

WYDAWANY NIEPRZERWANE OD 1999 ROKU



25. ROK

PORADNIK RESTAURATORA

CZERWIEC 2024 (297)

OGÓLNOPOLSKI MIESIĘCZNIK
BRANŻOWY DLA GASTRONOMII

NAKLAD KONTROLOWANY 10 100 EGZ.
ISSN 1508-6194



FIER SEAFOOD

podbija serca restauratorów



BELA MESA

PORCELANA • SZKŁO • SZTUĆCE
BUFETY • LAMPY LED

Katalog 2024

26 nowych kolekcji porcelany
4 nowe kolekcje sztućców
10 nowych kolekcji szkła
2 zupełnie nowe bufety
19 kolekcji lamp LED Zafferano
oraz ponad **150** nowych elementów
w bestselerowych kolekcjach



**HEIDI HANDKOWSKA**
Redaktor Naczelna

Zbliża się pracowity sezon w HoReCa

Przed nami Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej Euro 2024. Turniej odbędzie się na 10 stadionach w Niemczech (14 czerwca – 14 lipca). Mecze nie tylko naszej reprezentacji na pewno przyciągną przed ekrany kibiców. Kto przygotował dla nich

w swoim lokalu specjalne strefy z odpowiednim menu, bez wątpienia nie będzie narzekał na niskie obroty i brak pracy. No właśnie, jednym z największych problemów tego sezonu jest niedobór personelu. Niestety, nawet wśród młodzieży można znaleźć niewiele osób chętnych do spędzenia lata w kuchni.

Wywiad z Grzegorzem Labudą, szefem kuchni w restauracji Sztormowa w Stegnie, przeczytacie Państwo na s. 16. Wskazuje on między innymi, czym należy kierować się przy wyborze drogi zawodowej oraz jak planować karierę, co dla adeptów sztuki kulinarnej i młodych kucharzy może być bardzo ważnym spostrzeżeniem.

W czerwcowym wydaniu magazynu, który trzymacie Państwo w dłoniach, znajdziecie również obszerny pakiet najnowszych informacji z branży HoReCa, wskazówki oraz porady.

Przypominamy ponadto, że co roku, już od osiemnastu lat, wyszukujemy najlepszych szefów kuchni, kucharzy oraz cukierników i nagradzamy ich za wytrwałość, nietuzinkowość, a także pracę na rzecz polskiej kuchni. Zarówno my, jak i Akademia Laureatów Hermesów Kulinarynych wyrażamy w ten sposób nasz najwyższy szacunek za codzienny trud pasjonatów gastronomii. Kiedy po raz pierwszy kapituła plebiscytu przyznała wyróżnienia, nikt nie spodziewał się, że wkrótce nagroda ta osiągnie tak duże uznanie w branży. Przed nami zatem pełen emocji plebiscyt „Poradnika Restauratora” o statuetkę Hermesa Kulinarnego w czterech kategoriach. Nominacje publikujemy na s. 14.

Życzę miłej lektury.

ZGŁASZAMY FUNDAMENTALNE POPRAWKI DO REGULAMINU PBC „NAKLAD KONTROLOWANY”

W odpowiedzi na nasz wniosek Polskie Badania Czytelnictwa (dawne ZKDP), powołały grupę roboczą składającą się z reprezentanta ZPR Media (wydawcy m.in. „Murator”) oraz wydawnictwa Generalczyk („Poradnik Handlowca” i „Poradnik Restauratora”) celem przygotowania propozycji zmian regulaminowych dot. kontroli druku deklarowanych nakładów. Celem naszych działań – w trosce o budżety reklamodawców oraz dla dobra prasy branżowej – jest wykluczenie możliwości oszustw lub niedokładności w deklaracjach wydawców dot. przede wszystkim ilości drukowanego nakładu, szczególnie w sytuacji rosnących kosztów druku i dystrybucji. W czerwcu propozycje zmian zostaną przedstawione Radzie Badania ds. Audytu. Mamy głęboką nadzieję, że wypracowany zestaw dodatkowych dokumentów do weryfikacji obejmujący m.in. tonaż zużytego papieru czy raport wygenerowany z maszyny drukującej (ilość nakładu, arkuszy, roli) zostanie jednogłośnie przyjęty. O postępach prac będziemy Państwa informować na bieżąco.

OGÓLNOPOLSKI MIESIĘCZNIK BRANŻOWY DLA GASTRONOMII

Wydawca:

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

GENERALCZYK
FIRMA RODZINNA od 1994

Dystrybucja w obiegu zamkniętym
– bezpośrednio do lokali gastronomicznych.

Adres redakcji:

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

Prezes Wydawnictwa: Wiesław Generalczyk

Dyrektor Zarządzający:

Wojtek Generalczyk wojtekg@poradnikhandlowca.com.pl

Z-cy Dyrektora ds. Sprzedaży:

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

Dział Sprzedaży:

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

Redaktor Naczelna:

Heidi Handkowska heidih@poradnikrestauratora.com.pl

Redakcja:

Olga Tylińska olgat@poradnikhandlowca.com.pl
Beata Woźniak beataw@poradnikhandlowca.com.pl
Klaudia Wałkowiak klaudia@poradnikhandlowca.com.pl
Urszula Wszelaka (Warszawa) urszulaw@poradnikhandlowca.com.pl

Stali współpracownicy: Beata Marciniczyk

Dyrektor Administracji i Marketingu:

Zbyszek Zalewski zbyszkoz@poradnikhandlowca.com.pl

Współpraca (administracja): Anna Stelmaszczyk

Kierownik Biura:

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

Opracowanie graficzne:

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

Zdjęcia: Flash Press Media, SXU, hcc, shutterstock.com, archiwum

Korekta: Julia Pruszyńska

Druk:

Eurodruk Polska, ul. Wierzbowa 17/19, 62-080 Tarnowo Podgórze



Organizator plebiscytu
Hermesy Kulinarne
Poradnika Restauratora



Nakład kontrolowany 10 100 egz.
ISSN 1508-6194



/poradnikrestauratora



/poradnik.restauratora

Redakcja nie bierze odpowiedzialności za treść reklam i informacji dla celów handlowych. Materiałów niezamówionych nie zwracamy oraz zastrzegamy sobie prawo do skrótów i redakcyjnego opracowania tekstów przyjętych do druku oraz zmiany ich tytułów. Rozpowszechnianie materiałów redakcyjnych bez zgody wydawcy jest zabronione.

Szczegółowy regulamin publikacji na stronie
www.poradnikrestauratora.com.pl

Lato z za baru i Euro 2024

5

W kurortach i dużych miastach granica między dniem a nocą w lokalach zaciera się – życie towarzyskie nabiera rozpędu po dwudziestej pierwszej. Ręce pełne roboty mają zwłaszcza kelnerzy i barmani. Również przy stolikach na zewnątrz goście potrafią spędzać czas nawet do późnych godzin. W bardziej popularnych restauracjach i barach trudno o wolne miejsce. Co serwować spragnionym gościom, aby pozostawać w najgorętszych letnich trendach?

20



Fot. Arch. Koral

14



Nominacje!

Grzegorz Labuda



16

Temat miesiąca

- 5 Lato z za baru i Euro 2024
- 14 Hermes Kulinaryny Poradnika Restauratora – nominacje

Prezentacje

- 16 *Rozmowa z:* Grzegorz Labuda

Od kuchni

- 20 *Menu:* Lodowa pora roku
- 25 *Marketing:* Raport UCE Research – Rynek fast foodów
- 29 *Menu:* Dobra kawa – dyskretny urok powtarzalności
- 32 *Marketing:* Jak stworzyć atrakcyjne menu dla dzieci w restauracji?
- 33 *Menu:* Aromatyczne marynaty do grilla
- 34 *Menu:* Nie bójmy się eksperymentować ze szparagami!
- 36 *Marketing:* Zespół w restauracji to podstawa
- 38 *Marketing:* Jak motywować zespół do pracy?
- 40 *Hotele:* Ożywienie w segmencie hotelowym
- 42 *Prawnik radzi:* Kontrola Sanepidu, czyli jakie kary grożą restauratorowi za nieprzestrzeganie wymogów?

W kadrze

- 44 Wydarzenia
- 49 Nowości na rynku gastronomicznym

LATO ZZA BARU I EURO 2024

W kurortach i dużych miastach granica między dniem a nocą w lokalach zaciera się – życie towarzyskie nabiera rozpędu po dwudziestej pierwszej. Ręce pełne roboty mają zwłaszcza kelnerzy i barmani. Również przy stolikach na zewnątrz goście potrafią spędzać czas nawet do późnych godzin. W bardziej popularnych restauracjach i barach trudno o wolne miejsce. Co serwować spragnionym gościom, aby pozostawać w najgorętszych letnich trendach?

Lato, a zwłaszcza czas urlopu, w każdym z nas wywołuje dobrą nastrój i chęć do spędzania wolnego czasu ze znajomymi. Nie ma lepszego miejsca na rozmowy i zabawę jak ogródek restauracji czy baru. Co modnego króluje w tym roku wśród koktajlowych trendów? Co koniecznie musi znaleźć się na barze, by goście byli zarówno mile zaskoczeni nowością, jak i smakiem? Czy klasyka wciąż jest na topie, a może lepiej sprawdzą się koktajle bardziej egzotyczne?

RETRO POWRACA

Kiedy doskwiera upał, wiele osób szuka cienia i miłego miejsca do choćby chwilowego wypoczynku oraz napoju, który poprawi nastrój, a zarazem wzmocni poczucie wolności i relaksu. Nie ma jednego, idealnego miejsca dla wszystkich. Są goście uwielbiający spędzać wieczory w restauracji przy kolacji i lampce wina. Innym o tej porze wystarczy mała przekąska, przyjemna muzyka i koktajl. Wszystko po to, by dobrze się bawić.

– Trendy alkoholowe na lato 2024 są uzależnione od portfela konsumenta, profilu miejsca, charakteru spotkania i pory dnia – potwierdza **Sebastian Piechna**,

Manager Panorama Sky Bar na 40. piętrze Warsaw Marriott Hotel. – Tegoroczne lato jest kontynuacją wielkiego powodzenia prostych koktajli klasycznych, zazwyczaj trzy- lub czteroskładnikowych, najlepiej smakujących na alkoholu super premium ze świeżymi składnikami. W tym roku w naszym lokalu najbardziej popularne koktajle klasyczne to Pornstar Martini, Whiskey Sour, Old Fashioned, Cosmopolitan, Long Island Iced Tea, Margarita – wymienia ekspert.

SEBASTIAN PIECHNA

Manager

Ekspert wśród trendów koktajlowych
Panorama Sky Bar
Warsaw Marriott Hotel

W naszym barze na lato 2024 mamy zaplanowane aktywności z koktajlami i alkoholami premium w formie musującej i w owocowej odstonie – owocowe koktajle typu Spritz oraz wino musujące serwowane z karatowymi lodami i owocami. Na czas Euro 2024 szef kuchni Inderjit Manota przygotował specjalne menu futbolowe w restauracji Floor no 2, gdzie mecze będzie można oglądać na kilku ekranach.

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

Podstawa prawna:

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

oraz

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

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

Podstawa prawna:

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

oraz

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

MICHAŁ BOBROWSKI

Global Beverage Manager
Grupa Restauracji
Whiskey in the Jar

Moktajle to powrót do tzw. comfort taste, czyli smaków, które znamy z rodzinnych domów. Chodzi o tworzenie moktajli na bazie sezonowych owoców – produkowanie wszelkiego rodzaju shrubów (od. red. syrop przyrządzany na bazie owoców i octu), naparów, wykorzystując wiedzę naszych mam czy babć. Liczy się postawienie na naturalność, wydobycie smaku i sezonowość. Natomiast w sektorze bezalkoholowych piw powstają lemoniady na bazie tych produktów.

Za barem siła klasyki wyraźnie wzrasta. Modne są klasyczne drinki przede wszystkim z lat dziewięćdziesiątych, które doskonale wpisują się jednocześnie w trendy modowe i muzyczne panujące w lokalach. Zgodnie z tym, co przekazał „Poradnikowi Restauratora” **Sebastian Piechna**, także barmani z zagranicy przypominają swoim gościom koktajle „retro” – smak klasycznego martini skomponowanego z ginu i wytrawnego wermutu, który świetnie orzeźwia w upalne wieczory. Popularnością cieszy się ponadto martini espresso z kawą – potrafi postawić na nogi nawet najbardziej zmęczonego gościa.

– Cały czas na topie jest klasyka, podejście i oddanie szacunku do danej kategorii koktajli. Koncentracja na klasyce to utrzymanie proporcji, hołd doświadczeniu – podkreśla **Michał Bobrowski**, Global Beverage Manager z grupy restauracyjnej Whiskey in the Jar, która posiada swoje lokale w największych polskich miastach m.in.: w Warszawie, Łodzi, Wrocławiu, Poznaniu

oraz Gdańsku. – Od kilku lat w Polsce takie koktajle jak Pornstar Maritni, Aperol Spritz, Negroni, Hugo stanowią trzon większości menu koktajlowych restauracji, pubów, cocktail barów w tym kraju.

Michał Bobrowski dzieli się z nami kolejnymi trendami na rynku, zwracając szczególną uwagę na premiumizację produktów. – Stawianie na jakość produktów – od zawsze

ta idea jest nam bliska. Dobór partnerów i brandów alkoholowych, wybór jakościowych i limitowanych produktów, innowacyjnych pod kątem wykorzystania technik w produkcji, połączeń smaków, finiszu, etc. – wymienia definiując to pojęcie, którego celem jest wykorzystanie trzech, czterech wysokiej jakości produktów.

Z kolei w imię idei „Less is more”, która opanowała całą branżę HoReCa, także za barem najwyżej ceni się koktajle, mające prosty skład i niewymagające szczególnego wykończenia. Negroni, Apletini, Margarita, Old Fashioned, Spritz czy Gimlet sprawdzą się w swojej pierwotnej postaci, ale mogą też stanowić doskonałą bazę wyjściową do tworzenia bardziej skomplikowanych dzieł.

– W naszym barze na lato 2024 mamy zaplanowane aktywności z koktajlami i alkoholami premium w formie musującej i w owocowej odsłonie – to owocowe koktajle typu Spritz oraz wino musujące serwowane z karatowymi lodami i owocami – mówi **Sebastian Piechna**, Manager Panorama Sky Bar w Warsaw Marriott Hotel.

PIOTR KUJAWIAK

Brand Ambassador
MV Group Distribution

Latem sprawdzają się highballe, czyli musujące koktajle o większej objętości podawane na lodzie, a także koktajle takie jak Collins czy Spritz. Trendem, który wciąż będzie się utrzymywał, są propozycje o niższej zawartości procentowej alkoholu – wówczas alkohol mocny zostaje zastąpiony likierem lub winem. Goście w restauracjach coraz częściej stawiają na koktajle tj. Torino Rickey czy Portonic – czerwony wermut z wodą gazowaną i porto z tonikiem. Natomiast w momencie wzmożonego ruchu w lokalu polecamy koktajle proste w przygotowaniu, ale oparte o bardzo kompleksowe w smaku składniki. W ten sposób staramy się projektować karty menu dla naszych klientów – my dbamy o wysoką jakość składników, a nasi klienci mogą w prosty sposób przygotować kompleksowe koktajle.



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

Podstawa prawna:

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

oraz

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

PIOTR GUTOWSKI

Stowarzyszenie Polskich Barmanów

Rok 2024 jest wielkim powrotem do minimalizmu i klasyki. Ponownie pojawiają się koktajle składające się z trzech składników np. Negroni, Apeltini, Margarita czy Gimlet. Pracownicy gastronomi podkreślają też, że latem – podobnie jak przed rokiem – znów będą królowały koktajle typu spritz, na czele z klasycznym Aperolem i Hugo. Nadal uznaniem cieszą się też propozycje niskoalkoholowe i bezalkoholowe. Ten segment zapewnia duże pole możliwości kreatywnym barmanom. Popularnością wciąż cieszą się ponadto bezalkoholowe mojito, pinacolada oraz klasyczny gin zero z tonikiem.

Ważne więc, by każdy ze składników był najwyższej jakości. Koktajl ma być źródłem radości podczas zabawy, a nie niesmacznym wspomnieniem po niej. Jeśli jego bazą ma być wysokoprocentowy alkohol, niech będzie to ten z „górnego półki”, wino tylko w doskonałym smaku i roczniku, a piwo świeże i orzeźwiające.

NOWE OTWARCIE WINA

Koktajle na bazie wina – to nie chwilowa moda, a uznany trend. Są delikatniejsze i dla wielu restauracyjnych gości także bardziej wykwintne niż te bazujące na mocnych alkoholach. Poza tym, jako że konsumenci coraz częściej w codziennym życiu sprawdzają skład i pochodzenie produktów, analizują również wina.

Szczególną uwagę zwraca się tradycyjnie na ich rocznik i pochodzenie, a teraz także na zachowanie zasad zrównoważonego rozwoju przy ich produkcji. Wina organiczne, biodynamiczne i wegańskie,

które nie generują śladu węglowego, mają znamienny wpływ na zmiany klimatu, są poszukiwane przez barmanów na każdym z kontynentów. Swoje dobre dni mają ponadto wina naturalne, deserowe oraz pochodzące z upraw unikalnych. Jednak ich egzotyka może okazać się złudna, bo w menu wielu restauracji wysoko cenione są wina polskie. Ten trend jest wynikiem rozwijającej się enoturystyki – coraz bardziej popularnej zwłaszcza w lubuskim, gdzie wiele restauracji zaopatruje się w nie u lokalnych producentów.

– Zrównoważony rozwój, korzystanie z lokalnych, jakościowych składników, idea „zero waste” – takie podejście towarzyszy nam obecnie w barowym świecie. Barmani bardzo chętnie sięgają po rzemieślnicze, ciekawe alkohole, których przybywa również na naszym rynku – podkreśla **Łukasz Zarzecki**, dyrektor Ogólnopolskiej Szkoły Barmanów i współautor książki „Alkohole

w Polsce i na świecie – przewodnik barmana”.

W kategorii win należy zamieścić także wszelkiego rodzaju „bąbelki” – wina musujące od kilku lat cieszą się rosnącym uznaniem zwłaszcza u kobiet, które doceniają ich ulotny smak i fantazyjną teksturę. Szampan, prosecco, a może tylko wino musujące – bez względu na rodzaj produktu, to właśnie bąbelki nadają koktajłom charakter wyjątkowości, a co więcej – doskonale orzeźwiają.

PIWO ATRYBUT KIBICA?

Trzeba pamiętać o tym, że za chwilę ruszają rozgrywki – Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej Euro 2024. Turniej odbędzie

się na 10 stadionach w 10 niemieckich miastach: w Berlinie, Monachium, Dortmundzie, Gelsenkirchen, Stuttgarcie, Hamburgu, Düsseldorfie, Kolonii, Lipsku oraz we Frankfurcie nad Menem. Tylko nielicznym kibicom będzie dane oglądanie meczów na żywo. Większość z nich wykorzysta mecze, zwłaszcza naszej reprezentacji, do zorganizowania wspólnego oglądania w towarzystwie przyjaciół w lokalu. Gastronomia skorzysta też z pewnością na strefach kibica, które powstaną w mniejszych i większych miastach. Przy wydarzeniu tak wysokiej klasy nie może zabraknąć piwa! Oczywiście, wydaje się ono niezbędnym atrybutem

kibica, ale lubią je nie tylko oni. Piwo z sokiem, z pianą i bez pianki to jeden z najpopularniejszych napojów, po jakie sięgają Polacy zwłaszcza letnią porą.

Należy mieć także na uwadze to, że wśród gości mogą pojawić się smakosze, którzy przyjechali autem albo po prostu nie mają ochoty na wersję alkoholową i wybierają opcję „0 %”. Trend napojów bezalkoholowych, win i piw, jest jednym z najsilniejszych na świecie.

– Należy pamiętać o rozbudowaniu tego asortymentu. Przeczuwamy, że w tym roku wraz z utrzymującymi się trendami, sprzedaż



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

Podstawa prawna:

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

oraz

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

piw bezalkoholowych wzrosło rekordowo. Kibice będą też szukali orzeźwienia, więc pamiętajmy o koktajlach typu sour, takich jak whisky sour, wódka sour, tequila sour i pisco sour oraz caipirinha – mówi **Piotr Gutowski** ze Stowarzyszenia Polskich Barmanów.

– Na rynku pojawiło się bardzo wiele produktów „0 %”. Tak więc, poza dobrze znanym piwem bezalkoholowym, możemy znaleźć bezalkoholowe prosecco, aperitify, giny czy whisky, a koktajle na nich stworzone będą nawiązywać smakowo do alkoholowych odpowiedników – twierdzi **Łukasz Zarzecki**.

Podobnego zdania jest **Arkadiusz Białkowski**, szef koktajlbaru Patio

Mixology, działającego w hotelu Golden Tulip Warsaw Centre.

– Ostatnio wzięliśmy na warsztat dwa klasyczne koktajle alkoholowe i przerobiliśmy je na mokatjle. W recepturach wykorzystaliśmy najwyższej jakości produkty bezalkoholowe, a także składniki naszej domowej produkcji, które przygotowujemy zgodnie z ideą ograniczania marnowania artykułów spożywczych. Połączyliśmy w ten sposób trend NoLo z filozofią no waste. Nasz mokatjł Red Lady jest wariacją na temat klasycznego koktajlu Clover Club, składającego się z ginu, soku z cytryny, syropu malinowego, wytrawnego wermutu i białka jajka. W naszej bezprocentowej wersji używamy ginu bezalkoholowego, klarownego soku z cytryny, który przygotowujemy, gotując łupiny z wyciśniętych owoców, soku malinowego, bezalkoholowego białego wina typu riesling oraz wegańskiego białka albuminy. Miksturę dekorujemy pudrem z liofilizowanych owoców. Drugim mokatjlem jest bezprocentowa wersja Negroni,

ŁUKASZ ZARZECKI

Dyrektor, trener

Ogólnopolska Szkoła Barmanów

Widocznym trendem są koktajle low ABV, np. koktajle typu spritz, na czele z Aperol Spritz czy Hugo. Obserwujemy pewien renesans podejścia do kategorii highball (bazowy alkohol plus bezalkoholowy wypełniacz). Dużą uwagę zwraca się bowiem na jakość składników – dotyczy to zarówno alkoholi, jak i bezalkoholowych mikserów.

czyli jednego z trzech najchętniej zamawianych koktajli na świecie. Nadaliśmy naszej wersji nazwę Piccolo Milano. To kompozycja bezalkoholowego ginu, bezalkoholowego czerwonego wina oraz kordiału wyrabianego przez nas na miejscu ze skórek z grejpfruta – dodaje szef koktajlbaru Patio Mixology w Warszawie.

Z roku na rok w Polsce rośnie też grupa konsumentów piw smakowych i wbrew pozorom, nie składa się ona tylko i wyłącznie z kobiet, choć faktycznie to one stanowią jej trzon.

ŻONGLERKA BUTELKAMI I NIE TYLKO

W związku z tym, że wyjście do restauracji czy baru „na drinka” kojarzy się nam z radością i zabawą, także za barem powinno być tak samo. Kolejny trend to barmańskie popisy przy sporządzaniu koktajli – zresztą wiele z nich powstaje właśnie w takich okolicznościach jak te ukazane w kultowym filmie „Coctail”. Natomiast dla gości zabawa z ogniem, żonglerką butelkami

może być fantastycznym magnesem – wróca, by podejrzeć „jak on to robi” i przekonać się po raz kolejny, że z „latającej” butelki nie wypływa ani kropla! Jeśli chodzi o bardziej techniczne nowości, to wskazówki daje nam **Sebastian Piechna**.

– Co do innowacji, które jak sądzę, że zostaną z nami na dłużej, będą one obejmować użycie pianki wegańskiej zamiast białka z jaja w koktajlach, technikę „fat-washing”, czyli infuzji alkoholu tłuszczem (również roślinnym), wspomniane koktajle na bazie alkoholi „0” czyli NoLo oraz „twisty” na koktajlach klasycznych inspirowane klasyką z dodatkiem wymyślonego przez barmanów dodatkiem innowacyjnego „home made” w przemyślanych recepturach, aby poczuć subtelną różnicę i pogłębić smak znanego nam klasyka – wskazuje ekspert. Dodaje też, że najmodniejszym w sezonie 2024 kolorem w szkle będzie brzoskwiniowy! ✕

Beata Marcińczyk



syurve

8000+

Klientów

40+

Krajów

20+

Języków



- ✓ Kompleksowe oprogramowanie POS
- ✓ Zapasy w czasie rzeczywistym
- ✓ Prognozowanie sprzedaży oparte na sztucznej inteligencji
- ✓ Zautomatyzowane zakupy
- ✓ Skuteczne narzędzia w czasie rzeczywistym



Nai



E L & N
LONDON



SUSHI
ICONS



Czy Twój system POS optymalizuje Twój biznes? Czas działać!



Uwolnij się od ograniczeń "standardowych rozwiązań"



Pozbądź się problemów i ręcznej pracy, prowadzenia ewidencji w Excelu



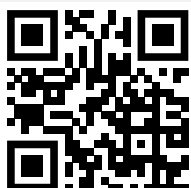
Porzuć nieefektywne i przestarzałe technologie



Zapomnij o niekwalifikowanych IT rozwiązaniach



Odrzuć długoterminowe umowy i ukryte opłaty



Otrzymaj 2 miesiące gratis przy zakupie rocznej licencji!

HERMES KULINARNY PORADNIKA RESTAURATORA

nominatione



We wrześniu podczas XXIV Spotkania Producentów, Handlowców, Sieci Handlowych i Restauratorów już po raz osiemnasty wręczymy prestiżowe statuetki Hermesa Kulinarnego „Poradnika Restauratora”. Ponadto w trakcie tej uroczystości nasz magazyn będzie świętować 25. rok działalności w branży HoReCa.

Wyróżnienie to jest przyznawane wyłącznie głosami Akademii Laureatów Hermesów Kulinarynych „Poradnika Restauratora”, a redakcja nie pobiera z tego tytułu żadnych opłat i licencji. Nagroda ta jest więc przede wszystkim wyrazem uznania w branży. Na tym polega jej prestiż.

Nominacje są wynikiem pracy Kapituły, w której składzie zasiadają: **Joanna Ochniak**, certyfikowany międzynarodowy juror konkursów kulinarnych w WorldChefs, ambasadorka KPP, członkini OSSKiC, trener i doradca gastronomiczny, **Maciej Gierdal**, Commercial Director Farm Frites Central Eastern Europe, **Tadeusz Zagórski**, prezes Naczelnej Rady Zrzeszeń Handlu i Usług, **Wiesław Generalczyk**, prezes Wydawnictwa i **Heidi Handkowska**, redaktor naczelna „Poradnika Restauratora”

O tym, kto w tym roku otrzyma Hermesa Kulinarnego, przekonamy się 19 września w Hotelu Hampton by Hilton Poznań-Swarzędz. ✕

Eliza Marek

RESTAURACJA

- » Carska, Białowieża – Mariusz Dąbała
- » Sztormowa, Stegna – Grzegorz Labuda
 - » Figaro, Poznań – Albano Asani
- » HUB. Praga, Warszawa – Witold Iwański
- » Giewont Maison de Cuisine, Kościelisko – Przemysław Sieradzki

RESTAURACJA HOTELOWA

- » H15 Luxury Hotel Palace, Kraków – Artesse
- » Hotel Narvil Conference & Spa, Serock – Aruana
 - » Hotel Grand Lubicz, Ustka – Chapeau Bas
 - » Hotel Crystal Moutain, Wisła – Crystal
 - » Hotel Artamów, Artamów – Carpathia

CUKIERNICY

- » Michał Iwaniuk, Cukiernia Belvedere Gourmet Group, Warszawa
- » Konrad Tota, Galeria Tortów Artystycznych, Kraków
 - » Ewa Drzewiecka, Jula Smakula, Warszawa
 - » Paweł Mieszala, Kawiarnia Kociak, Poznań
 - » Sylwia i Paweł Tomaszewicz, Pracownia Cukiernicza Zagoździński, Warszawa

KUCHARZ MŁODEGO POKOLENIA

- » Jakub Żymelski, Hotel i Restauracji Antonińska, Leszno
- » Michał Wester, Restauracja Tarasowa, Wrocław
- » Adam Lelewer, Restauracja Rządówka, Ostoja Chobienice

XXIV Spotkanie Producentów, Handlowców, Sieci Handlowych i Restauratorów

Wyjątkowe i prestiżowe wydarzenie branż FMCG i HORECA w Polsce

Poznań, 19 września 2024 r.



PORADNIK
RESTAURATORA



PORADNIK
HANDLOWCA

handlowiec

GENER **▲** LCZYK
FIRMA RODZINNA

„Poradnik Handlowca” najbardziej wiarygodnym i opiniotwórczym
tytułem prasy handlowej w badaniu TRM KANTAR 2022/2023



Fot. Arch. Grzegorz Labuda

MAM JESZCZE WIELE DO ZROBIENIA

Rozmowa z Grzegorzem Labudą, szefem kuchni w restauracji Sztormowa w Stegnie.

Heidi Handkowska:
W sierpniu br. minie rok, odkąd pełni Pan funkcję szefa kuchni w restauracji Sztormowa w Stegnie na Mierzei Wiślanej. Jak kształtuje się gastronomia w tak turystycznym rejonie Polski i jakiego typu goście Was odwiedzają?

Grzegorz Labuda:
Przez wiele lat pracowałem w restauracjach w Trójmieście, ale mam też na koncie pracę w Giżycku. To co prawda trochę inny region Polski, ale też typowo turystyczny. Według moich obserwacji rynku jesteśmy – od granicy rosyjskiej, po Trójmiasto – jedynym lokalem całorocznym na takim poziomie. Wyróżnia nas to na tle całej Mierzei Wiślanej. Restauracja składa się z dwóch pomieszczeń: sali restauracyjnej oraz oranżerii.

W wakacje zauważamy zdecydowane zwiększenie liczby gości. Są to najczęściej

rodziny z dziećmi, pary czy biznesmeni. Natomiast po sezonie jesteśmy sfokusowani na klienta konferencyjnego czy na osoby, które cenią ciszę i spokój. I to jest nasz gość docelowy.

Jeśli chodzi o turystów zagranicznych, to nasz kraj przestał być atrakcyjny cenowo. Wzrosły wszystkie koszty (produktów, energii, pracowników), co przełożyło się na ceny zarówno w restauracjach, jak i w hotelach. Mam znajomych z Trójmiasta i tam największą grupą turystyczną była zawsze Skandynawia. Jednak ich dotychczasowi klienci swój cel podróży przerwali na Hiszpanię, gdzie nie było tak dużego wzrostu cen. Zrównaliśmy się m.in. z Włochami czy Chorwacją. Mamy jednak mniej do zaoferowania, choćby pod względem pogody.

Jest Pan znany jako osoba szukająca zapomnianych receptur, produktów i nowych połączeń smakowych. Jakimi nowymi kompozycjami smaków zaskoczy Pan gości? Jakie trendy będą dominowały latem na talerzu?

Menu nie przygotowuję dla siebie, tylko

dla gości. Najczęściej rozdzielam je na dwie karty – wakacyjną i posezonową. Są goście, którzy zawsze będą chcieli jeść przysłowiowego schabowego, ale pojawiają się też ci ciekawi nowych rzeczy.

Ideą przewodnią od wielu lat jest moja wierność kuchni polskiej, a ponadto odkrywanie starych przepisów, które

Grzegorz Labuda

- Szef kuchni restauracji Sztormowa na Mierzei Wiślanej.
- Członek Fundacji Klubu Szefów Kuchni, ambasador nurtu Modern Polish Cuisine.
- Juror, trener, a jednocześnie laureat wielu ogólnopolskich konkursów kulinarnych, w tym Kulinarnego Pucharu Polski.
- Autor książek kulinarnych, m.in. „Przysmaki szlacheckie” czy współautor publikacji „Wykwintna Kuchnia Polska”, wydanej pod patronatem Pani Prezydentowej Anny Komorowskiej.
- Karierę gastronomiczną rozpoczął w Zamku Jan III Sobieski w Rzucewie. Następne lata spędził w Sopocie – Villa Sedan, Gdyni – Hotel Nadmorski**** i Poznaniu – Boutique Hotel Blow Up Hall****. Po powrocie do Trójmiasta szefował w restauracji Szafarnia 10 i hotelu Haffner****.

dopasowuję do aktualnych trendów czy własnych pomysłów.

Podstawowy podział ryb to podział na ryby morskie i słodkowodne. Które wg Pana są lepsze?

Spożycie ryb w Polsce jest nadal najmniejsze, jeśli chodzi o rynek europejski. W menu lokali pojawiają się 2-3 rodzaje ryb i najczęściej są to filety. Spowodowane jest to tym, że ludzie nie zamawiają dań, których nie znają. Przykład? Niedawno odwiedzili nas goście i gdy usłyszeli, że proponujemy kulbina czy suma, zapytali, czy mamy też „normalne ryby”.

Ryby śródlądowe, takie jak węgorz czy okoń, są dla mnie smakowo lepsze niż morskie. Obecnie jest okres na sielawkę. Próbujemy do karty wprowadzać również karpia kukurydzianego czy ryby z Zielenicy.

Ulubiony produkt w kuchni to...

Jestem uzależniony od śledzi w każdej postaci. A poza tym nie przyzwyczajam się do dań. Ludzie kojarzą mnie właśnie z tego, że w moim menu znajdują coś, czego nie ma w innych kartach.

Czy trudno było stworzyć Panu zgrany zespół? Które

czynniki były najważniejsze przy rekrutacji pracowników?

Nie ulega wątpliwości, że zgrana ekipa w kuchni to największy skarb. Wszystko inne jest tylko dodatkiem. Muszę przyznać, że nigdy nie miałem problemu z podstawowym składem. Wielu kucharzy przechodzi za mną do nowego lokalu. Bardzo cieszy mnie to, że chcą ze mną pracować przez tyle lat. Jestem wymagającym szefem, a mimo to pracownicy cenią sobie moją pasję do gotowania.

Lato, jak co roku, przynosi wzmożone zapotrzebowanie na pracowników w sektorze HoReCa. Najwięcej osób poszukiwanych jest na stanowiska tj. kucharz, kelner czy pomoc kuchenna. Czy widzi Pan zmiany w podejściu młodych ludzi do zawodu?

Wielu moich kolegów z całej Polski ma problem z znalezieniem rąk do pracy i to na każdym szczeblu. U mnie największym kłopotem jest wakat na pomoc kuchenną. Nie wiem, czy ludzie boją się pracy w gastronomii, czy po prostu jest większe zapotrzebowanie niż chętnych do pracy w tym zawodzie.

Jeśli chodzi o młodych ludzi, to jest to dramat. Po pierwsze, są bardzo roszczeniowi. Trudno znaleźć osoby, dla których praca będzie pasją.

Naoglądali się różnych programów telewizyjnych i wydaje im się, że to jest takie proste. Myślą, że po pół roku zdobyli takie doświadczenie, że mogą być samodzielny szefami kuchni, ale tak niestety nie jest. Brakuje im pokory. Są w stanie z dnia na dzień zmienić pracę za przysłowiowe 2 zł więcej. Nawet nie przyjdą o tym poinformować, tylko wysyłają SMS, że od jutra ich nie ma. Dla nich to nie pasja, a sposób szybkiego zarobku.

Ruszył sezon imprez okolicznościowych, zaczęło się od komunii, za chwilę będą wesela. Czy zainteresowanie przyjęciami okolicznościowymi jest duże? Czy rosnące ceny mają wpływ na rezerwacje i anulacje?

Przed pandemią spotkania biznesowe były dużym procentem przychodów restauracji. Natomiast po pandemii to całkowicie wymarło. Spotkania rodzinne również odpadły. Ten strach całkowicie ludzi zblokował. Nie organizowaliśmy żadnych spotkań przez około półtora roku. Dopiero po tym okresie pojawiły się komunie, wesela czy spotkania okolicznościowe. I jest ich coraz więcej.

Natomiast rynek konferencyjno-bankietowy nie powrócił do takiego poziomu jak przed pandemią. Wiele firm przeszło na system pracy zdalnej i to spowodowało, że organizują telekonferencje.

Co było dla Pana największym wyzwaniem przez te ponad 30 lat pracy w gastronomii? Z jakimi trudnościami zmaga się Pan dzisiaj?

Moje motto życiowe brzmi: wyznaczaj sobie cele tak, żeby się do nich zbliżać, ale nigdy ich nie osiągać. I to chyba spowodowało, że zawsze mam nowe pomysły. Gotowanie to moja pasja i misja. Jednak jednym z większych motywatorów, przez



Fot. Arch. Restauracja Sztormowa

który tak długo wytrwałem w zawodzie, są młodzi, pracujący ze mną ludzie. Od ok. 15 lat to oni nakręcają mnie do działania. Są głodni wiedzy i wciąż chcą wiedzieć więcej i więcej.

30 lat to tak naprawdę trzy dekady polskiej gastronomii. Kariere zacząłem w latach 90. w czasach dalekiej komuny. Kuchnia była bardzo uboga we wszystko. Później był rok 2000. Polacy zaczęli podróżować po całym świecie i stali się bardziej otwarci. Rozwój polskiej gastronomii zawsze idzie w parze ze świadomością gości. Uważam, że pomimo wszystko przez ostatnie 20 lat zrobiliśmy potężny skok kulinarny.

W 2001 r. w nagrodę za zwycięstwo w konkursie kulinarnym wyjechałem do Paryża na szkolenie. Czułem się tam, jakbym przyjechał z kraju Trzeciego Świata. Wszystko było dla mnie nowe, ogromna przepaść. W 2014 r. wygrałem Food & Wine Noble Night i znów polecałem do Paryża. Tym razem na szkolenie w Ecole de Cuisine Alain Ducasse. Minęło tylko 13 lat, a polska gastronomia zrobiła krok milowy. A od 10 lat nie mamy się już czego wstydić. Dzisiaj wiele polskich restauracji nie odbiega od standardów europejskich.

Myślę, że dzięki własnemu uporowi i wiecznemu apetytowi na życie udało mi się to wszystko przetrwać. I nie mówię stop. Mam jeszcze wiele do zrobienia.

Jest Pan autorem kilku książek kulinarnych, czy planuje Pan kolejne publikacje?

Pochodzę z Władysławowa. Już w najmłodszych latach często odwiedzałem bibliotekę i wertowałem książki kulinarne. Mam już pomysł na kolejną publikację. Tytuł roboczy to „Kuchnia pomorska. Kiedyś i dzisiaj”. Każdy myśli, że Pomorze to tylko morze, ale to też Kaszuby i Bory Tucholskie. Każdy region

ma inną kuchnię. Kuchnia pomorska jest bardzo bogata w ryby, dziczyznę i runo leśne. Szwajcaria kaszubska to królestwo jezior i ryb śródlądowych. Jest pole do popisu.

Podczas swojej kariery gotował Pan m.in. dla amerykańskiego prezydenta George'a Busha podczas wizyty w Polsce, finalistek konkursu Miss World, czy przywódców europejskich podczas polskiej prezydencji w UE. Która kolacja utkwiła Panu najbardziej w pamięci i dlaczego?

Była to bardzo ciekawa przygoda. Pomoc przy skomponowaniu menu i dostosowanie się do wszystkich wytycznych protokołu dyplomatycznego to nie lada wyzwanie. W wieku dwudziestu paru lat gotowałem dla człowieka, który rządził jednym z najpotężniejszych mocarstw świata – George'a Busha. Najbardziej z tej wizyty pamiętam wszystkie procedury, specjalne kontrole BOR-u i sanepidu, wielkie napięcie i emocje. Jednak z kolejnymi latami nabywałem większej pewności siebie – obyłem się trochę z tym wszystkim i nie robiło to na mnie aż tak dużego wrażenia. Nie dlatego, że nie miałem pokory, to była kwestia właśnie większej pewności siebie. Zrozumiałem, że to napięcie buduje tak naprawdę tę całą otoczkę, a w gruncie rzeczy ci ludzie są tacy sami jak my. Złapałem do tego dystans.

Niedawno ktoś mnie zapytał, czy chciałbym otrzymać gwiazdkę Michelin. Na pewno jest to marzenie każdego szefa



Fot. Arch. Restauracja Sztormowa

kuchni, ale dla mnie takimi gwiazdkami są ludzie, którzy przyjeżdżają z najdalszych zakątków Polski, aby spróbować mojej kuchni i porozmawiać.

Jeśli celem samym w sobie miałyby być jej zdobycie, to nie. Zapewnienie restauracji nie z przypadku, a świadomy wybór to jest dla mnie wyznacznik sukcesu i zarazem największa nagroda.

Gdyby mógł Pan wybierać kierunki, miejsca na świecie, które ze względu na oryginalne smaki chciałby Pan poznać, to byłyby to...

...tam, gdzie jest kuchnia, którą najmniej znam. Myślę, że byłyby to Azja. Na pewno odwiedziłbym Japonię i Chiny. Kuchnia chińska to jedna z najpopularniejszych, a jednocześnie najbardziej urozmaiconych odmian kuchni azjatyckiej. Trudno ją jednoznacznie scharakteryzować, ponieważ różni się w zależności od regionu, tradycji czy wpływów innych krajów. Zwiedzenie każdego kantonu byłoby dla mnie największą przygodą. ✕

LODOWA PORANKA ROKU



Fot. Arch.Froneri Polska

Polacy pokochali lody – od amerykańskich, po tajskie. Zjadają ich już ponad 6 litrów rocznie i nie wyobrażają sobie lata bez tego smakołyku. Lodowe lato w tym roku przede wszystkim będzie smakowało tradycją, a ofertę uzupełnią sprawdzone lody o smaku słonego karmelu z różnymi dodatkami, lody mocno owocowe i fantazyjne sorbety. Królową sezonu okazać ma się jednak pistacja – smak najbardziej trendy w cukiernictwie.

Lato w lokalach gastronomicznych to nie tylko sezonowe menu, lecz także lody! Bez względu na to, czy będą dodatkiem do kawałka ciasta, czy głównym składnikiem deseru, muszą się pojawić w karcie. Zdecydowanie w tym roku możemy się spodziewać dalszego rozwoju oferty naturalnych smaków, zwłaszcza pistacji, która przeżywa swój renesans oraz wszelkich wariacji na temat czekolady, w tym białej. Nie możemy zapomnieć o nowościach proponowanych przez

wiodących i od lat uznanych na rynku producentów lodów, którzy podążają za oczekiwaniami konsumentów.

LODY W RESTAURACJI

Lody w każdej postaci to najczęściej wybierany deser na świecie. W wielu diningowych restauracjach są serwowane w wersji wytrawnej – umożliwiają oczyszczenie kubków smakowych i przygotowanie ich na kolejny, nowy smak. Poza tym, jak powszechnie wiadomo, dobrze

skomponowany pod względem smaków i tekstur deser lodowy jest w stanie przyćmić ewentualne „wpadki”,

które zdarzyły się przy innych daniach.

Wprowadzenie ich do oferty deserów lokalu gastronomicznego nie jest trudne, a może szybko przynieść oczekiwane zyski. Poza tym możliwość ich modyfikacji pozwala na dostosowanie smaku i tekstury do profilu lokalu, na przykład w restauracji myśliwskiej w menu mogą znaleźć się lody o smakach związanych z lasem – czarnych jagód czy poziomek albo ziół.

ZBIGNIEW WOJTCZAK

Group Brand Manager
Froneri Polska

Ten sezon będzie należał do prawdziwych miłośników słodczy! Rok do roku, nasi konsumenci bardzo chętnie sięgają po lody brandowe. Specjalnie z myślą o nich wprowadziliśmy kolejny niepowtarzalny smak – kakaowo-wafelkowy Kit Kat z kawałkami wafli, w mlecznej czekoladzie. To jednak nie wszystko, w tym roku wśród nowości Schöller coś dla siebie znajdą także miłośnicy prawdziwie owocowych nut. Do naszego portfolio powraca letni bestseller – popularny Sorbet Malinowy, bardzo chętnie wybierany przez dużych i małych klientów kawiarni, restauracji i sezonowych punktów sprzedaży.

SCHÖLLER®

ICE CREAM

— Jedna gałka – tysiące kompozycji —

*Łosoś ze szparagami
z sorbetem
Mango-Marakuja
K. Wojcieszko w la!*



Poznaj najnowsze inspiracje i twórz wyjątkowe dania

Łącz wytrawne składniki z sorbetami Schöller – zachwycaj
niepowtarzalnym smakiem i zjawiskową kompozycją na talerzu.

Zaskocz gości sorbetowym intermezzo

Między posiłkami podaj Sorbet Cytrynowy,
który pozwoli odświeżyć podniebienie
i zwiększyć apetyt.

Poznaj nowe inspiracje i przepisy na fronerigastro.pl



W lokalach z kuchnią azjatycką sprawdzą się np. lody na bazie mleka kokosowego (jak na Bali), owoców morza lub konkretnych ryb (jak w Japonii), czy też w postaci makaronów (jak w Iranie). Można serwować lody tajskie albo smażone, a jeśli chcemy pozostawać przy tradycji i żonglować smakami przy wykorzystaniu dodatków, to mamy do dyspozycji całą gamę posypek i sosów o przeróżnych kolorach i teksturach.

Jedno jest pewne – lody smakują wszystkim – niezależnie od wieku (od dzieci, po seniorów) czy narodowości, bo są znane na całej kuli ziemskiej. Co prawda mają wiele form i są przygotowywane na bazie różnych napojów, ale wszędzie cieszą się ogromną popularnością. To aspekt niepodważalny także w HoReCa.

TRADYCJA RZĄDZI RYNKIEM

Rynek lodowych smaków jest przebogaty. Co rusz pojawiają się nowości – lody o smakach egzotycznych (jak wspomniane wyżej ryby), szparagowe, pomidorowe czy lody ziołowe i wiele innych. Jednak z badań publikowanych m.in. przez Bidfood Farutex wynika, że najpopularniejszymi są smaki: śmietankowy (24 %), czekoladowy (23,2 %), waniliowy (22 %), truskawka

(21,4 %) oraz słony karmel (16,4 %) i pistacja (15,6 %).

To doskonała wskazówka dla właścicieli restauracji, managerów i szefów kuchni, ułatwiająca wybór smaków, które klienci na pewno będą zamawiać. Siła klasycznych lodowych smaków tkwi w ich jakości. Gość, zamawiając lody waniliowe bądź deser na ich bazie, musi organoleptycznie odczuć głębię wanilii zatopioną w aksamitnym, śmietankowym bądź mlecznym musie. Lody truskawkowe muszą z kolei pachnieć i smakować dojrzałymi, słodkimi truskawkami.

Bogata paleta dodatków podkreślających ich smak, modyfikujących strukturę, a także, o czym nie wolno zapominać, kompozycja na talerzu to obszar, którym

rządzi wyobraźnia. Tu można bawić się i eksperymentować tak, by podsuwać konsumentowi przyjemne obrazy – wszak truskawka i mięta,

cytryna i mięta, malina, poziomka, wiśnia i dziesiątki innych zestawień owoców i ziół kojarzą się z najprzyjemniejszą porą roku – z latem i z urlopem. Dlatego właśnie warto nieco pożonglować smakami i dodatkami, by gość był przekonany, że konsumując deser lodowy, przeżywa coś fantastycznego, coś niesamowitego, coś miłego.

Dla tych, którzy obawiają się doświadczeń w tym zakresie i zdecydowanie wolą tradycję – przypominamy, że lody doskonale komponują się z kawałkami ciasta. Szarlotka na ciepło serwowana z lodami waniliowymi nie zamyka tego katalogu deserów.

LODOWE NIEOCZYWISTOŚCI

Wbrew temu, co myśli wielu konsumentów, lody nie są wynalazkiem Włochów, choć włoskie gelato niesie za sobą znamię jakości. Lody wymyślili Chińczycy, a do Europy zawędrowały dzięki podróżom Marco Polo.

PIOTR GAŚSIOROWSKI

Dyrektor Marketingu
Koral

Wśród nowości i hitów marki Koral znalazły się lody na licencji najpopularniejszego producenta zabawek na świecie, czyli firmy Mattel: lody Karmel Hot Wheels™ i Wata cukrowa Barbie™. Dodatkowo do menu dołączyły lody bananowe z sosem słony karmel. Z kolei marka Bracia Koral-Lody Jak Dawniej, na polskiej śmietance i maśle, postawiła na wykwintne nowości – w tym roku polecamy szczególnie smak Tarty cytrynowej i Cosmopolitan.



Fot. Arch. Koral



Barbie

WATA CUKROWA

NOWOŚĆ



©2024 Mattel.



KARAMEL

NOWOŚĆ

©2024 Mattel.



BANANOWE
Z SOSEM
SŁONY KARMEL

NOWOŚĆ



Najwięcej lodów zjadają rocznie mieszkańcy Nowej Zelandii – ponad 28 litrów. Ich lody przygotowuje się na bazie mleka. Najczęściej są spożywane w postaci hockey-pockey, czyli mieszanki z okruchami karmelu. Na Antypodach, jak widać, także króluje tradycja.

W Polsce natomiast od kilku lat obserwuje się niezwykłą pomysłowość w kreowaniu smaków lodów – zwłaszcza rzemieślniczych. Mamy lody o smaku rogali świętomarcińskich, lody o smaku szparagów, lody piwne, prosecco,

matcha, lody o smaku marzanki (zioło), bursztynu, pieczonej fasolki, ketchupu, gorgonzoli z gruszką albo figą czy różane. Zapewne rozpoczynający się właśnie sezon wskaże też kilka nowych propozycji, ale czy się przyjmą – zadecydują klienci. Zazwyczaj „nowy smak” ma za zadanie przyciągnąć konsumentów, którzy lubią odkrywać kulinarne ciekawostki, by potem szeroko się nimi chwalić i dyskutować w social mediach. Stali goście natomiast wybierają to, co sprawdzone i jakościowo niezmiennie.

NOWOŚCI DLA HORECA

Z początkiem każdego roku producenci lodów prezentują nowości przygotowane na kolejny sezon.

Najbardziej spektakularne dotychczas rynku handlu detalicznego,

ale oferta dla HoReCa wcale nie jest uboższa w smaki. Znaleźć w niej można na przykład kompozycje powiązane tematycznie (i kolorystycznie) z modnymi ostatnio filmami, takimi jak Barbie, orzeźwiającej mojito, dziesiątki kombinacji różnych owoców i czekolady, całą gamę sorbetów – od pełnych słodczy owocowych, po warzywne.

Co więcej, producenci i dostawcy lodów oferują wsparcie w postaci potężnej dawki wiedzy o tym, jak przygotować wykwentne desery, jak serwować lody tajske, smaźone, czy lody mochi (kulki obtaczane ciastem ryżowym). Warto korzystać z tych podpowiedzi, inspirować się nimi, by móc oferować gościom niezapomniane przeżycia smakowe.

O TYM TRZEBA PAMIĘTAĆ

Choć lody są spożywane w naszym kraju przez cały rok, to jednak szczyt konsumpcji, zwłaszcza w lokalach gastronomicznych,

przypada na sezon letni. Trzeba zatem pamiętać o tym, że stanowią one produkt niezwykle wymagający, niezależnie od tego, czy powstały na bazie mleka, śmietanki, czy soków. Muszą być przechowywane we właściwej temperaturze (-18°C) i określonych warunkach. Nie zawsze, na przykład z powodu brzydkiej pogody, rotują tak, jak byśmy sobie tego życzyli. Dlatego też, decydując się na wprowadzenie ich do menu lokalu, należy podejść do tego bardzo racjonalnie: negocjować warunki i wielkości dostaw, zaopatrzyć się w odpowiednie lodówki i kuwety (producenci zazwyczaj oferują je w pakiecie z lodami) oraz pojemniki czy wafle, w których będą serwowane. Konieczne jest też dokładne zapoznanie się z ich składem oraz wylistowanie alergenów w miejscu widocznym dla gości bądź w karcie. I, mimo wszystko, trzeba gruntownie przemyśleć katalog smaków. Nie zawsze nowe znaczy dobre, więc na początek najlepiej postawić na tradycję, a z czasem wprowadzać innowacje. ✕

Heidi Handkowska



Raport UCE Research

RYNEK FAST FOODÓW

W I kwartale 2024 r. ruch w restauracjach typu fast food zwiększył się o 4,7 % w stosunku do analogicznego okresu w ub.r. Co więcej, pizzerie rok do roku odnotowały o ponad połowę mniejszy wzrost (3,1 %) niż lokale oferujące kanapki, burgery i dania z kurczaka (6,5 %) – wynika z najnowszego badania UCE Research.

Jednocześnie liczba klientów wszystkich badanych placówek była o 4,2 % większa niż rok wcześniej. I w tym zakresie pizzerie znowu zyskały mniej od tzw. kurczako-burgerowni. W pierwszych trzech miesiącach br. udział tych pierwszych restauracji w łącznej liczbie wizyt utrzymywał się

na poziomie 27,1 %, a drugich – 72,9 %. Na całym rynku średnia liczba odwiedzin statystycznego klienta w jednym miesiącu wyniosła 4,7 % i była tylko nieco większa niż rok wcześniej. Nie zmienił się natomiast przeciętny czas trwania wizyt w tego typu lokalach.

 **Vandemoortele**
shaping a tasty future

Pikantne chili

- Ognista mieszanka pikantnych składników
- Najlepszy wybór dla tych, którzy pragną ognistego burgera.


**BUŁKA
CHILI**


POCZUJ RÓŻNICĘ

**BUŁKA
ULTIMATE
BRIOCHE**

Intensywny smak

- Bogata receptura, zawierająca pyszne masło i jajka.
- Złota i błyszcząca skórka
- Wspaniały smak brioche.

 vandemoortelepolska

 vandemoortelepolska

 vandemoortele

 +48 607 233 016 www.vandemoortele.com

REKLAMA

– Zauważalne wzrosty wynikają z większej stabilności cen. Wysoka inflacja doprowadziła do ograniczenia wydatków na produkty i usługi inne niż podstawowe. Jej spadek w ostatnich miesiącach przyczynił się do poprawy nastrojów konsumentów i większej skłonności do korzystania z takich usług, jak stołowanie się poza domem – mówi **dr Nikodem Sarna**, współautor raportu.

Ekspert zaznacza, że w zeszłorocznym sezonie letnim branża zaliczyła aż dwucyfrowy spadek ruchu, ale w najbliższe wakacje powinno być dużo lepiej pod tym względem. Z raportu wynika, że zwiększył się nie tylko ruch w fast foodach, ale także liczba klientów – o 4,2%. Jeżeli chodzi o pizzerie, był to wzrost o 2%, a w przypadku lokali oferujących kanapki, burgery i dania z kurczaka – o 5,8%. Okazuje się, że minimalnie na korzyść tych ostatnich zmienił się udział w łącznej liczbie wizyt.

– Po prostu zwiększyły się zarobki. Wskaźniki poprawiły się w momencie, kiedy inflacja zaczęła ostro hamować – mówi **dr Maria Andrzej Faliński**, prezes Stowarzyszenia Forum Dialogu Gospodarczego. – W efekcie dużo osób doszło do wniosku, że wraca do wcześniejszych zachowań i znowu będzie częściej jadać na mieście. Oferta takich miejsc z szybkimi posiłkami również

jest dosyć duża, przybiera różnego rodzaju punktów ruchomych i sezonowych, co zachęca klientów do skorzystania z ich propozycji – dodaje.

Z kolei zdaniem **Mateusza Nowaka**, drugiego ze współautorów badania, poza niższym wskaźnikiem inflacji na zwiększenie ruchu mogło wpłynąć podniesienie płacy minimalnej. Dzięki temu konsumenci mają środki na częstsze wizyty w restauracjach typu fast food. Według eksperta dostrzegalny wzrost ruchu w tzw. kurczako-burgerowniach może wynikać z preferencji osobistych.

– Być może oferty lokali z kanapkami i daniami z kurczaka są korzystniejsze dla konsumentów niż te z pizzerii i szybciej ewoluują pod wpływem zmian w otoczeniu rynkowym – dodaje **dr Sarna**.

Z badania wynika też, że w I kw. br. liczba klientów badanych restauracji zwiększyła się rdr. o 4,2%. Pizzerie w takim ujęciu wykazały wzrost o 2%, a lokale oferujące kanapki, burgery i dania z kurczaka – o 5,8% rdr. Jak stwierdza Mateusz Nowak, te wyniki również mogą mieć swoje podłoże w wyższym niż rok temu dochodzie rozporządzalnym przeciętnego Polaka. Trudno jednak przewidzieć, czy trend wzrostu liczby klientów utrzyma się, gdyż jest to zależne od wielu innych czynników, które nie zostały ujęte w badaniu.

ANNA SITKOWSKA

Marketing Manager CEE

Vandemoortele Europe NV

W biznesie fast foodów szybkość i łatwość przygotowania dań ma istotne znaczenie, stąd też produkty w pełni wypieczone są odpowiedzią na te potrzeby. W ofercie produktów gotowych do podania po rozmrożeniu firma Vandemoortele wprowadziła w tym roku nowości w kategorii bułek hamburgerowych oraz ciast. W bułkach hamburgerowych mamy coś na mały głód – bułkę hamburgerową mini 25 g, coś dla miłośników pikantnych smaków – bułkę hamburgerową chili – wykonaną z ognistej mieszanki papryki, czosnku, czerwonej papryki i pomidora, oraz coś dla koneserów – bułkę hamburgerów ultimate, stworzoną według bogatej receptury, zawierającej pyszne masło i jajka. Wszystkie te produkty są przecięte, co znacznie ułatwi i przyspieszy przygotowanie dania. W kategorii ciast wprowadziliśmy ciasto z orzeszkami pekan i syropem klonowym oraz ciasto brownie dla miłośników czekolady.

– Przy założeniu, że nie nastąpią żadne tąpnięcia na rynku pracy i w łańcuchach dostaw, a inflacja pozostanie

na niskim poziomie, jest spora szansa na utrzymanie wzrostowej tendencji – wyjaśnia **dr Nikodem Sarna**.

JUSTYNA DĄBROWSKA-MALINOWSKA

Dyrektor ds. Sprzedaży

Skłodowscy

Nasze produkty to prawdziwe klasyki: 100% wołowe burgery w różnych gramaturach, w tym nasz flagowy burger premium „façon bouchère”. Po sukcesie we Francji wprowadzamy go aktualnie na rynek polski, jest idealny dla craftowych burgerowni i foodtrucków. Z nowości chcemy wprowadzić „smash burgera”, który wpisze się w światowy fenomen i trend tego typu podania burgera. Kluczowe jest dla nas pokazanie zalet technologii IQF (Individually Quick Frozen), dzięki której przygotowanie posiłków jest błyskawiczne. Mrożenie szokowe indywidualnych porcji sprawia, że nasze burgery są gotowe do obróbki termicznej od razu, bez konieczności rozmrażania. Kotlety są już uformowane i zważone, co eliminuje konieczność przygotowania mięsa na miejscu i pozwala na szybkie smażenie. Gotowe półprodukty mogą być przechowywane dłużej niż świeże, co zmniejsza ilość odpadów i konieczność częstych dostaw. Ponadto łatwość i szybkość przygotowania naszych burgerów umożliwi sprawniejsze zarządzanie kuchnią, zwłaszcza w godzinach szczytu. To rozwiązanie idealne dla fast foodów, które chcą serwować dania szybko i efektywnie – z minimalnym wysiłkiem i maksymalną satysfakcją klientów.

Mrożenie IQF a zarządzanie kosztami operacyjnymi w restauracji

Sekret świeżości burgerów Skłodowskich od kuchni

Burgery rosną w siłę! Po trudnych dla gastronomii latach, klienci znów chętnie jedzą na mieście, ceniąc świeżość i smak nawet w klasykach fast foodu. Burgery Skłodowskich mogą okazać się kluczem do sukcesu twojego lokalu – wołowina mrożona technologią IQF nie traci smaku ani wartości odżywczych, jednocześnie pomagając restauratorom skutecznie zarządzać budżetem.

W obliczu wyzwań związanych z kontrolą kosztów, właściciele restauracji nieustannie poszukują innowacyjnych rozwiązań, które pozwolą im utrzymać wysoką jakość serwowanych dań. Skłodowscy prezentują świeżą perspektywę na optymalizację wydatków na żywność – burgery mrożone technologią IQF.

CZYM JEST TECHNOLOGIA IQF?

Technologia, z której korzystamy podczas produkcji naszych burgerów, to innowacyjny sposób zamrażania żywności. Proces ten, odbywający się w ekstremalnych temperaturach dochodzących nawet do -120°C , uniemożliwia tworzenie się dużych kryształków lodu, dzięki czemu struktura produktu pozostaje nienaruszona. To odróżnia IQF od tradycyjnych metod np. chłodzenia w standardowej zamrażarce, które zmieniają w widoczny

sposób konsystencję mięsa. Nasze burgery zachowują naturalną wilgotność, soczystość i pełnię smaku wołowiny.

EFEKTYWNOŚĆ ZARZĄDZANIA ZAPASAMI

Jednym z głównych problemów, z jakim borykają się właściciele lokali gastronomicznych, jest marnowanie żywności. Nasze burgery są mrożone indywidualnie, co pozwala na precyzyjne zarządzanie zapasami. Dzięki długiemu okresowi przydatności do spożycia (do 12 miesięcy), można znacznie ograniczyć konieczność wyrzucania nieświeżego jedzenia, co bezpośrednio przekłada się na redukcję kosztów.

STABILNOŚĆ CEN I DOSTĘPNOŚĆ PRODUKTÓW

Kolejną zaletą korzystania z mrożonych burgerów jest stabilność cen. W przeciwieństwie do świeżych produktów, które

są podatne na wahania rynku, nasze produkty zachowują stałą cenę przez cały okres przechowywania. Ponadto, są dostępne niezależnie od sezonu, co jest istotne zwłaszcza w czasie wzmożonego popytu.

UŁATWIENIE PROCESÓW OPERACYJNYCH

Burgery Skłodowscy są gotowe do użycia bez konieczności wcześniejszego rozmrażania. W restauracji, gdzie liczy się każda minuta, jest to ogromnym atutem. Eliminuje to również potrzebę posiadania dużej przestrzeni do przechowywania świeżych produktów, co jest szczególnie ważne w małych lokalach gastronomicznych.

WYSOKA JAKOŚĆ I BEZPIECZEŃSTWO ŻYWNOCI

Mrożenie metodą IQF daje pewność, że mięso zachowa swoje walory smakowe i wartości odżywcze.

Technologia ta minimalizuje ryzyko zanieczyszczenia krzyżowego, czyli przenoszenia bakterii i wirusów z surowych produktów na dania gotowe do spożycia.

KORZYŚCI EKONOMICZNE

Wprowadzenie mrożonych burgerów przynosi także korzyści finansowe. Przede wszystkim, precyzyjnie kontrolujemy ilość zużywanego mięsa. Dodatkowo, restauracje mogą zredukować koszty zatrudnienia – nie musimy mieć formować i ważyć kotletów. To oznacza mniej wydatków na szkolenia i pensje, a więcej zasobów na rozwój biznesu.

KORZYŚCI EKOLOGICZNE

Technologia IQF pozwala również minimalizować negatywny wpływ na środowisko, jaki wiąże się z produkcją żywności. Mrożenie indywidualnych porcji eliminuje konieczność używania plastikowych opakowań, które są trudniejsze do recyklingu.

WNIOSKI

Od minimalizacji marnotrawstwa, przez stabilność cen, po ułatwienie procesów operacyjnych i zalety ekologiczne – mrożone burgery Skłodowscy to inwestycja, która przynosi wymierne korzyści. ✕



Rok do roku minimalnie zmienił się udział poszczególnych rodzajów restauracji w łącznej liczbie wizyt w badanych placówkach. W I kw. br. w restauracjach oferujących kanapki, burgery i dania z kurczaka wyniósł 72,9 %, a w pizzeriach – 27,1 %. W analogicznym okresie ubiegłego roku było to odpowiednio 72,2 % i 27,8 %. **Dr Nikodem Sarna** interpretuje to jako stabilizację na rynku i oznakę relatywnie trwałych upodobań konsumentów.

– Zmiany w udziale poszczególnych typów restauracji rdr. są znikome. Świadczy to o pewnej dojrzałości rynku fast foodów i niezmienności w przyzwyczajeniach klientów. Z punktu widzenia konkretnych sieci konsekwencją tego może być trudność w pozyskiwaniu nowych klientów w przyszłości – podkreśla **Mateusz Nowak**.

Ponadto analitycy z UCE Research informują, że w I kw. br. udział krótkich wizyt (powyżej trzech, ale poniżej dziesięciu minut) w restauracjach oferujących kanapki, burgery i dania z kurczaka wyniósł 21,7 %, a rok wcześniej – 21,5 %. Pizzerie odnotowały odpowiednio 36,6 % i 36,3 %. Oznacza to minimalne wzrosty w relacji rocznej.

– Powyższe wyniki można zinterpretować jako oznakę utrzymującego się poziomu zamówień na wynos, bo one najprawdopodobniej stoją za krótkimi wizytami

w restauracjach. Odsetek ten wydaje się duży, szczególnie w przypadku pizzerii. Niemniej w dobie powszechnego korzystania z aplikacji pozwalających szybko i sprawnie zamawiać jedzenie do domu, trudno uznać go za szokujący – przekonuje **dr Sarna**.

W I kw. br. średnia liczba wizyt przypadająca na statystycznego klienta w jednym miesiącu wyniosła dla całego rynku 4,75. Rok wcześniej była na poziomie 4,73. Rok do roku nie zmienił się średni czas trwania wizyty w lokalu – 24 minuty i 21 sekund. Minimalnie wzrósł natomiast rdr. średni łączny czas spędzony w fast foodach – ostatni wynik to 1 godzina i 56 minut, a wcześniejszy – 1 godzina i 55 minut.

– Te dane świadczą o niezmienności nawyków Polaków w podejściu do konsumpcji w restauracjach w ciągu ostatniego roku. Można się zatem spodziewać, że w przyszłości będzie podobnie. Nie dopatrywałbym się tutaj wpływu konkretnego menu ani cen – zaznacza **Mateusz Nowak**.

Niemniej jednak sam sektor czeka na zmiany i to prawdopodobnie na lepsze. Dr Faliński zwraca uwagę na to, że zmienia się model funkcyjono-

wania rynku gastronomicznego, a źródła tego zjawiska można szukać jeszcze w pandemii. Zwrot w stronę restauracji tzw. szybkiej obsługi to kolejna zmiana wynikająca ze zbliżania się zwyczajów konsumenckich do tych znanych z Europy Zachodniej. Polacy nie chcą jadać wyłącznie w domach, tylko mieć różne opcje.

– To jest rynek o dużych perspektywach, mocno zróżnicowany. Świetnie łączy cechy przedsiębiorczości drobnej z zarządzaniem centralnym, planowaną konkurencją z tą sterowaną i adaptacyjnością na zmiany. Do tego dochodzi ogromna elastyczność rynku. Perspektywy branży są obiecujące. Wynik będzie rósł także dzięki stopniowym zmianom w zwyczajach tej biedniejszej, a więc większej części społeczeństwa. To dobry wskaźnik ogólnych zmian w gospodarce, w popycie i nowych zwyczajach konsumenckich – podsumowuje **dr Maria Andrzej Faliński**. ✕

Oprac. Eliza Marek

Źródło: Analiza powstała na podstawie obserwacji ruchu wokół prawie 1,9 tys. największych restauracji typu fast food, oferujących kanapki, burgery i dania z kurczaka, a także pizzerii. Analitycy UCE Research i Proxi.cloud przyjrzeni się sytuacji występującej w I kwartale br. i porównali ją z analogicznym okresem ubiegłego roku. Łącznie poddano analizie ruch pochodzący z monitoringu zachowań blisko 1,4 mln konsumentów.



DOBRA KAWA

- DYSKRETNY UROK POWTARZALNOŚCI

Dominujący współcześnie kult nowości i nieustannego dążenia do zmian sprawia, że proces powtarzania w oczach wielu zyskał zabarwienie negatywne, stając się synonimem stagnacji, nudy, rutyny, a może nawet braku wiedzy. Tymczasem ponad 50 %* naszych zachowań to zachowania nawykowe, co oznacza, że by takimi się stać, wymagały mnóstwa powtórzeń. Czasami najprostsze rozwiązania naprawdę okazują się najlepsze. Czy klient, który skosztuje w lokalu wysmienitej kawy, oczekuje, że następnym razem będzie smakowała inaczej?

Zarówno przygotowanie, jak i picie kawy to proces. Dla jednych bywa on chwilą zapomnienia, relaksu, rytuałem, odrobiną magii w ciągu dnia, inni z kolei sięgają po aromatyczny napar, kiedy potrzebują energii, bo wyjątkowy zapach i smak kawy rozbudzają umysł już po pierwszym łyku, zanim jeszcze zacznie się działanie zawartej w niej kofeiny. Oczywiście kawa kawie nierówna. I w domowym zaciszu, i w lokalu gastronomicznym można cieszyć się tą doskonałą, ale zdarzają się też wrażenia od przeciętnych aż do takich, o których chciałoby się zapomnieć.

Trzeba jednak przyznać, że „mała czarna” ma się w Polsce

coraz lepiej, i to w wielu odstonach: klasyczna, z mlekiem, wegańska, zimowa z korzennymi przyprawami i letnia, mrożona. Rośnie sprzedaż kawy, widać wzrost zainteresowania konsumentów lokalami, które ją serwują, zwiększa się też z roku na rok liczba punktów oferujących ten napój. A skoro branża dynamicznie się rozwija i rośnie konkurencja, poprawa jakości wydaje się nieunikniona.

OD CZEGOŚ TRZEBA ZACZAĆ

Gusta klientów barów, restauracji czy kawiarni są bardzo różne i nie sposób odpowiedzieć na wszystkie potrzeby. By kawa w lokalu cieszyła się

dobrą opinią, a goście wracali, żeby się nią delektować, konieczne jest profesjonalne podejście. Co zatem należy robić, żeby pozostać konkurencyjnym? **Magdalena Wierzbicka**, B2B Marketing Specialist Coffeedesk, radzi, by postawić na jakość, bo to ona stanowi czynnik, który powinien być najważniejszy dla każdego, kto prowadzi biznes z kawą w roli głównej.

– Trzeba jednak pamiętać, że na początku nie warto silić się na najwyższą możliwą do osiągnięcia jakość, jeśli nie jesteśmy w stanie zagwarantować jej powtarzalności – mówi Magdalena Wierzbicka. – Powtarzalność serwowanej kawy stanowi podstawę dobrej kawiarni, definiując jej

reputację i zwiększając tym samym lojalność jej gości. Bariści różnią się od siebie m.in. poziomem zdobytego doświadczenia. Ci bardziej zaawansowani będą w stanie przygotować kawę na wyższym poziomie niż ci, którzy dopiero rozpoczynają swoją karierę baristy – dodaje.

Na jakość, oprócz umiejętności baristy i profesjonalnej obsługi klienta, składają się też takie czynniki, jak rodzaj surowca, jego pochodzenie, sposób uprzedzenia, świeżość – jednym słowem doskonałe ziarno, na którym nie można oszczędzać, bo bez wątpienia wpłynie to na poziom serwowanej przez nas kawy.

Na pewno warto oferować wybór ziaren z różnych regionów świata, bo odbiorcy coraz częściej testują różne smaki i interesują się kawowymi historiami. Inny aromat i smak mają ziarna z Afryki (bardziej owocowe, cytrusowe, intensywne, o wyższej kwasowości), a inny te z Ameryki Południowej (subtelne, łagodne, z nutą czekolady i orzechów). Mimo to nawet najlepszy surowiec nie zagwarantuje sukcesu, jeśli pojawią

się takie błędy, jak zaparzanie kawy wrzątkiem, kiepskiej jakości woda, źle obliczone proporcje, nieodpowiedni sposób mielenia czy zaniedbany ekspres.

CORAZ WYŻSZY POZIOM

Znając pochodzenie ziarna, jego charakterystykę i wymagania, a także stale podnosząc umiejętności, można zaproponować klientom świetny napar, rozwinąć menu, poszukać nowych, modnych sposobów na picie kawy. Co jednak spowoduje, że napój, który zaszerwujemy naszym gościom, będzie zawsze smakował doskonale?

– Musimy określić możliwy do osiągnięcia poziom jakości i wprowadzić go do wszystkich zmian oraz wszystkich kaw. Powtarzalność jest ważniejsza od jakości. Dopiero po wprowadzeniu i utrzymaniu powtarzalności będziemy mogli myśleć nad poprawą jakości – mówi **Magdalena Wierzbicka**. – Szkolenia baristów to podstawa, jednak warto zwrócić uwagę na wyposażenie kawiarni, które dodatkowo pomoże nam w ujednoczeniu oferowanych naparów. Najważniejszym z takich sprzętów jest ekspres – dzięki swojej technologii będzie zawsze oferował te same parametry. Należy również wspomnieć o tym, że automatyzacja jest sposobem na odciążenie samego baristy, a kiedy maszyny ułatwiają czynności, które wcześniej

zadowolone klientów oraz wzmacniają ich zaufanie do jakości oferowanych produktów – dodaje ekspertka Coffeedesk.

Na rynku można znaleźć wiele typów ekspresów – od przelewowych, przez ciśnieniowe, aż do kolbowych. Na wybór na pewno powinna mieć wpływ specyfika danego lokalu – inne wymagania będzie miał hotel serwujący bufetowe śniadania czy organizujący konferencje, inne kameralna restau-

wymagały większego zaangażowania, barista może lepiej skupić się na obsłudze gości. Większa uwaga i zaangażowanie potęgują

racja, a jeszcze inne kawiarnia. W przypadku ekspresu do samodzielnej obsługi przez gości idealny będzie sprzęt w pełni automatyczny, z kolei bariści ceniący opcję precyzyjnej kontroli nad procesem parzenia chętnie wykorzystują w pracy profesjonalne ekspresy kolbowe, które wyróżnia precyzja, trwałość oraz wszechstronność, a nowe funkcje zapewniają łatwość pracy i stałe warunki przygotowania każdej kolejnej filiżanki. Nie bez znaczenia są też walory wizualne – elegancki ekspres to prawdziwa ozdoba lokalu.

Najnowocześniejsze urządzenia to jednak przede wszystkim powtarzalność (nawet przy dużym natężeniu pracy), a przy tym udogodnienia dla baristy. Tego rodzaju ekspresy zostały wyposażone m.in. w dwa bojłery (do parzenia kawy i do spieniania mleka), co jest bardzo przydatne, gdy przybywa klientów, oraz saturowane grupy, kluczowe w zapewnieniu niezmiennego smaku napoju, pozwalające utrzymać stabilność temperatury. Jeśli wysokiej klasy sprzęt uzupełnimy w młynki gwarantujące równomierne i powtarzalne mielenie czy automatyczne tampery pomocne w uzyskaniu lepszego i bardziej stabilnego rezultatu podczas ubijania kawy, wzrosną szanse na wyjątkowe kompozycje kawowe, przyciągające do lokalu najbardziej wymagających smakoszy tego napoju. I kiedy już jakość stanie się rutyną, być może przyjdzie czas na eksperymenty. ✕

Beata Woźniak

*Źródło: Wood W., Quinn J.M., Kashy D.A. Habits In Everyday Life: The ought, Emotion, and Action. Journal of Personality and Social Psychology, 2002. 83 (6).





KAWA, EKSPRESY I AKCESORIA

– jak zadbać o kompleksową
i profesjonalną obsługę

Pracując zawodowo z kawą, zdaję sobie sprawę, jak wiele czynników wpływa na to, aby każda filiżanka tego napoju była wyjątkowa. Dlatego w kawiarniach Coffeedesk korzystamy z profesjonalnych ekspresów, młynków i akcesoriów, które wspomagają nas w przygotowaniu doskonałego naparu. Wiemy, że najważniejsze znaczenie ma jakość, dlatego za naszymi barami znajdują się produkty renomowanej marki Mahlkönig, słynącej z wyjątkowej precyzji mielenia.

WYBÓR ODPOWIEDNIEGO EKSPRESU

Pierwszym krokiem do przygotowania idealnej kawy jest wybór odpowiedniego ekspresu. Na rynku znajdziesz różnorodne modele, które zaspokoją potrzeby zarówno amatorów, jak i profesjonalistów. Ekspresy ciśnieniowe są doskonałe dla osób ceniących intensywny smak espresso, natomiast ekspresy przelewowe sprawdzą się w przypadku większych ilości kawy, w biurach czy w czasie rodzinnych spotkań. Ekspresy automatyczne łączą wygodę z wysoką jakością naparu, oferując szeroki wachlarz funkcji i ustawień.

MŁYNKI DO KAWY – KLUCZ DO DOSKONAŁEGO SMAKU

Świeżo mielona kawa to podstawa wyjątkowego smaku i aromatu. Dlatego wybieraj tylko młynki, które pozwolą na precyzyjne i równe mielenie ziaren. Niezależnie od zakupionego modelu ekspresu, odpowiednio dobrany młynek jest niezbędny.

Młynki marki Mahlkönig są cenione za swoją niezawodność i precyzję. Przykładowo, model EK43 to wybór profesjonalistów na całym świecie. Dzięki dużym, płaskim żarom, gwarantuje on równomierne mielenie, co jest kluczowe dla uzyskania optymalnego smaku kawy. Z kolei model X54 to doskonałe rozwiązanie dla domowych baristów, czy miejsc, gdzie kawa jest tylko dodatkiem

do oferty. Zapewnia on wszechstronność i łatwość obsługi przy zachowaniu profesjonalnej jakości.

AKCESORIA DO KAWY

Kompleksowa obsługa kawowa wymaga również odpowiednich akcesoriów. Dzbanki do spieniania mleka, termometry, tampery oraz filtry do wody to tylko przykłady akcesoriów, które pomogą ci w przygotowaniu perfekcyjnej kawy.

CZYSZCZENIE I KONSERWACJA SPRZĘTU

Aby twój sprzęt służył przez wiele lat, ważne jest regularne czyszczenie i konserwacja. Zalecamy codzienne czyszczenie systemów mlecznych i portafiltrów. Młynki również wymagają uwagi – regularne czyszczenie żaren przedłuża ich żywotność i zapewnia stałą jakość mielenia.

WYBÓR KAWY

Ostatnim, lecz nie mniej ważnym elementem, jest wybór odpowiednich ziaren kawy. Świeżość, pochodzenie oraz sposób palenia mają ogromny wpływ na smak końcowy naparu. Dlatego zaczynając swoją przygodę z kawą, znajdź dostawcę, który oferuje szeroki wybór kaw z różnych zakątków świata – zadowolą one najbardziej wymagające podniebienia. Zachęcam do eksperymentowania i odkrywania nowych smaków.

Niezależnie od tego, na jakim kawowym etapie jesteśmy, musimy pamiętać, że kompleksowa i profesjonalna obsługa kawowa to proces wymagający uwagi i zaangażowania. Wybór właściwego sprzętu, inwestycja w akcesoria, regularna konserwacja oraz zdobywanie wiedzy to kluczowe elementy, które pozwolą ci cieszyć się wyśmienitą kawą każdego dnia. W Coffeedesk jesteśmy dumni, że możemy oferować produkty najwyższej jakości, takie jak młynki Mahlkönig, stanowiące symbol precyzji i niezawodności w świecie kawy. ✕

Fot. Edward Trzeciakiewicz,
GoodLookInfopod



MICHAŁ WAWRO

Szef kuchni
Hotel Country Club Żywiec
Trener kulinarny
Euro-Toques Polska
www.eurotoques.pl
Właściciel Gastrobanda.com

Jak stworzyć atrakcyjne menu dla dzieci w restauracji?

Każdy rodzic wie, że znalezienie w restauracji smacznego i zarazem ciekawego posiłku dla malucha, może czasem stanowić wyzwanie. Jeśli najmłodszy wybierze z menu coś dla siebie, a pozostała część rodziny również, goście z pewnością nie zmienią lokalu, a nawet odwiedzą go po raz kolejny. Co zaproponować w menu dla dzieci, aby maluchy nie wyszły z lokalu głodne? W jaki sposób przyciągnąć ich uwagę?

ZRÓWNOWAŻENIE ZDROWIA I SMAK

Dziecięce posiłki powinny być zbilansowane i lekkostrawne. Maluchy potrzebują różnorodnej diety bogatej w białko, zdrowe tłuszcze, witaminy i minerały. Warto zatem postawić na dania z dużą ilością warzyw, chude mięso, ryby, a także produkty pełnoziarniste i niskotłuszczowy nabiał. Starajmy się ograniczyć przyprawę i nie przesadzać z pieprzem, solą i cukrem. Ten ostatni można zastąpić naturalnymi słodzikami np. miodem czy syropem klonowym.

ŁATWOŚĆ JEDZENIA

Aby nie zniechęcić naszych małych gości do serwowanej potrawy, koniecznie weźmy pod uwagę wielkość porcji. Dzieci łatwo rezygnują z jedzenia, jeśli jest go na talerzu po prostu za dużo. Postarajmy się

wypracować odpowiednią gramaturę. Unikajmy też skomplikowanych potraw, które mogą być trudne do samodzielnego jedzenia. Polecam finger foody np. małe kawałki kurczaka, mini kanapki czy warzywa z dipem, pulpety w sosie lub z makaronem.

SAMODZIELNOŚĆ

Możliwość skomponowania swojego ulubionego posiłku będzie dodatkowym atutem naszego lokalu. Pozwólmy dzieciom wybrać niektóre składniki, np. w przypadku pizzy czy sałatek. Taka interaktywność może sprawić, że będą bardziej zainteresowane jedzeniem.

ATRAKCYJNOŚĆ WIZUALNA

Nie tylko dorośli, lecz także dzieci jedzą oczami, dlatego sama prezentacja potraw jest bardzo istotna. Nie obawiajmy się kreatywności – w przypadku

menu dla dzieci z pewnością zostanie doceniona. Warzywa i owoce w różnych kolorach mogą uczynić posiłki bardziej kuszącymi. Wykorzystajmy zabawne formy i kształty, takie jak kanapki w kształcie zwierząt, buźki na naleśnikach lub owocowe sałatki w kształcie tęczy.

Nie można zapomnieć również o odpowiedniej oprawie graficznej karty, jej formule oraz prezentacji. Wykorzystajmy swoją kreatywność i stwórzmy menu np. w kształcie owoców, w postaci kolorowanki, krzyżówki, bądź gry planszowej. Jedyne, co nas ogranicza, to nasza wyobraźnia.

MENU TEMATYCZNE

Możemy tworzyć menu tematyczne, np. inspirowane ulubionymi postaciami z bajek, aby zainteresować dzieci. Dodatkowe gadżety również będą atutem.

KREATYWNE NAZWY POTRAW

Używajmy zabawnych i kreatywnych nazw dla potraw, by zachęcić dzieci do spróbowania nowych dań – na przykład „Dinozaurze nuggety”, „Księżniczkowe naleśniki” czy „Piracka sałatka”.

Podsumowując, ograniczmy kartę menu dla dzieci do kilku propozycji. Maluch nie będzie miał wtedy problemu z podjęciem decyzji. Najlepsze dania zawsze powinny być na pierwszych pozycjach, ponieważ skupiają wzrok. Ważne, aby wszystko było zrozumiałe. Warto także brać pod uwagę potrzeby i preferencje dzieci, jednocześnie promując zdrowe nawyki żywieniowe. Interaktywne i kreatywne podejście może dodatkowo zwiększyć zainteresowanie najmłodszych gości. ✕

Oprac. red.



Fot. arch. Marcin Kosmala

MARCIN KOSMALA

Szef kuchni
Restauracja Dwór Liczrzepy
Hotel Relaks
Euro-Toques Polska
www.eurotoques.pl

AROMATYCZNE MARYNATY DO GRILLA

Lato to pełnia sezonu grillowego. W Polsce coraz częściej przywiązujemy się wagę do tego, w czym i jak marynuje się produkty kładzione na ruszt. Najważniejsze w tym wszystkim jest to, aby poszczególne składniki do siebie pasowały. Nie bójmy się jednak eksperymentować.

Od tego w czym, w jaki sposób i jak dużo czasu poświęcimy na marynowanie produktów, będzie zależał finalny efekt naszej pracy – smak, wygląd oraz soczystość mięsa czy warzyw. W idealnej marynacie powinny być zawarte trzy podstawowe składniki: olej, kwas i przyprawy. Nie zapomnijmy też, że ważnym elementem jest czas, w jakim będziemy marynować te składniki (mięso powinniśmy marynować 24-48 h przed obróbką termiczną).

Jak przekonują dietetycy, zastosowanie marynaty do mięsa może sprawić, że grillowana potrawa będzie dla nas zdrowsza. Według badań naukowych niektóre dodatki i zioła zawierające przeciwutleniacze mogą znacząco zmniejszyć powstawanie toksycznych związków w grillowanym mięsie.

Zamarynowanie mięsa przed grillowaniem zmniejsza wyciekanie tłuszczu oraz soków, a to z kolei wpływa na hamowanie syntezy związków toksycznych i obniża ryzyko zapalenia się kapiącego tłuszczu. Co jednak istotne, marynata nie może zawierać szkodliwych substancji chemicznych, które zadziałają odwrotnie.

Najbardziej aromatyczne marynaty wyróżniają się zawartością nietypowych składników, takich jak np.: szaflwia, rozmaryn, kolendra, mięta, sos sojowy, cytryna, limonka, śliwki wędzone, maślanka, przetwory owocowe czy alkohol. I to niekoniecznie różnego rodzaju piwa czy wina, ale też wysokoprocenowe alkohole – whisky, nalewki czy śliwowica. Wszystkie te składniki nadadzą mięsu

kruchość, soczystość i niepowtarzalny smak.

Na koniec chciałbym wam przedstawić kilka rodzajów marynat oraz ich działanie.

Marynaty kwaśne – najbardziej popularne. Ich kwas ścina białko, co powoduje, że mięso jest wyjątkowo miękkie.

Słodkie marynaty – do nich najlepiej używać soku jabłkowego, ale sprawdzą się również miód czy owoce, takie jak ananas i brzoskwinia. Warto jednak przełamać ich smak, dodając imbir, czosnek lub cebulę.

Marynaty olejowe – ich zaletą jest to, że są odporne na wysokie temperatury. Można je przygotowywać wcześniej, żeby olej przeszedł smakiem dodanych przypraw. Trzeba pamiętać o tym, że marynaty olejowe mogą być bardziej

wyraziste. Doskonale nadają się do marynowania świeżych warzyw.

Marynaty suche – to marynaty przygotowane z siekanych świeżych ziół lub suszonych przypraw wtrąconych w mięso. Jeżeli chcemy, możemy takie mięso spakować próżniowo, żeby marynata weszła głębiej w jego warstwy.

Marynaty kremowe – to marynaty na bazie maślanki, jogurtu, keczupu, musztardy czy majonezu. Warto zaznaczyć, że ten sposób marynowania nadaje niesamowity smak i aromat, ale jednocześnie wymaga grillowania na niższych temperaturach. Podobnie jak np. mięsa w słodkich marynatach z uwagi na zawarte w nich cukry. ✕

Oprac. red.



Fot. Arch. Krzysztof Szulborski

KRZYSZTOF SZULBORSKI

Prezes Stowarzyszenia Kucharzy Polskich
 Pomorska Akademia Kulinarna
 Fenomen w Gdańsku
www.kucharze.pl
www.stowarzyszeniekucharzy.pl

SZPARAGI – ZIELONE CZY BIAŁE?

Szparagi to zdrowe i niskokaloryczne warzywa, zawierają sporo substancji odżywczych: karoten, witaminy B, B₂ i witaminę C – szczególnie

w główkach szparagów – oraz wapń, sód, magnez, fosfor, żelazo i sole potasowe. Warto podkreślić, że najpyszniejsze są szparagi prosto od rolnika, bo z każdą minutą przechowywania tracą na wartości i smaku. Kupując szparagi w sklepie,

Nie bójmy się eksperymentować ze szparagami!

Sezon na szparagi trwa niezwykle krótko. Warto zatem wykorzystać ten czas i poeksperymentować w kuchni z tymi pełnymi witamin warzywami. O dziwo, sprawdzą się one w wielu pozornie niepasujących do siebie kombinacjach smakowych.

zawsze powinniśmy zwrócić uwagę na to, czy w miejscu cięcia łodyga jest wilgotna, czy obeschnięta, a ponadto twarda, jeśli jest jednak sucha, to takim warzywem nie powinniśmy nawet zawracać sobie głowy, bo efekt organoleptyczny i smakowy będzie mizerny.

Szparagi można z powodzeniem uprawiać w przydomowym warzywniku czy na działce. Zaznaczmy jednak jedną ważną kwestię – szparagi białe to te, które wyrosły w ziemi, a szparagi zielone (delikatniejsze), to wypustki ukazujące się ponad ziemią.



KREM ZE SZPARAGÓW

SKŁADNIKI:

- » Bulion drobiowy – 800 ml
- » Szparagi zielone – 1 kg
- » Szparagi białe – 400 g
- » Śmietanka (34 %) – 200 ml
- » Śmietanka kwaśna (12 %) – 100 ml
- » Żółtka – 6 szt.
- » Przyprawy: sól, pieprz

OPCJONALNIE:

Młoda marchewka czy ziemia z oliwek czarnych loliwki czarne należy upiec w piecu przez ok. 15 min w temperaturze 150°C. Następnie zmiksować (np. w termomiksie) na puder świeże ziota, czyli pędy groszku i młode listki buraka.

SPOSÓB PRZYGOTOWANIA:

Szparagi zielone i białe obieramy. Obierki gotujemy w bulionie przez ok. 20 min. Następnie odcedzamy i dodajemy obrane szparagi, ale uwaga – bez główek. Gotujemy przez kolejne 15 min. W kolejnym kroku miksujemy i doprawiamy solą, pieprzem oraz sokiem z cytryny. Zagotowujemy, odstawiamy na 7-10 min i zagęszczamy całość żółtkami. Potem dodajemy pozostałe główki szparagów. Od tej chwili kremu już nie można zagotować, ponieważ się zwarzy. Jeśli chcemy utrzymać temperaturę, wstawmy garnek z kremem do kąpielii wodnej. Danie można podawać z gotowaną młodą marchewką, ugotowanymi szparagami i łyżką kwaśnej śmietany.

Przy podstawowej obróbce szparagów nie ma zbyt wiele roboty. Z białych usuwamy łykowaną skórkę, zaczynając ją usuwać od góry, tuż pod główką. Staramy się nie pozostawiać ani kawałka, bo na talerzu będziemy mieć problemy nawet z krojeniem, końce odcinamy. Młode zielone szparagi wystarczy opłukać pod bieżącą wodą i odłamać końcówki. Odłamanych końcówek czy obranej skórki nie wyrzucamy, lecz przeznaczamy je do wykonania kremu bądź sosów (sos szparagowy zagęszczany samym masłem jest wybitny w smaku, a także w konsystencji).

JAK PODAJEMY SZPARAGI?

Najbardziej popularna potrawa z tego szlachetnego warzywa wymaga podania szparagów zblanszowanych i polanych polskim sosem, czyli podsmażoną w maselku bułką tartą. Jeśli chcielibyśmy zaserwować je w bardziej wyrafinowany sposób, to zalecam wykonać własnoręcznie sos holenderski na bazie żółtek, masła i soku z cytryny lub z sosem béarnaise na wywarze z estragonu i szalotki.

Szparagi, zarówno zielone, jak i białe bardzo dobrze komponują się z grillowanymi rybami lub mięsem, począwszy od Tournedos Rossini, gdzie

stek z polędwicy wołowej i foie gras z kaczki można połączyć z grillowanymi szparagami, a przykłady takich dań można mnożyć.

Na zakończenie dodam jeszcze ciekawostkę historyczną z regionu, z jakiego się wywodzi, chodzi dokładnie o Brusy koło Kartuz. Właśnie ze szparagami wiązała się afera, o której sporo pisała prasa jeszcze przed II wojną światową. Miała ona charakter polityczny i dotyczyła nierzetelnego dysponowania środkami publicznymi przez starostę Czarnockiego – bazując na funduszach publicznych przeznaczonych na budowę dróg lokalnych i zatrudnianie bezrobotnych w ramach robót

publicznych, postanowił zająć się szparagami, a zyski z ich sprzedaży przeznaczyć na działalność polityczną. Całą sytuację opisywała wtedy „Gazeta Kartuska”. W dniu 9 grudnia 1937 r. opublikowała relację z pierwszej rozprawy przed gdyńskim sądem i wspomniała, że starosta znaczną część sprzeniewierzonych pieniędzy wydatkował na prowadzenie na terenach publicznych prywatnej szparagarni. Na szczęście wyrok na starostę nigdy nie zapadł, ale niestety zapadł wtedy mrok nad całą naszą ojczyzną. ✕

Oprac. red.

Dla szefów wszystkich kuchni

Zyskujesz:

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

Skontaktuj się z nami



www.transgourmet.pl
infolinia: 0 800 467 322
kontakt@transgourmet.pl

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

Obserwuj nas
[LinkedIn](#)
[/transgourmet-polska](#)

Dołącz do grupy Selgros i Transgourmet dla HoReCa na facebook





Fot. arch. Dominik Karpiak

DOMINIK KARPIAK

Szef Kuchni

Restauracja Mercato
Hotel Hilton Gdańsk
Polska Inicjatywa Kulinarna
www.polskainicjatywakulinarna.pl

Po prostu wszystko, co najlepsze, dzieje się w kuchni. Mając odpowiedni zespół, czyli właściwe osoby na właściwych miejscach, można dopiero planować to, co chcemy pokazać na talerzu.

Zespół pracujący w kuchni składa się z różnych specjalistów i każdy jest odpowiedzialny za inny aspekt przygotowywania posiłku. W restauracji Mercato kuchnia dzieli się na pięć sekcji:

- **zimna** – od niej zaczyna się pierwsze wrażenie, serwuje amuse bouche czy przystawki,
- **dotatki** – codzienne przygotowywanie świeżych warzyw, pilnowanie idealnego bulionu i ten najważniejszy „the last touch” przed podaniem do szefa na pas,

- **mięsa** – perfekcyjne solanki do ryby, idealna rozbiórka i usmażenie mięsa w punkt oraz dopilnowanie, aby każdy kawałek mięsa miał swój odpoczynek,
- **cukiernia** – to tu przygotowujemy pieczywo podawane do każdej przystawki czy kolacji. Najczęściej ta sekcja jest zapamiętywana jako ostatni posiłek, gdzie gość widzi małe dzieło sztuki z najlepszej gatunkowo czekolady i ze specjalnie wyselekcjonowanymi owocami,
- **maestro na kuchni, czyli „szef zamiany”** – koordynuje, aby każdy element dania trafił na wydawkę w idealnym momencie. Musi synchronizować pracę każdego pracownika na kuchni,

Zespół w restauracji to podstawa

Kuchnia to serce każdej restauracji – również tej hotelowej. To od niej zależy smak i jakość serwowanych potraw, tempo obsługi, atmosfera i zadowolenie gości.

ale nie jest w stanie tego zrobić bez odpowiedniej osoby na w/w sekcji. Szef stojący na serwisie jest łącznikiem z kelnerami. To on narzuca tempo wydawki, ponieważ obserwuje salę i zauważa, czy goście chcą szybko zjeść, czy delektować się kolacją. Tu najczęściej pod moją nieobecność stoją moi zastępcy lub osoba, która zna miejsce, każdą sekcję i wie, jak rozmawiać z całym zespołem.

Wielkie brawa należą się także osobom pracującym na zmywaku. Często ich praca nie jest doceniana, ale to właśnie one dbają o porządek i komfort pracy całej załogi.

Jak wiadomo najważniejszym posiłkiem dnia jest śniadanie. Dobry team na śniadaniach to zatem podstawa każdej kuchni

hotelowej, która codziennie ma do ugoszczenia i nakarmienia ponad 150 osób. I od wczesnych godzin, nawet nocnych, są już na kuchni i przygotowują wszystko, aby goście rano czuli



zapach świeżego pieczywa czy croissantów prosto z pieca.

Każda z tych ról jest niezbędna do prawidłowego funkcjonowania kuchni. Wysokiej jakości personel to taki, który nie tylko został dobrze wyszkolony, ale także współpracuje efektywnie, pozostaje zaangażowany i pasjonuje się tym, co robi.

Szef kuchni to lider całej ekipy, który jest odpowiedzialny zarówno za tworzenie menu (zawsze układanego zespołowo), jak i za nadzorowanie procesu przygotowywania potraw oraz zarządzanie personelem. To również osoba, która dba o to, by w kuchni panowała dobra atmosfera, a zespół pracował harmonijnie.

Szef kuchni musi być jednocześnie utalentowanym kucharzem i skutecznym

managerem. Jego umiejętności komunikacyjne i zdolność do motywowania innych są kluczowe dla sukcesu kuchni.

Praca zespołowa i efektywna komunikacja muszą iść w parze. Zwłaszcza w kuchni, gdzie tempo pracy jest wysokie, a stresujące sytuacje są na porządku dziennym, umiejętność skutecznej komunikacji i pracy zespołowej jest podstawą. Bez tego nawet najlepiej wyszkolony zespół może nie sprostać wymaganiom.

Kadra w kuchni powinna być również stale szkolona i motywowana do rozwoju zawodowego. Regularne kursy, warsztaty i możliwość uczestnictwa w konkursach kulinarnych to świetny sposób na podnoszenie kwalifikacji i utrzymywanie pasji do gotowania. Motywacja może pochodzić także z uznania

dla dobrze wykonanej pracy czy z awansów w strukturze kuchni.

Dobry zespół to osoby, które są nie tylko wyszkolone w swojej dziedzinie, lecz także potrafią współpracować, komunikować się i podnosić swoje kwalifikacje.

Tylko dzięki takim pracownikom kuchnia może funkcjonować efektywnie, a goście cieszyć się doskonałym jedzeniem i niezapomnianymi doświadczeniami.

I pamiętajmy: „Nie ma dobrego szefa kuchni bez dobrego zespołu – nie ma dobrego zespołu bez dobrego szefa kuchni”. ✕

Oprac. red.



z miłości do
Zmywania

Wynajmij
profesjonalną zmywarę
gastronomiczną



winterhalter®



Najwyższej jakości zmywarki.

Całkowicie niezawodne.
Ekonomiczne.
Ergonomiczne i łatwe w obsłudze.

Dlaczego warto?



Umowa bez pośredników



Brak inwestycji na start



Gwarancja i serwis przez cały okres najmu



Bezpłatna dostawa, montaż i konfiguracja

Sprawdź ofertę dla swojego biznesu:
wynajmijzmywarke.pl

 **wynajmij zmywarke.pl**

REKLAMA



For: arch Jarosław Walczyk

JAROSŁAW WALCZYK

Prezes Klubu Szefów Kuchni
www.klubszefowkuchni.pl
Doradca gastronomiczny

Częstym zarzutem ze strony kucharzy i szefów kuchni są nieadekwatne zarobki. Przyczyną takiego stanu rzeczy może być brak precyzyjnej komunikacji już na etapie rekrutacji. Niedokładne omówienie zakresu obowiązków i brak jasnych instrukcji stanowiskowych rodzą frustrację i zniechęcenie. Dlatego też kluczowe jest szczegółowe ustalenie tych kwestii na samym początku, aby uniknąć wzajemnych pretensji w przyszłości.

Co zaskakujące, niektórzy pracownicy godzą się na określoną stawkę godzinową, a później, w szczycie sezonu, gdy pracy jest najwięcej, domagają się podwyżki, argumentując, że wynagrodzenie nie odpowiada zwiększonemu nakładowi obowiązków.

W takich sytuacjach warto przypomnieć o tym, że intensywny okres pracy jest zbilansowany przez spokojniejszy czas po sezonie, zapewniający możliwość regeneracji.

STYL ZARZĄDZANIA

Kolejnym istotnym czynnikiem jest styl zarządzania. Brak konstruktywnej krytyki i ignorowanie opinii pracowników prowadzą do demotywacji. Indywidualne rozmowy, na przykład przy kawie, pozwalają wysłuchać uwag i wyjaśnić ewentualne nieporozumienia.

Należy pamiętać, że właściciel restauracji nie jest właścicielem pracowników, a sukces biznesu

Jak motywować zespół do pracy?

Problem braku zaangażowania i lekceważącego podejścia kucharzy oraz szefów kuchni do swoich obowiązków w restauracjach jest złożony i wielowymiarowy. Wynika on z szeregu powiązanych ze sobą czynników, które mogą się wzajemnie potęgować.

zależy od współpracy i dobrej atmosfery. Problemy trzeba rozwiązywać na bieżąco, zanim się nawarstwią i wywołają negatywne emocje. Konstruktywna krytyka, wyrażana bez emocji, jest cenna, gdyż pomaga wszystkim stronom dążyć do wspólnego sukcesu.

Problemy finansowe i rodzinne, z którymi pracownicy borykają się poza restauracją, również wpływają na ich koncentrację i motywację. Otwarta rozmowa może pomóc

w znalezieniu wyjścia z trudnej sytuacji. Osoba z zewnątrz często ma szansę spojrzenia na problem z innej perspektywy i zaproponowania nowego rozwiązania. W przypadku problemów rodzinnych, takich jak rozwód, choroba czy trudności z dziećmi, wyrozumiałość i wsparcie ze strony pracodawcy są nieocenione. Dobre słowo i zapewnienie, że pracownik nie jest sam, mogą zdziałać cuda.



GOTOWANIE - PASJA CZY PRZYMUS?

Brak pasji do gotowania to poważny problem, prowadzący do braku zaangażowania. Rozwiązaniem może być znalezienie mentora, który rozbudzi kulinarne ambicje i wskaże drogę do sukcesu. Warto pokazywać pracownikom dobre strony zawodu i cele, do jakich mogą dążyć. Monotonia i powtarzalność zadań również zabijają zapał. Rotacja na stanowiskach często okazuje się skutecznym lekarstwem, pozwalającym pracownikom rozwijać się i zdobywać

nowe umiejętności. Gwarantuje to również pracodawcy ochronę, gdyż dany członek załogi może zostać zastąpiony bez uszczerbku dla jakości dań.

Uznanie i docenienie za dobrze wykonaną pracę to najlepszy motywator. Nawet jeśli pochwała wydaje się nieco na wyrost, warto ją wyrazić, ponieważ każdy lubi być chwalony. Brak profesjonalnego szkolenia zawodowego to kolejna kłopotliwa kwestia – można jej zaradzić, poprzez przydzielenie młodemu kucharzowi doświadczonego mentora. Taka osoba zapewni

poczucie bezpieczeństwa i pomoże rozwiązać się w zawodzie. Unikajmy natomiast sytuacji, w której młody kucharz zostaje rzucony na głęboką wodę bez odpowiedniego przeszkolenia i wsparcia.

Problem braku zaangażowania jest złożony i nie ma jednego uniwersalnego rozwiązania. Restauratorzy muszą podjąć szereg działań, aby poprawić warunki pracy, zapewnić możliwości rozwoju zawodowego i pozytywną atmosferę.

Otwarta komunikacja, budowanie zaufania, docenianie pracowników, inwestowanie w ich

rozwój, dbanie o higienę i bezpieczeństwo oraz tworzenie przyjaznego środowiska pracy stanowią kluczowe elementy sukcesu. Zaangażowani i zmotywowani pracownicy to największy kapitał każdej restauracji, dlatego warto inwestować w ich rozwój i dobrostan, by zagwarantować długofalową prosperitę i satysfakcję z prowadzenia biznesu. ✕

Oprac. red.



Fresh Start!

Targi w świeżym wydaniu

31. Międzynarodowe Targi Wyposażenia Hotelu i Gastronomii

HORECA®

Gastro | Hospitality | Sweet

21. Międzynarodowe Targi Wina w Krakowie

ENOEXPO®

06-08 listopada 2024

Targi
w Krakowie

EXPO
KRAKÓW

Super Pakiet Wystawcy

Zgłoś się do 30 czerwca!

horeca.krakow.pl
enoexpo.krakow.pl



REKLAMA

OŻYWNIENIE W SEGMENTCIE HOTELOWYM

W branży hotelowej coraz wyraźniej widać popandemiczne ożywienie. Sygnałem powrotu do inwestowania kapitału międzynarodowego na polskim rynku była sprzedaż hotelowej części The Warsaw Hub. W październiku ub.r. hotele Crown Plaza i Holiday Inn Express kupił francuski fundusz inwestycyjny. W 2023 r. zostały zarejestrowane ogółem cztery transakcje, częściowo zrealizowane także przez polskie podmioty inwestycyjne, które złożyły się na wartość inwestycji wynoszących w tym sektorze około 83 mln euro. W pierwszych miesiącach bieżącego roku właściciela zmieniły natomiast dwa hotele nad Bałtykiem.

POWRÓT HOSSY

Sektor hotelowy może pochwalic się dobrymi wynikami operacyjnymi. Mimo niełatwego otoczenia geopolitycznego i warunków makroekonomicznych rynek

hotelowy w Polsce i regionie CEE (Europa Środkowo-Wschodnia) wszedł ponownie w fazę

wzrostu. W minionym roku hotele działające na polskim rynku wróciły do wyników notowanych przed pandemią, a w niektórych przypadkach nawet je poprawiły.

W 2023 r., według danych firmy badawczej STR Global, hotele zanotowały 21 % wzrost średniego przychodu na dostępny pokój (RevPAR) w porównaniu z rokiem poprzednim i o 18 % wyższy w stosunku do wyników

z 2019 r. Udziałem Polski był najwyższy wzrost tego wskaźnika w regionie CEE w porównaniu do okresu sprzed pandemii.

Lokalnym liderem wzrostu z 73 % średnim wskaźnikiem obłożenia była Warszawa. Na warszawskim rynku hotelowym w ubiegłym roku został zarejestrowany najwyższy wskaźnik obłożenia w regionie CEE, wyższy także od średniej w Europie, wynoszącej 69 %. Nasza stolica utrzymała pozycję w top 10 europejskich rynków hotelowych z największym wzrostem obłożenia.

W ubiegłym roku hotele działające w Warszawie osiągnęły 21 % wzrost RevPAR r/r i 26 % w porównaniu do rezultatów z 2019 r. Na stołecznym rynku wzrósł też popyt ze strony indywidualnych gości turystycznych przy średniej cenie noclegów o 25 % wyższej w porównaniu do stawek z 2019 r.

CORAZ WIĘCEJ TURYSTÓW W POLSCE

Optymistycznym sygnałem dla hotelarzy jest powrót turystów do Polski. W pierwszej połowie minionego roku ruch pasażerski

Fot. Arch. Walter Herz

KATARZYNA TENCZATransaction Director
Walter Herz

Większe zainteresowanie inwestorów hotelami stanowi efekt poprawy kondycji branży. Powrót hoteli na ścieżkę wzrostu oraz oczekiwany spadek kosztu kapitału może przynieść w niedalekiej perspektywie większą ilość akwizycji na tym rynku. Jednak ze względu na występujące aktualnie spore rozbieżności w oczekiwaniach cenowych pomiędzy kupującymi i sprzedającymi nie spodziewałabym się w najbliższym czasie w tym obszarze diametralnych zmian. W następnych miesiącach będziemy raczej nadal obserwować finalizowanie pojedynczych transakcji. Wyraźniejsze ożywienie transakcyjne nastąpi prawdopodobnie w perspektywie 12-18 miesięcy.

MACIEJ PROŃCZUK

Consultant CEE & SEE

Ekspert ds. rynku hotelowego Cushman & Wakefield

Wzrost wskaźnika średniego przychodu na dostępny pokój na warszawskim rynku hotelowym w 2023 r. to efekt m.in. wyższego niż w 2019 r. poziomu obłożenia. Warto tu dodać, że Warszawa razem z Wilnem i Edynburgiem są jedynymi miastami spośród głównych europejskich rynków, które odnotowały w tym zakresie wzrost. Było to możliwe dzięki trendowi wzrostowemu popytu generowanego przez zagranicznych i polskich gości. Ponadto przychód generowany przez popyt turystyczny w przeliczeniu na dostępny pokój przekroczył poziom przedpandemiczny o 35 %.

na polskich lotniskach był większy niż w początkach 2019 r. Polska, oferująca znaczną ilość ciekawych turystycznie lokalizacji, miejskich i resortowych, staje się tym samym również bardzo atrakcyjnym krajem w regionie CEE dla operatorów hotelowych.

Skutkiem wzrostu popularności naszego kraju wśród turystów są już zapowiedzi nowych inwestycji hotelowych, w tym zlokalizowanych w sąsiedztwie portów lotniczych, takich jak budowa hotelu marki Campanile Premiere Classe z 400 pokojami

w pobliżu lotniska im. Fryderyka Chopina w Warszawie.

Obecne w Polsce sieci hotelowe i operatorzy z krajów Europy Zachodniej oraz Ameryki są zainteresowani dalszym inwestowaniem na naszym rynku. Ekspansję zapowiedziały na przykład międzynarodowa marka B&B Hotels, która zamierza rozwijać działalność w oparciu o projekty typu mixed-use. Jesteśmy również na radarze nowych inwestorów.

Jeśli chodzi o hotele miejskie, poszukiwane są przede wszystkim

atrakcyjne lokalizacje w Warszawie i Krakowie. Inwestorzy skupiają uwagę głównie na rejonach centralnych, które są bezpieczne ze względu na zróżnicowaną grupę gości, korzystających z tak usytuowanych obiektów.

**WYZWANIA
DLA BRANŻY
HOTELARSKIEJ**

Kluczowy dla rozwoju rynku hotelowego jest koszt finansowania inwestycji i dostęp do kredytów. Poza tym, trudności sprawia dobór odpowiedniego personelu oraz optymalne zarządzanie strukturą przychodów i rosnących kosztów operacyjnych obiektów. Wysoka inflacja wpływa bowiem na wzrost wydatków bieżących, co nawet przy dużym obłożeniu hoteli, obniża ich realne zyski.

– Mimo świetnych wyników notowanych przez sektor, entuzjazm inwestycyjny hotelarzy studzą wysokie koszty budowy – mówi **Katarzyna Tencza**, Transaction Director w Walter Herz. – Rozwój inwestycji hamuje ograniczony dostęp do finansowania w bankach. Branża

oczekuje na złagodzenie warunków kredytowania inwestycji. Aktualnie możemy już obserwować pewne ożywienie w tym aspekcie w porównaniu do lat ubiegłych, kiedy to tylko nieliczne projekty hotelowe zyskiwały zadowalające warunki finansowania – dodaje.

Sceptyczne podejście banków do inwestycji sektorowych w ostatnim czasie skłaniało inwestorów do poszukiwania alternatywnych sposobów realizacji projektów w systemie condo oraz inwestycji typu second home. Tego typu realizacjami zainteresowanych jest coraz więcej graczy rynkowych, również deweloperów, którzy nie działali dotychczas w tym segmencie. Najszybciej rozwijającym się pod tym względem obszarem w Polsce jest zachodni pas nadmorski. Condo-hoteli i apartamentów wakacyjnych przybywa także w Zakopanem, Karpaczu i Beskidach. ✕

Oprac. Eliza Marek

źródło: Walter Herz,
Cushman & Wakefield, IGHP.

W kwietniu 2024 r. hotele odnotowały wyniki lepsze niż w marcu, a co ważniejsze, po raz pierwszy od początku roku rezultaty były porównywalne z analogicznym okresem roku ubiegłego. Tegoroczna majówka była szczególnie udana, co potwierdza, że branża hotelarska zaczyna odzyskiwać stabilność – wynika z ankiety przeprowadzonej przez Izbę Gospodarczą Hotelarstwa Polskiego w dniach 7-10 maja 2024 r. w której udział wzięło 117 hoteli z całej Polski.



Fot. arch. Izabela Wardaszko

IZABELA WARDASZKO

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

Restauratorzy muszą podczas swojej działalności przestrzegać przepisów sanitarnych. Niewywiązanie się z tego obowiązku może skutkować karami nałożonymi w trakcie kontroli sanepidu. Warto więc wiedzieć, jakie to mogą być kary oraz jak przebiega proces kontroli.

CZYM JEST SANEPID?

Sanepid, czyli Państwowa Inspekcja Sanitarna, został powołany do realizacji zadań z zakresu zdrowia

publicznego. Zgodnie z ustawą sprawuje nadzór nad m.in. warunkami higieny środowiska, higieny pracy, higieny radiacyjnej, warunkami zdrowotnymi żywności, higieniczno-sanitarnymi oraz żywienia. Głównym celem funkcjonowania sanepidu jest ochrona zdrowia i życia przed niekorzystnym wpływem czynników środowiskowych oraz zapobieganie powstawaniu chorób, ze szczególnym uwzględnieniem chorób zakaźnych i zawodowych.

Sanepid – to organ państwowy, który ma za zadanie monitorować stan higieny i bezpieczeństwa żywnościowego, zapobiegając zagrożeniom dla zdrowia publicznego wynikającym z nieprawidłowego przechowywania, przygotowywania i serwowania żywności w lokalach gastronomicznych.

KONTROLA SANEPIDU,

czyli jakie kary grożą restauratorowi za nieprzestrzeganie wymogów?

Restauracje w miejscowościach turystycznych w okresie wakacyjnym mogą spodziewać się wzmożonych kontroli sanepidu. Mają one na celu zadbanie o bezpieczeństwo produktów spożywczych, ponieważ w niektórych lokalach jakość specjalów pozostawia wiele do życzenia.

Sanepid sprawuje także urzędową kontrolę w zakresie prawidłowości stosowania zasad systemu HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points – System Analizy Zagrożeń i Krytycznych Punktów Kontroli) w zakładach objętych nadzorem sanepidu.

PRZEBIEG KONTROLI

Zgodnie z obowiązującymi przepisami kontrola sanepidu powinna być zapowiedziana. Musi zostać wszczęta nie wcześniej niż po upływie 7 dni i nie później niż przed upływem 30 dni od dnia doręczenia zaawizowania. Co istotne

– w przypadkach, **kiedy istnieje bezpośrednie zagrożenie zdrowia, życia bądź środowiska, kontrola nie musi być zapowiedziana.** W tym wypadku rozpoczyna się w momencie doręczenia upoważnienia do jej przeprowadzenia i okazania przez inspektora legitymacji służbowej.

Inspektor sanitarny ma w związku z przeprowadzaną kontrolą prawo wstępu do wszystkich pomieszczeń, w tym do ogrodów działkowych i środków transportu, oraz prawo dostępu do wszystkich urządzeń. Może żądać udzielenia pisemnych i ustnych informacji, pobierać próbki do badań laboratoryjnych, wzywać

CO NALEŻY PRZYGOTOWAĆ NA WIZYTĘ SANEPIDU?:

- » Aktualne orzeczenie do celów sanitarno-epidemiologicznych (książeczka sanepidowska), potwierdzające zdolność pracowników do pracy w gastronomii.
- » Umowę najmu lokalu lub dzierżawy pomieszczeń.
- » Projekt lokalu, który ukazuje rozmieszczenie i funkcje poszczególnych stref.
- » Rejestry monitorujące kluczowe aspekty działalności: od temperatury w lodówkach, przez szczegółowe zapisy dostaw, aż po procedury mycia i dezynfekcji podłóg oraz urządzeń.
- » Aktualne wyniki badania wody, które potwierdzają jej jakość i przydatność do spożycia.
- » Umowę oraz wyniki działań związanych z deratyzacją, dezynsekcją i dezynfekcją (DDD), gwarantujące, że lokal jest wolny od szkodników.
- » Umowę na regularny wywóz śmieci z lokalu.
- » Potwierdzenie przeszkolenia personelu z zakresu BHP.
- » Dokumentację systemu HACCP lub GMP/GHP – niezbędną w przypadku większych przedsiębiorstw gastronomicznych.



i przesłuchiwać pracowników, sprawdzać, czy znają przepisy sanitarne i prawidłowo je stosują. Inspektor może także wymagać okazania dokumentów i udostępnienia wszelkich danych.

Co do zasady **inspektor powinien prowadzić czynności kontrolne w obecności właściciela lokalu bądź osoby przez niego upoważnionej, którą właściciel ma obowiązek wyznaczyć** – najczęściej jest nią manager lub kierownik. Jeżeli jednak kontrola jest uzasadniona bezpośrednim zagrożeniem zdrowia, życia lub środowiska naturalnego, może być również prowadzona bez obecności odpowiedniej osoby. Kontroler przyjmuje wtedy, że każdy obecny pracownik reprezentuje pracodawcę.

Za nieprzestrzeganie wytycznych sanepidu odpowiada właściciel lokalu. Jeżeli naruszenie było zawinione przez pracownika, to odpowiada on w ramach odpowiedzialności porządkowej względem pracodawcy. Ta kwestia nie interesuje jednak urzędników prowadzących kontrolę.

Z JAKIMI KARAMI/ MANDATAMI MUSI LICZYĆ SIĘ WŁAŚCICIEL LOKALU ZA NIEPRZESTRZEGANIE WYMOGÓW SANEPIDU?

W przypadku wykrycia nieprawidłowości, takich jak zaniedbania, brak zachowania czystości i porządku czy zatrudnienie osób bez ważnego orzeczenia do celów sanitarno-epidemiologicznych, inspektor sanitarny może wystawić mandat w wysokości od 100 zł do 500 zł za jedno przewinienie. Co istotne, po 7 dniach następuje ponowna kontrola w celu sprawdzenia, czy nieprawidłowości zostały usunięte i jeżeli inspektor nie stwierdzi poprawy, wymierzy kolejny mandat, tym razem wyższy.

Wykroczenie stanowi użycie lub sprzedaż przeterminowanej żywności o znacznej wartości. W tym przypadku możliwa jest grzywna do 5 tys. zł, kara aresztu (nawet do 30 dni) albo kara miesiąca ograniczenia wolności. Ta sama kara grozi temu, kto utrudnia lub udaremnia działalność organów sanepidu.

Za takie działanie może być uznane np. niewpuszczenie kontrolera do lokalu czy odmowa okazania dokumentów.

Jeżeli lokal jest w złym stanie, np. ma niepomalowane czy zagrzybite ściany, uszkodzoną kanalizację itd., to wydana zostanie decyzja nakazująca, w której urzędnicy poinformują, jaki remont jest wymagany oraz wyznaczą na niego odpowiedni termin.

Ponadto, jeżeli inspektor sanitarny stwierdzi jakiegokolwiek naruszenia, właściciel lokalu zostanie obciążony kosztami przeprowadzonej inspekcji. Ich wysokość będzie uzależniona od tego, jakie czynności musiał podjąć kontroler i wynika z rozporządzenia Ministra Zdrowia w sprawie opłat za czynności wykonywane przez organy Państwowej Inspekcji Sanitarnej w arach urzędowych kontroli.

W skrajnych przypadkach, jeżeli działalność lokalu powoduje bezpośrednie zagrożenie zdrowia lub życia ludzi, może on zostać natychmiastowo zamknięty. ✕

Oprac. red.

Bocuse d'Or Poland on Tour

Przed nami druga edycja cyklu kolacji Bocuse d'Or Poland on Tour. Jak zapowiadają organizatorzy, autorskie dania zaprezentują nie tylko finaliści polskiej selekcji 2023, lecz także członkowie krajowej Akademii Bocuse d'Or, a ponadto zaproszeni szefowie kuchni z restauracji wyróżnionych gwiazdkami Michelin oraz zwycięzcy Bocuse d'Or. Tegorocznym motywem przewodnim jest Art on Plate, czyli sztuka na talerzu. Premierowa kolacja odbyła się 24 maja w restauracji Chef's Table by Ernest Jagodziński w Poznaniu. W kulinarną podróż zabrali nas szefowie kuchni Ernest Jagodziński, Grzegorz Mišta (szef kuchni Hotel Natura Residence) i Adam Chrzastowski (Head Chef Akademii Bocuse d'Or Poland). Kolacja odbyła się przy wsparciu Dawida Cieślińskiego i Krzysztofa Tylkowskiego. W menu m.in. halibut, szparagi, truskawki, rukiew wodna, dojrzewający schab wieprzowy, topinambur,



smardze, foie gras czy flan z dzikiego czosnku, krem ziemniaczany, wędzona śmietana. Następnie Bocuse d'Or Poland On Tour zawita do sopockiej restauracji White Marlin, gdzie goście będą mieli okazję spróbować dań w wykonaniu m.in. szefa Tomasza Purola.

Hilton Garden Inn Radom otwarty

8 maja został oficjalnie otwarty Hilton Garden Inn Radom, nowoczesny czterogwiazdkowy hotel, który stanowi część sieci Unirest Hotele. Obiekt jest zlokalizowany przy głównym deptaku w Radomiu i oferuje 114 pokoi. Dodatkowo w hotelu znajduje się restauracja Meritum. Hilton Garden Inn Radom jest jednym z niewielu nowych obiektów w centralnej Polsce, cechuje się doskonałym dojazdem. Wystrój wewnątrz łączy historię i nowoczesność, tworząc komfortowe miejsce do pobytu, organizacji konferencji, eventów i przyjęć okolicznościowych.



Spotkanie Kulinarne Lubiana i Przyjaciele

23 maja Poradnik Restauratora uczestniczył w III Spotkaniu Kulinarnym Lubiana i Przyjaciele. Interaktywne warsztaty odbyły się w Willi Win w Lublinie. Prezentację prowadzili Andrzej Polan, szef kuchni i Paweł Stawicki, ambasador porcelany marki Lubiana, szef kuchni restauracji Scoria w Bydgoszczy i White Marlin w Gdańsku. Podczas pokazu live cooking goście mogli m.in. nauczyć się sztuki plaitingu, czyli jak prezentować dania na płótnie, jakim jest porcelana. Szefowie postawili na sezonowe smaki, dlatego nie

zabrakło szparagów, rabarbaru i truskawek. W trakcie pokazu uczestnicy mieli możliwość poznania technik smażenia i konfitowania oraz różnorodnych tłuszczów

wykorzystywanych w kuchni, co było zarówno uzupełnieniem doświadczenia kulinarnego, jak i inspiracją do eksperymentowania z nowymi produktami.



Sokołów ze zgodą na eksport wołowiny do Chin

Sokołów, sponsor wielu konkursów kulinarnych w Polsce, jako pierwszy polski producent uzyskał zgodę na eksport wołowiny do Chin. To wynik pozytywnego przejścia przez firmę pełnej procedury rejestracyjnej. Uprawnionym zakładem jest Oddział Sokołów w Kole. Uzyskanie uprawnień eksportowych do Chin przez Sokołów stanowi efekt zaangażowania pracowników firmy, odpowiedzialnych za to zadanie oraz współpracy i połączenia sił z Ministerstwem Rolnictwa i Rozwoju Wsi i radcą rolnym w Pekinie. Procedura obejmowała dwa etapy. Pierwszym z nich było zgromadzenie niezbędnej dokumentacji i jej weryfikacja oraz uzyskanie



akceptacji od GACC (General Administration of Customs China). Drugim etapem był audyt online przeprowadzony przez służby chińskie. Oddział w Kole był w pełni przystosowany do wymaganych norm. – Cieszymy się, że Sokołów jako pierwszy polski producent pozytywnie przeszedł procedurę weryfikacyjną, uzyskując możliwość eksportowania wołowiny do Chin – są bez wątpienia bardzo istotnym rynkiem zagranicznym – mówi **Przemysław Gostkiewicz**, prezes zarządu Sokołów. – To kolejny ważny krok w rozwoju naszej firmy, który pozwoli nam na dotarcie do jeszcze szerszej grupy odbiorców. Naszym priorytetem jest zawsze zapewnienie wysokiej jakości produktów, a także dbałość o dobrostan zwierząt. Spełnienie wymogów procedury jest istotnym potwierdzeniem, że nasze działania w tym zakresie są skuteczne – dodaje.

Pomaganie przez gotowanie

15 czerwca w Wejherowie odbędzie się charytatywny piknik „Pomaganie przez gotowanie”. Celem wydarzenia jest zebranie funduszy, karmy oraz artykułów pierwszej potrzeby dla podopiecznych OTOZ

Animals Ciapkowo, Dąbrówka i w Bojanie. – Aby nasze działania na rzecz



**POMAGANIE
PRZEZ
#GOTOWANIE**

bezdolnych zwierząt mogły dotrzeć do jak największej grupy osób, w tym roku event odbędzie się w Wejherowskim Parku Miejskim. Zwieńczeniem pikniku będzie charytatywna kolacja w Ekofabryce dla 150 osób połączona z licytacjami, z których dochód trafi do podopiecznych schronisk w Ciapkowie, Dąbówce oraz Przytuliska w Bojanie – mówi **Sebastian Cichy** z restauracji KonCi by Sebastian Cichy. Wszystkich zainteresowanych wsparciem akcji prosimy o kontakt pod nr tel.: 505 152 485 lub email: cichysebastian7@gmail.com.



CZERWIEC

15

Paweł Mieszala ambasadorem marki Terravita i Bellaria

Firma Terravita i Paweł Mieszala otwierają nowy rozdział współpracy. Jak deklarują to właśnie pasja i doświadczenie leżą u podstaw poznania. I nie jest też bez znaczenia, że ich wspólne historie miały początek w tym samym mieście. Paweł Mieszala jest Mistrzem Polski i Świata w Cukiernictwie z ponad 30-letnim doświadczeniem zawodowym. Uczestniczył w prestiżowych konkursach, tj. Puchar Świata Cukierników w Lyonie oraz Mistrzostwa Świata Cukierników w Mediolanie. Jest jednym z najbardziej uznanych i cenionych cukierników w Polsce. Swoje umiejętności zdobywał na całym świecie, m.in. we Francji oraz Belgii. Dla wielu pokoleń cukierników jest mistrzem i szkoleniowcem, dzięki któremu zdobywali nagrody oraz osiągnęli sukcesy w branży. Na co dzień jest zaangażowany w rozwijanie swoich cukierni: Pawlova i Studio 44, oraz

w reaktywację kultowej Kawiarni Kociak w Poznaniu, której tradycja sięga aż 1962 r. Jak sam mówi: „Tradycja jest bardzo ważna i cały czas staram się ją zachowywać, ocalać. To ważne nie tylko dla mnie, ale i dla następnych pokoleń”. W najbliższym okresie Terravita wraz z Pawłem Mieszalą planują szereg spotkań, warsztatów i innych wydarzeń, na które serdecznie zapraszają.



Nowy dyrektor hotelu Mercure Wrocław Centrum

Michał Kaczmarz, który do tej pory pełnił funkcję zastępcy dyrektora w hotelu Mercure Poznań Centrum, został powołany na stanowisko dyrektora hotelu Mercure Wrocław Centrum. Przejście na nową pozycję miało miejsce 15 maja br. Przygoda pana Michała z hotelarstwem rozpoczęła się ponad dziesięć lat temu. Zdobywał doświadczenie,



pracując w różnych hotelach zlokalizowanych w Polsce, Grecji, Irlandii oraz Anglii. Swoje umiejętności doskonalił w obszarach, takich jak obsługa klienta czy zarządzanie operacjami hotelowymi. Po uzyskaniu kwalifikacji w zakresie zarządzania i marketingu w hotelarstwie, gastronomii, turystyce i rekreacji objął stanowisko zastępcy regionalnego menedżera w Dublinie oraz zastępcy dyrektora w hotelu DeSilva Premium Opole.

Innowacyjne systemy oceniania i głosowania na talenty świata kulinarnego

The Best Chef ogłasza rewolucyjną zmianę swojego systemu wyróżniania najlepszych szefów kuchni oraz systemu

głosowania, dokonując znaczącej zmiany w kierunku większej transparentności i miarodajności w kulinarnym świecie. Zastępuje dotychczasowy system listy na rzecz rankingu, który będzie bardziej reprezentatywny i etyczny w ocenie talentów kulinarnych na podstawie atrybutów jakościowych. – To powrót do pierwotnej idei, która nie obejmowała listy

szefów oraz ich numerycznych pozycji. Po siedmiu latach zdecydowaliśmy się na tę rewolucję w oparciu o nasze doświadczenie i dane zebrane w poprzednich edycjach – wyjaśnia **Cristian Gadau**, współzałożyciel The Best Chef. Zaktualizowany system zastąpi tradycyjną listę top 100. Zamiast tego przydzielane będą szefom kuchni noże: od jednego do trzech noży. Ta zmiana pozwala na szerszą, bardziej inkluzywną selekcję, podkreślając różnorodny wachlarz talentów i pozwalając na stworzenie kompleksowego globalnego przewodnika szefów kuchni, a jednocześnie wyróżnienie ich osiągnięć oraz wiedzy gastronomicznej.



Plebiscyt Gości RestaurantWeek® rozstrzygnięty

20. edycja festiwalu RestaurantWeek® przyniosła wiele sukcesów. Przy stołach w ponad 400 restauracjach, w ponad 40 polskich miastach zasiadło prawie 140 000 gości. Zaserwowano im blisko pół miliona popisowych dań. W ramach plebiscytu restauracyjnego goście oceniali pięć aspektów doświadczenia restauracyjnego – przystawkę, danie główne, deser, obsługę oraz atmosferę. Wybrali też najlepsze debiuty i najpopularniejsze restauracje festiwalu. Zwycięzcą ogólnopolskiego Plebiscytu Gości Restaurant Week została Butchery&Wine z Gdyni. Na drugim miejscu uplasował się szczeciński Nesebar serwujący kuchnię bałkańską, a podium zamyka łódzka

Restauracja Ramki. Wiosenny festiwal rozpoczął cykl kulinarno-kulturalnych wydarzeń organizowanych przez Restaurant Club. W nadchodzących miesiącach odbędą się jeszcze Fine Dining Week oraz jesiennej edycji Restaurant Week.



PATRONAT
MEDIALNY

CZERWIEC

11

Wielkopolski Kucharz Roku 2024

PATRONAT
MEDIALNY



11 czerwca w Hotelu Edison w Baranowie k. Poznania odbędzie się konkurs im. Rafała Jelewskiego – Wielkopolski Kucharz Roku. Najlepsi kucharze zmierzą się o Puchar Prezydenta Miasta Poznania i nominację do Kulinarного Pucharu Polski 2024. Komisja w składzie Joanna Ochniak, Dominik Brodziak i Tomasz Purol, po wnikliwej analizie przesłanych zgłoszeń do konkursu zakwalifikowała następujących zawodników: Patryk Stanewicz (Szeroka 9, Toruń), Bartłomiej Brzozowski (Stena Line Polska), Kamil Tomczak (Dom Restauracyjny Antonio, Kalisz), Arkadiusz Kulczyński (Rusałka, Poznań), Denis Tretiakov (Świątłocień, Poznań), Szymon Łupina (Hotel Shuum Boutique, Kołobrzeg), Jakub Żymelski (Hotel Antonińska Resort Spa, Leszno), Paweł Stepniak (Hotel Fabryka Wełny, Pabianice), Jakub Chorzępa (Kozlovna, Rzeszów). Zadaniem uczestnika jest

przygotowanie dwóch potraw konkursowych: chłodnik wegetariański z użyciem dowolnych owoców i warzyw, w ilości 7 porcji danie główne z użyciem następujących produktów obowiązkowych: bocek lub karkówka z wieprzowiny rasy złotnicka, chrzan oraz marchew, dodatkowo uczestnik musi użyć techniki grillowania, również w ilości 7 porcji. Pozostałe składniki w gestii startującego. Gościem specjalnym i członkiem jury będzie Ewa Wachowicz.

Druga odsłona „Masterclass” Akademii Hochland Professional

Akademia Hochland Professional kontynuuje cykl szkoleń w Międzynarodowej Szkole Kulinarnej Ashanti. Drugie warsztaty odbędą się 6 czerwca

w Łodzi, a ich temat przewodni to Snacking trend, czyli przekąski na słodko i na słono. Pierwszym prowadzącym warsztaty będzie znany szef kuchni, prezydent kulinarny i laureat nagrody Chef de L’Avenir dla najbardziej uzdolnionych młodych szefów kuchni – Karol Okrasa. W rolę drugiego prowadzącego wcieli się natomiast Maciej Majzon-Wójtowicz – postać znana w szczególności

w cukiernictwie. Reprezentował on Polskę w VII edycji Pucharu Świata Coppa del Mondo della Gelateria oraz pełnił funkcję jurora w trakcie Mistrzostw Polski na Pralinę 2023 i 2024, był także szefem Akademii Czekolady w Łodzi. Podczas planowanego na czerwiec wydarzenia pan Maciej podzieli się swoją pasją do słodkości oraz tajnikami ich powstawania.

Preparaty czyszczące dla gastronomii

Produkt polski, światowy patent: 

- 100% eco biodegralny,
- 100% skuteczny w codziennej pracy,
- 100% satysfakcji klienta - gwarancja zwrotu,
- super konkurencyjne ceny zakupu.



Zamów online: www.eco-vita.pl
Zamów przez e-mail: sprzedaz@eco-vita.pl
Zamów telefonicznie: 22 243 40 99 / 607 11 22 06

Zamów już dziś!

REKLAMA

CZERWIEC

9

Konkurs kulinarny Kociotek na ogniu

 PATRONAT
MEDIALNY
 

9 czerwca na terenach zielonych Ogólnopolskiej Ambasady Dżicyzny – Lizawka odbędzie się I konkurs kulinarny Kociotek na ogniu. Celem konkursu jest wyłonienie wśród zgłoszonych do rywalizacji najsmaczniejszego dnia, zaprezentowanie szerokiego gronu techniki gotowania z wykorzystaniem kociołka na ogniu oraz pokazanie różnorodnej kreacji smakowej. W zmaganiach wezmą udział załogi związane z myślistwem oraz lasem. Nad pracami jury konkursowego czuwać będzie Kurt Scheller.



PAŹDZIERNIK

8

Kongres Szefów Kuchni i Restauratorów

 PATRONAT
MEDIALNY
 

Kongres Szefów Kuchni i Restauratorów odbędzie się 8 października w Warszawie. Tematy przewodnie tegorocznej edycji to kuchnia włoska, zarządzanie restauracją ze szczególnym położeniem nacisku na przywództwo oraz produkt jako istotny element sukcesu. Na scenie pojawią się rozpoznawalni mówcy oraz uznani branżowi eksperci. Uczestnicy spotkają się, by skorzystać z części edukacyjnej oraz zapoznać się z aktualną ofertą dla HoReCa w części ekspozycyjnej. Możliwość posmakowania wielu produktów, w tym rynkowych nowości, jest też ważnym atutem tego spotkania. W trakcie wydarzenia możliwe jest także poznanie oferty w zakresie wyposażenia dla gastronomii. W kongresie mogą



Fot. Good Looking Food

bezpłatnie wziąć udział szefowie kuchni, restauratorzy i kucharze. Rejestracja jest obowiązkowa – osoby spoza branży nie mogą uczestniczyć w wydarzeniu.

Poland 100 Best Restaurants 2024

 PATRONAT
MEDIALNY
 

29 kwietnia w Majątku Howieny w Pomigaczach odbył się finał XIII edycji Przewodnika Poland 100 Best Restaurants. W wydarzeniu wzięło udział ponad 250 właścicieli i szefów kuchni restauracji. Nagrody były przyznawane w pięciu grupach: jeden widelec, dwa widelce, Award of Excellence – 3 widelce, Best of Award of Excellence – 4 widelce, Grand Award – 5 widelców. Najlepszą Restauracją w Polsce 2024 r. okazała się restauracja U Wieniawy, gdzie o podniebienia gości dba szef kuchni Krzysztof Kowalski. Natomiast tytuł Najlepszej Karczmy w Polsce 2024 r. przypadł Karczmi Muzykancko



z Poronina, którą prowadzi znany na Podhalu muzyk i folklorysta Maciek Rybka. Zwieńczeniem wieczoru była kolacja przygotowana przez szefa kuchni Majątku Howieny – Tomasza Bułacha. W menu znalazła się m.in. przekąska – carpaccio z polędwicy jelenia, majonez szczypiorowy, marynowana kurka, szczaw, zupa – chłodnik z pokrzywy, jesiort, jajko przepiórcze, kawior z pstrągą, intermezzo – sorbet o smaku trawy żubrowej, danie główne – kark z jelenia, purée z topinamburu, jałowcowy demi glace, szparag, kiełki groszku, łubin oraz deser – monoporcja o smaku lawendy, krem lawendowy, kwiaty lawendy.

Moonsfera otwarta na nowo

10 maja odbyło się otwarcie restauracji Moonsfera w nowej lokalizacji. Restauracja Jarosława Uścińskiego mieściła się wcześniej na dachu Centrum Olimpijskiego w Warszawie, a po 19 latach została przeniesiona do budynku North Gate. W menu m.in.: stek z polskiej połównicy wołowej, wolno pieczona giciz jagnięca, grillowana ośmiornica, krem z palonego kalafiora czy stek z selera. – Prowadzenie restauracji to dla mnie radość tworzenia potraw, które zachwycą gości nieprzewidywalnymi czy nowatorskimi kompilacjami smaków i aromatów – mówi **Jarosław Uściński**, szef kuchni i właściciel lokalu, prezes Ogólnopolskiego Stowarzyszenia Szefów Kuchni i Cukierni.



UNIKALNA OFERTA LODÓW SCHÖLLER NA 2024 ROK

Świetna wiadomość dla miłośników klasycznych słodczy! Teraz doskonale znana i uwielbiana przez konsumentów marka Kit Kat dostępna jest w lodowym wydaniu. Smak wzbogaca portfolio marki Schöller i trafi do punktów sprzedaży w całej Polsce w nadchodzącym sezonie.

W tym roku do oferty Schöller powraca także letni bestseller – popularny Sorbet Malinowy, bardzo chętnie wybierany przez klientów kawiarni, restauracji i sezonowych punktów sprzedaży.



Froneri Polska Sp. z o.o.
tel.: +48 17 788 55 01

MŁYNEK DO ESPRESSO MAHLKÖNIG E65S GBW

Mahlkönig E65S GbW to pierwszy młynek do espresso, który wykorzystuje technologię mielenia na podstawie wagi. Jest wyposażony w zintegrowany precyzyjny czujnik obciążenia, który waży kawę 6000 razy na sekundę podczas procesu mielenia i oferuje kontrolę wagi w czasie rzeczywistym. Wykorzystuje również opatentowaną przez Mahlkönig technologię Disc Distance Detection, która pozwala ustawić stopień mielenia na podstawie rzeczywistej odległości między żarnami. Wyposażony jest w wyświetlacz zapewniający komfort obsługi, oraz solidną obudowę i wygłuszenie akustyczne redukujące poziom dźwięku mielenia do zaledwie 70dB (A).



b2b.coffeedesk.pl

PSTRĄG WĘDZONY NA GORĄCO

Soczysty kawałek pstrąga, delikatnie wędzonego na gorąco, rozpytywający się w ustach. Aromat dymu miesza się z nutą morskiej świeżości, tworząc niepowtarzalną kompozycję – idealny do sałatek, tart, kanapek i sosów. Dostępny także w wersji z pieprzem. Porcje 125 g w cenie 14,34 zł. Kup na www.fierseafood.com.



Fier Seafood
tel.: +48 660 603 437
kontakt@fierseafood.com
www.fierseafood.com

OFERTA DLA GASTRONOMII BRACIA KORAL

Oferta dla gastronomii Bracia Korral – Jak dawniej poszerza się w sezonie 2024 o dwa nowe wykwintne smaki: Tarty cytrynowej, na który stawia w tym roku również w ofercie lodów impulsowych i rodzinnych oraz Cosmopolitan. Nowości gałkowe Korral to: Wata cukrowa sygnowana marką Barbie™, Karmel w wersji Hot Wheels™ Monster Truck oraz Banan z sosem słony karmel.



PPL Korral Sp.j.
tel.: +48 17 860 93 33
www.braciakorral.pl

Gdzie warto być?

DATA	MIEJSCE	IMPREZA	ORGANIZATOR
1.06.2024	Warszawa	Mistrzostwa Polski Sommelierów	Stowarzyszenie Sommelierów Polskich
2.06.2024	Tarnowskie Góry	Festiwal Śląskie Smaki	Śląska Organizacja Turystyczna
9.06.2024	Poznań	Kociotek na ogniu	Ogólnopolska Ambasada Dzikizny - Lizawka
11.06.2024	Baranowo k. Poznania	Wielkopolski Kucharz Roku - Konkurs im. Rafała Jelewskiego	Joanna Ochniak, Dominik Brodziak, Barbara Surma i Tomasz Puroł
15.06.2024	Wejherowo	Pomaganie przez gotowanie	KonCi by Sebastian Cichy
20-21.06.2024	Żnin	Host 2024 - konferencja, konkurs, targi	Cukrownia Żnin
13-14.07.2024	Dobrzyca	Kulinary Festiwal Kwiatów Jadalnych	Ogrody Hortulus Spectabilis
2-10.09.2024	Lublin	Europejski Festiwal Smaku	Kresowa Akademia Smaku
9-11.09.2024	Ustka	Chefs Only	Marketing&More
19.09.2024	Poznań	Hermesy Kulinarne Poradnika Restauratora	Wydawnictwo Generalczyk
20-22.09.2024	Rzeszów	Karpaty na Widelcu	Estrada Rzeszowska
25-27.09.2024	Poznań	Targi Polagra	Grupa MTP
26.09.2024	Poznań	Kulinary Puchar Polski	Grup MTP
27-29.09.2024	Poznań	Smaki Regionów	Grupa MTP
3-5.10.2024	Warszawa	BioExpo Warsaw	Ptak Warsaw Expo
4-6.10.2024	Niemodlin	Czas na rybę!	Grupa Rybacka „Opolszczyzna”
8.10.2024	Warszawa	Kongres Szefów Kuchni i Restauratorów	Evential
26-27.10.2024	Kraków	Wege Festiwal	Wege Festiwal
6-8.11.2024	Kraków	Targi HORECA®/GASTROFOOD	Targi Kraków

Organizatorów imprez prosimy o przesyłanie informacji na adres redakcji:

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

Jedyny szefa

NOWA FRYTURA!

NAJLEPSZA FRYTURA DLA TWOJEJ GASTRONOMII!

230°C

WYSOKI PUNKT
DYMNIENIA POWYŻEJ
230° C



WYGODNA,
PŁYNNĄ FORMĄ



WYSOKA WYDAJNOŚĆ
I DŁUGIE WIELOKROTNE
SMAŻENIE



WYSOKA
ODPORNOŚĆ
PODCZAS
SMAŻENIA



NEUTRALNY SMAK
I ZAPACH NAWET
PODCZAS DŁUGIEGO
SMAŻENIA



BEZ TŁUSZCZÓW
UTWARDZONYCH



Szukasz frytury dla gastronomii? Zadzwoń! +48 534 400 322 | www.jedynyszefa.pl



GRILL HOUSE

— I JEST PYSZNIE! —



Wiecej grillowych pomysłów znajdziesz na stronie: grillhouse.sokolow.pl