i stowarzyszeniach turystycznych o zasięgu regionalnym i lokalnym. Współpraca środowiska i skupienie wysiłków może przynieść dość szybko wymierne efekty – mówi Hubert Gonera.

Nowe miejsce na kulinarnej mapie Bydgoszczy

Paweł Stawicki został szefem kuchni w restauracji Scoria w Bydgoszczy. Otwarcie lokalu planowane jest na drugi kwartał 2021 r. Przez ostatnie 10 lat prowadził kuchnię Mercato w Hotelu Hilton Gdańsk. – Czas mojej historii z restauracją Mercato w Hotelu Hilton Gdańsk po wielu latach dobiega końca. Nowy projekt, który tworzę od dawna umożliwi mi dalszy rozwój. Czas spędzony w Mercato był niesamowity. Pasję dzieliłem z wieloma ludźmi, którym chciałbym serdecznie podziękować. W nowym miejscu z pełnym zaangażowaniem, z grupą niesamowitych pasjonatów, będę dbał o zadowolenie gości i kontynuację rozpoczętej filozofii gotowania. W restauracji Scoria będziecie mogli doświadczyć niesamowitych przeżyć kulinarnych na najwyższym poziomie – zamieścił Paweł Stawicki w mediach społecznościowych.



GORĄCA SPRAWA

Regał grzewczy DM-99001 do samoobsługi przez klienta z regulowanym kątem nachylenia półek. Utrzymuje gotowe potrawy i przekąski w odpowiedniej temperaturze. Dlatego produkt sprawdzi się tam, gdzie gorący posiłek i szybka obsługa jest priorytetem. Temperatura ustalana jest za pomocą niezależnych termostatów, dzięki czemu w każdej strefie może być zadana inna temperatura grzania. Ekspozuj swoje dania w eleganckim regale grzewczym wykonanym ze stali nierdzewnej i szkła hartowanego. Ciesz się niezawodnością i trwałością wyrobów. Teraz gorące dania możesz sprzedawać jeszcze szybciej.

Dora Metal
ul. Chodzieska 27
64-700 Czarnków

+48 67 255 20 42
handlowy@dora-metal.pl
www.dora-metal.pl



NOWOŚĆ DLA DOSTAW DO DOMU - FRYTKI CRISPY COATED

Super chrupiące frytki od Farm Frites – Chef's Specials Crispy Coated są cięte z najlepszych ziemniaków i pokryte specjalną powłóczką bez glutenu zwiększającą chrupkość. Frytki Crispy Coated są prawdziwie ziemniaczane, ponieważ w procesie produkcji producent zachował smak ziemniaka i dodał super chrupkość uzyskując nowy wzorzec chrupkości. Frytki Crispy Coated w menu są gwarantem jakości restauracyjnej w dostawach do domu.

Farm Frites Central Eastern Europe Sp. z o.o.
ul. Wileńska
84-300 Łębork
tel.: (59) 863 75 00
sprzedaz@farmfrites.pl
www.farmfrites.pl
FB: Farm Frites Polska



PASTABOKSY I RAVIOBOKSY POMYSŁEM NA DANIA NA WYNOS

W dobie dzisiejszych działań rządu każdy sposób na jedzenie na wynos jest na wagę złota. Dania z makaronu długo utrzymują ciepło, nie zaparzają się i nie robią gumowe, a do tego mają niski foodcost. Raviomatic 2020 to nowy model do bieżącej produkcji Ravioli. Kompaktowe wymiary, ponad 75 rodzajów makaronów i 8 ravioli wraz z mieszaniem ciasta z sokami warzywnymi dają niespotykane dotąd szanse. Możliwa prezentacja urządzeń w restauracji.

Wamma Poland
ul. Twarda 12
86-065 Lisi Ogon
tel.: 882 054 187
www.wammashop.pl
gastro@wamma.pl



HOCHLAND CREMETTE - DO ZASTOSOWAŃ NA SŁODKO I NA SŁONO

Hochland Cremette to ser twarogowy premium przeznaczony dla branży gastronomicznej oraz klientów B2B. Produkt o bardzo wysokiej wydajności, trwałości i uniwersalnym przeznaczeniu. Świetna baza potraw zarówno na słono jak i na słodko. Hochland Cremette jest niezastąpionym składnikiem sushi, doskonałym serem kanapkowym oraz bazą dań gotowych, wyrobów cukierniczych i deserów. Dostępny w wygodnych wiadrach o dwóch pojemnościach: 2 kg i 10 kg.

Hochland Polska Sp. z o.o.
ul. Okrężna 2
64-530 Kaźmierz
tel.: (61) 292 91 00
www.hochlandprofessional.pl



Gdzie warto być?

HARMONOGRAM NAJBLIŻSZYCH IMPREZ

DATA	MIEJSCE	IMPREZA	ORGANIZATOR
22.02.2021	online	Poland 100 Best Restaurants	Eventic
12-16.03.2021	online	Targi Internorga	Hamburg Messe und Congress GmbH
24-26.03.2021	Nadarzyn	Międzynarodowe Targi Gastronomiczne EuroGastro	MT Targi Polska
24-26.03.2021	Nadarzyn	Międzynarodowe Targi Wyposażenia Obiektów Noclegowych WorldHotel	MT Targi Polska
24.03.2021	Nadarzyn	International CHEF Culinary Cup	Nestlé Professional
25.03.2021	Nadarzyn	Kulinary Talent	Robert Sowa i MT Targi Polska
10-11.04.2021	Gdańsk	Grill Festiwal	Free Time Festiwal, Międzynarodowe Targi Gdańsk, Amber Side, Sebastian Cichy
10.04.2021	Gdańsk	Ogólnopolski Konkurs Kulinaryny o tytuł Gold Grill Team	Sebastian Cichy, Kamil Hildebrandt
20-22.04.2021	Warszawa	Targi WorldFood Poland	Targi WorldFood
9.06.2021	Ostoja Chobienice	Wielkopolski Kucharz Roku im. Rafała Jelewskiego	FPMS – Doradztwo Unijne Joanna Ochniak
15.06.2021	Warszawa	Kongres Szefów Kuchni	Evential
7.08.2021	Ustron	Mistrzostwa Polski w Podawaniu Baraniny i Święto Baraniny	Leszek Makulski, Rada Zbójnicka Gromady Górali na Śląsku Cieszyńskim i OSSKiC
04-06.10.2021	Poznań	Targi Polagra Food – Horeca – Foodtech	MTP Grupa
03-05.11.2021	Kraków	HORECA® Międzynarodowe Targi Wyposażenia Hoteli i Gastronomii	Targi w Krakowie
03-05.11.2021	Kraków	GASTROFOOD Targi Artykułów Spożywczych i Napojów dla Gastronomii	Targi w Krakowie
03-05.11.2021	Kraków	ENOEXPO® Międzynarodowe Targi Wina w Krakowie	Targi w Krakowie

Organizatorów imprez prosimy o przesyłanie informacji na adres redakcji:

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

Poznaj bogactwo naturalnego
smaku pieczywa.

BLIŻEJ NATURY NIŻ KIEDYKOLWIEK

Bagietki, paluchy oraz bułki
przygotowane według tradycyjnych receptur:
na zakwasie, pełne ziaren, bogate w minerały
i zdrowe tłuszcze omega 3.

OFERUJEMY PRODUKTY:

✓ pełnoziarniste ✓ fit ✓ orkiszowe