

Szef Kuchni

MAGAZYN BRANŻY GASTRONOMICZNEJ

Nowoczesna
kuchnia to prostota
ELIKSIR
dopracowana do
perfekcji

ROZMOWA Z ARTUREM PONISZEM

KUCHNIA MEKSYKAŃSKA

RYBY

RYNEK NAPOJÓW GORĄCYCH



69% BURGERA TO BUŁKA*

NIECH BĘDZIE NAJLEPSZA!



Cebulak Burger

SMAK TRADYCJI W KAŻDYM KĘSIE

*Na bazie pomiaru wysokości 100 różnych burgerów dostępnych na rynku



NOWA bułka **CEBULAK BURGER** marki Schulstad Bakery Solutions, z dodatkiem smażonej cebulki i płatków ziemniaczanych - dwóch najbardziej znanych i lubianych smaków Polaków. Dodatkowo posypana na górze płatkami ziemniaczanymi, które podkreślą jej wyjątkowy smak i aromat.

Idealnie komponuje się z tradycyjnymi dodatkami, jak np. burger wołowy, oscypek, żurawina oraz nowoczesnymi, jak warzywny kotlet z buraka.

Nowy CEBULAK BURGER to historia polskich smaków zamknięta w każdym kęsie!

www.schulstadbakerysolutions.pl

NA DOBRY POCZĄTEK...

Nadszedł październik, a wraz z nim chłodniejsze dni, co oznacza, że rozpoczyna się sezon nie tylko na zmiany w menu, ale i liczne wydarzenia branżowe, w tym targi. Aby jak najwięcej z nich czerpać, restauratorzy i szefowie kuchni powinni odpowiednio się przygotować.

Przede wszystkim warto opracować strategię networkingową, która pomoże w nawiązywaniu wartościowych kontaktów z innymi profesjonalistami z branży. Warto również zarezerwować czas na udział w warsztatach i szkoleniach, które, oferując możliwość zdobywania nowej wiedzy i umiejętności, zapewniają przegląd nowinek i trendów.

W ostatnich latach zauważalny jest trend, w którym coraz więcej szefów kuchni stawia na zrównoważony rozwój jako fundament swojej działalności.

Branża gastronomiczna to nie tylko miejsca, w których serwuje się wyśmienite dania, ale i arena twórczości, innowacji i pasji. Dla wielu restauratorów i szefów kuchni kulinaria stają się formą sztuki, dzięki której mogą wyrażać przekonania oraz wartości.

Dzięki takim praktykom, jak korzystanie z lokalnych składników, ograniczanie marnotrawstwa czy wspieranie idei zero waste, kuchnie stają się bardziej świadome wpływu, jaki wywierają na środowisko. To podejście nie tylko przyciąga gości, ale także inspiruje innych do działania w zgodzie z ideą zrównoważonego rozwoju. Kulinarny świat staje się więc miejscem, gdzie pasja do gotowania łączy się z odpowiedzialnością społeczną, a kreatywność szefów kuchni może przyczynić się do pozytywnych zmian w otaczającej rzeczywistości.

W tym numerze szczególną uwagę poświęcamy bohaterowi październikowego wydania – Arturowi Poniszowi, szefowi kuchni restauracji Elikzir w Gdańsku, która jako pierwsza w Polsce została nagrodzona zieloną gwiazdką Michelin. Ta prestiżowa nagroda jest przyznawana restauracjom, które wyróżniają się nie tylko kulinarnym mistrzostwem, ale również zaangażowaniem w praktyki zrównoważonego rozwoju, takie jak wykorzystywanie lokalnych składników czy minimalizacja odpadów. Czytajcie ze smakiem!

Rozpoczął się sezon targowy, który jest doskonałą okazją dla branży gastronomicznej do wymiany doświadczeń oraz czerpania inspiracji. To czas, kiedy kucharze mogą rozwijać umiejętności, poznawać nowe techniki i podnosić standardy, tworząc świadome kulinaria. W tej dynamicznej przestrzeni do kreatywności każdy z nas może przyczynić się do zmiany na lepsze.

Przyjemnej lektury!

ZUZANNA WÓJT
redaktor prowadząca

Szef Kuchni

REDAKCJA:
PL. ANDERSA 7, 61-894 POZNAŃ
TEL. 61 664 26 64 FAX 61 668 38 01
MAIL: REDAKCJA@SZEK-KUCHNI.COM.PL

REDAKTOR NACZELNA:
BEATA KAZMIERCZAK-SZCZEPANKIEWICZ

REDAKTOR Prowadząca:
ZUZANNA WÓJT
Z.WOJT@SZEK-KUCHNI.COM.PL
TEL. 602 751 732

REDAKTORZY:
JOANNA DZIEDZIC, EWA MRÓZ,
TOMASZ ZIĘTKIEWICZ

WSPÓLPRACA:
KATARZYNA ARENDARCZYK, ISABEL
BALDERAS, MARTIN GIMENEZ CASTRO,
PAWEŁ GRUBA, MARTA KOSECKA,

MARCIN KUREK, ŁUKASZ NOWAK,
KATARZYNA PILITOWSKA, MATEUSZ SULIGA

REKLAMA:
BEATA KAZMIERCZAK-SZCZEPANKIEWICZ
B.KAZMIERCZAK@SZEK-KUCHNI.COM.PL
TEL. 664 245 956

ŁUKASZ NOWAK
L.NOWAK@SZEK-KUCHNI.COM.PL

DYSTRYBUCJA:
PRENUMERATA@SZEK-KUCHNI.COM.PL
TEL. 61 664 26 64

KOREKTA:
JÓWITA KOSTRZEWA

STUDIO GRAFICZNE:
FEST STUDIO
ŁUKASZ PAWLUCZUK

DRUK:
TECHGRAF

ZDJĘCIA:
DEPOSITPHOTOS.COM,
ARCHIWUM WŁASNE

ZDJĘCIA NA OKŁADCE:
RESTAURACJA ELIKSIR

WYDAWCA:
BM MEDIA WYDAWNICTWO
BRANŻOWE
PL. ANDERSA 7,
61-894 POZNAŃ

REDAKCJA NIE BIERZE
ODPOWIEDZIALNOŚCI ZA
TREŚĆ REKLAM I NIE ZWRACA
TEKSTÓW NIEZAMÓWIONYM.
ZASTRZEGA SOBIE
PRAWO SKRACANIA,
REDAGOWANIA I ADIUSTACJI
NADEŚLANYM MATERIAŁÓW
DZIENNIKARSKICH I PR ORAZ
ZMIANY ICH TYTUŁÓW.

BEZPŁATNY MIESIĘCZNIK DLA
BRANŻY GASTRONOMICZNEJ



NAKLAD:
10.000 EGZEMPLARZY



25 MAJA 2018 ROKU ZACZEŁO OBOWIĄZYWAĆ ROZPORZĄDZENIE PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO I RADY (UE) 2016/679 Z DNIA 27 KWIEŚNIA 2016 R. W SPRAWIE OCHRONY OSÓB FIZYCZNYCH W ZWIĄZKU Z PRZETWARZANIEM DANYCH OSOBOWYCH I W SPRAWIE SWOBODNEGO PRZEPIŹYU TAKICH DANYCH ORAZ UCHYLENIA DYREKTYWY 95/46/WE. W ZWIĄZKU Z TYM CHCIELIBYŚMY POINFORMOWAĆ ZE JAKO BM MEDIA WYDAWNICTWO BRANŻOWE Z SIEDZIBĄ PL. ANDERSA 7, 61-894 POZNAŃ, JESTEŚMY ADMINISTRATORAMI PAŃSTWA DANYCH. SZCZEGÓLNE INFORMACJE ZNAJDUJĄ PAŃSTWO NA STRONIE WWW.SZEK-KUCHNI.COM.PL



14



22



36



6

STREFA SZEFA

- 11** Transgourmet Foodservice i Selgros HoReCa podsumowują obsługę letnich festiwali. Liczby robią wrażenie!
- 12** Co za dużo, to niezdrowo – felieton Mateusza Suligi
- 14** Śniadanie na dobry start
- 18** Kuchnia meksykańska – smak inspirowany tradycją
- 22** Ryby: kulinarne bogactwo mórz i oceanów
- 25** Pstrąg lososiowy – czy zdetronizuje lososia?

STREFA MENEDŻERA

- 26** Analiza rynku napojów gorących w sektorze HoReCa
- 36** Karta deserów bez tajemnic
- 40** Nowoczesne technologie zmywania w profesjonalnych kuchniach
- 43** Olej rzepakowy w kuchni molekularnej: zdrowie i innowacja na talerzu
- 44** Menedżer do zadań specjalnych
- 47** Zdrowie na talerzu
- 48** Porozmawiajmy o napiwkach

STREFA SMAKU

- 50** Tapas – smaczne kąski prosto z Hiszpanii
- 54** Kierunki roślinnej kuchni
- 55** Nadziewane smardze z polentą serową, purée z cebuli czerwonej, kremem szczypiorkowym i chrustem z boczniaka – przepis
- 56** Nowości

WYDARZENIA

- 61** Włoskie Produkty – idealne uzupełnienie kuchni międzynarodowej
- 62** Bartłomiej Pawlikowski zwycięzcą Kulinarного Pucharu Polski 2024!
- 63** Targi HORECA® i ENOEXPO® – fresh start!

TEMAT NUMERU

6 Nowoczesna kuchnia to prostota dopracowana do perfekcji – rozmowa z Arturem Poniszem, szefem kuchni restauracji Elik sir w Gdańsku

64 Kulinaryny Rajd Mistrzów 2024/ The Best Chef Awards w Dubaju

65 POLAGRA 2024 – podsumowanie

66 Poznańskie Targi Pivne 2024 przed nami!/ Restaurant Week – ruszyły rezerwacje!

Nowoczesna KUCHNIA TO PROSTOTA DOPRACOWANA DO PERFEKCJI

Do gastronomii trafił na chwilę, został na dłużej. O zdobyciu pierwszej w Polsce zielonej gwiazdki Michelin, zrównoważonym rozwoju i działaniach, które warto podjąć, chcąc spełnić jego założenia, rozmawiamy z Arturem Poniszem, szefem kuchni restauracji Elikssir w Gdańsku.

W jaki sposób zaczęła się Pana kulinarna przygoda?

Nie wiązałem przyszłości z gotowaniem. Poszedłem zupełnie w innym kierunku. Studiowałem filologię rosyjską na Uniwersytecie Gdańskim. Rozpoczynając studia, szukałem pracy dodatkowej – tak trafiłem do gastronomii. Jak to się stało, że zostałem na dłużej? Szczerze mówiąc, sam do końca nie wiem (śmiech). Patrząc z perspektywy czasu, widzę, że po prostu połączyłem bakcyła, którego w pierwszych latach pracy zaszczyli mi dobrzy szefowie kuchni.

Gdzie ich Pan spotkał? W jakich lokalach zdobywał Pan doświadczenie?

Zaczynałem w gdyńskiej restauracji F.Minga. To właśnie tam miałem okazję poznać utalentowanego szefa kuchni, od którego jako młody kucharz bez wiedzy i doświadczenia nauczyłem się wszystkiego. Przepracowałem tam prawie cztery lata. Później podjąłem pracę w Cyganerii w Gdyni. To był etap, gdy już wiedziałem, że gastronomia to dobry wybór. Zacząłem szukać miejsca, w którym faktycznie mógłbym się rozwijać. W ten sposób na przełomie 2018 i 2019 roku wyładowałem w Elikssirze jako kucharz, chef de partie.

Rozwój zaowocował. W relatywnie krótkim czasie objął Pan stanowisko szefa kuchni.

Zdecydowanie. Doskonalenie umiejętności pozwoliło mi przejść przez kilka etapów. Zacząłem od chefa de partie, następnie pracowałem na stanowisku sous-chefa, a teraz jestem szefem kuchni. Przez jakiś czas miałem okazję gotować pod opieką Piotra Korycińskiego, znakomitego szefa kuchni, który przez jakiś czas pracował w Elikssirze, a także we współpracy z Pawłem Wątozem.

Nie ukrywam, że sporo czasu poświęciłem również na naukę we własnym zakresie. Czytałem dużo książek, a śledząc trendy kulinarne, przeglądałem portale społecznościowe. W pewnym momencie zdałem sobie sprawę, że pomysły same przychodzą mi do głowy, jednak nadal lubię być na bieżąco, wiedzieć, jakie trendy są w modzie. Moja żona mówi pół żartem, pół serio, że więcej czasu spędzam na szukaniu informacji na temat dań i restauracji niż z nią. To trochę smutne, ale niestety prawdziwe. Dla wyrozumiałych

partnerów szefów kuchni powinno być osobne miejsce w niebie (śmiech).

Wspomniał Pan o trendach. Jednym z najważniejszych jest obecnie zrównoważony rozwój. Od kiedy interesuje się Pan tym tematem?

Zrównoważony rozwój lub, z angielskiego, sustainability, to modne pojęcie, którego wiele osób używa, nie wiedząc, do czego się odnosi. Na szczęście Polska powoli wchodzi w etap tzw. świadomej gastronomii. Dla mnie zrównoważony rozwój to przede wszystkim korzystanie ze świadomych, lokalnych dostawców. Jak można to sprecyzować? Generalnie od początku pracy w Elikssirze starałem się korzystać z regionalnych produktów. Naszym założeniem było przyrządzanie dań, w których choć jeden, szczególnie główny, składnik pochodziłby z Polski. Oczywiście dla szefów kuchni i kucharzy to ograniczenie i dodatkowe utrudnienie, ponieważ brakuje nam wielu składników z wyższej półki. Kiedyś Pomorze słynęło z raków i owoców morza, a teraz niestety jest ubogie w produkty premium. Mimo to od tamtej pory cały czas rozwijamy portfolio dostawców i produktów, które chcemy serwować naszym gościom.

Dbłość o zrównoważoną gastronomię zapewniła Elikssirowi pierwszą w Polsce zieloną gwiazdkę Michelin. Co znaczy dla Pana to wyróżnienie?

W ogóle się tego nie spodziewaliśmy. Po prostu płynęliśmy z prądem





zrównoważonego rozwoju. Zielona gwiazdka to dla mnie potwierdzenie lat ciężkiej pracy. Jako ciekawostkę dodam, że gdy zostały ogłoszone wyniki tegorocznej edycji Przewodnika Michelin, byłem na stażu u szefa Przemysława Klimy w Bottiglierii 1881 w Krakowie. Każdego ranka, jako stażysta, obierałem i selekcjonowałem rozmaite zioła. Nie inaczej było, gdy przybiegł do mnie tamtejszy zastępca szefa kuchni zdziwiony, że nie śledzę na bieżąco wyników rozdania plakiet Michelin (śmiech). Wiadomość o gwiazdce okazała się szokiem. Rozdzwoniły się telefony z gratulacjami. To było nie do przewidzenia, wspaniałe przeżycie. Mam nadzieję, że utrzymamy to wyróżnienie.

Jakie działania podjęliście w restauracji, aby zwrócić uwagę słynnego Przewodnika?

Od lat działamy na lokalnych składnikach. Można powiedzieć, że produkty, z których korzystamy, w siedemdziesięciu procentach pochodzą z Polski, a większość z Pomorza.

Restauracja już w 2015 roku wprowadziła metalowe rurki do picia. Tak naprawdę w tamtym czasie praktycznie nie były one dostępne na rynku. Chodziło przede wszystkim o ekologię. Metalowe słomki okazały się strzałem w dziesiątkę. To mała rzecz, która, będąc dekadę temu poza zasięgiem większości lokali gastronomicznych, stała się wyznacznikiem tego, jak działa Elixir. Obecnie mamy więcej narzędzi, aby wspierać ekologię na większą skalę.

Nie ukrywam, że zielona gwiazdka Michelin to także nagroda za przykładanie wagi do ochrony środowiska naturalnego czy wprowadzenie odpowiedzialnych systemów zarządzania odpadami.

Zrównoważony rozwój to w tym przypadku nie tylko kolejny slogan, a konkretne rozwiązania.

Wpływ na środowisko, recykling i komunikowanie gościom, w jaki sposób działamy, skąd czerpiemy składniki do naszego menu. Tylko tyle i aż tyle.

Czy jest w tym wymiar edukacyjny?

Poniekąd. Myślę, że pierwsza zielona gwiazdka zobowiązuje. Będziemy starali się komunikować, co robimy i jak robimy, zwłaszcza w naszych mediach społecznościowych.

Chcemy pokazać, że można korzystać zarówno z bogactwa produktów od lokalnych, najczęściej regionalnych, dostawców, jak i z sukcesami przygotowywać coś samodzielnie od podstaw. W Elikirze wiele produktów to efekt naszej pracy. Dla przykładu ser mascarpone, piwo imbirowe, toniki, energetyki czy przetwory. Jestem miłośnikiem pieczywa, dlatego je także wypiekamy samodzielnie.

Nie zapominajmy, że wyróżnienie od Michelina to przede wszystkim docenienie nacisku na doświadczenie kulinarne. Nie wystarczy, że weźmiemy pstrąga od dobrego producenta i położymy go na talerz. Tam musi się coś dziać!

Ponadto Elixir to również cocktail bar, w którym także nie brakuje pozycji polskich, w tym cenionych lokalnych alkoholi. Promowanie polskości to kolejny ważny aspekt, który warto mieć na uwadze w nowoczesnej gastronomii. Biorąc pod uwagę zachodnie restauracje, zwłaszcza te nagrodzone gwiazdkami, widać, że znaczna część z nich opiera swoje działania na promowaniu nie tylko własnego kraju, ale i regionu. U nas często o tym zapominamy. Sprowadzając produkty z całego świata, począwszy od Hiszpanii, poprzez Argentynę, na Azji skończywszy, przyczyniamy się do zwiększenia emisji CO2. Mając pod ręką takie bogactwo produktów, także tych zgodnych ze strategią skracania drogi produktów od pola do stołu, to całkowicie niepotrzebne. Na szczęście świadomość branży w tym zakresie z roku na rok wzrasta, co widać także w polskich restauracjach osiągających sukcesy.

Czy kontynuuje Pan założenia zielonej gwiazdki Michelin również po wyjściu z restauracji?

Zdecydowanie. Środowisko i ekologia to jedno z najważniejszych, moim zdaniem, zagadnień, jednak staram się do wszystkiego podchodzić z umiarem i rozumą. Jestem zwolennikiem zrównoważonych rozwiązań, bez przesadnego fanatyzmu w tym zakresie. Oczywiście segreguję śmieci, staram się kupować nie tylko od wielkich koncernów, ale i od małych producentów, jak znajoma pani Krysią, od której co roku kupuję jagody.



Przedstawiamy erę

interaktywnego gotowania

CHEFTOP-X™ to nowy, najnowocześniejszy piec konwekcyjno-parowy, który mówi językiem szefów kuchni. Dosłownie.



unox.com





Jedną z kluczowych koncepcji Eliksiru jest food pairing. Na czym opiera się Pana współpraca z Damianem Ziółkowskim, szefem baru?

Eliksir wyróżnia się pod względem koktajli dostępnych w menu. Stawiamy na food pairing, co oznacza, że koktajle są dopasowane do dań. Opracowanie ich receptur jest dość skomplikowane, bo w większości to koktajle na bazie mocnych alkoholi. Wobec tego niekiedy trudno zbalansować smak tak, aby nie przyćmił dania. Gdy gość zamówi rybę, a podamy mu do tego koktajl z wódką i niewielką ilością soku, to nie dziwnym jest, że smak dania zostaje w tyle. Aby uniknąć takich sytuacji, przy komponowaniu menu współpracuję z Damianem, naszym szefem baru.

Nie chcemy, żeby nasze koncepcje rozminęły się, a przy tym zależy nam na odpowiednim smaku. Zarówno dania, jak i trunki muszą być kompletne, to znaczy, że z jednej strony muszą wzajemnie się uzupełniać, wynosząc doświadczenie kulinarne na wyższy poziom, a z drugiej strony powinny doskonale smakować jako osobne pozycje w karcie.

Łatwiej powiedzieć, niż zrobić? Jak pogodzić ambicje szefa kuchni z ambicjami szefa baru?

Staramy się współpracować, zachowując wobec siebie pokorę. Ze względu na to, że najpierw powstaje danie, do którego dobierany jest odpowiedni koktajl, spotykamy się, omawiamy, próbujemy. Wspólnymi siłami walczymy o niezwykły efekt, który zachwyci gości.

Jako szef kuchni jest Pan zwolennikiem eksperymentowania?

Parę lat temu byłem zwolennikiem kuchni eksperymentalnej, co powodowało bardzo dużo błędów i pracy, która często szła na marne. Nowoczesna kuchnia to przede wszystkim prostota dopracowana do perfekcji. Nietuzinkowe połączenia, nieoczywiste smaki. Wiadomo, czasem jestem w stanie w coś takiego pójść, ale w tym momencie zdecydowanie wolę prawdziwą, prostą kuchnię z dopracowanymi dodatkowymi składnikami.

Styl gotowania w Eliksirze jest określany jako fine casual. Co to oznacza w praktyce?

Fine casual to określenie, którego używamy, aby zaznaczyć, że kuchnia w Eliksirze to kuchnia na wysokim poziomie, ale nie do końca w tradycyjnym rozumieniu fine diningu, gdzie każde ziółko musi mieć odpowiedni rozmiar, a każdy, nawet najdrobniejszy, element powinien być niemal idealny. Choć staramy się nieco od tego odejść, aby zyskać przestrzeń do realizacji nowych pomysłów, paradoksalnie cały czas w pewnym stopniu zmierzamy w kierunku fine diningu. Wszystko za sprawą degustacji, których w Eliksirze nie brakuje. Menu degustacyjne to przeważnie małe porcje, a co jest na talerzu małe, musi zostać dopieszczone. Cały czas szukamy złotego środka.

Czy da się go znaleźć, biorąc pod uwagę zero waste? Gdzie leży granica w maksymalnym wykorzystaniu produktu?

U nas nic się nie zmarnuje. Z odpadów warzywnych powstają buliony warzywne, które stanowią doskonałą podstawę do innych dań. Podobnie w przypadku pstrąga, którego część jest przeznaczona na przykład na kroiety, a reszta trafia do wywaru, który jest bazą sosu. Czy to jest właśnie zero waste? Moim zdaniem robimy wszystko, aby rozwijać się w tym kierunku, ale nie da się tego osiągnąć w stu procentach. Wyciśniesz sok z cytryny, zetrzesz skórkę, zrobisz napar, ale nadal część produktu zostanie i nie będzie nadawała się do spożycia.

Gdzie znajduje Pan inspiracje?

Przede wszystkim podczas podróży. Odwiedzając z żoną różne kraje, zwracam szczególną uwagę na pieczywo. Nie ukrywam, że moim oczkiem w głowie jest pieczywo samodzielnie wypiekane w Eliksirze. W kuchni jestem przede wszystkim rzemieślnikiem.

Poza tym szukam ciekawostek w sieci, w mediach społecznościowych. Śledzę trendy. Dużo inspiracji dają mi także różnego rodzaju staże.

Niedawno odbył Pan staż w krakowskiej Bottigliercie 1881. Jak wspomina Pan to doświadczenie?

Było bardzo ciekawie. Mogłem czerpać z niezwykłej energii, którą emanuje zespół Bottigliery. Wiele się nauczyłem i wiele podpatrzyłem (śmiech). To doświadczenie, które polecam każdemu.

ARTUR PONISZ

szef kuchni restauracji Eliksir w Gdańsku

Transgourmet Foodservice i Selgros HoReCa

PODSUMOWUJĄ OBSŁUGĘ LETNICH FESTIWALI. LICZBY ROBIĄ WRAŻENIE!

Tegoroczne wydarzenia muzyczne Festiwal ŻYWIEC Męskie Granie 2024 i 30. Pol'and'Rock Festival po raz kolejny zakończyły się sukcesem, a Transgourmet Foodservice i Selgros HoReCa z satysfakcją podsumowują swoje zaangażowanie w te wyjątkowe wydarzenia. Jako oficjalni Partnerzy gastronomiczni, zapewnili smaczne jedzenie i zimne napoje zarówno artystom, jak i uczestnikom imprez.

Podczas 7 koncertowych weekendów na ŻYWIEC Męskie Granie 2024, odbywających się w różnych miastach Polski, dostarczyliśmy hektolitry piwa i ponad 30 ton żywności. Transgourmet Foodservice i Selgros HoReCa obsługiwali również cały backstage, gdzie każde danie serwowane artystom było przygotowane wyłącznie z ich produktów.

Jednym z kulinarnych hitów tegorocznej edycji ŻYWIEC Męskie Granie 2024 były croissanty, których podczas koncertów kupiono aż 13 600 sztuk. Szczególną popularnością cieszyły się croissanty z kremem pistacjowym – autorski projekt zrealizowany we współpracy z dostawcą Vandermoortelee.

Logistyka dostaw, obejmująca transport świeżych i mrożonych produktów, została zrealizowana z najwyższą starannością dzięki nowoczesnej flocie chłodni. Na stoiskach gastronomicznych uczestnicy festiwalu mieli okazję spróbować różnorodnych dań, od klasycznych burgerów po tacos i pierożki, co spotkało się z dużym zainteresowaniem.

– Udział w Festiwalu ŻYWIEC Męskie Granie to była wyjątkowa okazja, aby zaprezentować naszą ofertę w tak inspirującym i pełnym energii otoczeniu. Cieszymy się, że mogliśmy wspierać organizatorów i artystów, dostarczając produkty najwyższej jakości oraz zapewniając sprawną logistykę, która umożliwiła płynne działanie strefy gastronomicznej. To dla nas zaszczyt być częścią tak prestiżowego wydarzenia – mówi Zenon Badyra, Dyrektor Sprzedaży Transgourmet Foodservice.

Równie imponująca była współpraca Transgourmet Foodservice i Selgros HoReCa podczas 30. Pol'and'Rock, na który dostarczono blisko 50 ton żywności. Produkty te trafiły do partnera firmy, który odpowiadał za obsługę zaplecza festiwalowego, w tym za catering dla wszystkich wolontariuszy (choćby słynny Pokojowy Patrol) i serwis obsługujący backstage.

Transgourmet Foodservice i Selgros HoReCa dziękują organizatorom festiwalu za zaufanie oraz wszystkim, którzy odwiedzili strefę gastronomiczną. Firma już teraz przygotowuje się na kolejne wyzwania, jakie przyniesie przyszły rok.



Co za dużo, TO NIEZDROWO

Co za dużo, to niezdrowo – powtarzała mama i babcia. Dziwne, nie dotyczyło to nigdy jedzenia. Zostaliśmy wychowani w przekonaniu, że dokładka jest czymś chwalebny, a zostawianie resztek na talerzu przeciwnie. Dzieciństwo przyzwyczaiło nas do sporych porcji i do nakazów w stylu „zjedz jeszcze ziemniaczki”. Czy zejdziemy z tej drogi, czy będziemy nią dalej podążać zależy w dużej mierze od szefów kuchni.

STRACH PRZED GŁODEM I ŚLEPA MIŁOŚĆ

„Dokarmianie” wnucząt przez matki i babki można sobie jakoś wytłumaczyć. Niektóre z nich rzeczywiście zaznały głodu lub reglamentacji towarów spożywczych. Wiadomo, dla swoich pociech chce się lepszego życia, stąd, zapewne, „tuczenie” przy domowych stołach, niczym gęś na foie gras. Karmienie w razie potrzeby, nawet całkiem już dużych dzieciaków. Jedzenie na zapas, bo przecież kiedyś brakowało, a kto wie, czy sytuacja się nie powtórzy. By ukochane wnuki nigdy nie chodziły głodne. Dokładki, drugie śniadania, trzecie śniadania! Przekąski, słodczyce, podwieczorek, dwie kolacje, popcorn do filmu po kolacji. Zgroza!

Dietetycy łapią się za głowy. Kontrargumentacja jest raczej przesycona emocjami niż logiką. Mam pozwolić dziecku chodzić głodnym? Zapytała mnie babcia, która przecież doskonale pamięta, czym jest prawdziwy głód. To tortura, katastrofa humanitarna, przedsionek piekła. Odczucie pustego żołądka między obiadem a podwieczorkiem to nie głód! Chęć na kolejną czekoladę to też nie głód! Dlaczego nie rozumieją tego osoby, które faktycznie kiedyś o głodzie chodziły.

Pewnego dnia zapytałem syna, co jadł u dziadków. Nie umiał odpowiedzieć. Tajemnica wyjaśniła się, kiedy zobaczyłem, jak dziadek karmi go przed telewizorem, wpatrzonego w kolejny odcinek kreskówki. Dziecko jadło mimowolnie, machinalnie przelykając kolejne kęsy podawanego jedzenia. Beznamiętnie przeżuwało. Znów na myśl przyszły kaczkę i gęsi tuczone na pasztet. Tylko że to nie gęś tam siedziała, a moje dziecko niemające pojęcia, co je i dlaczego. Niebędące w stanie ocenić, czy jest to smaczne i kiedy nasyci głód.

SPÓD STRZECH NA RESTAURACYJNE STOŁY

Z niezrozumiałego powodu wszystko, co najgorsze w żywieniu dzieci, postanowiono skopiować w większości restauracji. Pewnie dlatego, że tak jest łatwiej i kucharzom, i rodzicom. Wszystkie menu dziecięce od morza do Tatr to w zasadzie kopie tego samego. Pomidorowa, rosół, naleśniki, panierowane mięso z frytury, minipizza, frytki, no i oczywiście król dziecięcego menu: jego wysokość ketchup. W wakacje miałem okazję pojeździć z dziećmi po naszym kraju i niewiele znaleźliśmy miejsc, gdzie zasada by się nie sprawdzała. Koleżanka mojej córki dodaje ketchup do wszystkiego, nawet do ziemniaków z wody. Wszystko, oprócz deserów, zalewane grubą warstwą pseudopomidorowego

specyfiku. Widok odbierał apetyt, zapach skręcał kiszki. Obrzydlistwo! Dziwicie się? Nikt się nie dziwi, bo rodzice mają spokój, zamawiając nuggetsy z frytkami. W ten sposób mogą uciszyć dziecko, aby mieć parę chwil na spokojne zjedzenie swojego posiłku. W końcu jesteśmy na wakacjach!

Kucharze też mają spokój i komfort w błyskawicznym przygotowaniu dania dla rozwrzeszczanej, domagającej się szybkiego zaspokojenia głodu, dzieciarni. Pewnie to się nie zmieni przez następnych parę lat, ale skoro już musimy to robić, to chociaż z głową

ASTERIX I OBELIX U POLAKÓW

Wszystkim jest doskonale znany popularny komiks o przygodach dwóch Galów. Większość wie, jak wyglądają te sympatyczne postaci. Będąc w jednym z wakacyjnych kurortów, natknąłem się na przyjemnie pachnącą restaurację. Jedzenie okazało się smaczne. Moje jedzenie, ponieważ dzieci wybierały z menu dziecięcego, w którym dania nazwano tak, aby brzmiały zachęcająco. Dostępny był zestaw Pirata (ryba w panierce), zestaw Muminków (naleśniki) itp. Mój młodociany potomek ożywił się na dźwięk imienia Asteriksa, jednego z ulubionych ostatnio bohaterów. Zestaw Asterix to pięć kawałków panierowanego kurczaka, frytki, których nałożono grubo ponad dwieście gramów i surówka z kapusty, niejadalna dla większości dzieci.

Nie czytałem dalej, bo znajdował się tam, o zgrozo, zestaw Obelix. Zawierało to samo, co Asterix, ale w trzykrotnie większej porcji: piętnaście kawałków kurczaka, góra frytek i kopiec surówki. Nie mogłem w to uwierzyć. Jaki rodzic zamówiłby to dziecku? Przecież

wiemy, jak ów Obelix wygląda, jakie są jego problemy i kompleksy. Czy mam to zafundować swojemu dziecku? To niewiarygodne, że zdecydowano się umieścić taką pozycję bez adnotacji, że danie przeznaczone dla dwóch, a nawet trzech osób. Do tego wszystkiego to było naprawdę tanie, wręcz podejrzanie. Efekt był do przewidzenia, dzieciaki dostały nugeetsy i paluszki rybne. Objadły mnie ze smacznego dania, a w śmietniku wylądowało półtora kilo jedzenia. Rozpacz i złość. Oto uczucia towarzyszące bezsensownemu marnotrawstwu. Będę się musiał do nich przyzwyczaić, bo mam wrażenie, że...

...NIE UMIEMY KALKULOWAĆ

Szybki rachunek w pamięci: 150 gramów mięsa w panierce, dodać 250 gramów frytek, dodać 150 gramów surówki. Ponad pół kilo jedzenia! Pokażcie mi dzieciaka, który to zje. Nie dość, że nie zje, to jeszcze nie zamówi deseru i z pewnością nie wróci na kolację. Przecież tutaj, nie bójmy się tego mówić, chodzi także o interes, o zarobienie pieniędzy.

To problem, który nie dotyczy tylko menu dziecięcego. W większości miejsc dorosły mężczyzna nie jest w stanie zjeść więcej niż dwóch dań. W kartach królują wielgachne burgery, kotlety na cały talerz i makarony w miskach jak dla trzody chlewnej. Dlaczego restauratorzy, a może szefowie kuchni, uparli się, że im więcej, tym lepiej? U nas największy schabowy! Naprawdę widziałem taki napis na jednej z przydrożnych restauracji. Nie najsmaczniejszy, nie najświeższy, nie najcieńiej opanierowany, czy coś w tym stylu. Dodadzą Ci do tego gorę ziemniaków i surówek. Pękni człowieku!

Na siłę zrobimy kartę deserów nudną, tendencyjną, nieapetyczną. Przecież nikt tego nie je. Ciekawe, dlaczego? Przystawki to szablon i to nie pierwszej świeżości, wszędzie to samo. U nas najesz się jednym daniem. Ja bym wolał, żeby gość zjadł trzy i wrócił po następne trzy, ale to przecież turysta. Nie zależy nam na nim, więc niech je i robi miejsce dla następnego. Nie lubimy, gdy siedzą za długo przy stołach, blokują miejsca kolejnym schabożercom. U nas nie zachwycą się jedzeniem, nie smakuje go. U nas wypełnia się żołądek i idzie dalej. Coś zepsuło się w naszym myśleniu o porządnej kuchni. Zmysły zastąpiono wagą, jakością ilością.

Od przybytku głowa nie boli, powiedzą niektórzy, od przybytku... boli brzuch.



MATEUSZ SULIGA
szef kuchni w Hotelu H15 Luxury Palace i restauracji Artesse w Krakowie

REKLAMA

*Świętujemy
10-lecie*

Z radością informujemy, że w tym roku Bela Mesa obchodzi swoje 10-lecie działalności! Od ponad dekady z pasją dostarczamy najwyższej jakości zastawę stołową do restauracji i hoteli w całej Polsce. Dzięki naszym staraniom, zaangażowaniu, szczerości i nieustępliwości w poszukiwaniu nowości, zdobyliśmy zaufanie tysięcy klientów, a nasza oferta zyskała uznanie na rynku.

Dziękujemy, że jesteście z Nami!
Razem tworzymy niezapomniane chwile dla restauracyjnych Gości.

Zespół Bela Mesa
Twój zaufany dostawca zastawy stołowej!

autor: Katarzyna Pilitowska

Śniadanie NA DOBRY START

Aromatyczna szakszuka, dobrze wypieczony chleb z dodatkiem kremowego masła, sycące grzanki czy słodkie racuchy. Mawia się, że śniadanie to najważniejszy posiłek dnia. Dlaczego? Smakujecie wyśmienicie o każdej porze.

Jestem szefową kuchni w barze śniadaniowym Ranny Ptasek na krakowskim Kazimierzu, jak to się dzisiaj mówi – w śniadaniowni. To małe miejsce prowadzę od ośmiu lat z moją córką Zosią, również szefową kuchni. Nasz bar śniadaniowy powstał z tęsknoty za miejscem z późnym śniadaniem, ze śniadaniem w południe, po piętnastej, ale także za śniadaniem o świcie. Nie było takiego miejsca, więcej, wszystkie śniadaniowe menu kończą się zwyczajowo na jedenastej, góra dwunastej. Nigdy nie udało nam się wyzebrać śniadania po tej magicznej godzinie, jakby chęć na jajko na miękko zniknęła co do minuty właśnie w południe.

Zaciekawilo nas to zjawisko i wymyśliłyśmy „śniadanie przez cały dzień”. I sprawdziło się! Jesteśmy dumne, że przyczyniłyśmy się do propagowania trendu na śniadania, przynajmniej w Krakowie. Teraz takich miejsc jest wiele, ba, nawet bary z alkoholem zaczynają dzień od oferty śniadaniowej.

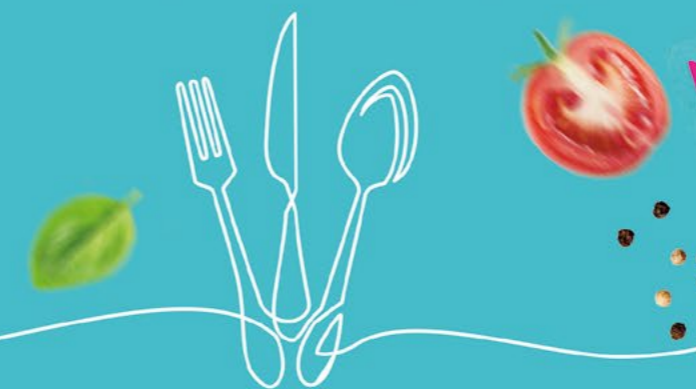
Piszę ten tekst w długi deszczowy weekend. Za nami ulewy, ale też obfitość warzyw i owoców. Wróciłam z targu i przyniosłam do domu pełne siatki wszelakiego jesiennego dobra. Zrobię z nich to, co jest w naszej śniadaniowej karcie: talerzyk z puchatym tofu, pieczonymi paprykami i bakłażanami, pomidorami w oliwie z dużą ilością czosnku, mnóstwem świeżych ziół, dymki i orzechów laskowych. Choć waham się, czy jednak nie zrobić czegoś także z kurkami. Trend „sezonowo i od rolnika” wydaje się mocno ugruntowany w świadomości gości, choć w niektórych śniadaniowniach pomidory są męczące w daniach nawet zimą.

My, świadomi szefowie i szefowe kuchni, dbamy o to, skąd pochodzi jedzenie, które zmienia się w pyszne śniadanie. Ważne są lokalne i certyfikowane produkty, jak np. sery, miody, oleje tłoczone

na zimno, owoce, warzywa, dobre pieczywo. Nasi goście oczekują, że sadzone jajka w szakszuce są najwyższej jakości i pochodzą od szczęśliwych kur, konfitura mirabelkowa to nasz wyrób z własnoręcznie zebranych sliwek, a zioła pochodzą prosto z ogródka. Zresztą coraz więcej śniadaniowni właśnie takie dopiski zamieszcza na dole menu: pochodzenie składników, podziękowania dla małych manufaktur, gospodarstw i ludzi, których pasją jest wytwarzanie najwyższej jakości produktów.

Fascynacja kopenhaską kuchnią trwa już od kilku dobrych lat i być może jeszcze mocniej zagości na naszych stołach i w sercach, choćby za sprawą kultowego serialu na popularnej platformie streamingowej, w którym szalone życie czołowego bohatera i zarazem nietuzinkowego szefa kuchni, Marcusa, zapełnia już trzeci sezon. Wspomniany bohater reprezentuje podejście do śniadań, które można określić mianem „kulinarnego hygge”. Co oznacza ten ukuty w Danii termin? To pochwała prostoty, która daje harmonię. Wypisz wymaluj proste, skandynawskie śniadanie! A więc dobrze wypieczony ciemny chleb, kremowe słone masło, ser i dżem. Niby nic, a tak

NOWOŚĆ! NOWOŚĆ! NOWOŚĆ! NOWOŚĆ!



idealne dla
HORECA

bez
OSŁONKI
SMAKUJE LEPIEJ!

www.bezoslonki.pl

kielbasy **BEZ OSŁONKI**, tylko od

ZAOBSERWUJ NAS!

JBB
Batdyga



wiele! Do polskiego śniadaniowego menu zawędrowały tradycyjne, holenderskie smørrebrød (dosł. „posmarowany chleb”), czyli kanapki na cienkim, ciemnym chlebie posmarowanym masłem z różnego rodzaju dodatkami na wierzchu, zawsze z taką ilością, aby ten chleb całkowicie przykryć. Jest kilka tradycyjnych przepisów na smørrebrød: karrysild (śledź w słodkim curry) czy rulepølse (pieczony, rolowany boczek). W kompozycjach ważne są dodatki – marynowane warzywa i owoce, sosy, świeże zioła. Możliwości tworzenia smørrebrød są nieograniczone, dlatego polskie wersje tych kanapek mają składniki regionalne i oczywiście sezonowe, jak np. marynowane buraczki czy owczy bundz.

– Do wiodących trendów, które wpływają na tworzone przez Lantmannen Unibake Polska nowe pieczywo marki Schulstad Bakery Solutions, należą: multisensoryczność i nostalgia. Jedzenie to przyjemność, a nie jedynie sposób na zaspokojenie głodu. Konsument oczekują kulinarnych doświadczeń, w które będą zaangażowane ich zmysły, szczególnie, gdy decydują się na spożywanie posiłków poza domem. Naszą propozycją jest bułka podwójnie przecięta Double Cut Burger, dzięki której można stworzyć „piętrowego” burgera, używając wielu atrakcyjnych składników. Nostalgia – ten trend umocnił się po kryzysie covidowym. Nowa odsłona klasyki daje poczucie ciągłości w stale zmieniającym się świecie. Ulubione przekąski i dania z dzieciństwa zazwyczaj przywołują szczęśliwe wspomnienia. Przykładem naszych innowacji Schulstad Bakery Solutions jest bułka Chałka Style Burger czy najnowszy Cebulak – zaznacza Izabela Wajnert, dyrektor marketingu i innowacji Lantmannen Unibake Poland.

Planując śniadaniowe menu, zawsze myślę o tych, co jedzą na słodko. Może to przejaw mojej nostalgii za babcinymi kojącymi daniami, więc spis śniadań słodkich w ptaszkowym menu od początku otwierają jabłka w szlafrocach. To chrupiące racuchy z całym cienkim krążkiem jabłka w środku, polane syropem, z dodatkiem konfitury z sezonowych owoców i oprószone obficie cukrem pudrem. Nostalgiczne przepisy naszych babć i mam, lekko stiuningowane i dostosowane do dzisiejszych upodobań gości, to nowy trend na śniadaniowych talerzach. Gęste owsianki na słodko i wytrawnie, grysik z syropem malinowym, racuchy czy jajecznica z pomidorami i cebulką stały się, być może także za sprawą pandemii, must have każdej mierzącej wysoko śniadaniowni. Sycające, dobrze znane, przenoszą w świat, za którym tęsknimy.

Oczywiście nie brakuje także miłośników śniadań wytrawnych.

– Szeroka gama kielbas bez osłonki od JBB Bałdyga to doskonała propozycja dla całego segmentu HoReCa, którą z miesiąca na miesiąc z powodzeniem wprowadzamy do oferty naszych kolejnych partnerów, działających w tym obszarze. Kielbasa bez osłonki, Kielbasa z szynki, Kielbasa biała, Kielbasa cięta, Kielbasa długa oraz dwie wersje kielbasek mini (wieprzowa i drobiowa) stanowią idealną propozycję m.in. na pyszne śniadanie. Doskonale smakują przygotowane zarówno na patelni, w piekarniku, jak i z wody czy z grillowego rusztu. Perfekcyjnie sprawdzą się w formie szybkiej i pożywej przekąski. Wszystkie charakteryzuje wysoka mięsność i doskonały stopień doprawienia, dzięki któremu smakują tak wybornie. Polecamy je szczególnie z dodatkiem ulubionych sosów oraz chrupiącego pieczywa – zaznacza Andrzej Kowalski, dyrektor sprzedaży i marketingu JBB Bałdyga.

Przeglądając karty śniadaniowe w wielu miejscach w Europie, zawsze natknęliśmy się w nich na maczane w jajku grzanki, z francuska zwane „pain perdu”, czyli dosłownie zapomniany chleb. W polskim menu kryją się pod nazwą tost francuski. To kromka czerstwego, białego chleba zamoczona w rozbełtanym jajku z mlekiem i usmażona

na chrupko na maśle. Pamiętam, że pierwszy raz usłyszałam o tym daniu w filmie „Sprawa Kramerów”, kiedy Ted (Dustin Hoffman) nieudolnie próbował namoczyć tost i zrobić śniadanie synowi. Dziś „upcyklingowany chleb” stał się, na fali zero waste, nową modą i przetrwał w istny szal na punkcie dodatków, rodzajów pieczywa i sposobów maczania. Prawdziwy tost francuski musi być chrupiący i maślany z zewnątrz, a mięciutki w środku. Zauważyłam, że ostatnio tost francuski zastąpiła brioszka smażona na maśle z dodatkami w postaci świeżych owoców, konfitur, jogurtów, masła orzechowego lub tahini. Przyjemny trend, również oparty o to, co lokalne, świeże i sezonowe.

Nic odkrywczego nie napiszę, jeśli stwierdzę, że Polacy kochają kuchnię azjatycką. A ta kuchnia kojarzy się z ostrością. Nowym składnikiem śniadań stał się olej chili. Ma być ostry, a ze względu na składniki, np. chili, imbir, czosnek, sos sojowy, ocet, pasuje do wszystkich wytrawnych dań, a przy tym jest rubinowoczerwony. Obecnie jednym z najczęściej podawanych śniadań jest labneh lub jogurt grecki, jajko sadzone, olej chili i mięta. To klasyczne danie kuchni tureckiej – Çilbir, genialne w swojej prostocie, a jednocześnie wybitne w połączeniu smaków.

I tu kolejny trend: jajka. W wydaniu na miękko: sadzone, w koszulce, w sosach jak np. szakszuka, czy, znowu nostalgia, w szklance.

– Tradycyjna koncepcja śniadania zmienia się, tworząc nowe kulinarne atrakcje z ekscytującymi doznaniem smakowymi. Jeden składnik jest jednak zawsze obecny: jajko. Asortyment EIPRO oferuje różnorodność produktów jajecznych do bufetu śniadaniowego. Pyszna Jajecznica Eifix lub świeże ciasto na gofry i naleśniki mają tu swoje stałe miejsce. Pyszna Jajecznica, przyprawiona i gotowa do użycia, to klasyk. Świeże ciasto również stanowi doskonałą podstawę dla kreatywnych pomysłów zgodnych z trendami. Kolejnym obowiązkowym elementem menu śniadaniowego jest pasteryzowane jajko w skorupce PEGGYS. Jest higieniczne i można je używać tak samo jak nieprzetworzone jajo. Jeśli chodzi o wysokiej jakości, kreatywne i alternatywne produkty jajeczne, EIPRO jest gwarantem jakości od ponad 30 lat – mówi Michał Pabich, Sales Manager EU East w EIPRO.

Ostatnio bardzo popularny stał się także duth baby. Jedni nazywają to danie omeletem, inni naleśnikiem. Składa się ze składników jak na naleśniki, jednak

piecze się go w piekarniku, a nie jak omelet na patelni. Wychodzi puszysty placek. To, co do niego dodamy, zależy wyłącznie od naszej wyobraźni i, oczywiście, pory roku. Można łączyć zarówno klasycznie: jabłka z cynamonem, śliwki z goździkami, gruszki z wanilią, jak i nietypowo: rabarbar z chili, zielone pomidory z cytryną i miodem. To danie jest świetne nie tylko na słodko, ale i na słono. Do tego bardzo szybko się je przygotowuje.

Śniadania mogą także stać się polem do popisu dla wielbicieli kuchni roślinnej. Jestem wegetarianką, ale nie jem nabiału, i ze smutkiem muszę napisać, że zielona kuchnia, w śniadaniowym menu, w większości miejsc, jest całkowicie pomijana. Najbardziej jednak smuci fakt, że bardzo często widzę, jak na siłę „weganizuje się” dania, które w wersji mięsnej są idealnie dopracowane. Czy w kanapce z marynowanym łososiem można go zastąpić awokado? Nie. Tyle samo uważności należy się zarówno daniom mięsnym, jak i wegańskim.

Mimo że trend kuchni roślinnej nie jest najnowszy, to pomysł otwierania miejsc z wyłącznie wegańskimi śniadaniem jest już całkiem świeży. Takie lokale z wyrafinowaną roślinną kuchnią powstały niedawno w Warszawie i cieszą się ogromną popularnością. Na ich sukces składa się nie tylko dbałość o smak, lecz także o wizualną stronę dania. To już nie szara papka z soczewicy, tylko zachwycające, nowoczesne danie, w którym użyte składniki, a nie jest ich wiele, czasami są nieznanne lub rzadziej używane. I to jest to! Idea rozbudzania ciekawości. Nie epatowanie weganizmem, tylko po prostu zabawa z roślinami i w rośliny. Do tego świetne teksty w social mediach, przemyślane rolki i relacje. W tym widzę przyszłość nie tylko śniadań, lecz kuchni w ogóle.

Przy komponowaniu menu roślinnego nie sposób nie wspomnieć o jeszcze jednym bardzo „gorącym” składniku, czyli grzybach. Soplówka jeżowata, bocznik różowy, reishi, shiitake, enoki to modne ostatnio grzyby azjatyckie. Choć do niedawna mało kto słyszał u nas o tych egzotycznych odmianach, jak grzyby po deszczu powstają firmy, które oferują ich dowóz, nawet z dnia na dzień. Dzięki wysokiej zawartości białka i wyrazistemu smakowi umami, grzyby egzotyczne w daniach często mogą zastąpić składniki mięsne np. w ramieniu czy udonie. Piękne w formie, zaskakujące w kolorystyce, zdrowe, zostały odkryte pokarmem przyszłości, a ich domowa hodowla to nowa moda, która właśnie dotarła do Polski. To one mają pomóc nam wyżywić się w czasach kurczących się zasobów naturalnych Ziemi.

Przy jedzeniu wszyscy się rozluźniamy. Zazwyczaj jesteśmy spięci, na wszystko musimy znaleźć czas, ze wszystkim zdążyć, o wszystko zadbać. A kiedy siadamy do stołu i pojawia się na nim jedzenie, inne sprawy przestają istnieć. Najlepiej więc zacząć od dobrego śniadania, nawet jeśli by to miało się wydarzyć raz w tygodniu. Lubię ten moment, w którym zapominamy, że coś mamy zrobić, napisać, wysłać, odebrać telefon. Jesteśmy tu i teraz, jest stół, jest jedzenie i to jest najważniejsze. I mam nadzieję, że tego nigdy nam nie zabraknie.



KATARZYNA PILITOWSKA

współwłaścicielka i szefowa kuchni w barze śniadaniowym Ranny Ptasek w Krakowie

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

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



Eifix Pyszna Jajecznica od EIPRO:
dla pewności sukcesu i najlepszego smaku.
Jeśli chodzi o kreatywne oraz najwyższej
jakości produkty z jaj, EIPRO od 30 lat
jest Waszym Gwarantem.



autor: Isabel Balderas

Kuchnia meksykańska

- SMAK INSPIROWANY TRADYCJĄ

Kuchnia Meksyku jest równie złożona, co jego mieszkańcy. To jedna z najbogatszych, a do tego najbardziej różnorodnych kuchni świata. Nie brak jej fantazji, którą ujawnia, łącząc elementy prekolumbijskie z lokalną tradycją i nowoczesnymi technikami kulinarnymi. To fenomen, który od lat zachwyca smakoszy poszukujących wyrazistych smaków.

Uznawana za jedną z najbogatszych kuchni na świecie, meksykańska gastronomia łączy w sobie prekolumbijskie dziedzictwo z lokalnymi zwyczajami, od pokoleń zaskakując i zachwycając miłośników dobrego jedzenia.

Korzenie kuchni meksykańskiej sięgają odległej przeszłości, w której kluczowe składniki, takie jak kukurydza, fasola i chili, stanowiły fundament żywienia. Te podstawowe produkty nie były jednak tylko elementem codziennej diety, ale także ważnym czynnikiem kształtującym tożsamość kulinarną kraju. Myślę, że niezwykłość kuchni meksykańskiej tkwi w różnorodności wpływów, które z biegiem lat wzbogaciły ją o nowe smaki i techniki. Wpływy kuchni hiszpańskiej, arabskiej, a nawet azjatyckiej pozwoliły na opracowanie receptur na unikalne kompozycje, takie jak tacos al pastor, które dziś możemy podziwiać na talerzach restauracji serwujących prawdziwą meksykańską kuchnię.

Czy kuchnia Meksyku miała wpływ na globalną gastronomię? Odpowiedź na to pytanie jest jednoznaczna i nie zaskakuje, jeśli weźmiemy pod uwagę szczególnie produkty, które pochodzą z Meksyku, a obecnie są powszechnie wykorzystywane w kuchniach świata. To m.in. kukurydza, pomidory, fasola, wanilia, amarantus, chia, kakao oraz awokado. To produkty od wieków zakorzenione w tradycjach kulinarnych wielu krajów, bez których trudno byłoby wyobrazić sobie współczesne gotowanie czy cukiernictwo.

Aby zobaczyć wpływy kuchni meksykańskiej, warto wziąć także



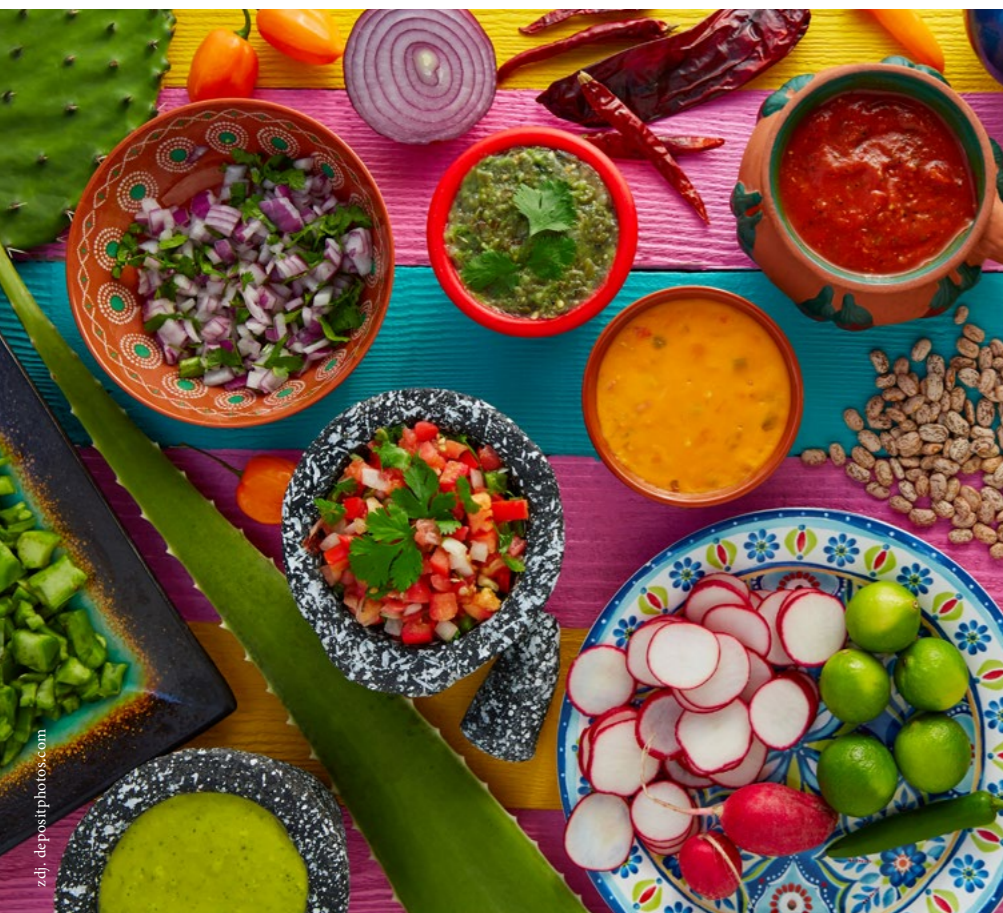
Oryginalne Produkty Meksykańskie

20 lat tradycji



ARRIBA sp. z o.o.

Obroki 130, 40-833 Katowice / tel.: 32 258 69 86 / email: bok@arriba.com.pl
www.sklep-arriba.com.pl



pod uwagę kuchnię Tex-Mex. To interesująca fuzja tradycji meksykańskich i amerykańskich, która powstała głównie w Teksasie. Choć często mylona z autentyczną kuchnią meksykańską, wyróżnia się zastosowaniem innych składników i technik. Typowe dla Tex-Mex potrawy, takie jak nachos, quesadillas czy chili con carne, często zawierają więcej sera i mięsa, a także przyprawy, które nieco różnią się od smaków tradycyjnych dań meksykańskich. Tex-Mex skupia się na prostocie i szybkim przygotowaniu posiłków, co czyni ją popularnym wyborem zwłaszcza w amerykańskich restauracjach. Mimo że obie kuchnie mają wspólne korzenie, różnice te odzwierciedlają różne podejścia do jedzenia i kulturowe konteksty, w jakich powstały.

Smaki i składniki meksykańskiej kuchni są ściśle związane z tożsamością Meksykanów. Każde święto, począwszy od Día de los Muertos, poprzez tradycyjne zaślubiny, jest okazją do celebracji w towarzystwie kulinarnych specjalów, które mają głębokie znaczenie symboliczne. Na przykład podczas Święta Zmarłych, na stołach króluje mole poblano – bogaty sos na bazie suszonej papryki i orzechów, a także tamales, tacos czy pan de muerto – chleb zdobiony elementami przypominającymi piszczelę i czaszki, które stanowią symbol kości umieszczanych w dawnych czasach na ołtarzach przodków. Tradycyjnie wierzymy, że zmarli przychodzą skosztować tych potraw, a jedzenie staje się środkiem komunikacji oraz wyrazem miłości i szacunku wobec przodków, co nadaje potrawom wyjątkową wartość i pokazuje nasze podejście do meksykańskiej kuchni.

Mole to nie tylko smak, ale również symbol rodzinnej celebracji przy wspólnym stole. Szczególnie podczas wesel, gdzie serwuje się go z drobiem (guajalote) i ryżem, staje się on znakiem tradycji, która wpisała się na stałe nie tylko w meksykańską kulturę, ale także

język, co uwidacznia się w sytuacji, gdy Meksykanie, nawiązując do tego zwyczaju, pytają parę zakochanych o to, kiedy będzie okazja do zjedzenia mole. Oczywiście mają na myśli zajadanie się tym przysmakiem podczas wesela. Takie kulinarne rytuały mają ogromne znaczenie w zacieśnianiu więzi społecznych, a ich obecność na rodzinnych stołach wzmacnia poczucie wspólnoty i tradycji.

Fenomen kuchni meksykańskiej tkwi także w jej różnorodności. Wielu ludzi utożsamia kuchnię meksykańską głównie z ostrymi smakami, jednak ten stereotyp jest mylący. Oczywiście, chili i przyprawy są ważnymi elementami wielu dań, ale meksykańska kuchnia oferuje znacznie szerszą paletę smaków. Wiele potraw bazuje na delikatniejszych składnikach, takich jak świeże zioła, kremowe sosy czy subtelne aromaty, które niekoniecznie muszą być ostre. Tradycyjne dania, takie jak tamales czy mole, mogą być przyrządzane w łagodniejszych wersjach, które wciąż zachwycają bogactwem smaków bez ostrości, która może być nieco przytłaczająca dla osób, które do tej pory raczej ograniczały jedzenie pikantnych potraw. Dzięki temu kuchnia meksykańska jest dostępna dla szerszego grona smakoszy, którzy mogą cieszyć się jej różnorodnością, nie obawiając się nadmiaru ostrości. Taki sposób myślenia pozwala na odkrywanie nowych, subtelnych smaków, które są równie wartościowe i autentyczne, a także podkreślają bogactwo meksykańskiej tradycji kulinarnej.

Ogromną rolę w kuchni meksykańskiej odgrywa również street food. Wybierając się do Meksyku, warto pamiętać, że jedzenie uliczne jest dostępne przez cały dzień, ale konkretne dania serwuje się wyłącznie o określonych porach. Na śniadanie można zjeść tamales i wypić champurrado, czyli napój na bazie kukurydzy i kakao lub arroz con leche – napój mleczny z ryżem, natomiast na kolację bez trudu otrzymamy gotowaną, soczystą kukurydzę z dodatkami, takimi jak majonez, ser, limonka oraz chili. Lokalny street food może stać się inspiracją dla szefów kuchni, którzy planują otworzyć restaurację z kuchnią meksykańską lub wprowadzić do menu jej smaki jako ciekawostkę.

Pamiętajmy także, że Meksyk to kraj zróżnicowany pod względem regionów, co przekłada się na zauważalne różnice w kuchni i daniach, szczególnie tych dostępnych w formie jedzenia ulicznego. W Oaxace spróbujemy enchiladas, podczas gdy w Acapulco rozkoszować

się możemy świeżo złowionymi rybami lub owocami morza. Z kolei w południowej części kraju, gdzie znajduje się obszar lasów tropikalnych, wiele dań nabiera wyrazistego charakteru ze względu na występujące tam cytrusy i inne egzotyczne owoce, w tym tamaryndowiec, papaję, a także owoc opuncji – tunę. Współczesny street food jest kwintesencją tego, co sprawia, że kuchnia meksykańska jest tak lubiana i doceniana przez smakoszy na całym świecie.

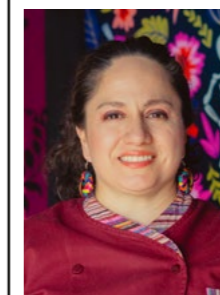
Nie można zapomnieć o tradycyjnych technikach gotowania, które wciąż są praktykowane w meksykańskich restauracjach i domach. Używanie płyt comal do przygotowywania tortilli czy móżdżerzy molcajete do mielenia przypraw pozwala wydobyc pełnię smaków, a gotowanie na parze sprawia, że dania stają się lżejsze i bardziej aromatyczne. To połączenie tradycji z nowoczesnością czyni meksykańską kuchnię niezwykle interesującą.

Kuchnia meksykańska nieustannie ewoluuje, ale równocześnie możemy zaobserwować silny trend powrotu do starych przepisów oraz wykorzystywania lokalnych produktów. W obliczu globalizacji i łączenia smaków z wielu odmiennych tradycji kulinarnych, wielu szefów kuchni i pasjonatów kulinariów stawia na autentyczność, sięgając po tradycyjne receptury przekazywane z pokolenia na pokolenie.

Współczesne restauracje często inspirowane historią regionów, oferując dania przygotowane z lokalnych składników, takich jak świeże warzywa, zioła czy tradycyjne przyprawy. Taka filozofia kulinarna nie tylko wspiera lokalnych rolników, ale także pozwala wydobyc prawdziwe bogactwo smaków i aromatów

charakterystycznych dla poszczególnych regionów Meksyku.

Kuchnia meksykańska to nie tylko kompozycja określonych smaków, ale również opowieść o historii i tradycji Meksyku. Każda potrawa ma swoją historię, a każdy składnik jest częścią większej całości, która kształtuje meksykańską tożsamość. To także niezwykle opowieść o dzieleniu się pasją do jedzenia. Dzięki różnorodności technik i dostępnych produktów każdy może znaleźć w niej coś dla siebie. Bez względu na to, czy jesteś wielbicielem ostrych, czy delikatnych smaków, kuchnia meksykańska, z pewnością, dostarczy Ci niezapomnianych doznań kulinarnych.



ISABEL BALDERAS
właścicielka
i szefowa kuchni
restauracji
Santa Catrina
w Warszawie

REKLAMA

Fanex

MAŁE PYSZNOŚCI

WWW.FANEX.PL

SKONTAKTUJ SIĘ Z NAMI!



autor: Martin Gimenez Castro

Ryby: KULINARNE BOGACTWO MÓRZ I OCEANÓW

Ryby i owoce morza podbijają podniebienia restauracyjnych gości i nie dziwnego – są smaczne, a ich różnorodność sprawia, że każdy znajdzie coś dla siebie. Jakie czynniki wpływają na podejście szefów kuchni do serwowania dań rybnych?

Menu wielu nowoczesnych restauracji jest pełne niespodzianek, a sposoby serwowania ryb zmieniają się, uwzględniając globalne trendy. Jednym z nich jest sezonowość. Tworząc menu z rybami i owocami morza w roli głównej, w pierwszej kolejności zwracam uwagę na porę roku – każda ryba smakuje inaczej w zależności od sezonu. Niektóre są bardziej tłuste i wyraziste, inne trochę słodsze, a jeszcze inne nieco delikatniejsze. Oczywiście warto także przyłożyć wagę do występujących aktualnie produktów. Co innego dostaniemy wiosną, a co innego zimą, tym samym to kluczowy czynnik, który należy uwzględnić, opracowując menu z daniami rybnymi. Jesień to czas aromatycznych grzybów i dyni, dlatego staram się dobrać do nich gatunki, które zrównoważą smak. W menu na bazie takich składników sprawdzają się szczególnie bardziej tłuste ryby jak jesiotek, turbot, sola lub sum.

Przy wyborze ryb i owoców morza bardzo ważne jest, aby upewnić się czy są one łatwo dostępne, a także, czy w razie potrzeby znajdziemy je w asortymencie wielu dostawców, abyśmy nie mieli problemów z ich świeżością. Nie możemy przecież powiedzieć naszym gościom, że nie mogą zamówić konkretnego dania z menu, bo zawarte w nim produkty są sprowadzane

wyłącznie dla nich. Jeśli jest szansa, aby kupić rybę, która jest mniej powszechna, lepiej zaoferować ją jako składnik dania dnia, zamiast umieszczać ją w menu, jeśli nie masz stuprocentowej pewności, że za kilka dni dostaniesz ją ponownie.

W mojej restauracji goście mają do wyboru ryby i owoce morza z całego świata, dlatego wprowadzając je do menu, zwracam uwagę na wszelkie aspekty logistyczne. Wybierając najsmaczniejsze części, upewniam się, że będą one dostępne od ręki. Jeszcze przed złożeniem zamówienia analizuję listę ryb i owoców morza od wszystkich firm, z którymi współpracujemy. Następnie sprawdzam dostępność. To, ile razy w tygodniu będę mógł je zamówić, może przesądzić o sukcesie lub porażce menu. W tej sytuacji szef kuchni jest nie tylko

kucharzem, ale i menedżerem dbającym o zapasy i ciągłość łańcucha dostaw. Dokładne przemyślenie tych aspektów umożliwi łatwiejsze pozyskanie każdego gatunku lub takie ułożenie karty, aby nie rozczarować gości brakiem którejs z pozycji.

Mimo to najpopularniejsze obecnie gatunki to te, które otrzymamy na miejscu, od lokalnych sprzedawców i takie, które widzimy, odwiedzając europejskie kraje podczas wakacji. Dorada, okoń morski, tuńczyk czy seriola to ryby, które bez trudu można znaleźć w Hiszpanii, Chorwacji, we Włoszech i we Francji. Ponadto ogromnym zainteresowaniem gości cały czas cieszy się zwłaszcza jesiotek, łosoś, pstrąg oraz węgorz. Z roku na rok wzrasta popularność corviny, soli, czarnego dorsza, koryfeny, groupera czy lucjana czerwonego.

Sekret dań z rybą w roli głównej, moim zdaniem, polega na dostosowaniu koncepcji do smaku i liczby wykorzystanych składników. Ryba lub owoce morza powinny być najważniejsze, dlatego, aby nie zepsuć efektu finalnego, warto ograniczyć składniki i zamiast wielu mocnych smaków postawić na produkty, które dodatkowo podkreślą naturalny

karta to szef kuchni pokazujący siebie. Niech goście wiedzą, kim jesteście.

W wyrażeniu własnego pomysłu na dania rybne zdecydowanie pomogą wykorzystane techniki. Moim zdaniem określone gatunki wymagają konkretnych sposobów obróbki i propozycji podania. Powinniśmy skupić się na technikach, które pozwolą nam czerpać jak najwięcej przyjemności z jedzenia konkretnej ryby. Tym samym możemy wyróżnić gatunki, które najlepiej smakują z dodatkiem masła, jak turbot, halibut, sola czy jesiotek, takie, które w sam raz nadają się do grillowania – tu królują tuńczyk, żabnica i lucjan czerwony. W niezmiernym bogactwie gatunków, bez dwóch zdań, znajdują się także gatunki idealne do gotowania na parze lub sous-vide. Dostępne są także ryby czy owoce morza, które są uniwersalne. Dają tym samym nieograniczone możliwości kreatywnym szefom kuchni. To m.in. łosoś, corvina i labraks. Mnogość pomysłów i możliwości sprawia, że to właśnie dlatego najpierw powinniśmy zwracać uwagę na panującą porę roku, na tej podstawie dobrać dodatki i rybę, a następnie odpowiednią technikę.

Przygotowując dania z rybami w roli głównej, warto przyłożyć wagę także do różnic w przyrządzaniu określonych części ryb. Każda, w zależności od gatunku, może

Byłoby doskonale, gdyby wszystkie pozycje z menu miały wspólny mianownik – coś, co sprawi, że lista dań stanie się środkiem do opowiedzenia historii

smak bazowego składnika. Kiedy opracowuję nowe danie, zawsze staram się wydobyc walory ryby, którą chcę przyrządzić. Dobrze, żeby dodatki, takie jak sosy czy warzywa, uzupełniały smak dania, a nie go maskowały.

Byłoby doskonale, gdyby wszystkie pozycje z menu miały wspólny mianownik – coś, co sprawi, że lista dań stanie się środkiem do opowiedzenia historii. Podobnie jak album muzyczny, dania powinny łączyć się ze sobą koncepcyjnie lub poprzez określone smaki. Oczywiście mogą to być produkty sezonowe lub po prostu podobne techniki, które pasują do pogody. Nie jest to łatwe, ale lubię myśleć, że za każdym razem, gdy przygotowuję nowe menu, tworzę nową opowieść w mojej restauracji. Wystarczy podążać za swoimi upodobaniami. Restauracyjna

smakować inaczej, ponieważ ma inny poziom tłuszczu lub są to części, które ryba wykorzystuje w większym stopniu. W niektórych gatunkach nie można łatwo dostrzec różnic, ale w rybach takich jak tuńczyk różnica jest wyczuwalna od razu. Przyrządzając zatem konkretną część, starajmy się tak dobrać technikę, aby wydobyc z niej to, co najlepsze. Niektóre są idealne tylko na surowo, a inne wymagają obróbki cieplnej, aby stopić tłuszcz i uzyskać więcej smaku.

Oczywiście ważnym aspektem jest kwestia marnowania żywności. To problem, z którym jako szefowie kuchni musimy walczyć, dążąc do bardziej zrównoważonych praktyk. Stosuję podejście „od głowy do ogona” – to uniwersalna zasada, nie odnosi się wyłącznie do ryb czy owoców morza, po

REKLAMA



Przed kilku laty postawiłam sobie za cel, by pokonać wszystkie przeszkody i dostarczyć szefom kuchni do ich restauracji świeżego, pachnącego wodą pstrąga w ilości takiej w jakiej potrzebują. Ideą tą zarażałam kolejnych szefów kuchni, restauratorów, zachęcając do współpracy z Zielenicą. Słuchałam uważnie wszelkich uwag, rad, tak by finalnie móc wyspecjalizować się w przygotowaniu ryby dla szefa kuchni.

Cały czas się rozwijamy, słuchamy uwag, sugestii, odpowiedzi. Jesteśmy otwarci na dialog i potrzeby szefów kuchni. Udoskonalamy produkt, tak aby móc dostarczyć pstrąga z efektem wow. Każdego roku opracowujemy coś nowego, tak by poszerzać menu Zielenicy.

Aktualnie w naszej ofercie są 3 gatunki ryb łososiowatych:

- pstrąg tęczy/łososiowy
- pstrąg złoty
- troć hodowlana

Wszystkie dostępne, w różnych wielkościach i formie przetworzenia – świeże lub wędzone. Specjalizujemy się w wytwarzaniu kawioru z pstrąga zarówno świeżego, jak i wędzonego. Pracujemy w myśl zasady zero waste, co oznacza, że kupicie u nas również korpusy z ryb (będące fantastyczną bazą do sosów, zup czy wywarów) jak i wątróbki. Nowością jest pstrąg bez ości, idealny na grilla jak i pieczenia. Na zamówienie plastrujemy, dzielimy na porcje, rozbieramy na kawałki. Zależy nam na tym by do restauracji trafił ultrazdrowy, ultraświeży pstrąg z Zielenicy.

W zakresie dostaw pstrąga współpracujemy z czołowymi polskim restauratorami, w tym również restauracjami z rekomendacją Michelin.

Zapraszamy do współpracy, zadzwoń, zamów testy i przekonaj się do naszej ultraświeżości.



KONTAKT

www.zielenica.pl

OBSŁUGA KLIENTA
606 249 312



Pstrąg łososiowy

- CZY ZDETRONIZUJE ŁOSOSIA?

Od lat królem polskich stołów był losoś. Jego delikatne, różowe mięso i uniwersalność w kuchni sprawiły, że zyskał rangę produktu wysokiej klasy. Jednak coraz większą uwagę gastronomicznej sceny przyciąga ryba, która ma szansę podważyć jego dominację – pstrąg lososiowy. Czym przyciąga szefów kuchni i konsumentów? Regionalnością, jakością i ceną.

KONIEC ERY „PSTRĄGA PATELNIAKA”

Pstrąg jeszcze kilka lat temu kojarzył się z frytowaną rybą dostępną w smażalniach i traktowany był jako produkt o mniejszej wartości kulinarnej. Wraz z wzrostem świadomości konsumentów i kucharzy oraz trendowi farm-to-table, wizerunek ten uległ drastycznej zmianie.

Dziś pstrąg lososiowy doceniany jest przez miłośników lokalnych, polskich produktów. Najlepsi szefowie kuchni w Polsce, których restauracje zostały nagrodzone gwiazdką Michelin udowadniają, że ryba ta ma do zaoferowania co najmniej tyle smaku i możliwości, co jej północny kuzyn.

PSTRĄG ŁOSOSIOWY A ŁOSOŚ ATLANTYCKI

Oba gatunki należą do rodziny łososiowatych. Pstrąga lososiowego można poznać po charakterystycznej, różowo-tęczowej wstędze biegnącej wzdłuż linii bocznej. Natomiast mięso obu ryb wygląda niemal identycznie. Po bliższym zapoznaniu można dostrzec, że pstrąg ma mniej tłuszczu, dzięki czemu lepiej sprawdzi się u osób dbających o zdrowie i sylwetkę.

Główną różnicą między tymi rybami jest źródło pochodzenia. Pstrąg lososiowy to gatunek słodkowodny, dzięki czemu jest poławiany i hodowany lokalnie w Polsce. Zaś losoś atlantycki dostępny na rynku pochodzi głównie z hodowli w Norwegii i Szkocji. Oznacza to, że w przeciwieństwie do łososia, pstrąg nie musi przechodzić procesu mrożenia i transportu międzynarodowego. Jego ceny są również znacznie bardziej stabilne, co ułatwia proces planowania menu. Stąd też pstrąg wygrywa z lososiem w oczach wielu szefów kuchni. Nie jest to wyłącznie wyraz patriotyzmu, ale za regionalnością idzie stały food cost oraz świeżość.

PSTRĄG PATRIOTYCZNY

Idąc z duchem światowych trendów sięgania po produkty prosto od lokalnego producenta, trudno nie zauważyć znaczącej przewagi pstrąga lososiowego. Marka Fier Seafood podkreśla, że wybierając pstrąga, warto sięgać po sprawdzone źródła certyfikowane przez ASC. Dzięki temu szef kuchni ma gwarancję jakości produktu, który trafia w jego ręce, jednocześnie wspierając najlepsze praktyki hodowlane na rynku.

Dziś, większość produkcji polskiego pstrąga jest eksportowana na Zachód, gdzie przez ostatnie lata jego popularność znacznie wzrosła. Polacy mimo zakorzenionych stereotypów, chętniej sięgają po pstrąga lososiowego z racji jego niższej ceny. Czy Polacy są gotowi na to, aby wybrać pstrąga nie jako tańszą alternatywę, ale równą

prostu zależy mi na przygotowywaniu dań bez marnowania. To nie tylko szacunek do produktu, ale i dbałość o biznes. Często mawia się, że ryby to drogi produkt. Jeśli kupujesz całą rybę, następnie filetujesz, a reszta ląduje w koszu, to rzeczywiście, trudno się nie zgodzić – koszty szczytują w górę. Jednak nie o to chodzi. Musimy być pewni, że używamy wszystkiego, nawet ości, które sprawdzą się jako dodatek do wywaru rybnego. Brzuch czy skóra nada się do podania ciekawego amuse bouche. Ważne, aby być kreatywnym, a przy tym odpowiedzialnym. Kiedyś usłyszałem od znanego szefa kuchni, że są produkty A i produkty C, ale dobry szef kuchni sprawia, że produkty C stają się produktami A. Co to oznacza? To bardzo proste. Filetując rybę, to oczywiście filet jest produktem A, a ości i skóra są produktem C, ale jeśli użyjemy ości i skóry do przygotowania bardzo dobrej zupy rybniej, consome, demi glace lub chipsów z tapioki, to produkt C stanie się produktem A.

Kreatywne podejście wiąże się tym samym z food costem. Prowadzimy biznes, więc musimy upewnić się, że robimy to, myśląc nie tylko o naszych ambicjach, ale także o tym, aby restauracja przynosiła zysk i mogła się utrzymać. Jest to bardzo ważne, gdy myślimy o cenach, które muszą być dostępne dla naszych gości. Do tego musimy pamiętać, że rotacja ryb jest ciągła i szybka, nie możemy podawać tych, które nie są świeże. Musimy mieć pewność, że sprzedadzą się, a my zyskamy środki na pokrycie kosztów prowadzenia restauracji.

Serwowanie ryb to także konkretny sposób podania i prezentacja. Sądzę, że nie ma nic lepszego niż ryba ułożona chrupiącą skórką do góry. Czasami możemy przekroić filet na pół i pokazać idealną temperaturę w środku. Jeśli smażyliśmy na maśle, upewnijmy się, że uzyskaliśmy ładny brązowy kolor. Pozwólmy mięsu odpocząć przed podaniem, aby na talerzu nie pojawiła się kałuża.

Dopełnieniem tak podanej ryby mogą być zioła. Wybierając je, warto zastanowić się czy danie ma być lżejsze, czy raczej bardziej sycające dla lepszego balansu smaków. Do okonia morskiego lub tuńczyka na ceviche czy do tataru najlepiej wybrać zioła dające poczucie świeżości, takie jak kolendra, koperek, mięta, bazyli

czy natka pietruszki. Jednak, jeśli danie będzie nieco cięższe, choćby za sprawą wykorzystanego turbotu czy jesiotra jako podstawy risotto czy dania z makaronem, warto postawić na aromatyczny rozmaryn, estragon lub tymianek.

Oczywiście co jakiś czas pojawiają się trendy, które kształtują menu wielu restauracji. Widzę, że wielu szefów kuchni zaczyna myśleć o rybach tak samo jak o czerwonym mięsie czy drobiu. To bardzo dobrze, że zaczynamy łamać zasady i stereotypy. Dzięki temu bez przeszkód możemy używać truflii, grzybów, demi glace, foie gras lub innych produktów, których do tej pory używaliśmy przeważnie do mięsa. Również nasi sommelierzy zaczynają wybierać bardzo dobre wina, które idealnie pasują do ryb. Przyrządzając konkretne gatunki, nie boimy się używać dodatków, o których nigdy wcześniej byśmy nie pomyśleli. Szefowie kuchni dostarczają kreatywne dania i pokazują nowe smaki, w miarę jak korzystają z zasobów mórz i oceanów.



MARTIN GIMENEZ CASTRO

właściciel i szef kuchni restauracji Tuna oraz Ceviche Bar w Warszawie



łososiowi rybę? Szefowie kuchni są pod tym względem największymi trendsetterami i to oni najlepiej udowadniają, że jest to możliwe. Wprowadzając pstrąga lososiowego do menu, nie tylko podążają za trendami, ale również inspirować swoich gości do sięgnięcia po tę rybę w swoich domach.



autor: Zuzanna Wójt

Analiza

RYNKU NAPOJÓW GORĄCYCH W SEKTORZE HORECA

Pobudzająca kawa, aromatyczna herbata, słodka czekolada i rozgrzewające grzańce. To pozycje, których nie może zabraknąć w karcie na nadchodzący sezon. Przedstawiamy analizę, w której przyjrzymy się, jak kształtuje się rynek napojów gorących, w jaki sposób właściciele lokali gastronomicznych mogą przygotować ofertę, która przypadnie do gustu nawet najbardziej wymagającym miłośnikom rozgrzewających smaków, a także postaramy się przybliżyć wpływ rosnącej świadomości konsumentów w zakresie jakości wybieranych produktów.

W chłodne jesienne dni trudno wyobrazić sobie przyjemniejszą chwilę niż tę spędzoną przy filiżance aromatycznej kawy lub rozgrzewającej herbaty, szczególnie w ulubionym lokalu. Smakosze nie stronią też od czekolady pitnej i grzańców. Wszystko wskazuje na to, że napoje gorące stanowią integralną część oferty na sezon jesienno-zimowy, zyskując na znaczeniu nie tylko jako element codziennej rutyny, ale i doświadczenie, z którym wiążą się wyjątkowe doznania smakowe.

Polski rynek kawy i herbaty przeszedł w ostatnich latach rewolucję, na którą wpłynęło zainteresowanie gości kawą specjalną, herbatą premium, napojami funkcjonalnymi czy alternatywnymi metodami parzenia. Nie bez znaczenia jest w tym

kontekście także zrównoważony rozwój i zmiany na globalnym rynku kawy oraz w zakresie dostępności kakao. Jakie trendy kształtują obecnie menu kawiarni i restauracji, a czego możemy spodziewać się w przyszłości?

KAWA NA ŁAWĘ

Nie ma to jak kawa. To napój, który od wieków zajmuje ważne miejsce w kulturach na całym świecie. Nie traci na popularności mimo upływu lat. Jest ceniony nie tylko

GOURMET
FOODS

napojesezonowe.pl

Dodaj do menu

rozgrzewające

Napoje Sezonowe

i zwiększ atrakcyjność
jesienno-zimowej oferty



Dowiedz się
więcej o akcji



Napoje sezonowe jesień 2024 – zima 2025 to:

16 16 autorskich
receptur prostych
do przygotowania



Niski koszt
przygotowania,
znany czas zwrotu



Znakomity smak
i wygląd dzięki
produktom premium

Zapewniamy wsparcie:



POS: menu, plakaty,
kubki, kieliszki



Pakiet rozwiązań
w cenie produktów

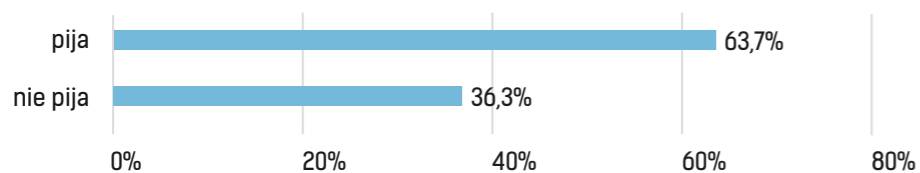


Materiały szkoleniowe
wideo i do druku

za walory smakowe, ale i właściwości pobudzające. Pokazują to liczby. Szacuje się, że rocznie, w ujęciu globalnym, wypija się nawet kilkaset miliardów filiżanek. NielsenIQ zaznacza, że wartość sprzedaży kawy wyniosła w Polsce w 2024 roku 5 422 017 339 zł, odnotowując wzrost o 5,7 proc. w stosunku do poprzedniego roku. Autorzy badania wskazują również na wzrost wolumenowy o 3,2 proc. w skali roku. Krótko mówiąc, wśród Polaków nie brakuje miłośników małej czarnej.

– Kawa pozostaje liderem wśród napojów w gastronomii, co wynika z jej kulturowego znaczenia i rosnącego zainteresowania jakością. Jest częścią codziennych rytuałów, stanowiąc nieodłączny element spotkań towarzyskich i biznesowych. Konsumenci coraz

KAWA NATURALNA (MIELONA/ZIARNISTA) – SPOŻYWANIE:

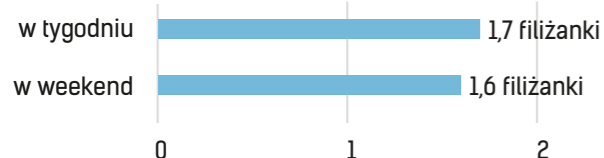


Źródło: Kantar Polska, badanie Target Group Index, 2024

bardziej doceniają nie tylko smak, ale także historię kryjącą się za filiżanką kawy, co widać w popularności kaw specjality. Rośnie zainteresowanie kawami single-origin i mikrolotami oferującymi unikalne doznania i gwarancję zrównoważonej produkcji. Wzmacnia się również trend na kawy z dodatkami funkcjonalnymi, jak grzyby, które podkreślają zdrowotne walory napoju. Coraz większą rolę odgrywają także jakościowe kawy rozpuszczalne i kapsułkowe, które zapewniają wygodę bez kompromisów w smaku. Ponadto tworzenie „coffee corner” w domu staje się popularnym sposobem na przeniesienie doświadczeń kawiarnianych do codzienności – mówi Dominik Ropela, Marketing Manager kawiarni Coffeedesk.

Zainteresowanie kawą można dostrzec także w wynikach badania TGI, przeprowadzonego przez Kantar Polska w 2024 roku, gdzie spożywanie kawy mielonej lub ziarnistej deklaruje blisko 64 proc. mieszkańców naszego kraju. W 2022 roku odsetek ten był niższy, wyniósł 63 proc. Widać zatem nieznaczny wzrost, który pokazuje stabilną pozycję kawy w upodobaniach konsumentów.

ŚREDNIA ILOŚĆ KAWY PITEJ NA MIEŚCIE



Źródło: ARC Rynek i Opinia, badanie Café Monitor, 2024

CZAS NA KAWĘ!

Ekspert podkreślają, że kawa to najczęściej wybierany napój w lokalach gastronomicznych. Została ona wskazana przez 51 proc. respondentów w badaniu przeprowadzonym przez PMR w ramach raportu „Rynek HoReCa w Polsce 2023. Analiza rynku i prognozy rozwoju na lata 2023-2028. Wpływ inflacji i wojny

w Ukrainie”. Proponując swoim gościom kawę, warto zadbać o odpowiednią jakość ziaren i stopnie wypalenia, które pozwolą na delektowanie się napojem bez względu na okoliczności. Strzałem w dziesiątkę może okazać się nawiązanie współpracy z lokalną lub regionalną palarnią, aby zapewnić zarówno smak na najwyższym poziomie, jak i jakość. To praktyka sprawdzona przez liczne kawiarnie, w których poza klasykami można spotkać ziarna wypalane przez specjalistów dążących do uzyskania niepowtarzalnego aromatu i nut smakowych oferowanych produktów. Posiadanie w menu dwóch czy trzech kaw na bazie ziaren o nietypowych właściwościach z lokalnych wypałów będzie, z pewnością, miłym zaskoczeniem. Efektem może być dodatkowy zysk i zadowolenie gości.

KAWOWE NAWYKI POLAKÓW

W jaki sposób kształtują się tendencje związane z piciem kawy w naszym kraju? Najnowsza, siedemnasta edycja badania Café Monitor, przeprowadzona w 2024 roku przez ARC Rynek i Opinia, wykazała, że Polacy nadal regularnie piją kawę na mieście, pozostając przy tym wiernym swoim przyzwyczajeniom. Co to oznacza? W tygodniu spożywają średnio 1,7 kawy poza domem, natomiast w weekendy nieco mniej – 1,6. Liczby odzwierciedlają zatem stabilność w kawowych nawykach, która utrzymuje się na podobnym poziomie od ubiegłego roku. Spożywanie większej ilości kawy w tygodniu może sugerować, że dla wielu osób to sposób na rozpoczęcie dnia lub dostarczający energii przerwę podczas wykonywania codziennych obowiązków.

Ponadto eksperci wskazują, że wzorem zeszłego roku najpopularniejszą porą do zamawiania kawy na mieście jest popołudnie, szczególnie godziny między 12:00 a 17:00. Taki stan rzeczy sugeruje, że to idealny moment na spotkania towarzyskie przy filiżance aromatycznego napoju.

Kawa to uniwersalny napój, który można wypić w drodze do pracy, idąc na zajęcia czy podczas podróży. Jakie okazje do picia kawy na mieście wskazują autorzy badania Café Monitor? Dla najliczniejszego grona respondentów główną okazją do spożywania kawy w lokalach, podobnie jak w zeszłorocznej edycji badania, jest spotkanie ze znajomymi (43 proc.). Znaczny odsetek respondentów wskazuje, jako powód, podróż prywatną (35 proc.).

Barbara Decor®

BY BARBARA LUIJCKX

MAESTRIA w sztuce
czekoladowych dekoracji

ZOBACZ NASZ
NOWY KATALOG



BARIMA®
ARTISANAL

Czekolady belgijskiej jakości
i produkty dla profesjonalistów



INSPIRACJA

AKADEMIA UMIEJĘTNOŚCI

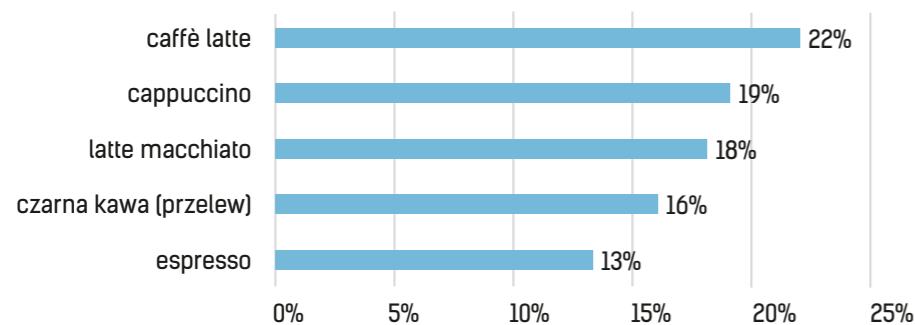
Inspirujemy
Kreujemy
Szkolimy

BARBARA LUIJCKX®
JAKOŚĆ TECHNOLOGIA DESIGN



W 2023 roku ta odpowiedź została wskazana przez 31 proc. ankietowanych, wobec tego wzrost o 4 punkty procentowe ukazuje stabilizację tej tendencji. Z kolei 26 proc. respondentów pija kawę na mieście podczas zakupów, co może wynikać z dostępności lokali serwujących kawę, które są usytuowane w dogodnej lokalizacji zarówno w galeriach handlowych, jak i w pobliżu sklepów spożywczych. Aż 25 proc. respondentów sięga po kawę, aby się zrelaksować, natomiast blisko 18 proc. osób traktuje ją jak formę wspomagacza przy budzeniu. Kawa stanowi więc napój umożliwiający zarówno odprężenie, jak i pobudzenie.

KAWY NAJCZĘŚCIEJ PITE NA MIEŚCIE – TOP 5

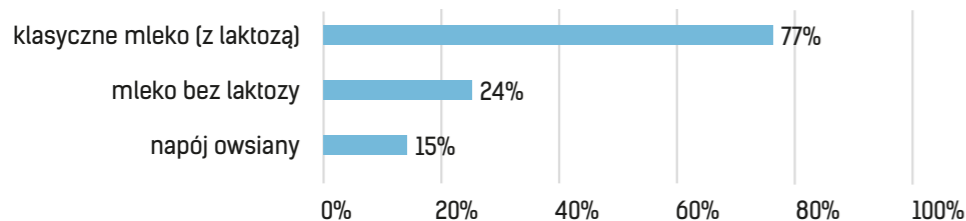


Źródło: ARC Rynek i Opinia, badanie Café Monitor, 2024

NA MIEJSCU CZY NA WYNOS?

Badanie Café Monitor ujawnia także upodobania Polaków dotyczące formy spożywania kawy na mieście. Większość badanych woli wypić kawę na miejscu, w lokalu (39 proc.), natomiast blisko 1/3 osób deklaruje, że miejsce podania kawy nie ma dla nich znaczenia, dlatego równie chętnie piją ją na miejscu, jak i na wynos (30 proc.). Spożywanie kawy na wynos to preferowana forma picia kawy przez 29 proc. badanych. Niewielkie różnice między odpowiedziami respondentów wskazują na ugruntowanie trendu. To doskonała okazja dla właścicieli restauracji i kawiarni, aby w równej mierze przykładali się do przygotowywania napojów serwowanych w lokalu, jak i tych na wynos.

NAJCZĘŚCIEJ WYBIERANE MLEKO LUB NAPÓJ ROŚLINNY – TOP 3



Źródło: ARC Rynek i Opinia, badanie Café Monitor, 2024

Warto wskazać, że czynnikiem, który wpływa na najczęściej wybraną formę picia kawy na mieście, jest wiek. Eksperti ARC Rynek i Opinia zaznaczają, że kawa na wynos cieszy się największą popularnością wśród pokolenia Z i milenijsów w wieku 25-34 lata, natomiast starsi konsumenci, szczególnie seniorzy z wyższym wykształceniem w wieku 55-65 lat zdecydowanie wolą

delektować się kawą na miejscu. Skąd ta różnica? Ogromne znaczenie mają w tym przypadku zarówno przyzwyczajenia, jak i dyspozycyjność. Przedstawiciele młodszego pokolenia często żyją w pędzie, zajmując się rozwojem kariery lub rodziną, z tego powodu łatwiej przyciągnąć ich interesującą ofertą kawy na wynos, niż tej serwowanej na miejscu. Sytuacja wygląda odwrotnie w przypadku osób po pięćdziesiątce. Mimo że większość z nich nadal jest aktywna zawodowo, preferują wypicie kawy w lokalu. Powodów takiej sytuacji można upatrywać przede wszystkim w przyzwyczajeniach i osobistych upodobaniach.

KLASYKA WCIAŻ W MODZIE

Aby przygotować ofertę, która przyniesie właścicielowi biznesu gastronomicznego wymierne korzyści, warto zwrócić uwagę na preferencje smakowe gości. Zdaniem autorów badania Café Monitor pozostają one stabilne. Wśród najchętniej wybieranych napojów nieustannie dominuje tradycja. Niekwestionowanym numerem jeden jest caffè latte wybierane przez 22 proc. respondentów. Na drugim miejscu plasuje się cappuccino wskazane przez 19 proc. uczestników badania. Podium zamyka latte macchiato z wynikiem 18 proc. W gronie kawoszy znajdziemy także wielbicieli czarnej kawy z przelewu (16 proc.). Zainteresowanie gości lokali gastronomicznych wzbudza także espresso (13 proc.), które uzyskało 2 proc. mniej głosów niż w ubiegłorocznej odsłonie badania.

Projektując kartę napojów gorących, warto także uwzględnić płeć potencjalnych odwiedzających. Jak wskazują autorzy badania Café Monitor, kobiety zdecydowanie częściej sięgają po kawy mleczne. Ponadto są one bardziej skłonne do próbowania kawowych ofert sezonowych zarówno tych letnich, jak i jesienno-zimowych. Z kolei mężczyźni częściej stawiają na mocniejsze czarne kawy, takie jak americano czy doppio.

DODATKI NA MIARĘ CZASÓW

Mimo że coraz większą popularnością cieszy się kawa bez dodatków, dominacja kaw mlecznych w preferencjach gości powoduje konieczność przemyślenia, jakie mleko oraz napoje roślinne będą dostępne w karcie. To dodatki cieszące się obecnie największym zainteresowaniem.

– Kawa w gastronomii to napój, który ewoluje. Wśród najpopularniejszych

LAVAZZA

TORINO, ITALIA, 1895

TALES of ITALY



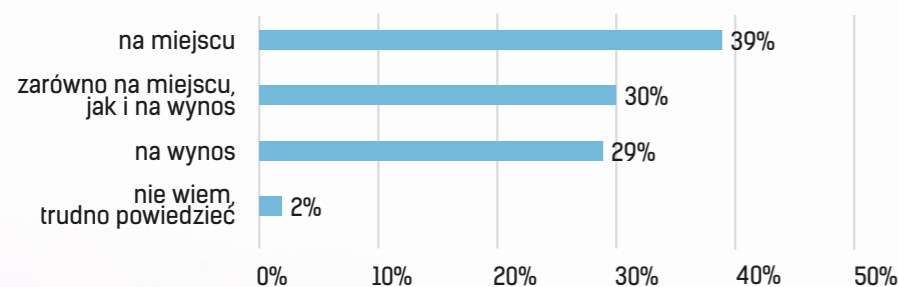
NOWA FALA WŁOSKIEGO BLENDINGU

Dla wrażenia krągłości i elegancji



opcji nadal królują te z dodatkami, a mleko, choć pozostaje na pierwszym miejscu, coraz częściej występuje w wersji bez laktozy. Dużą popularnością cieszą się również napoje roślinne, które stały się „must have” w każdym nowoczesnym menu. Napoje owsiane i migdałowe to liderzy w tej kategorii. Wzrasta jednak również zapotrzebowanie na kawy bez dodatków, szczególnie w conceptach włoskich, gdzie, według restauratorów, z którymi współpracujemy, proporcja zamówień kawa mleczna/czarna kawa to już często pół na pół. Coraz częściej lokale stawiają na kawy przelewowe (w restauracjach pojawiają się ekspresy przelewowe, by usprawnić proces) oraz alternatywne metody parzenia, jak drip, chemex czy aeropress. Nie zapominajmy także o bardziej deserowych

NAJCZĘŚCIEJ WYBIERANE FORMY PICIA KAWY NA MIEŚCIE



Zródło: ARC Rynek i Opinia, badanie Café Monitor, 2024

propozycjach, jak np. biała mocha z purée gruszkowym, która również znajdzie fanów – zaznacza Arkadiusz Domurad, główny trener Lavazza w Polsce, Grupa Orbico.

Jak wskazują wyniki badania Café Monitor, najpopularniejsze nadal jest tradycyjne mleko z laktozą, które wybiera 77 proc. respondentów. Warto mieć w ofercie także mleko bez laktozy – to wybór 24 proc. osób, które udzieliły odpowiedzi. Z kolei trzecie miejsce zajmuje napój owsiany, odnotowując największy wzrost zainteresowania w porównaniu z poprzednimi latami (15 proc.).

W 2022 roku wybór napoju roślinnego do kawy deklarowało zaledwie 5 proc. Można zatem wnioskować, że cykliczny wzrost to tendencja, która oznacza zmianę w podejściu gości do opcji roślinnych, które przestały być ciekawostką, a stały się pełnoprawną częścią oferty restauracji i kawiarni. Wiąże się to nie tylko ze zwiększonym odsetkiem osób wykluczających czy ograniczających konsumpcję mięsa i produktów odzwierzęcych, ale także z rosnącą liczbą osób preferujących smak i zróżnicowany wybór w zakresie roślinnych opcji. Choć najpopularniejszy jest napój owsiany, nic nie stoi na przeszkodzie, aby proponować gościom napój sojowy, migdałowy lub kokosowy. Wprowadzenie ich do menu może przynieść zysk oraz uznanie gości.

Przy czym, zdaniem ekspertów ARC Rynek i Opinia, należy mieć na uwadze, że roślinne alternatywy do mleka są szczególnie popularne wśród młodszych konsumentów, osób z wyższym wykształceniem oraz mieszkańców dużych miast. Może to być związane z rosnącą świadomością przedstawicieli młodszego pokolenia, a także zwiększoną dostępnością takich opcji w większych miejscowościach, gdzie na wyciągnięcie ręki są restauracje i kawiarnie o zróżnicowanej ofercie.

Z MIŁOŚCI DO HERBATY

Herbata, jako napój dostępny w ofercie lokali gastronomicznych, także cieszy się nieustannym zainteresowaniem gości. Stanowi, obok kawy, istotny element kształtujący jesienno-zimową kartę napojów, wobec tego warto wiedzieć, jakie trendy rządzą obecnie rynkiem, którego wartość wyniosła w 2024 roku 1 717 195 627 zł, osiągając 7,4 proc. wzrostu.

Ekspertki wskazują, że połowa Polaków pija herbatę codziennie, a blisko jedna trzecia spożywa ją w ciągu dnia nawet kilkakrotnie. Badanie „Handel detaliczny

produktami Food to Go w Polsce. Analiza rynku i prognozy rozwoju na lata 2023-2028. Wpływ inflacji i wojny w Ukrainie” przeprowadzone w 2023 roku przez PMR wskazuje, że herbatę na wynos wybiera aż 10 proc. respondentów.

Najbardziej cenioną przez miłośników herbacianych smaków odmianą jest herbata liściasta. Coraz więcej Polaków sięga także po wysokogatunkowe napary, poszukując nowych smaków i doceniając ich dobroczynne właściwości.

– Herbata stanowi nieodłączny element oferty gastronomicznej w sezonie jesienno-zimowym. Goście, decydując się na jej zamówienie, oczekują doświadczenia na najwyższym poziomie, dlatego zwracają uwagę nie tylko na smak, ale również na sposób parzenia i podania. Właśnie dlatego historia, którą opowiadamy jako marka Dilmah, zaczyna się na etapie menu, w którym rekomendujemy różnorodny wybór herbat i naparów. Dzięki niemu goście mogą świadomie zdecydować się na napoje, które są przygotowane zgodnie ze sztuką parzenia i podawane w porcelanie wysokiej jakości. W okresie jesienno-zimowym królują rozgrzewające napoje na bazie herbaty z dodatkami, takimi jak doskonałej jakości syropy owocowe. Celem projektu Napoje Sezonowe, w ramach którego je wprowadzamy, jest wspieranie lokali w budowaniu atrakcyjnej oferty zapewniającej zysk. Od lat pomagamy restauratorom również w tworzeniu spersonalizowanych tea menu, w których herbata komponuje się z serwowanymi potrawami – mówi Michał Oszczyk, ambasador marki Dilmah, menedżer Centrum Szkoleniowego Gourmet Foods.

W ofercie producentów nie brakuje szerokiej gamy zróżnicowanych produktów do gastronomii, jednak nie można pominąć klasyki, szczególnie odmian herbaty czarnej i zielonej. Niesłabnym zainteresowaniem gości cieszą się również herbaty smakowe, począwszy od owocowych, przez kwiatowe, na herbatach typu matcha skończywszy, dlatego w menu nie może zabraknąć m.in. herbaty jaśminowej, malinowej, cytrusowej, lawendowej, różanej z dodatkiem hibiskusa czy o smaku owoców leśnych. Popularnością cieszą się także napary na bazie rooibos czy yerba mate.

– Herbata pełni szczególną rolę w okresie jesienno-zimowym, gdy goście poszukują nie tylko nowych smaków, ale także dobroczynnych właściwości. Kluczem do sukcesu jest umiejętność doboru herbat, które podkreślą sztukę parzenia oraz trafią w gusta klientów na danym rynku. O tej porze roku najlepiej sprawdzą się te, które wzbogacą ofertę lokali dzięki idealnie skomponowanym dodatkom: herbata malinowa z miodem, cytrynowa z imbirami i miętą czy napary z pomarańczą

REKLAMA

FELLOW

Aiden Precision Coffee Maker

Rewolucyjny ekspres przelewowy



Wyłącznym dystrybutorem marki Fellow jest All Good s.a. właściciel marki Coffeedesk. Dowiedz się więcej na b2b.coffeedesk.pl



Marketing Manager firmy Levant Foods, oficjalnego dystrybutora marki Ahmad Tea London w Polsce.

Przygotowując kartę z herbatą w roli głównej, warto przemyśleć dodatki, które wyróżnią ją spośród innych lokali. Doskonale sprawdzą się zarówno owoce, w tym cytryny, pomarańcze, mango, brzoskwinie, jak i dodatki podkreślające smak naparu, takie jak goździki, płatki róży, kardamon, cynamon, skórki cytrusowe oraz owoce kandyzowane. W sam raz na chłodniejsze dni mogą okazać się natomiast bogate w smak herbaty z dodatkiem konfitury wiśniowej lub różanej, a także te z syropem malinowym i miodem.

Serwując gościom herbatę, należy także przyłożyć wagę do prezentacji. Sposób podania jest w tym przypadku niemal tak samo ważny jak smak. Doskonale sprawdzą się eleganckie filiżanki lub dzbanki z zaparaczami, które pozwolą na uzyskanie naparu najwyższej jakości z zachowaniem odpowiedniej temperatury.

Herbata to dla wielu Polaków nieodłączny element dnia. To napój, który nie traci na popularności, biorąc pod uwagę ugruntowaną pozycję herbaty w polskiej tradycji kulinarnej, szczególnie w okresie jesienno-zimowym.

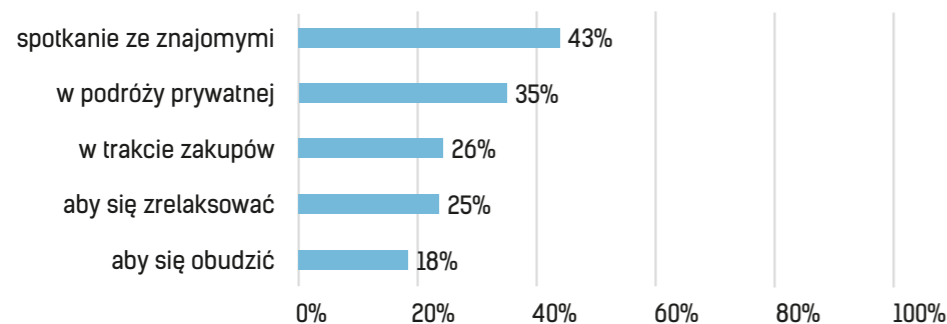
ROZGRZEWAJĄCA SŁODYCZ I AROMATYCZNE GRZAŃCE

Chłodniejsze dni są okazją do poszukiwania napojów, które nie tylko rozgrzeją, ale także zapewnią zapadające w pamięć doznania smakowe, dlatego przy komponowaniu jesiennej karty warto uwzględnić także czekoladę pitną oraz grzańce.

– Wprowadzenie gorącej czekolady do oferty jesienno-zimowej to doskonały pomysł, jednak często jest spalony już na starcie. Dlaczego? Nie każda czekolada nadaje się do picia i nie każda prezentuje odpowiedni poziom. Uważam, że najlepszym wyborem jest czekolada Saskia, która, oferując doskonały smak oparty na produktach naturalnego pochodzenia, świetnie łączy się dodatkami. Jeden produkt zapewnia możliwość wielu propozycji podania w menu np. z bitą śmietaną, syropami smakowymi czy chili. Pamiętajmy, że czekolada lepiej prezentuje się i sprzedaje, gdy jest odpowiednio wyeksponowana, dlatego warto sięgnąć po profesjonalne urządzenia. Od tego roku wprowadzamy do oferty mieszalniki do gorącej czekolady produkowane specjalnie dla naszej firmy.

i goździkiem. Każda z nich rozgrzewa, wspomagając odporność. Miłośnikom herbacianych wariacji polecam także czarną herbatę z kwiatem lipy i cytryną, zieloną z jaśminem i jagodami goi, rooibos z pomarańczą i cynamonem oraz oolong z wanilią i goździkami. Herbata coraz częściej staje się nie tylko częścią menu, ale i wyjątkowym doświadczeniem, które przyciąga gości i buduje atmosferę – mówi Małgorzata Wesołowska-Rucińska,

OKAZJE PICIA KAWY NA MIEŚCIE – TOP 5



Źródło: ARC Rynek i Opinia, badanie Café Monitor, 2024

Dzięki temu możemy zaproponować niskie ceny za wysokiej jakości urządzenia – zaznacza Mariusz Bałut, właściciel firmy Saskia.

W przypadku aromatycznych czekolad na gorąco należy również wziąć pod uwagę sposób podania. Dekoracja jest równie ważna jak smak, a czekolada pitna może stać się pełnoprawnym deserem, zapewniającym unikalne wrażenia smakowe.

– To dekoracja „sprzedaje ciasteczko” czy deser, a design całości przyciąga oko. Barbara Borowicz, współzałożycielka firmy Barbara Luijckx, pragnęła, aby „proste formy zmieniały się w dzieła sztuki.” To możliwe dzięki stworzonym przez nas dekoracjom z wysokiej jakości czekolady, której szlachetny smak w połączeniu z oryginalnymi, przyciągającymi wzrok wzorami stanowi przepis na sukces. Podczas Kongresu Szeffów Kuchni zaprezentujemy najnowszy katalog Barbara Decor No. 7 i nasze czekoladowe nowości. Myślę, że szefów kuchni zainteresują nowe ażurki Floral, dekoracje Paleo czy Meso. Wszystkie wpisują się w trendy minimalistycznych, organicznych kształtów inspirowanych naturą. Na Halloween, coraz częściej celebrowane w restauracjach, proponujemy Duchy, Czaszki i Dynie, które dodadzą wyjątkowego charakteru serwowanym deserom. W katalogu Barbara Decor No. 7 nasi klienci znajdą mnóstwo pięknych aranżacji oraz bogaty wybór dekoracji. Zapraszamy do świata pełnego cukierniczych inspiracji – podkreśla Paulina Borowicz-Hardeman, Marketing & Product Development Director w firmie Barbara Luijckx.

Warto również przygotować ofertę grzańców. Sprawdzą się zarówno te w tradycyjnej odsłonie na bazie grzanego wina z pomarańczą, miodem, kardamonem, goździkami lub anyżem,

jak i napoje oparte na cydrze lub piwie z przyprawami korzennymi i smakowymi syropami. Nic nie stoi na przeszkodzie, aby pojawiły się także propozycje bezalkoholowe na bazie alkoholu typu 0 proc. lub z wykorzystaniem herbaty.

Podsumowując, na kształt rynku napojów gorących wpływają preferencje gości, którzy, odwiedzając lokale gastronomiczne, poszukują produktów wysokiej jakości oraz różnorodnych smaków zapewniających unikalne doświadczenia kulinarne. Ponadto eksperci wskazują, że wiele nawyków Polaków pozostaje stabilnych. Mimo to nie brakuje nowych trendów. Napoje gorące niezmiennie stanowią istotny element menu na sezon jesienno-zimowy, odgrywając ważną rolę w polskiej kulturze kulinarnej.

Tekst powstał we współpracy z:



KANTAR

PMR MARKET EXPERTS

NielsenIQ

REKLAMA

POZWÓL SOBIE NA
AH... MOMENT!



autor: Katarzyna Arendarczyk

Karta deserów

BEZ TAJEMNIC

Pachnąca szarlotka, błyszczący ganache, rozplywający się w ustach mus. Każdy cukiernik ma swój własny przepis na deser idealny, jednak zasady tworzenia karty pozostają identyczne – ma być pięknie i ze smakiem!

Desery stanowią nieodłączny element menu lokali gastronomicznych. Nie powinny być pomijane ani dodawane jakby od niechcienia. W końcu to idealne dopełnienie dań przygotowanych przez szefa kuchni, które przekłada się na całe doświadczenie gościa. To, krótko mówiąc, zwieńczenie posiłku. Przyłóżmy się do niego. Warto zatem, abyśmy pamiętali, że liczy się nie tylko pierwsze wrażenie, ale także zakończenie. Jak sprawić, żeby goście opuszczający mury naszego lokalu długo jeszcze wspominali zamówiony deser z uśmiechem na twarzy?

Pierwszą kwestią, którą należy przemyśleć przy tworzeniu karty deserów, jest grupa docelowa. Przygotowując ją, musimy zastanowić się, do jakiego klienta chcemy dotrzeć i jakim gościom jest ona

dedykowana. W tym celu warto skupić się na profilu naszego lokalu. Deserowe pozycje powinny być dobrane przede wszystkim do niego. Określone desery sprawdzą się w kawiarni, inne w restauracji, a jeszcze inne w restauracji hotelowej czy w niewielkim bistro.

W przypadku kawiarni doskonałym rozwiązaniem jest dopasowanie oferty deserów do karty napojów serwowanych na ciepło, w tym kawy, herbaty i innych pozycji, których nie może zabraknąć

Wesołych Świąt





w czasie jesiennych chłódów. Przygotowując deserowe menu, warto na bieżąco reagować na trendy. W sieci panuje szal na pistację? Warto przygotować choćby jeden deser, który będzie odpowiedzią na to szaleństwo. Goście pytają o croissanty z lodami? Oznacza to, że stała karta raczej nie będzie najlepszym rozwiązaniem. Strzałem w dziesiątkę może za to okazać się klasyka. Pachnące ciasta, poczynając od szarlotki, poprzez sernik, na babce skończywszy. W sam raz na wspólne wyjście na kawę!

Jeżeli chcemy opracować kartę deserów do restauracji, to musimy pamiętać o najważniejszym – deser jest ostatnim elementem degustacji, co za tym idzie, musi być świetnie przemyślany i dobrany do całego menu. Ważne, aby tworzył z daniami spójną całość, która nie przesyca gościa, lecz będzie miłym zakończeniem, a pobyt w naszej restauracji będzie chwilą wartą zapamiętania.

Restauracja restauracji nierówna, dlatego zastanówmy się teraz nad deserami do karty restauracji o profilu fine dining. Tym, co od razu przychodzi na myśl, są desery talerzowe, czyli takie, które składają się z wielu, często wyselekcjonowanych, elementów. To zazwyczaj bardzo eleganckie propozycje, które pokazując sztukę cukiernika, zachwycają zarówno smakiem, jak i formą. Nic dziwnego, w końcu gość takiego lokalu zazwyczaj przychodzi z nastawieniem, że chce spróbować czegoś nowego. Obejmuje to nie tylko smak, ale i sposób podania czy prezentacji. Kawalek ciasta z dodatkiem świeżych owoców i bitej śmietany, mimo że świetnie sprawdzi się w kawiarni, w tym przypadku może nie wystarczyć. Nie oznacza to jednak, że powinniśmy rezygnować z klasycznych propozycji! Doskonałym rozwiązaniem, a przy tym naprawdę

zaskakującym, jest podanie klasyki w wersji rozłożonej na czynniki pierwsze. W takim przypadku nawet nietypowe, kreatywne podanie sernika może spowodować u gościa „efekt wow”.

Forma to jednak nie wszystko, liczy się przede wszystkim dobór smaku. Ile smaków uwzględnić w jednym deserze? Myślę, że dwa lub trzy smaki wystarczy, aby przygotować coś ciekawego. Większa liczba może wprowadzić chaos i w efekcie gość nie wyczuje tego, co je. Nie marnujmy produktów do deserów, w których składniki będą niewyczuwalne. Przemyślane zarządzanie zasobami pozwoli nam opracować kartę, która będzie nie tylko efektowna, ale i opłacalna, a ostatecznie przyniesie zysk. Poza tym powinniśmy pamiętać, że desery tworzymy dla gości, dlatego szalone eksperymenty lepiej odłożyć na inną okazję. W tym przypadku lepiej nie kombinować ze zwiariowanymi połączeniami smakowymi. Sprawdza się tu zasada, zgodnie z którą goście wybiorą to, co znają. A co znają i lubią?

Obecnie bardzo modna jest pistacja. Może być podawana na wiele sposobów,

poczynając od wypieków, poprzez lody, na eleganckich deserach talerzowych skończywszy. Smaki, które cieszą się sporym zainteresowaniem, to także wiśnia, czekolada mleczna, deserowa, jabłko, truskawka, malina. To właśnie po nie goście przychodzą i z przyjemnością wracają. Oczywiście, to bezpieczny wybór, który ktoś może uznać za nudny albo oklepany. Nic nie stoi jednak na przeszkodzie, aby przygotować coś ciekawego, nie odchodząc daleko od klasyki. Sprawdza się połączenie jabłka z egzotycznym smakiem grawioli lub odświeżającym yuzu. Kolejnym przykładem jest truskawka. Kto jej nie lubi! Co powiecie na kompozycję opartą na truskawce z marzanką wodną? A może deser truskawkowo-lawendowy? Do dyspozycji mamy także połączenie wiśni z czekoladą deserową podane w niestandardowej formie – dawniej klasyka, dziś połączenie, która odkrywamy na nowo. To opcja, która zachwyci przede wszystkim miłośników klasyki poszukujących odmiany z uwzględnieniem bezpiecznych smaków. Przygotowując deser z czekoladą, pamiętajmy, żeby nie używać jej zbyt wiele, aby ciężarem nie przytłoczyła całości. Jeśli deser będzie zbyt sycący, gość raczej nie skusi się na dodatkowe zamówienie, choćby na wynos.

Zachowanie odpowiednich proporcji to kolejna kwestia, której nie można pominąć, licząc na kartę, która przypadnie do gustu gościom, a jednocześnie zapewni satysfakcjonujący zysk.

Przemyślana forma, odpowiednio dobrany smak. Pora na prezentację! To ważny aspekt, ponieważ w pierwszej kolejności „jemy oczami”. Widać ogromny wpływ trendów, które pchają nas, cukierników, w kierunku tworzenia deserów, które będą nie tylko smaczne, ale i pięknie wypadną na zdjęciach. Obecnie panuje moda na prostotę i klasykę. Pamiętajmy jednak, że estetyka nie powinna przyćmić smaku.

Przygotowując kartę, warto mieć także na uwadze gości na dietach wegańskich i z nietolerancjami. Coraz więcej osób pyta o desery bez laktozy, glutenu czy wegańskie opcje, dlatego warto, abyśmy mieli w karcie przynajmniej jedną pozycję, która spełni ich oczekiwania.

Dużą rolę w budowaniu karty deserów odgrywa także zainteresowanie zdrowym stylem życia i troską o środowisko. Pojawia się zainteresowanie słodkimi przekąskami

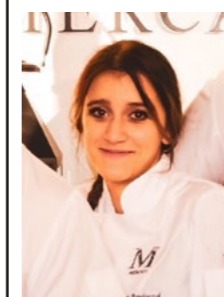
w wersji fit lub z mniejszą zawartością cukru z wykorzystaniem bezcukrowych zamienników i tzw. superfoods.

Podsumowując, mimo że nowoczesne cukiernictwo bazuje na klasyce, nie brakuje nowinek i ciekawych pomysłów. Trendem, który od kilku lat nie wychodzi z mody, jest odkrywanie na nowo tradycyjnych przepisów. Receptury z dawnych lat cieszą się zainteresowaniem gości, przenosząc ich do beztrudnego dzieciństwa: smaku przyrządzanego przez babcię sernika, aromatycznej szarlotki z cynamonem, która była popisowym ciastem mamy czy cioci.

Nowoczesne cukiernictwo to również desery talerzowe, które zachwycają formą, kładąc nacisk na prezentację i smak. Ważne, aby maksymalnie wykorzystać potencjał produktów, które mamy do dyspozycji.

Karta deserów stanowi także odbicie trendów związanych z najpopularniejszymi smakami. Niekwestionowaną królową jest w tym przypadku pistacja. Choć nie należy do najtańszych produktów, uwzględniając ogromne zainteresowanie gości wypiekami czy słodkościami z nią w roli głównej, nie można jej pominąć. To trend, który się opłaca! Warto na bieżąco śledzić, co dzieje się w branży, aby nie ominęła nas żadna godna uwagi tendencja.

Ponadto cukiernictwo na miarę 2024 roku uwzględni także zagadnienia związane ze zrównoważonym rozwojem. Przygotowując kartę deserów należy wziąć pod uwagę nie tylko smak lub estetykę, ale także troskę o środowisko. To m.in. efektywne zarządzanie wodą, niemarnowanie produktów oraz coraz częstsze sięganie po opcje roślinne, zmierzając do osiągnięcia tzw. czystej etykiety. Dbając o jakość oferowanych deserów, cukiernicy wdrażają innowacyjne rozwiązania, które sprzyjają rozwojowi i minimalizacji negatywnego wpływu na planetę.



KATARZYNA ARENDARCZYK
cukiernik
w restauracji
Mercato i hotelu
Hilton w Gdańsku



Najlepsza gorąca czekolada
dla kawiarni i restauracji!

CHOCOLATE
Preparation for hot cocoa instant drink



www.saskia.pl
e-mail: biuro@saskia.pl
tel. 790 205 905



angażowania dużej liczby pracowników do czasochłonnego mycia ręcznego.

Nowoczesne zmywarki automatyczne, takie jak modele z funkcjami mycia i suszenia w jednym cyklu, są w stanie zmywać naczynia, sztućce i szkło w bardzo krótkim czasie, co jest szczególnie ważne w kuchniach o dużym natężeniu pracy. Przykładem są zmywarki tunelowe i kapturowe, które mogą obsłużyć setki naczyń w ciągu godziny, zapewniając równocześnie wysoki standard higieny. Kolejną innowacją są roboty do zmywania, które obsługują bardziej wymagające zadania, takie jak mycie dużych garnków i patelni sprawiających problemy tradycyjnym zmywarkom.

Zalety automatyzacji w zmywaniu naczyń są liczne. Po pierwsze oszczędność czasu jest ogromna – automatyczne zmywarki pracują szybciej i wydajniej niż ludzie, co pozwala na bardziej efektywne zarządzanie personelem. Z kolei redukcja kosztów pracy wynika z mniejszego zapotrzebowania na pracowników, co jest szczególnie istotne w czasach rosnących kosztów zatrudnienia. Automatyzacja poprawia również efektywność energetyczną i zużycie wody dzięki zaawansowanym technologiom, które optymalizują każdy cykl zmywania.

TECHNOLOGIE ZMYWANIA EKOLOGICZNEGO

W ostatnich latach rośnie znaczenie zrównoważonego rozwoju i ekologii w branży gastronomicznej, co wpływa również na technologie zmywania. Wzrost świadomości ekologicznej oraz potrzeba redukcji negatywnego wpływu na środowisko skłaniają restauracje i inne profesjonalne kuchnie do wdrażania rozwiązań, które zmniejszają zużycie zasobów naturalnych. Ekologiczne podejście do zmywania staje się nie tylko trendem, ale również koniecznością dla wielu przedsiębiorstw, które chcą działać odpowiedzialnie.

Jednym z kluczowych rozwiązań są nowoczesne zmywarki o niskim zużyciu wody i energii. Te zaawansowane technologicznie urządzenia są projektowane tak, aby minimalizować ilość wykorzystywanej wody na każdy cykl zmywania, często dzięki zastosowaniu inteligentnych systemów zarządzania wodą, które optymalizują proces na podstawie liczby i rodzaju naczyń. Nowoczesne zmywarki są dodatkowo wyposażone w energooszczędne grzałki i systemy odzyskiwania ciepła, które znacznie zmniejszają zużycie energii w porównaniu z tradycyjnymi urządzeniami.

Systemy filtracji i recyklingu wody stanowią kolejny ważny element ekologicznych technologii zmywania. Zmywarki wyposażone w zaawansowane systemy filtracji są w stanie oczyszczać wodę używaną w procesie zmywania, co pozwala na jej ponowne wykorzystanie w kolejnych cyklach. Dzięki temu zmniejsza się całkowite zużycie wody, co ma bezpośredni wpływ na obniżenie kosztów operacyjnych. Mniejsze zużycie wody i energii przekłada się na zmniejszenie śladu węglowego, co jest istotne z punktu widzenia ochrony środowiska.

Zastosowanie tych technologii ma również pozytywny wpływ na finanse przedsiębiorstw gastronomicznych. Niższe rachunki za wodę i energię, a także mniejsze zużycie detergentów, przekładają się na obniżenie kosztów operacyjnych. W dłuższej perspektywie inwestycja w ekologiczne zmywarki i systemy filtracji przynosi wymierne korzyści zarówno środowiskowe, jak i ekonomiczne.

Nr 5526

ZESTAW DO MYCIA WSTĘPNEGO Z BATERIĄ

Kondensacja technologii i ergonomii w służbie profesjonalistom!

- **Wysoka wytrzymałość:** bateria z chromowanego mosiądzu, wyposażona we wzmacnione mocowania niezbędne przy intensywnym użytku w kuchni profesjonalnej.
- **Niezawodność:** bateria wyposażona w mechanizmy odporne na wysoką temperaturę wody, która w kuchni profesjonalnej może dochodzić do 90°C.
- **Komfort użytkownika:** 3-strumieniowa wylewka, ergonomiczny uchwyt.
- **Higiena:** bateria i wąż gładkie wewnątrz bez chropowatości. Antyosadowy dyfuzor.

DELABIE, ekspert w dziedzinie **armatury i urządzeń sanitarnych do budynków użyteczności publicznej**, projektując designerskie gamy zrównoważonych produktów o wysokiej wydajności, wpisuje się w trend oszczędności wody i energii.

Więcej informacji na delabie.pl

autor: Marcin Kurek

Nowoczesne TECHNOLOGIE ZMYWANIA W PROFESJONALNYCH KUCHNIACH

Efektywne zmywanie w profesjonalnych kuchniach jest kluczowe dla utrzymania wysokiej jakości usług gastronomicznych, zapewnienia higieny oraz spełnienia rygorystycznych standardów sanitarnych. W branży, gdzie czas i precyzja są na wagę złota, ważną rolę w optymalizacji pracy, zmniejszaniu kosztów oraz poprawie bezpieczeństwa żywności odgrywają nowoczesne technologie zmywania.

Historia technologii zmywania w gastronomii pokazuje znaczący postęp, począwszy od zmywania ręcznego, poprzez mechaniczne zmywarki, aż po zautomatyzowane systemy zmywania, które znamy dzisiaj. Nowoczesne urządzenia łączą zaawansowane funkcje, takie jak redukcja zużycia wody i energii z innowacjami w dziedzinie dezynfekcji i integracji ze smart technologiami.

Celem artykułu jest omówienie najnowszych rozwiązań technologicznych w zmywaniu oraz ich wpływu na efektywność pracy w kuchniach profesjonalnych. Przedstawione zostaną korzyści, wyzwania i trendy, które kształtują przyszłość branży gastronomicznej.

AUTOMATYZACJA TO PODSTAWA

Automatyzacja zmywania w profesjonalnych kuchniach rewolucjonizuje sposób zarządzania codziennymi operacjami, znacznie usprawniając procesy związane z utrzymaniem czystości naczyń i sprzętów kuchennych. Dzięki wprowadzeniu automatycznych zmywarek oraz robotów do zmywania, kuchnie mogą pracować wydajniej bez konieczności

INNOWACYJNE SYSTEMY DEZYNFEKCJI

Dezynfekcja odgrywa kluczową rolę w gastronomii, gdzie spełnienie rygorystycznych standardów sanitarnych jest niezbędne do zapewnienia bezpieczeństwa żywności. W profesjonalnych kuchniach czystość i higiena są priorytetem, ponieważ brak odpowiedniej dezynfekcji może prowadzić do kontaminacji bakteryjnej, chorób przenoszonych przez żywność i potencjalnych strat finansowych wynikających z sankcji sanitarnych. Nowoczesne technologie dezynfekcji pomagają utrzymać najwyższe standardy higieny, minimalizując ryzyko zakażeń.

Wśród nowoczesnych technologii dezynfekcji wyróżniają się metody, takie jak dezynfekcja parą, promieniami UV oraz środkami chemicznymi o niskim wpływie na środowisko. Dezynfekcja parą wykorzystuje wysoką temperaturę, która skutecznie zabija bakterie, wirusy i grzyby bez użycia agresywnych środków chemicznych, co czyni ją ekologiczną i bezpieczną dla personelu. Promieniowanie UV działa poprzez uszkodzenie materiału genetycznego mikroorganizmów, co prowadzi do ich eliminacji. Jest to szybka metoda, idealna do dezynfekcji powierzchni, wody i powietrza, choć wymaga odpowiedniego zabezpieczenia przed bezpośrednim kontaktem z ludźmi.

W porównaniu do tradycyjnych metod, takich jak użycie silnych środków chemicznych, nowoczesne technologie dezynfekcji oferują większą skuteczność i są bardziej przyjazne dla środowiska. Tradycyjne środki często zawierają chlor lub inne agresywne substancje, które mogą pozostawiać szkodliwe pozostałości i wpływać negatywnie na zdrowie pracowników oraz środowisko. Nowoczesne środki chemiczne, takie jak biodegradowalne detergenty i środki dezynfekujące na bazie naturalnych składników, oferują skuteczność porównywalną z konwencjonalnymi produktami, ale bez ich negatywnych skutków ubocznych.

ZMYWARKI INTELIGENTNE: INTEGRACJA IOT I AI

Integracja Internetu Rzeczy (IoT) i sztucznej inteligencji (AI) w zmywarkach rewolucjonizuje zarządzanie procesem zmywania w profesjonalnych kuchniach, wprowadzając nowy poziom automatyzacji i kontroli. IoT pozwala na zdalne połączenie urządzeń z siecią, umożliwiając monitorowanie, analizowanie i sterowanie zmywarkami w czasie rzeczywistym. Z kolei AI umożliwia przetwarzanie danych i podejmowanie decyzji, co prowadzi do optymalizacji procesów zmywania i zwiększenia efektywności operacyjnej.

Inteligentne zmywarki obejmują modele wyposażone w zaawansowane systemy monitoringu i zdalnej diagnostyki. Te urządzenia mogą monitorować zużycie wody, energii i detergentów, dostarczając szczegółowych danych w czasie rzeczywistym na temat pracy urządzenia. Dzięki temu możliwe jest natychmiastowe wykrywanie problemów i zapobieganie usterkom, co minimalizuje ryzyko przestojów. Zdalna diagnostyka umożliwia technikom zdalne rozwiązywanie problemów lub planowanie konserwacji w oparciu o rzeczywiste potrzeby urządzenia, co znacznie skraca czas reakcji na awarie i zmniejsza koszty serwisowania.

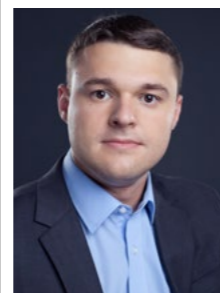
Tym samym optymalizacja zużycia detergentów i innych zasobów pomaga zmniejszyć koszty operacyjne, co jest istotne dla każdej profesjonalnej kuchni. Systemy AI potrafią analizować, ile detergentu jest potrzebne w zależności od stopnia zabrudzenia naczyń, co zapobiega nadmiernemu zużyciu środków czyszczących. Korzyści zapewnia także przewidywanie usterek na podstawie analizy danych. Proaktywne planowanie konserwacji zmniejsza ryzyko awarii i wydłuża żywotność sprzętu. Ponadto

monitorowanie efektywności urządzenia pozwala menedżerom na bieżąco śledzić wydajność zmywarki i dostosowywać jej ustawienia do potrzeb, co przyczynia się do poprawy jakości obsługi.

Dodatkowo zaawansowane algorytmy mogą uczyć się na podstawie zebranych danych, aby dostosowywać cykle mycia do specyficznych wymagań kuchni, co przekłada się na skrócenie czasu pracy i zwiększenie liczby obsługiwanych naczyń. Inteligentne zmywarki mogą integrować się z innymi systemami zarządzania kuchnią, umożliwiając pełną automatyzację procesów i lepsze zarządzanie zasobami w skali całego przedsiębiorstwa. Taka integracja pozwala na tworzenie bardziej zrównoważonych i ekologicznych rozwiązań, które minimalizują wpływ na środowisko poprzez redukcję zużycia wody i energii.

Nowoczesne technologie zmywania w profesjonalnych kuchniach przynoszą korzyści, w tym zwiększoną efektywność pracy, redukcję kosztów operacyjnych oraz lepsze standardy higieny. Automatyzacja, ekologiczne zmywarki i inteligentne systemy zarządzania zmywaniem pozwalają na oszczędność wody, energii i detergentów, jednocześnie minimalizując wpływ na środowisko. Innowacje te wpływają pozytywnie na rentowność gastronomii, obniżając koszty eksploatacji i podnosząc jakość obsługi.

Innowacyjne rozwiązania sprzyjają zrównoważonemu rozwojowi, umożliwiając restauracjom spełnienie standardów ekologicznych oraz zwiększenie odpowiedzialności środowiskowej. Jednak wyzwaniem pozostają wysokie koszty inwestycji początkowych oraz konieczność przeszkolenia personelu do obsługi nowych technologii. Przyszłość sektora zmywania będzie kształtować się wokół dalszej automatyzacji, integracji z AI oraz rozwijania bardziej ekologicznych i energooszczędnych rozwiązań, co przyczyni się do jeszcze większej optymalizacji procesów i podniesienia standardów w gastronomii.



PROF. DR. HAB. MARCIN KUREK
Katedra Techniki i Projektowania Żywności, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

autor: Agnieszka Jasińska, Kulinarne Nawigacje

Olej rzepakowy

W KUCHNI MOLEKULARNEJ: ZDROWIE I INNOWACJA NA TALERZU

Kuchnia molekularna to jedno z najciekawszych i najbardziej innowacyjnych podejść do gotowania, które w ostatnich latach zyskuje coraz większą popularność w branży HoReCa. W tej nowoczesnej dziedzinie kulinarnej, tradycyjne składniki zostają przekształcone w zupełnie nowe formy i tekstury, a techniki takie jak żelifikacja, emulsjonowanie czy sferyfikacja otwierają drzwi do nieskończonych możliwości twórczych. Choć mogłoby się wydawać, że tłuszcze odgrywają tutaj marginalną rolę, to właśnie olej rzepakowy rafinowany – dzięki swoim właściwościom odżywczym i technologicznym – staje się kluczowym składnikiem, który doskonale współgra z tym nowoczesnym podejściem.

WARTOŚCI ODŻYWCZE OLEJU RZEPAKOWEGO W KUCHNI MOLEKULARNEJ

Olej rzepakowy to jeden z najzdrowszych tłuszczów roślinnych, bogaty w kwasy tłuszczowe omega-3 i omega-6, a także witaminę E. Dzięki swojej niskiej zawartości tłuszczów nasyconych (zaledwie 7%), olej rzepakowy przyczynia się do obniżenia poziomu złego cholesterolu (LDL) i wspiera zdrowie układu sercowo-naczyniowego.

W kuchni molekularnej, gdzie kładzie się nacisk na eksperymentowanie z teksturami i smakami, olej rzepakowy znajduje swoje miejsce jako stabilny, neutralny nośnik aromatów i tłuszczu, który nie zakłóca delikatnych smaków innych składników. Jego właściwości odżywcze dodają zdrowotną wartość do dań, które mogą wyglądać niezwykle nowocześnie, ale jednocześnie pozostają pożywne i korzystne dla zdrowia gości.

NOWOCZESNE ZASTOSOWANIA OLEJU RZEPAKOWEGO W KUCHNI MOLEKULARNEJ

Emulsje i pianki – lekkość na talerzu

Emulsje są jedną z podstawowych technik w kuchni molekularnej, a olej rzepakowy rafinowany doskonale nadaje się do ich przygotowywania. Jego stabilność oraz lekka konsystencja pozwala na tworzenie delikatnych sosów i emulsji, które mogą stać się kluczowym elementem kreatywnego dania. Dzięki neutralnemu smakowi, olej nie przytłacza

pozostałych składników, co jest szczególnie ważne w daniach, gdzie złożoność smaku i tekstury odgrywa istotną rolę.

Przykładem może być emulsja z cytrusów i oleju rzepakowego, idealnie komponująca się z delikatnymi owocami morza lub białymi rybami. Innym interesującym rozwiązaniem jest tworzenie pianek na bazie oleju rzepakowego – za pomocą lecytyny sojowej – które dodają daniom lekkości i ciekawej struktury.

Żelifikacja z olejem rzepakowym

Żelifikacja to technika, która pozwala zamieniać płyny w żel, tworząc niecodzienne tekstury. Olej rzepakowy może być używany w połączeniu z agar-agar lub żelatyną do tworzenia żelek o wyjątkowych smakach. Na przykład, delikatne żelki na bazie oleju rzepakowego z dodatkiem esencji cytrynowej mogą być używane jako oryginalne dodatki do sałatek lub dań mięsnych.

Innym interesującym zastosowaniem oleju rzepakowego w żelifikacji jest przygotowywanie „kawioru” – małych kuleczek o płynnej konsystencji wewnątrz, które eksplodują w ustach. Olej rzepakowy dzięki swojej neutralności może być bazą do przygotowywania sferyfikowanych kuleczek o różnych smakach, np. cytrusowych lub ziołowych, które dodają finezji każdemu danu.

Edukacja klientów

Kuchnie restauracyjne mogą również wykorzystać olej rzepakowy jako element edukacji swoich gości, informując ich o korzyściach zdrowotnych tego tłuszczu. Przy



zastosowaniach w nowoczesnych technikach, takich jak emulsjonowanie, sferyfikacja czy pianki, można podkreślać nie tylko walory smakowe, ale i prozdrowotne, co zwiększa świadomość gości i buduje reputację restauracji jako miejsca dbającego o zdrowie.

Olej rzepakowy rafinowany to składnik, który idealnie wpisuje się w nowoczesne trendy kulinarne, szczególnie w kuchni molekularnej. Jego wszechstronność, neutralny smak oraz wartości odżywcze czynią go nieocenionym w restauracjach, które chcą łączyć innowację z dbałością o zdrowie gości.

#FUNDUSZE PROMOCJI

Menedżer

DO ZADAŃ SPECJALNYCH

Aby odnieść sukces w branży gastronomicznej, gotowanie na wysokim poziomie może nie wystarczyć. Liczy się także efektywne zarządzanie. Jakie strategie pomogą rozwinąć biznes, motywując zespół? Menedżer do zadań specjalnych potrzebny od zaraz!

Menedżer restauracji pełni wiele funkcji, a jego rola jest nieoceniona w prawidłowym funkcjonowaniu lokalu. Stanowiąc ważne ogniwo łańcucha relacji w branży gastronomicznej, odpowiada przede wszystkim za koordynację codziennych operacji – zarządzanie personelem, zapewnienie płynności działań w kuchni i na sali, kontrolę jakości potraw oraz obsługi. Ponadto nadzoruje zamówienia, kontroluje koszty, zarządza budżetem i monitoruje zapasy. Do jego zadań należy również dbanie o wizerunek restauracji oraz kontakt z gośćmi, w tym reagowanie na ich potrzeby i rozwiązywanie ewentualnych problemów.

Kluczowe są zatem umiejętności zarządzania ludźmi, jednak liczy się także empatia, elastyczność i umiejętność podejmowania szybkich decyzji. Skuteczny menedżer musi być komunikatywny, ponadto powinien mieć umiejętność rozwiązywania problemów oraz pracy pod presją. Ważne są również zdolności analityczne – monitorowanie wyników, zarządzanie kosztami i kontrola marży. Prowadząc firmę V4B.pl, która pomaga w rozwoju przedsiębiorstw, wiem, że podstawą jest znać rzetelny wynik finansowy, który pozwala na analizę firmy w czasie rzeczywistym i podejmowanie natychmiastowych działań. Wspieramy menedżerów w codziennych działaniach, aby mogli wyjść z biura na salę, gdzie tworzy się biznes.

Szybkość działania stanowi niezbędny aspekt również w koordynowaniu pracy zespołu, szczególnie w zakresie rozwiązywaniu sytuacji konfliktowych i zarządzania harmonogramem. Pamiętajmy, że zespół w gastronomii to mieszanka różnych osobowości, więc kluczem do sukcesu jest umiejętność budowania relacji oraz stworzenie

atmosfery współpracy. Ważne jest, aby jasno komunikować oczekiwania i wyznaczać odpowiednie cele, tu bardzo dobrze sprawdzają się plany stanowiskowe i plany działania.

Przykładem skutecznego zarządzania grupą pracowników jest wprowadzenie regularnych spotkań zespołu np. pod koniec tygodnia. Każdy pracownik ma możliwość wyrażenia swoich sugestii oraz omówienia ewentualnych problemów. Taka otwarta komunikacja pomaga unikać nieporozumień na bieżąco. W sytuacjach konfliktowych proponuje stosować metodę mediacji – menedżer organizuje indywidualne rozmowy z każdą ze stron, a następnie odbywa się wspólne spotkanie, aby znaleźć rozwiązanie, które zadowoli wszystkich.

Jeśli chodzi o zarządzanie harmonogramem, kluczowa jest elastyczność. Jedna z sieci kawiarni wprowadziła system, w którym pracownicy, za pomocą aplikacji, mogą zgłaszać z wyprzedzeniem swoje preferencje dotyczące zmian. Dzięki temu menedżerowie starają się jak najlepiej dopasować grafiki, biorąc pod uwagę zarówno potrzeby pracowników, jak i wymogi biznesu, co zwiększa zadowolenie z pracy

Kupuj świeże produkty z szybką dostawą do swojej restauracji

➤ Wejdź na Market Świeżości DPD



Zeskanuj kod QR i dowiedz się więcej!



i redukuje rotację personelu. Z kolei jedna z sieci naleśnikarni stawia na elastyczne grafiki, umożliwiając pracownikom łączenie pracy z nauką lub innymi obowiązkami. To sprawia, że osoby pracujące sezonowo czy studenci chętniej zostają na dłużej, ponieważ firma dostosowuje się do ich indywidualnych potrzeb. Pamiętajmy, że przygotowywanie grafików dostosowanych do potrzeb zespołu umożliwia także dedykowane aplikacje.

Zadowolenie pracowników minimalizuje rotację. Jak jej zapobiec? Sprawdzi się oferowanie jasnych ścieżek rozwoju zawodowego, dbanie o równowagę między życiem zawodowym a prywatnym oraz tworzenie przyjaznej atmosfery w pracy. To kluczowe elementy. Przykładem skutecznego działania może być sieć restauracji, która wprowadziła program mentoringowy. Każdy nowy pracownik ma swojego mentora, który pomaga mu w procesie adaptacji i rozwoju, co zmniejsza stres związany z nową pracą, budując więź z firmą.

Równie duże znaczenie w utrzymaniu pracowników ma motywowanie do działania i nagradzanie za osiągnięte wyniki. Motywacja powinna być zarówno finansowa, jak i niematerialna. Przykładem może być restauracja, która wprowadziła system premii kwartalnych – pracownicy otrzymują dodatkowe wynagrodzenie za osiągnięcie celów sprzedażowych i jakościowych. Dodatkowo stosują oni nagrody rzeczowe, takie jak vouchery na posiłki lub bilety na wydarzenia kulturalne dla najlepszych pracowników.

Niematerialne formy motywacji również mogą pomóc właścicielom biznesów gastronomicznych w uniknięciu rotacji. Pewna restauracja regularnie organizuje spotkania integracyjne, które budują zespół poprzez wspólne gotowanie lub wyjścia na kręgle. Proste słowa uznania i pochwały publiczne np. podczas spotkań zespołowych, wprowadzają atmosferę docenienia i motywują do dalszej pracy. Dobrze sprawdzają się również programy motywacyjne, takie jak „Pracownik miesiąca”, gdzie nagradzamy pracownika dodatkowymi dniami urlopu lub ekskluzywnymi szkoleniami kulinarnymi. Taki system premiuje długotrwałe zaangażowanie i wyniki, co z kolei buduje lojalność wobec firmy.

Roli menedżera nie można pominąć w próbach wdrożenia strategii marketingowych, których celem jest wyróżnienie się restauracji na tle konkurencji. W dzisiejszych czasach na pierwszym planie znajdują się media społecznościowe. Restauracja może wyróżnić się, stawiając na pokazywanie swojego zespołu i kulis pracy. Przykładem są lokale, które regularnie udostępniają relacje wideo z szefem kuchni przygotowującym dania, przedstawiając zarówno kulinarne detale, jak i codzienność zespołu. Tego typu posty tworzą więź z gośćmi, którzy czują, że znają ludzi stojących za ich ulubionymi daniami.

Uwagę gości można przyciągnąć, publikując na profilach w mediach społecznościowych wideo, gdzie pracownicy dzielą się swoimi doświadczeniami i pokazują, jak wygląda ich praca „od kuchni”. Takie podejście nie tylko podkreśla ludzką stronę biznesu, ale również buduje autentyczną relację z gośćmi.

Kolejną skuteczną strategią może być organizowanie tematycznych eventów, jak np. wieczory z kuchnią regionalną, w których zaangażowani są pracownicy, począwszy od kucharzy, na kelnerach skończywszy, którzy opowiadają nie tylko o daniach, ale i własnych doświadczeniach. Przykładem może być restauracja, która organizuje kolacje degustacyjne połączone z pairingiem wina, podczas których szef kuchni, sommelier i personel opowiadają o pochodzeniu produktów, historii potraw oraz łączeniu wina, co wzmacnia relację z gośćmi i podkreśla unikalność oferty.

Nie zapominajmy, że menedżer to także kluczowa funkcja w przypadku sytuacji kryzysowych, takich jak radzenie sobie z niezadowolonymi gośćmi, marnotrawstwem żywności czy brakami w dostawie. Jak zażegnać kryzys?

W przypadku niezadowolonych gości kluczem jest szybka i szczerza reakcja. Przykładem może być restauracja Gordon Ramsay Hell's Kitchen w Las Vegas, gdzie w razie niezadowolenia gościa oferuje się natychmiastową rekompensatę, taką jak darmowy deser lub zniżkę na kolejny posiłek, a menedżer osobiście rozmawia z gościem, aby znaleźć rozwiązanie. Polskie restauracje często wprowadzają politykę „naprawy na miejscu”. Jeśli danie nie spełnia oczekiwań, kuchnia natychmiast przygotowuje nową wersję lub oferuje coś innego z karty, starając się zadowolić gościa.

Z kolei minimalizowanie marnotrawstwa żywności to ciągle monitorowanie zapasów i precyzyjne planowanie menu. Restauracje często wprowadzają system ścisłego zarządzania zapasami, który pozwala minimalizować marnotrawstwo – nadmiarowe produkty są przerabiane na inne dania np. fermentowane lub kiszone, co również wzbogaca menu. Inne restauracje stosują menu rotacyjne, dzięki któremu łatwiej zarządza się dostępnością produktów sezonowych, co znacząco ogranicza marnotrawstwo.

Braki w dostawie można łagodzić dzięki dobrym relacjom z dostawcami i alternatywnym źródłom zaopatrzenia. Przykładem może być jedna z kalifornijskich restauracji, która zbudowała silne relacje z lokalnymi rolnikami. Gdy brakuje produktów, właściciele mogą szybko znaleźć alternatywne źródła wśród sprawdzonych dostawców, dzięki czemu są w stanie utrzymać jakość i ciągłość dostaw.

Podsumowując, aby odnieść sukces w branży gastronomicznej, rola menedżera restauracji jest kluczowa. Efektywne zarządzanie personelem, kontrola kosztów i płynność operacyjna są niezbędne. Ważne jest także tworzenie atmosfery współpracy, otwartej komunikacji i oferowanie ścieżek rozwoju pracownikom, aby zminimalizować rotację. Elastyczność w zarządzaniu harmonogramami oraz wprowadzanie systemów motywacyjnych i mentoringowych wpływają na większe zaangażowanie zespołu. Skuteczny menedżer łączy zarządzanie ludźmi, finanse, marketing i reagowanie na kryzysy, co pozwala restauracji wyróżnić się na rynku.



PAWEŁ GRUBA
trener, szkoleniowiec i konsultant w branży gastronomicznej, współwłaściciel projektu V4B.pl, prowadzi YouTube „Grube Rozmowy”



ZDROWIE NA TALERZU

W niedzielę, 22 września 2024 roku w Międzynarodowej Szkole Sztuki Kulinarnej Ashanti w Łodzi, odbyły się warsztaty charytatywne zorganizowane z myślą o osobach zmagających się z białaczką i innymi chorobami krwi. Uczestnicy poznali zasady zdrowego żywienia poprzez wspólne gotowanie i udział w prelekcjach przygotowanych przez specjalistów.

Zdrowie na talerzu – to motyw warsztatów zorganizowanych przez Ashanti we współpracy z Fundacją Na Rzecz Pomocy Chorym Na Białaczkę. Wydarzenie miało na celu szerzenie wiedzy na temat zdrowego stylu życia oraz odpowiedniego odżywiania. Współczesne badania wskazują, że liczba zachorowań na nowotwory, w tym choroby krwi, systematycznie rośnie, a problem ten dotyka ludzi niezależnie od wieku.

Jednym z głównych punktów programu były warsztaty kulinarne, prowadzone przez szefa kuchni Amedeo Piovesana. Uczestnicy mieli okazję nauczyć się, jak przygotowywać posiłki, które wspierają organizm w walce z chorobą oraz poprawiają ogólną kondycję zdrowotną. Zdrowa dieta to kluczowy element wsparcia układu odpornościowego, a odpowiednio skomponowane posiłki mogą przynieść ulgę w trakcie terapii.

Podczas warsztatów kładziono szczególny nacisk na wykorzystanie naturalnych, bogatych w składniki odżywcze produktów, które dostarczają organizmowi witamin, minerałów i przeciwutleniaczy. Przykładem takich potraw był delikatnie podpiekany filet z kurczaka w sosie selerowym oraz

marynowany filet z pstrąga łososiowego z purée ziemniaczano-marchwiowym, groszkiem i fasolką, a także pełne witamin koktajle na bazie owoców i warzyw. Wszystkie potrawy były nie tylko zdrowe, ale i smaczne, co ma niezwykle istotne znaczenie w przypadku osób, które podczas choroby często mają obniżony apetyt. Wydarzenie było także okazją do zwrócenia uwagi na dania dostępne w lokalach gastronomicznych. Organizatorzy podkreślili rolę szefów kuchni w kształtowaniu zdrowych nawyków żywieniowych.

– Wyjście do restauracji to przyjemność, która powinna być dostępna dla wszystkich, bez względu na stan zdrowia. Warto, aby szefowie kuchni przygotowali menu, biorąc pod uwagę również potrzeby gości dotkniętych chorobami, którzy odwiedzając restauracje, często mierzą się z brakiem zdrowych opcji. Uzupełnieniem karty mogą być dania gotowane na parze lub sous-vide z dodatkiem warzyw bogatych w wartości odżywcze i antyoksydanty – mówi Małgorzata Michalska, dyrektor sprzedaży w szkole kulinarnej Ashanti.

Warsztaty uzupełniła prelekcja dietetyka specjalizującego się w żywieniu osób z chorobami nowotworowymi. Jej celem było przybliżenie uczestnikom znaczenia odpowiedniego odżywiania w trakcie leczenia nowotworów krwi. Dietetyk opowiadał o roli zbilansowanej diety w trakcie chemioterapii oraz po zakończeniu leczenia, zwracając uwagę na indywidualne potrzeby pacjentów. Podkreślono również, że odpowiednia dieta może wspomagać regenerację po terapii. Uczestnicy warsztatów mieli okazję dowiedzieć się, jakie kroki warto podjąć, aby poprawić jakość swojego życia, oraz jak mogą wspierać swoich bliskich w codziennej walce z nowotworem.

Wydarzenie było nie tylko formą wsparcia dla osób chorych, ale także przypomnieniem, jak ważne jest dbanie o swoje zdrowie i wczesną profilaktykę. Organizatorzy zapowiedzieli kolejne edycje warsztatów, które mają na celu dalsze szerzenie świadomości i pomocy osobom dotkniętym chorobami.

Partnerami wydarzenia byli: Irca Group, Gospodarstwo Rybackie Zielenica, Rettenmaier Polska, Noteckie Miody oraz Luverdo.

Porozmawiajmy o NAPIWKACH

Napiwek to z jednej strony nagroda za to, że gość jest zadowolony z pracy obsługujących go kelnerów czy barmanów. Z drugiej jednak strony, choć dawanie ich jest dobrowolne, w wielu restauracjach trudno sobie wyobrazić, aby obsługa nie mogła na nie liczyć. Co więcej, obowiązują nawet pewne standardy rządzące ich wysokością.

W wielu restauracjach poza napiwkami funkcjonuje również opłata serwisowa, która, choć pełni podobną funkcję, nie zawsze je zastępuje, ale może stanowić ich część. Czym się różnią? Na jakie praktyki zwraca się uwagę przy podziale napiwków? Czy te opłaty są wyjęte spod obowiązującego w Polsce prawa podatkowego i ubezpieczeń społecznych?

NAPIWEK CZY OPŁATA SERWISOWA?

Zawsze, kiedy myślę o napiwku, wspomnieniami wędruję do moich ukochanych Włoch, a konkretnie do włoskiego coperto. To opłata powszechnie znana i nikogo już chyba nie dziwi, że idąc do restauracji, zostanie nam doliczone coperto, które wynosi zazwyczaj od dwóch do czterech euro. Włoskie coperto odpowiada jednak w polskiej rzeczywistości nie napiwkowi, ale opłacie serwisowej. Jeśli jesteśmy zadowolonymi z obsługi, zostawiamy kelnerowi dodatkowy napiwek.

W Polsce te proporcje są jednak odwrócone. O ile napiwek raczej przedarł się już do powszechnej świadomości i wielu gości liczy się z tym, że w dobrym tonie jest zostawienie napiwku, zazwyczaj w wysokości 10 proc. wartości rachunku, o tyle opłata serwisowa nadal często budzi sprzeciw i protesty. Przy czym protesty są mniejsze w przypadku większych rezerwacji, przykładowo obejmujących kilkanaście osób, doliczanie opłaty serwisowej w przypadku pojedynczych gości nie spotyka się z ich strony ze

zrozumieniem. Przed pracownikami branży gastronomicznej jeszcze wiele pracy, aby znormalizować i upowszechnić pobieranie opłaty serwisowej.

W każdym razie opłata za serwis i napiwek to dwie osobne opłaty, dlatego nie można odmówić racji tym restauratorom, którzy z jednej strony wprowadzają opłaty serwisowe, z drugiej zaś oczekują, że w przypadku gdy obsługa jest miła i kompetentna, otrzyma dodatkowo napiwek jako nagrodę za dobrze wykonaną pracę. Choć sposób rozliczania obydwu opłat może różnić się w poszczególnych restauracjach, nie sposób nie przyznać racji tym restauratorom, którzy uważają, że opłata serwisowa, doliczana jako osobna pozycja na paragonie, stanowiąca część ceny i podlegająca normalnym regułom podatkowym, a więc opodatkowana podatkiem VAT i podatkiem dochodowym, jest opłatą należną nie pracownikom, a restauratorowi.

RÓŻNE SPOSOBY PRZEKAZYWANIA I ROZLICZANIA NAPIWKÓW

Inaczej jest z napiwkami. Raczej nikt nie ma wątpliwości, że to kwota, która powinna trafiać bezpośrednio do obsługi restauracji, jednak ile restauracji, tyle sposobów na ich rozliczanie.

Są restauracje, w których każdy z kelnerów zatrzymuje otrzymywane napiwki dla siebie, a są też takie, w których napiwki są zbierane w jednym miejscu, a następnie dzielone po równo wśród obsługi, a nierzadko także pracowników pracujących na innych stanowiskach, niekoniecznie związanych

bezpośrednio z obsługą gości. Jeszcze kilka lat temu napiwki w większości przypominały szarą strefę. Oczywiście, istniały obowiązki podatkowe, część osób o nich wiedziała, część nawet stosowała, często restauratorzy i pracownicy restauracji wręcz z zaciekawieniem dopytywali mnie, na jakich zasadach powinny być rozliczane.

Sytuacja diametralnie zmieniła się, kiedy Polacy zmienili sposób regulowania płatności w restauracjach, a większość transakcji dokonywana jest bezgotówkowo, za pomocą terminali płatniczych. Ze względu na to, że goście często nie dysponują gotówką, proszą, aby napiwek doliczyć do rachunku. Taki napiwek, skoro przechodzi przez terminal płatniczy i rachunki bankowe, wymusza jednocześnie, aby rozliczyć go zgodnie z obowiązującym prawem.

JAK ZGODNIE Z PRAWEM ROZLICZYĆ NAPIWEK?

Rozliczenie napiwku zależeć będzie od sposobu jego podziału. Postaram się wskazać najpopularniejsze sposoby ich rozliczania i związane z tym obowiązki prawne.

Jeżeli obsługa Twojej restauracji nadal otrzymuje napiwki tradycyjnie do rąk własnych w gotówce, podlegają one oczywiście podatkowi dochodowemu i powinny być uwzględniane w rocznym zeznaniu podatkowym. Teoretycznie, jako pracodawca, masz obowiązek wystawienia imiennej informacji PIT-8C o uzyskanych przez pracowników dochodach z innych źródeł, ale przy takim sposobie rozliczania napiwków

często nie ma nawet fizycznej możliwości wystawienia takiej informacji, gdyż brakuje odpowiednich danych.

W przypadku, gdy napiwki w Twojej restauracji są ewidencjonowane, przechodzą przez terminal płatniczy i rachunek bankowy, przyjmuje się, że stanowią one dla Twoich pracowników przychód ze stosunku pracy, są zatem opodatkowane na takich samych zasadach jak wynagrodzenie, a Ty, jako pracodawca, masz obowiązek pobrania zaliczek i przekazywania pracownikom imiennych informacji PIT-11. Co więcej, napiwki uznane za przychód ze stosunku pracy uwzględnia się również w podstawie wymiaru składek na ZUS.

Przełomowy w tym zakresie może okazać się zeszłoroczny wyrok WSA w Warszawie, który stwierdził, iż napiwki doliczane do rachunku i płacone kartą płatniczą nie powinny być traktowane jako przychód ze stosunku pracy. Według sądu, jeżeli restauracja jedynie pośredniczy w przekazywaniu napiwku od gości do obsługi, napiwki, niezależnie od formy ich przekazania, nie powinny

być klasyfikowane jako przychód ze stosunku pracy, a zatem nie powinny podlegać opodatkowaniu. Jednocześnie używam słowa „może”, gdyż wyrok ten jest jeszcze nieprawomocny i nadal czekamy na ostateczne rozstrzygnięcie NSA.

Czy dziś, jak krzyczą nagłówki wielu artykułów w Internecie, obowiązują zmiany w opodatkowaniu napiwków? Nie. Podchodząc do tematu ostrożnie, nadal należy traktować napiwki wpłacane bezgotówkowo jako przychód ze stosunku pracy, opodatkowany i ozusowany.

Jeżeli nie chcesz czekać na trwałą zmianę praktyki w tym zakresie, możesz wystąpić o wydanie indywidualnej interpretacji prawa podatkowego w Twojej sprawie i spróbować uzyskać potwierdzenie zasadności takiego uproszczonego rozliczania napiwków indywidualnie, nie czekając na rozwiązania systemowe. Czy może się to udać? Może, choć nie musi. Wobec treści wyroku WSA w Warszawie na pewno jest na to szansa. W innym

wypadku, nie posiadając ochrony w postaci indywidualnej interpretacji prawa podatkowego, rekomendowałabym stosowanie ostrożniejszego podejścia i poczekanie na wyrok NSA.

Jeżeli po wyroku NSA, stanowisko WSA w Warszawie będzie częścią prawomocnego wyroku, nie będzie to oznaczało braku obowiązku opodatkowania napiwków, a wyrok jedynie przetrzeć ten obowiązek bezpośrednio na osoby otrzymujące napiwki. Należy jednak pamiętać, że wyrok sądu, nawet NSA, nie staje się w Polsce obowiązującym prawem, a jedynie może tworzyć praktykę jego stosowania.



MARTA KOSECKA
adwokat, właścicielka
Kancelarii Adwokackiej
w Gdyni, autorka bloga
przepisnagastronomie.pl

REKLAMA

Dla szefów wszystkich kuchni

Zyskujesz:

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

**Skontaktuj
się z nami**

TRANSGOURMET
SELGROS

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



Tapas

- SMACZNE KĄSKI PROSTO Z HISZPANII



Niewielkie przekąski mają wielkie znaczenie. Zадurzyliśmy się w drobnych daniach, doceniając ich prostotę oraz możliwość łączenia z wyjątkowymi trunkami. Ich oferta rozpoczyna się od desek wędlin i serów, a kończy tam, gdzie kończy się nasza wyobraźnia.

Zachód słońca w towarzystwie kieliszka wina w ręce to dla wielu z nas wymarzony sposób na spędzenie wolnego wieczoru. Chwila, która mogłaby trwać wiecznie. Przed restauratorami trudne zadanie – umiejętnie przygotowanie oferty przyciągającej gości poszukujących relaksu w sezonie jesienno-zimowym. Jeśli chcemy na chwilę zatrzymać się, odsunąć od siebie życie w ciągłym biegu, należy wybrać takie miejsce na gastronomicznej mapie, które zapewni nam możliwość wyboru zarówno jakościowych trunków, jak i wyjątkowych dań. Pytanie, czy goście restauracji zawsze oczekują wykwintnych dań oraz bogatego menu opartego o produkty premium. Czasami chcieliby po prostu spędzić czas w towarzystwie znajomych i przyjaciół, przyjemnej muzyki, dobrego wina czy piwa, a także idealnie komponujących się z nimi przekąsek – zarówno zimnych, jak i przygotowanych na ciepło. Jak znaleźć przepis na pyszne tapas?

DZIEL I ŁĄCZ

Wizytówka hiszpańskiej kuchni, bez której coraz więcej Polaków nie wyobraża sobie spotkań w gronie najbliższych. Tapas są idealnym argumentem na wspólne spędzenie czasu w lokalu. Doskonale sprawdzają się też jako elementy kącika gastronomicznego w trakcie domówki. Właśnie dlatego coraz częściej zamawiane są z opcją dowozu pod wskazany adres. Możliwość podziału to niewątpliwie duże udogodnienie w przypadku, kiedy w spotkaniu uczestniczy spora grupa.

Tapas, mimo że niewielkie i łatwe do podzielenia, łączą jedzące je osoby. Wywodzą się z Półwyspu Iberyjskiego i nadal są tam niezwykle popularne. Hiszpanie mawiają, że tapas są po to, by się dzielić. Można więc powiedzieć, że i oni podzielili się z resztą świata, wnosząc do międzynarodowej gastronomii tę formę posiłku.

Historia tapas głosi, że to tradycja zapoczątkowana poprzez serwowanie gościom plastrów mięsa, najczęściej kielbasy, bądź kromki chleba w celu przykrywania napojów, takich jak piwo czy wino. Z czasem urozmaicono tę wyjątkową „przykrywkę”, podając

ją na talerzykach. Na chleb, plaster szynki czy kielbasy dodawano kolejne produkty, a wersje tapas zaczęły przybywać. Określenie na tego typu przekąski ściśle łączy się zatem z ich pierwotnym przeznaczeniem – „tapa” to wieczko albo przykrywka, natomiast „tapar” to czasownik oznaczający przykrywanie.

Wobec tego mianem tapas nie nazywa się konkretnych potraw, lecz sposób serwowania jedzenia. Może być podane bardzo prosto, ale istnieją też bardziej skomplikowane dania. To, co łączy oba te rodzaje tapas, to fakt, że są łatwo podzielne, dzięki czemu podczas jednej wizyty w restauracji czy imprezy w domu można posmakować wielu różnych przekąsek. Z tapas nie sposób się nudzić!

COŚ NA CIEPŁO

Tapas stanowią przedsmak bogactwa hiszpańskich smaków. Mimo że na Półwyspie Iberyjskim wysoka temperatura utrzymuje się zdecydowanie dłużej niż w Polsce, Hiszpanie nie rezygnują z dań na ciepło. Do najpopularniejszych tego typu tapas należą patatas bravas i patatas aioli. Ich historia sięga połowy ubiegłego wieku, kiedy zaczęto serwować je w lokalnych madryckich barach. Podstawą tego dania są, rzecz jasna, ziemniaki. Smażone z dodatkiem słodkiej oraz ostrej papryki, oliwy z oliwek, a także mąki. Z wierzchu są złociste i chrupiące, w środku zaś zaskakują delikatnością. Patatas podaje się najczęściej z pikantnym sosem bravas z pomidorów,

WAVY BLENDS

FRYTKI NAŁADOWANE SMAKIEM!



Linia frytek o falowanym cięciu, z przyprawami. Mogą być samodzielną przekąską albo stanowić doskonałą bazę w daniach „loaded fries”.

- Ryflowany kształt zwiększa chrupkość i zapewnia lepszą przyczepność dodatków
- Dostępne w 3 wariantach smakowych: paprykowym, czosnkowo-ziołowym i serowo-cebulowym
- Idealne do serwowania z dodatkami jako „loaded fries”
- Przygotowanie: frytownica, piec konwekcyjno-parowy, piec konwekcyjno-mikrofalowy
- Bezglutenowe, dla wegetarian i wegan



Wavy Blends Garlic & Herbs
Chrupiące frytki z przyprawami o smaku ziołowo-czosnkowym
4 x 2,5 kg



Wavy Blends Paprika
Chrupiące frytki z przyprawami o smaku paprykowym
4 x 2,5 kg



Wavy Blends Cheez & Onion Style
Chrupiące frytki z przyprawami o smaku serowo-cebulowym
4 x 2,5 kg

pikantnej papryki, czosnku oraz oliwy z oliwek lub z sosem aioli. Inną propozycją tapas na ciepło jest tortilla española, znana również pod postacią tortilla de patatas. Przyrządza się ją z jajek, ziemniaków, cebuli oraz oliwy z oliwek. Ta przypominająca wytrawny omelet tortilla najczęściej serwowana jest na kawałki – pincho. Potwierdza się więc fakt podstawowego założenia tapas – dzielenia się.

Zagłębiając się w hiszpańskie tapas, dotrzemy do jajek huevos rotos, zwanych także huevos estrellados – rozbite jajka. Są to smażone jajka z płynnym żółtkiem podawane na smażonych ziemniakach z dodatkiem szynki. Serwuje się je z chlebem, który można moczyć w żółtku. Potrawa może być przygotowana także z wieprzową wędliną bądź z krewetkami. Hiszpanie nie zapomnieli również o wegetarianach i specjalnie dla nich jajka huevos rotos podają z sezonowymi warzywami. Najczęściej są to szparagi oraz zielona papryka. Ponadto ciepłe tapas, które od razu przychodzą nam na myśl, to kalmary występujące w formie smażonych krążków skropionych solidnie oliwą czy cytryną. Serwowane w dwu wersjach: w cieście lub tempurze – calamares a la romana oraz panierowane w mące – calamares a andaluza. Pozostając w temacie darów morza, nie sposób nie wspomnieć o ośmiornicy a feira. To przekąska rodem z Galicji. Są to ugotowane i drobno pokrojone kawałki ośmiornicy przyprawione solą, papryką oraz oliwą. Popularnością od kalmarów i ośmiornic nie odstają krewetki. Smażone na oliwie z czosnkiem i chili, skropione sokiem z cytryny, podane ze świeżo mielonym pieprzem i posiekaną natką pietruszki idealnie sprawdzają się w formie tapas. Sporym powodzeniem cieszą się również mini krokiety z miękkim wnętrzem oraz chrupiącym wierzchem. Przygotowywane na różne sposoby – z nadzieniem z grzybów, dorsza, krewetek czy sera cabrales. Najczęściej serwuje się je z szynką.

Z kolei czołowymi tapas rodem z Wysp Kanaryjskich są papas arrugadas, czyli pomarszczone ziemniaki. To drobne warzywa gotowane w skórkach z dodatkiem dużej ilości soli i serwowane z intensywnym w smaku sosem mojo. Jego kolor i ostrość zależą od rodzaju papryki, z której został przygotowany. Do tapas z grupy w sam raz na raz doskonale pasują papryczki padron usmażone na rozgrzanej oliwie z dodatkiem czosnku. Podane z solą morską sprawdzą się w roli szybkiej przekąski.

COŚ NA ZIMNO

Jednak nie samymi ciepłymi tapas żyje człowiek. Czas zatrzymać się przy przekąskach przygotowywanych i serwowanych na zimno. W tej roli hiszpańskie tapas nie wypadają gorzej. Polacy pokochali chorizo – tradycyjną hiszpańską kiełbasę wyrabianą z wieprzowiny przyprawianej wędzoną papryką. Jej wyrazisty smak i aromat dobrze komponuje się również jako element deski serów i wędlin czy w formie uzupełnionej o oliwki.

Wspomniana deska to kompozycja, która na polskim rynku jest dostępna od lat, jednak nadal cieszy się zainteresowaniem gości. Kilka rodzajów wędlin, serów, a do tego umiejętnie dobrane wino i starter gotowy. Taka paleta smaków opierająca się o tradycyjne hiszpańskie tapas nie mogłaby obyć się bez jamon iberico, czyli szynki iberyjskiej. To rodzaj szynki dojrzewającej, wyrabianej z konkretnego gatunku mięsa – cerdo iberico. Najczęściej serwowana w postaci cienkich plastrów. Podawana także z chlebem lub w formie picos i colines – małych, chrupiących chlebowych paluszków.

Z kolei zatrzymując się przy hiszpańskich serach, których nie może zabraknąć w ofercie tapas, warto wspomnieć o kozim majorero, pleśniowym cabrales czy wędzonym San Simon. Serwowane w plastrach lub kawałkach dobrze łączą się z warzywami, bakalią i oliwkami. To właśnie one są kolejnym warunkiem, bez którego

trudno mówić o pełnej ofercie tapas na zimno. Najczęściej możemy je spotkać w wersji marynowanej – solo bądź w ziołach, a czasami w wersji nadziewanej serem, papryką lub anchois. Idealnym dodatkiem jest tumaca, czyli chleb z pomidorem, oliwą, solą i czosnkiem.

Popularne tapas to także te nadziane na wykałaczki. Hiszpańskie banderilla to propozycja dania składająca się z kilku produktów nadzianych na blisko dziesięciocentymetrowy szpikulec. To najczęściej pickle – ogórek, cebula, oliwki, papryka chili, a także jajko czy chleb. Zadaniem potrawy jest zrównoważenie smaków: kwaśnego i ostrego. Inną propozycją tego typu jest gilda, podawana w formie koreczków. Tutaj z kolei łączą się smaki ostre z wytrawnymi. Wszystko z racji ostrych papryczek guindillas, anchois i oliwek stanowiących podstawę tego tapas. Rodzajem przekąski przygotowywanej na zimno jest również sałatka ensaladilla przyrządzana na bazie tuńczyka, gotowanych ziemniaków, jajek, majonezu i pokrojonych warzyw, przeważnie fasoli, groszku i marchewki.

Czy tapas to dania tylko i wyłącznie o zwartej strukturze? Niekoniecznie. Dobrym przykładem przekąsek typowych dla Andaluzji jest gazpacho oraz inne kremowe chłodniki, które doskonale łączą się zarówno z serami, jak i wędlinami czy grzankami.

BEZ GRANIC

Tapas powinno się jadać popołudniami lub wieczorem, nawet bardzo późnym, zgodnie z regułami rodem z Hiszpanii. Zarówno na Półwyspie Iberyjskim, jak i w Polsce doskonale sprawdzają się jako drugie danie. Konsumpcji przekąsek ma towarzyszyć przyjemna atmosfera.

Propozycje łatwych do podzielenia dań dają możliwość degustacji z dobranymi do nich napojami, dlatego warto mieć na uwadze, że równie dobrze komponują się z polskim piwem, jak z hiszpańską cerwezą. Oczywiście nic nie stoi na przeszkodzie, by eksperymentować z trunkami innymi niż piwo. Wermut, sangria, wino – to napoje, które uzupełniają wrażenia smakowe, przywołując na myśl klimatyczne spotkanie w gronie przyjaciół. Przedstawione propozycje tapas podawanych zarówno na ciepło, jak i na zimno to jedynie część szerokiego wachlarza tego rodzaju przekąsek. Granice poznawania smaków wyznaczamy sobie sami. I każdy z nas powinien wiedzieć, kiedy powiedzieć „pas”. Tapas!

SMAKKI

GASTROTARGI

**MIEJSCE SPOTKAŃ BIZNESOWYCH
BRANŻY SPOŻYWCZEJ I GASTRONOMICZNEJ**

**9 - 10 KWIECZNIA 2025
EXPO XXI WARSZAWA**



**ŁĄCZYMY SIŁY I TWORZYMY JEDYNĄ W SWOIM RODZAJU
PLATFORMĘ INSPIRACJI, BIZNESU I WYMIANY DOŚWIADCZEŃ.**



WWW.SMAKKI.PL

autor: Zuzanna Wójt

Kierunki ROŚLINNEJ KUCHNI

W ciągu ostatnich lat kuchnia roślinna zyskała na popularności w sposób, którego nikt się nie spodziewał. Powody tej zmiany są różnorodne: etyczne, ekologiczne, zdrowotne, a także ciekawość nowych smaków.

Rosnąca popularność kuchni roślinnej przyczyniła się do powstania jej dwóch odrębnych nurtów – jeden stara się jak najwierniej odtworzyć smaki i tekstury dań mięsnych, natomiast drugi koncentruje się na ukazaniu potencjału warzyw, owoców i roślin, unikając naśladowania mięsa. Te dwa podejścia, choć różne, mają ten sam cel: zaspokojenie potrzeb i gustów coraz liczniejszej grupy gości, którzy poszukują w restauracjach dań opartych na roślinach.

Pierwszy kierunek w kuchni roślinnej opiera się na idei tworzenia potraw, które naśladują nie tylko smak, ale także teksturę i wygląd dań mięsnych. To propozycje przyciągające uwagę miłośników smaku mięsa, którzy z różnych powodów chcą ograniczyć jego spożycie lub całkowicie z niego zrezygnować. Dla wielu osób przywiązanych do tradycyjnej kuchni, przejście na dietę roślinną bywa trudne, a smak mięsa, umami, stanowi jedną z głównych barier. Dlatego powstają produkty, takie jak roślinne burgery, kielbaski czy kotleciki, które do złudzenia przypominają oryginały zarówno wizualnie, jak i pod względem smaku.

Wyspecjalizowane firmy wprowadziły na rynek produkty, które nie tylko imitują smak, ale również charakterystyczną soczystość i strukturę mięsa. Sekret sukcesu tych produktów są zaawansowane technologie, w tym wykorzystanie białek roślinnych (najczęściej grochu, soi czy pszenicy), a także substancji odpowiedzialnych za imitowanie „krwistości” mięsa. Roślinne zamienniki są również wzbogacane o odpowiednią ilość tłuszczu roślinnego, który pozwala uzyskać charakterystyczną konsystencję. Ciekawym aspektem tego nurtu jest również próba odwzorowania smaku potraw o głębokim, mięsny aromacie, jak np. rosół, gulasz czy paszтет. Roślinne wersje tych dań często bazują na grzybach, wodorostach, miso oraz przyprawach, aby dostarczyć bogate, mięsne smaki bez użycia produktów odzwierzęcych.

Wprowadzenie roślinnych odpowiedników mięsa do menu może być dobrym rozwiązaniem dla tych, którzy chcą zredukować spożycie mięsa poprzez degustację roślinnych opcji w lokalach gastronomicznych. Tego rodzaju alternatywy dla mięsa są także idealne dla osób, które rozpoczynają przygodę z kuchnią roślinną, ale nie chcą zrezygnować z ulubionych dań, takich jak np. burger czy ramen.

Zupełnie inne podejście prezentuje drugi nurt w kuchni roślinnej, w którego ramach dania roślinne nie próbują naśladować mięsa, wręcz przeciwnie, doceniają smak roślin, podkreślając ich naturalny charakter. To kuchnia, w której warzywa, owoce, ziarna, orzechy czy rośliny strączkowe stają się niekwestionowanymi gwiazdami talerza, a nie tłem dla beźmięsnych zamienników.

Dzięki takiemu podejściu szefowie kuchni mogą skupić się na innowacyjnych sposobach wykorzystania składników roślinnych, by wydobyć z nich maksymalny potencjał. Ważną rolę odgrywa tu sezonowość oraz lokalność produktów.

Kuchnia roślinna w głównej mierze opiera się na zgłębianiu tekstur i technik kulinarnych. Popularnością cieszą się fermentacja, marynowanie, kiszenie, czy wolne gotowanie, które wzbogacają smak potraw bez potrzeby sięgania po zamienniki mięsa. Dania, takie jak grillowany bakłażan z pastą tahini, pieczony kalafior w przyprawach czy risotto z grzybami i orzechami, stanowią wyraz bogactwa smaków, jakie można uzyskać dzięki roślinom.

Dla wielu osób kluczowym czynnikiem w wyborze tej ścieżki kulinarnej jest pełne zaakceptowanie idei kuchni roślinnej jako autonomicznej. Nie chodzi tutaj o zastąpienie mięsa, ale o korzystanie z dobrodziejstw roślin, dlatego, aby w pełni ukazać potencjał tej kuchni, warto odkrywać mniej popularne produkty roślinne, takie jak dzikie zioła, kwiaty jadalne, algi czy skorzonera.

Ważną rolę odgrywa także estetyka – piękne, kolorowe dania o różnorodnych teksturach i intensywnych smakach przypominają, jak bogaty i różnorodny może być świat roślin.

Chociaż kierunki w kuchni roślinnej wydają się odmienne, ich wspólnym mianownikiem jest dążenie do prezentacji potencjału menu opartego na roślinach. Zarówno zamienniki mięsa, jak i dania roślinne, które nie nawiązują do smaku mięsa, mają na celu pokazanie, że kuchnia bez mięsa może być smaczna, różnorodna i satysfakcjonująca.

autor: Artur Ponisz

Nadziewane smardze

Z POLENTĄ SEROWĄ, PURÉE Z CEBULI CZERWONEJ, KREMEM SZCZYPIORKOWYM I CHRUSTEM Z BOCZNIAKA

Składniki:

Polenta:

- 500 g sera bursztyn
- 400 g kaszy kukurydzianej
- 3 l mleka
- łyżka soli
- 5 gałązek tymianku
- 2 gałązki rozmarynu
- 2 ząbki czosnku
- 2 szalotki

Krem szczypiorkowy:

- 20 g albuminy
- 400 g oleju szczypiorkowego
- 100 g mleka
- 20 g śmietanki
- 2 łyżki octu cytrynowego
- pół łyżeczki soli

Purée z szalotki z musztardą:

- 2 kg szalotki
- 4 ząbki czosnku
- 100 g masła
- 1 l śmietanki 30 proc.
- łyżeczka soli
- 300 ml białego wina
- 10 gałązek tymianku
- pieprz do smaku
- 3-4 łyżki octu winnego

Farsz grzybowy:

- 500 g twarogu
- 500 g pieczarek
- 250 g borowików
- cebula
- ząbek czosnku
- 100 g masła

Chrust z boczniaka:

- 250 g boczniaków
- mąka ryżowa
- sól



Sposób przygotowania:

Polenta:

1. Zrobić infuzję mleka z ziół i warzyw. Gotować kaszę w mleku, aż przestanie wchłaniać mleko. Na koniec dodać ser i zamieszać.
2. Rozsmarować na blaszce i piec w temperaturze 150°C przez godzinę. Następnie schłodzić i wykroić prostokąty. Usmażyć na patelni lub w głębokim tłuszczu.

Krem szczypiorkowy:

1. W wąskim wysokim naczynku blendować wszystkie składniki oprócz oleju, następnie dodawać powoli, emulgując olej szczypiorkowy.

Purée z szalotki z musztardą:

1. Skarmelizować pokrojoną i posoloną szalotkę z czosnkiem, dodać wino, zredukować. Dodać śmietankę i tymianek i zredukować o połowę.
2. Następnie zblendować na gładko z zimnym masłem.

Farsz grzybowy:

1. Usmażyć cebulę z czosnkiem, dodać grzyby, posolić i podduśić z masłem. Następnie posiekać i wymieszać z twarogiem.
2. Doprawić pieprzem i solą.

Chrust z boczniaka:

1. Boczniaka podzielić na cienkie włoski i posolić. Zostawić na 20-30 min, a następnie obtoczyć w mące ryżowej.
2. Smażyć na głębokim tłuszczu.



Nowy katalog dekoracji czekoladowych Barbara Decor

Każdy nowy katalog to dla jego autorów podróż pełna wyzwań, inspiracji i pasji. Barbara Luijckx z dumą prezentuje Wam efekty wielomiesięcznej pracy – Katalog Barbara Decor No. 7. To niemal 70 nowych wzorów dekoracji czekoladowych podzielonych na 19 grup tematycznych. Znajdziecie tu moc dekoracji uniwersalnych oraz na specjalne okazje, w klasycznych kolorach czekolady, multikolorowych lub drukowanych. Dekoracje Barbara Decor to portfolio od artystycznych wzorów jak Paleo czy Meso, przez finezyjne ażurki Floral, drukowane Motyle z efektem 3D, po zabawne halloweenowe Czaszki Catrinas, Duchy, świąteczne Mikołaje 3D i wiele innych. To również oferta czekoladowych foremek, niezwykle praktycznych w tworzeniu słodkich stołów w duchu koncepcji „finger food”. Twórcy katalogu wierzą, że skomponowana dla Was, różnorodna oferta, spotka się z uznaniem i zainspiruje wiele osób do kreowania doskonałych deserów.



Aiden Precision Coffee Maker

Aiden Precision Coffee Maker to ekspres, dzięki któremu kawa przelewowa już nigdy nie będzie postrzegana jako „kiepska”. Łącząc precyzję, kontrolę i szybkość, ekspres Fellow Aiden jednym przyciskiem zaparza kawę przelewową wysokiej jakości. Aiden automatycznie wybiera najważniejsze zmienne do zaparzania kawy przelewowej: kontrolę temperatury z dokładnością do jednego stopnia, precyzyjne proporcje kawa-woda i cykl preinfuzji. Posiada wymienne koszyki filtra do parzenia pojedynczych porcji oraz do dużego przelewu, a także jedyną w swoim rodzaju podwójną głowicę prysznicową zapewniającą równomierne rozprowadzanie wody dla każdej objętości. Zawiera gotowe profile dla kaw jasno, średnio i ciemno palonych oraz dla cold brew lub do stworzenia własnego przepisu.



Coffeedesk – oficjalny dystrybutor Fellow Aiden.
b2b.coffeedesk.pl

Nowość od Ahmad Tea London – kolekcja Tea Bouquet

Elegancko i nowocześnie zaprojektowane zestawy, które idealnie sprawdzą się na wyjątkowe okazje – zarówno dla nowych, jak i wiernych fanów marki. W ofercie znajdują się m.in. klasyczna English Breakfast, Earl Grey pachnąca bergamotką, orzeźwiająca zielona herbata oraz owocowe kompozycje czarnej herbaty z brzoskwinia, markują, truskawką czy cytrusami. Tea Bouquet to doskonała propozycja dla sklepów z ofertą marek premium, butików prezentowych, eleganckich restauracji, a także osób, które chcą podarować wyjątkowe AH MOMENTY w filiżance aromatycznej herbaty. Kolekcja jest idealnym prezentem dla miłośników herbaty i designu.



Bateria 2526T2 DELABIE z elastyczną wylewką

Elastyczność i solidność w jednym. Bateria gastronomiczna DELABIE z elastyczną wylewką o maksymalnej wysokości H.535 mm charakteryzuje się wysoką odpornością i wytrzymałością. Jej konstrukcja przystosowana jest do profesjonalnego zastosowania. Korpus z chromowanego metalu, wzmocnione mocowania i głowica ceramiczna przygotowane są na bardzo intensywne użytkowanie. Elastyczna wylewka z pamięcią kształtu zapewnia komfort, ułatwiając manewrowanie nawet bardzo dużymi naczyniami w zlewie oraz absolutną higienę, ponieważ jest wewnątrz gładka, co nie pozostawia miejsc na tworzenie się niszy bakteryjnych. Elegancki, nowoczesny i dyskretny design z wylewką w matowej czerni doskonale sprawdzi się nawet w restauracjach z otwartą kuchnią.



Aviko Wavy Blends – frytki naładowane smakiem

Wyróżnij menu swojej restauracji z Aviko Wavy Blends Garlic & Herbs – frytkami o ryflowanym cięciu, przyprawionymi ziołami i czosnkiem. Użyj ich w daniach typu „loaded fries”, czyli połączeniu frytek z serem/mięsem, sosem i innymi dodatkami. Charakterystyczne falowane cięcie nie tylko zapewnia unikatowy wygląd, ale także pozwala zmieścić więcej przypraw i cieszyć się smakiem do ostatniego kawałka. Chrupiące frytki z czosnkiem i ziołami są proste i szybkie w przygotowaniu. Bez względu na to, czy serwujesz je z dodatkami jako „loaded fries”, czy samodzielnie jako przekąskę, Twoi goście będą wracać po więcej. W ofercie są także 2 inne warianty smakowe: paprykowy i serowo-cebulowy. Pakowanie 4 x 2,5 kg, przygotowanie we frytownicy, piecu konwekcyjno-parowym lub konwekcyjno-mikrofalowym. Więcej na: www.avikofoodservice.pl



PEGGYS – jaja pasteryzowane

Czym są PEGGYS? To pasteryzowane jaja z chowu ściółkowego, które są delikatnie poddawane obróbce cieplnej przy użyciu unikalnego procesu. Procedura ta eliminuje ryzyko przeniesienia zagrożeń zdrowotnych – bakterii, np. salmonelli. Jaja są więc higieniczne, żywność należy do bezpiecznej i zachowuje swoją naturalność. Jaja PEGGYS oznaczono specjalnym stemplem, dzięki któremu nie mogą być pomyłone i są łatwe do rozpoznania.



- Jaja ugotowane na miękko, jaja sadzone z miękkim żółtkiem lub pyszne desery – jak tiramisu – mogą być znowu oferowane bez wahania.
 - Najwyższe bezpieczeństwo.
 - Naturalne.
 - Łatwe przechowywanie.
 - Łatwa obsługa.
 - Wydajniejsze zarządzanie.
 - Dłuższa trwałość niż jaj niepasteryzowanych.
- Więcej informacji: www.peggys.eipro.de

Dlaczego ten sok jabłkowy jest inny niż wszystkie?

Sok 100% NFC produkowany wyłącznie z jabłek deserowych, premium, o wyjątkowym smaku i aromacie. Tworzony z pasją przez trzecie pokolenie sadowników, którzy z zaangażowaniem, ale przede wszystkim w zgodzie z naturą, nie tylko uprawiają jabłonie, ale także produkują sok z ich owoców. Naturalnie mętny, tłoczony na zimno, lekko pasteryzowany, bez dodatków, estetycznie opakowany w naturalną owijkę, ale przede wszystkim lojalny wobec odmian. Sezonowo dostępne są różne smaki jabłkowe – od wytrawnej papierówki, przez celestę do słodkiego ligola. Idealny jako uzupełnienie karty premium, w trosce o wymagających klientów oraz najmłodszych. Więcej informacji na: www.sadyrajewscy.pl



PROMOCJA

Połędwica z dorsza

Delikatnie wyselekcjonowany biały filet z dorsza, który zachwyci gości każdej restauracji. Pozbawiony skóry, łatwy do przygotowania i gotowy do użycia. Połędwica charakteryzuje się lekkim, delikatnym smakiem oraz zwartą, soczystą strukturą mięsa. Doskonale nadaje się do pieczenia, smażenia, gotowania na parze lub grillowania. Pakowany technologią VACUUM. Waga: 1 kg. Cena dla HoReCa: 93,00 zł. Dostępny w sklepie internetowym www.fierseafood.com



Lavazza Tales of Italy: Odkryj świat smaku, miasto po mieście

Lavazza wprowadziła na rynek kolekcję najwyższej jakości mieszanek Tales of Italy, zaprojektowanych dla profesjonalistów zajmujących się kawą (segment HoReCa) i inspirowanych włoskimi kawiarniami. Mieszanki Tales of Italy bazują na trzech kultowych miastach: Mediolanie, Wenecji i Rzymie, umożliwiając wirtualną podróż po Włoszech. Dzięki prawie 130-letniej pasji i ciągłemu dążeniu do innowacji najnowsza kolekcja Lavazza doskonale równoważy włoskie body, niezwykle aromaty i długotrwałą przyjemność smaku kawy. Tales of Italy mistrzowsko uchwyciła włoską esencję i uczyniła tę kawę wyjątkową i niepowtarzalną. W linii znalazły się trzy warianty: Galleria (Milano), Canal Grande (Venezia) i Trastevere (Roma). Lavazza zastosowała indywidualne podejście do każdej mieszanki, wybierając najlepsze odmiany ziaren.

DPD Food – świeżo, szybko i bezpiecznie

Market Świeżości DPD to oferta skierowana zarówno do przedstawicieli branży HoReCa, jak i klientów indywidualnych. Dzięki niej zapomnisz o nudzie w kuchni! Z DPD Food poznasz lokalnych producentów, którzy dbają o najwyższą jakość swoich produktów. Warzywa od lokalnych rolników, dobrej jakości mięso, a może świeże ryby? W ofercie na pewno znajdziesz coś dla siebie! A wszystko to z gwarancją bezpiecznej dostawy w kontrolowanej temperaturze od 0°C do 4°C dzięki DPD Food.

Sprawdź na: dpd.com.pl



Majonez Beskidzki



Majonez Beskidzki to produkt o wysokiej zawartości tłuszczu – 76%, którego receptura oparta jest na oleju Beskidzkim i jajach od kur z chowu z wolnego wybiegu. Jest źródłem kwasów Omega 3, posiada wysoką zawartość witaminy E i K. Nie zawiera substancji zagęszczających i konserwujących. Dzięki kremowej konsystencji oraz doskonałemu smakowi idealnie nadaje się jako baza do dipów i sosów, do past kanapkowych, sałatek, pieczenia, panierowania i dekorowania potraw.

Ultraświeży Pstrąg z Zielenicy



Czy można wyhodować pstrąga, którego mięso łudząco przypomina to dzikie? Jeśli połączy się 50-letnie doświadczenie, ponadprzeciętna znajomość biologii ryb, przyprawi się je ogromną pasją do swojej pracy, to nawet najwięksi smakosze mięsa pstrągów potokowych mają

ogromny problem, by rozróżnić te z Zielonki od tych dziko żyjących. W domu Anny Skowrońskiej rybami „żyje się” od lat 60. poprzedniego wieku. Najpierw tata, a teraz ona, prowadzi firmę, w której hoduje się ultraświeżego pstrąga i jesiotra. Po produkt – świeże ryby i kawior – sięgają najlepsze hotele i najlepsi szefowie kuchni z całej Polski. Jego jakość doceniona została licznymi kulinarnymi nagrodami m.in. Złoty Medal na Targach Polagra, Dziedzictwo Kulinarne, Dobry Produkt. Ciekawostką, jak i nowością kulinarną, jest sukces w wyhodowaniu, w pierwszym polskim gospodarstwie rybackim, certyfikowanego bio pstrąga, będącego prawdziwym SUPRFOODS. Wszelkie informacje – www.zielonka.pl

Czekolada na gorąco w proszku do kawiarni i restauracji Saskia 1 kg

Doskonała czekolada, która zachwyci swoim smakiem i aromatem! Jest idealnie gęsta, słodka i bardzo wyraźnie czekoladowa. Jej smak jest naturalny, aksamitny i przyjemny. Jeśli szukasz produktu, po który z przyjemnością będą sięgać rzesze miłośników czekolady, to jesteś w najlepszym miejscu! Czekolada Saskia składa się w 100% z naturalnych składników. Nie zawiera sztucznych spulchniaczy, polepszaczy smaków czy aromatów. Ponadto czekolada w proszku Saskia to produkt wegański i bezglutenowy, co jest niezwykle istotne w dzisiejszych czasach. Jej składniki zostały starannie wyselekcjonowane tak, aby zaoferować produkt najwyższej jakości dla najbardziej wymagających odbiorców. Przygotowanie czekolady jest bardzo proste: wystarczy ją wymieszać z mlekiem i podgrzać, aż zgęstnieje! Dedykowana do profesjonalnych zastosowań w miejscach o dużym przywiązaniu do jakości serwowanych produktów.



Saquella – włoska kawa z tradycją

Saquella to włoska rodzinna marka o ponad 160-letniej tradycji, produkująca doskonałej jakości kawy, które zdobyły uznanie na ponad 40 rynkach. Dzięki starannej selekcji ziaren i unikalnym metodom palenia każda filiżanka kawy Saquella odzwierciedla esencję włoskiej pasji i rzemiosła. Portfolio marki obejmuje szeroką gamę produktów – od łagodnych i subtelnym, po mocne i intensywne kompozycje. Receptury, których tajemnica przekazywana jest z pokolenia na pokolenie, cechują się precyzyjnie opracowanym profilem smakowym, dzięki czemu spełniają różnorodne oczekiwania wymagających gości. Zróżnicowane formaty pozwalają na elastyczne dopasowanie do miejsca serwowania.

Sprawdź pełne portfolio marki na: portfolio.gourmetfoods.pl



**DOSTĘP DO TYCH TREŚCI MOGĄ MIEĆ WYŁĄCZNIE
PRZEDSIĘBIORCY ZAJMUJĄCY SIĘ PRODUKCJĄ,
OBROTEM HURTOWYM ORAZ HANDLEM
NAPOJAMI ALKOHOLOWYMI.**

**USTAWA Z DNIA 26 PAŹDZIERNIKA 1982R.
O WYCHOWANIU W TRZEŹWOŚCI
I PRZECIWDZIAŁANIU ALKOHOLIZMOWI.**



Kielbasy bez osłonki od JBB Bałdyga

Kielbasy bez osłonki od polskiej marki JBB Bałdyga to prawdziwy hit wśród Polaków w trwającym sezonie grillowym. Jak na dłoni widać, że wprowadzone przed majówką cztery rodzaje kielbas bez osłonki były strzałem w dziesiątkę. JBB Bałdyga #GrillujeWCalejPolsce i z tej okazji przygotowała cztery doskonałe kielbasy bez osłonki, które od samego początku podbijają rynek i w okamgnieniu zyskują uznanie klientów. To Kielbasa bez osłonki, Kielbasa z szynki, Kielbasa biała oraz Kielbasa cięta. Wszystkie charakteryzuje wysoka mięsność i doskonały stopień doprawienia, dzięki któremu smakują tak wybornie. Idealnie nadają się jednak nie tylko na ruszt, ale także na patelnię czy do upieczenia w piekarniku.

Lustre – tęczowe szklwienie na białej porcelanie

Porcelana z kolekcji Lustre to największe zaskoczenie wśród premier 2024. Biel mieniąca się tęczowymi kroplami szklwienia podbija serca szefów kuchni. Kształty poszczególnych elementów skonstruowane są tak, żeby skupiać uwagę na środku talerza, czyli na serwowanym daniu. To idealne połączenie elegancji prostych kształtów, talerzy w odpowiednich rozmiarach i nuty tęczowej ekstrawagancji. Lustre to kolejna niezwykła kolekcja w trendzie 2024 białej porcelany. Dostępna tylko w Bela Mesa. Przed nami jesienne premiery kolejnych nowych kolekcji. Obserwuj Bela Mesa na Facebooku i Instagramie. Kontakt w sprawie oferty i prezentacji u Klienta pod adresem: www.belamesa.pl/kontakt lub numerem telefonu: +48 693 821 982.

Więcej na: www.belamesa.pl i www.belamesa-sklep.pl



Canuti – Autentyczne Włoskie Makarony dla Profesjonalnej Kuchni

Canuti to marka znana z premium, świeżych włoskich makaronów, dostępnych w IF&B Foodservice Mille Sapori. Ich oferta obejmuje nadziewane ravioli, tortellini i gnocchi, przygotowane z najwyższej jakości składników według regionalnych receptur. Makarony Canuti wyróżniają się doskonałą teksturą i smakiem, idealnie sprawdzając się w kuchniach fine dining, cateringu oraz restauracjach, które cenią autentyczność. Dzięki swojej wszechstronności produkty te umożliwiają szefom kuchni tworzenie wyjątkowych dań, łącząc włoską tradycję z nowoczesnymi trendami kulinarnymi.

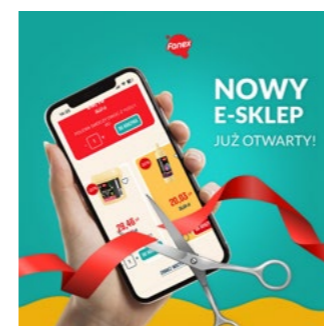


PROMOCJA

ARRIBA – importer produktów meksykańskich

Ideą ARRIBA sp. z o.o. jest promowanie szeroko rozumianej kultury meksykańskiej w Polsce oraz polskiej w Meksyku poprzez aktywny udział w targach gastronomicznych, turystycznych i wystawach sztuki latynoamerykańskiej. ARRIBA sp. z o.o. od 20 lat z sukcesem reprezentuje w Polsce najlepszych producentów z Meksyku, w tym: La Costeña, Sabormex, Novamex-Jarritos, Tequila Orendain, Molina, Nuevo Progreso, La Morena, Clemente Jacques, San Marcos, La Sierra, Tajin, El Yucateco. Dobór produktów w ofercie ARRIBA zarówno pod względem asortymentu, jak i różnorodności gramatur oraz wielkości opakowań oparty jest na wieloletnim doświadczeniu w imporcie produktów i zdefiniowanych potrzebach partnerów w Polsce i Europie.

Przedsiębiorstwo Arriba sp. z o.o. zaprasza do poznania feerii barw i smaków sięgających korzeniami do czasów Majów i Azteków oraz różnorodności klimatu Meksyku.



Sklep internetowy Fanex

Fanex, wiodący producent sosów i dodatków kulinarnych, ogłasza uruchomienie nowej wersji swojego sklepu internetowego. Odświeżona całościowo platforma e-commerce, ma na celu zapewnienie klientom jeszcze lepszych doświadczeń zakupowych, oferując łatwiejszy dostęp do pełnej gamy produktów Fanex. Obecny sklep internetowy wyróżnia się nowoczesnym i przyjaznym dla użytkownika interfejsem, który ułatwia nawigację i zakupy. Klienci mogą teraz w prosty sposób przeglądać bogaty asortyment produktów, od klasycznych sosów, takich jak ketchup, musztarda i majonez, po wyjątkowe propozycje, jak sosy owocowe czy egzotyczne receptury. A to wszystko osadzone jest w świeżej kolorystyce, która wpływa na atrakcyjny design sklepu.

Mąka Tota! w nowych opakowaniach

Tradycyjna mąka w nowoczesnej kuchni z rodzinnej firmy Młyny Zbożowe Żabczyńscy. Idealna do tradycyjnych wypieków mąka o typie 550 łączy zalety mąki jasnej z większą ilością składników mineralnych. Produkt do tej pory dostępny tylko w dużych opakowaniach dla profesjonalistów, doczekał się odsłony w torebce 1 kg. Tradycyjna mąka wykorzystywana przez cukierników teraz zapakowana w nowoczesne opakowanie dostępne dla każdego.



PROMOCJA

Czy produkty Magdy Roślinnej zapewnią sukces Twojej gastronomii?



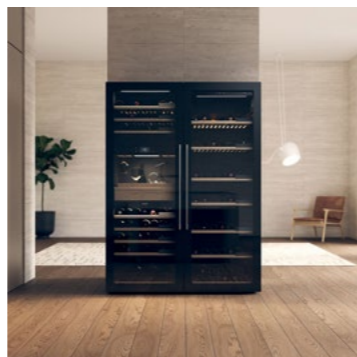
Tak! Trendy rynkowe wyraźnie sugerują, że produkty roślinne stają się coraz ważniejsze dla rosnącej grupy klientów. Zwiększająca się liczba wegan, vegetarian oraz fleksitarian powoduje wzrost zapotrzebowania na dania bez produktów odzwierzęcych.

W odpowiedzi na ten trend, MAGDA plant-based wprowadza na rynek HoReCa znane i cenione produkty roślinne, m.in. Planton Chef Crema 18%, roślinny zamiennik tradycyjnej śmietany, w wiaderkach 1, 3, 5 i 10 kg. Planton Crema 18% od samego początku wyróżnia się doskonałą recepturą, prostym składem i pysznym smakiem. Ma przyjemny zapach i aksamitną konsystencję. W odróżnieniu do śmietan, pod wpływem wysokich temperatur nie warzy się. Baza roślinna, poddawana procesowi homogenizacji, doskonale łączy się ze wszystkimi składnikami ciast, a zupy i sosy z wykorzystaniem Planton Crema 18% pozostają gładkie i jednolite.

Więcej informacji na: www.chef.magdaroslinna.pl

Chłodziarki do wina marki ASKO

Szafa chłodząca na wino ASKO została zaprojektowana tak, aby przechowywane trunki zachowały swój smak oraz najwyższą jakość. Urządzenie imituje warunki podziemnej piwniczki, zapewniając idealną temperaturę oraz wilgotność, tak ważną przy dojrzewaniu wina. Szafa chłodząca ASKO jest podzielona na strefy temperatur, a każda z nich może być osobno kontrolowana, dzięki czemu można przechowywać w niej różne gatunki win. W ofercie można znaleźć małą podblatową szafę chłodzącą na wino z dwiema strefami oraz pełnowymiarową, trzystrefową szafę, która pomieści nawet 261 butelek. Szafy posiadają funkcję ConnectLife ułatwiającą inteligentne sterowanie czy inwentaryzację oraz zestaw do serwowania. Urządzenia są połączone z aplikacją Vivino, która pozwala na łatwe katalogowanie, a także daje dostęp do bogatej bazy win oraz wskazówek, jak prawidłowo przechowywać trunki.



Nowa bułka CEBULAK BURGER – smak tradycji w każdym kęsie

Nowa bułka do burgera CEBULAK BURGER marki Schulstad Bakery Solutions to duet idealny. Do pszennej bułki dodano smażoną cebulkę i płatki ziemniaczane. To jedne z najbardziej znanych i lubianych smaków Polaków. Cebulka nadaje bułce wyrazistego smaku i aromatu, a płatki ziemniaczane podkreślają jej delikatność, miękkość i świeżość. Płatki ziemniaczane dodano do ciasta i posypano nimi bułkę. Po jej opieczeniu bułka nabiera zapachu przypominającego pieczonego ziemniaka. Idealnie komponuje się z tradycyjnymi i nowoczesnymi dodatkami. Nowa bułka CEBULAK BURGER to historia polskich smaków zamknięta w każdym kęsie. W tym roku Lantmannen Unibake Poland, właściciel marki Schulstad Bakery Solutions, świętuje 30-lecie działalności na rynku polskim. Z tej okazji marka przypomina i promuje polskie smaki. Wzbogać swoje menu o nową propozycję!
www.schulstadbakerysolutions.pl



X-line – bestseller KROSNO w kanale HoReCa

Kolekcja kieliszków i szklanek w kształcie litery X to bestseller w kanale HoReCa, który zdobywa serca zarówno restauratorów, jak i klientów. Te eleganckie naczynia łączą nowoczesny design z funkcjonalnością, oferując unikalne doświadczenie degustacyjne. Charakterystyczny kształt litery X nie tylko przyciąga wzrok, ale także zapewnia wygodny uchwyt, co sprawia, że są one idealnym wyborem dla profesjonalnych lokali. Dzięki swojej wyjątkowej estetyce kolekcja ta staje się nieodłącznym elementem stołów w najlepszych restauracjach i barach, podkreślając prestiż i dbałość o szczegóły. Dostępne na: www.krosnoprofessional.pl

La PASSIONE per la TAVOLA

EDIZIONE II

29|30 PAŹDZIERNIK 2024

UL. SZWEDZKA 2, WARSZAWA
PRAGA CENTRUM OK. 2KM OD
DWORCA WSCHODNIEGOWTOREK I ŚRODA
GODZ. 10.00
17.00IFOB
FOODSERVICE
MILLE SAPORI
POLAND academy

Włoskie Produkty – IDEALNE UZUPEŁNIENIE KUCHNI MIĘDZYNARODOWEJ

Włoska kuchnia, znana na całym świecie z prostoty i jednocześnie elegancji smaków, doskonale łączy się z różnorodnymi kuchniami międzynarodowymi. Produkty oferowane przez IF&B Foodservice Mille Sapori Poland, takie jak oliwy, trufle czy sery, wzbogacają dania o unikalny charakter i mogą stanowić kluczowy element każdej kuchni – od azjatyckiej, przez śródziemnomorską, po nowoczesne fusion.

PRODUKTY, KTÓRE ZMIENIAJĄ KAŻDĄ KUCHNIĘ

- **Trufle:** Ich intensywny, ziemisty smak idealnie komponuje się z delikatnymi mięsami, rybami oraz makaronami. Trufle podkreślają smak sushi, steków czy risotto, nadając potrawom głębi.
- **Oliwa Extra Virgin:** Włoska oliwa, zwłaszcza ta z Toskanii czy Apulii, jest nie tylko symbolem jakości, ale też uniwersalnym składnikiem, który doskonale współgra z różnymi tradycjami kulinarnymi, od hiszpańskich tapas po japońskie grillowane warzywa.
- **Pomidory Pelati:** Te obrane pomidory to niezastąpiony element włoskiej kuchni. Ich wszechstronność pozwala na wykorzystanie ich jako podstawy sosów, zup i dodatków do dań kuchni śródziemnomorskiej, azjatyckiej i latynoskiej.

WINA I KUCHNIA MIĘDZYNARODOWA

Lekkość i owocowe nuty Prosecco czynią go idealnym towarzyszem do różnorodnych dań, szczególnie owoców morza i przekąsek, podkreślając ich świeżość. Wino to sprawdza się zarówno na eleganckich przyjęciach, jak i podczas codziennych spotkań kulinarnych.

LA PASSIONE PER LA TAVOLA – DLACZEGO WARTO TAM BYĆ?

„La Passione per la Tavola” to wyjątkowe wydarzenie stworzone dla profesjonalistów

z branży gastronomicznej, takich jak szefowie kuchni, właściciele restauracji i hotelarze. Odbędzie się ono w Warszawie w dniach 29-30 października 2024 roku i oferuje nie tylko prezentację produktów, ale także platformę wymiany doświadczeń i inspiracji.

DLACZEGO WARTO WZIĄĆ UDZIAŁ?

1. **Nauka od mistrzów:** Masterclassy poprowadzą renomowani włoscy eksperci. Angelo Iezzi, znany mistrz pizzy rzymskiej i „in teglia”, będzie jednym z głównych prelegentów. Dodatkowo, przewidziana jest specjalna sekcja poświęcona tradycyjnym włoskim daniami w nowoczesnej odsłonie.
2. **Innowacja w tradycji:** Wydarzenie łączy tradycję włoskiej kuchni z nowoczesnymi trendami w gastronomii. Uczestnicy będą mieli okazję spróbować produktów w specjalnych strefach degustacyjnych i grillowych, które mogą wzbogacić ofertę każdej restauracji, niezależnie od jej profilu kulinarnego.
3. **Networking i inspiracje:** To doskonała okazja do nawiązania relacji z włoskimi producentami i wymiany doświadczeń z innymi profesjonalistami z branży. Wydarzenie otwiera drzwi do czerpania inspiracji, które mogą wpłynąć na rozwój oferty gastronomicznej.
La Passione per la Tavola to miejsce, gdzie tradycja spotyka się z innowacją, a włoska kuchnia staje się dostępna na wyciągnięcie ręki.



Naszym celem jest inspirowanie i edukowanie, aby szefowie kuchni mogli wzbogacać swoje menu o produkty najwyższej jakości, które podbijają podniebienia gości na całym świecie.
Zarejestruj się na:
www.lapassioneperlatavola.com i dołącz do nas!

PROMOCJA



Bartłomiej Pawlikowski

ZWYCIĘZCĄ KULINARNEGO PUCHARU POLSKI 2024!

Sześć duetów, dwa dania konkursowe i tylko jedna statuetka. 26 września 2024 roku poznaliśmy zwycięzców Kulinarne Pucharu Polski! Zwyciężył duet Bartłomiej Pawlikowski i Marcin Klóska.

W czwartek, 26 września odbył się finał 22. edycji Kulinarne Pucharu Polski. Rywalizowało w nim dwanaścioro zawodników i zawodniczek. Duety miały do przyrządzenia przystawkę i danie główne.

Produktem głównym w przystawce była wątróbka gęsia oraz maliny, gruszki, orzechy włoskie, polski ocet owocowy i gorzka czekolada. Podstawowym produktem w daniu głównym była kaczka oraz polska kasza, polska nalewka owocowa, borowiki, kapusta biała lub włoska i olej z esencją masła.

Siedmioosobowe jury pod przewodnictwem Iwony Niemczewskiej, wspierane przez trzyosobową pomoc techniczną, wyłoniło zwycięzców i laureatów.

Pierwsze miejsce zajęli Bartłomiej Pawlikowski i Marcin Klóska ze Stanicy

Łowieckiej „Kniejówka” w Ownicach. Zwycięstwo dała im przystawka: gulasz z gęziej wątróbki z owsianką, mus z selera i gruszki, markiza wytrawna z czekoladą i wątróbką, pierożek malinowy z gruszką, sos madera. Jako danie główne zwycięski duet przygotował pierś z kaczki z kaszanką i udkiem kaczym. Tartaletkę z kaczkiej krwi z duszoną kapustą z koprem, pączek z popcornem z kaszy gryczanej faszerowany borowikami, sos z kiszanej kapusty.

Na drugim miejscu uplasowali się Kamil Bujdasz i Paweł Baran ze Starego Browaru Rzeszowskiego w Rzeszowie, którzy na przystawkę wybrali pączka nadziewanego wątróbką, pateę w gorzkiej czekoladzie i marynowanej gruszcze, coulis malinowe i cygaretkę sosnową. Ich danie główne to pieczona pierś kaczki na korusie, donut

z szarpanki, gołąbek, ćwikła, purée z dyni i sos z pieczonej kaczki.

Trzecie miejsce zajął duet broniący tytułu „Najlepszego z Najlepszych” – Paweł Liszka i Khrystyna Nykoliuk z Radisson Blu w Sopocie, którzy na przekąskę ciepłą podali uszka faszerowane gęsią wątróbką podane z purée gruszkowym, kruszonką z orzechów włoskich, świeżymi malinami z redukcją z octu oraz sosem z kaczkiej redukcji, gorzkiej czekolady i octu żurawinowego. Danie główne to podwędzana pierś z kaczki podana z pyzą gryczaną faszerowaną grzybami, bigosem z włoskiej kapusty, skwarkami z kaczkiej skóry, pasztetem z kaczkiej podrobów, emulsją kaczą, purée z jabłka, prażoną kaszą gryczaną, kruszonką z orzechów pistacji oraz sosem na bazie kaczkiej redukcji i pieczonych jabłek.

Gratulujemy!

Targi HORECA® I ENOEXPO® – FRESH START!

31. Międzynarodowe Targi Wyposażenia Hoteli i Gastronomii HORECA® wraz z Międzynarodowymi Targami Wina w Krakowie ENOEXPO® od 30 lat są jedną z najważniejszych imprez w Polsce łączących branżę hotelarską, gastronomiczną i winiarską.

Już 6-8 listopada 2024 roku w EXPO Kraków, pod hasłem „Fresh start!”, odbędą się targi w świeżym wydaniu, jako odpowiedź na różne oczekiwania i wyzwania sektora HoReCa. Poza prezentacją kompleksowego wyposażenia hoteli, obiektów wypoczynkowych, restauracji, kawiarni i innych lokali gastronomicznych, a także żywności i napojów oraz win z różnych stron świata, na gości czekać będą Biznesowe Okazje, czyli specjalne zniżki dostępne tylko na targach. W ramach Akademii HORECA® odbędą się praktyczne szkolenia, warsztaty i degustacje zarówno dla profesjonalistów, jak i debiutantów w branży oraz dodatkowe, angażujące zmysły atrakcje. Tradycyjnie, targom towarzyszyć będą konkursy i pokazy na światowym poziomie, w tym Kawowe Mistrzostwa Polski w czterech konkurencjach, organizowane przez SCA Poland.

W ślad za najnowszymi trendami, tematem przewodnim tegorocznej Akademii HORECA® będzie marketing doznań. Podczas paneli dyskusyjnych i prelekcji uczestnicy dowiedzą się, jak poprzez zapach, muzykę, odpowiednio zaprojektowane wnętrza oraz z wykorzystaniem ekranów budować pozytywny wizerunek i wyjątkową atmosferę swojego obiektu, co przełoży się na zadowolenie gości oraz wyniki biznesowe. Wiedzę podzielą się eksperci prowadzący kampanie sensoryczne dla światowych marek, projektantka zapachów i znane w branży architektki wnętrz.

W programie targów znajdują się ciekawe pozycje zarówno dla profesjonalistów, jak i specjalne tematy dla osób rozpoczynających działalność w branży HoReCa. Winiarzy zainteresuje konferencja o winie w polskim prawodawstwie, prelekcja o fałszerstwach w świecie wina, a sektor gastronomii i wina przyciągnie ostra dyskusja o food pairingu pomiędzy kucharzem a sommelierem. Ponadto również w tym roku będzie dostępna Strefa Edukacji SCA Poland, gdzie odbędą się warsztaty związane z kawą i szeroko pojętą sensoryką.

Bezpłatne wejściówki dla gości branżowych są dostępne po rejestracji na stronach organizatora: www.horeca.krakow.pl, www.enoexpo.krakow.pl.

REKLAMA

o wnętrzach

o zmysłach

Fresh Start!

Targi w świeżym wydaniu

31. Międzynarodowe Targi Wyposażenia Hoteli i Gastronomii

HORECA®

Gastro | Hospitality | Sweet

21. Międzynarodowe Targi Wina w Krakowie

ENOEXPO®

06-08 listopada 2024

dla świeżych
w branży

o kawie

...i czymś
do kawy

Odbierz bezpłatną wejściówkę!

horeca.krakow.pl
enoexpo.krakow.pl

WYDARZENIA



Kulinary RAJD MISTRZÓW 2024

W piątek, 25 października 2024 roku w Haston City Hotel we Wrocławiu odbędzie się 12. edycja Kulinarnej Rajdu Mistrzów. Zgłoszenia przyjmowane są do 16 października.

Zadaniem konkursowym jest przygotowanie przystawki oraz dania głównego w ośmiu porcjach.

Produktami obowiązkowymi w przystawce są filet z jesiotra, boczek wędzony bez żeber oraz orzechy włoskie łuskane. Z kolei w daniu głównym każda z dwuosobowych drużyn musi uwzględnić comber z jelenia bez kości, dowolne grzyby leśne suszone, a także kapustę zieloną lub włoską.

Organizatorzy podkreślają, że każda ekipa konkursowa może przywieźć przygotowany wcześniej wywar rybny, orzechy włoskie bez skórki oraz obrane (niepokrojone i nieugotowane) warzywa, jeżeli wymaga tego receptura. Każda z drużyn może także przywieźć przygotowany wcześniej jasny wywar lub demi glace.

Nad prawidłowym przebiegiem zmagania konkursowych będzie czuwać jury w składzie: Jerzy Pasikowski, Robert Sowa, Marcin

Budynek, Giancarlo Russo, Kurt Scheller, Wiesław Bober, Theofilos Vafidis, Wojciech Harapkiewicz, Mateusz Jarosławski oraz Karol Okrasa, który wystąpi nie tylko w roli jurora, ale także prowadzącego.

Zwieńczeniem całonocnej rywalizacji będzie gala połączona z ogłoszeniem wyników oraz wręczeniem nagród i dyplomów.

Zgłoszenia należy kierować na adres konkurs@haston.pl.



POLAGRA 2024

- PODSUMOWANIE

W dniach 25-27 września 2024 roku na Międzynarodowych Targach Poznańskich odbyło się spotkanie targowe branży spożywczej i gastronomicznej POLAGRA. W programie nie brakowało konkursów kulinarnych, debat, prelekcji, szkoleń i spotkań biznesowych.

Zgodnie z zapowiedzią organizatorów na Międzynarodowe Targi Poznańskie zawitało blisko 250 wystawców z całego świata. Pojawili się goście nie tylko z Europy, ale także z Azji, Afryki i obu Ameryk.

Tegoroczna odsłona targów POLAGRA była doskonałą okazją do zaprezentowania oraz poznania najnowszych technologii, urządzeń, trendów w produkcji i dystrybucji żywności, a także oferty firm działających w sektorze HoReCa.

Wydarzenie było platformą wymiany opinii oraz miejscem szkoleń. Prawnicy i eksperci z firm doradczych przekazali wiedzę z zakresu reklamy i oznakowania opakowań, recyklingu, greenwashingu, ESG, e-commerce, pozyskiwania dofinansowań na inwestycje, produkcję i eksport.

Poznaliśmy zwycięzcę Kulinarnej Pucharu Polski. Odbyły się także eliminacje WorldSkills Poland, czyli konkurs Regionalny SkillsPoland 2024 w zakresie gotowania i cukiernictwa. Dzień później nastąpiło ogłoszenie wyników w ogólnopolskim konkursie dla piekarzy Master Baker. Ponadto ogłoszono laureatów plebiscytu „Mistrzowie Smaku”.

The Best Chef Awards W DUBAJU



W dniach 4-6 listopada 2024 roku odbędzie się ósma edycja gali wręczenia nagród The Best Chef. Tym razem wydarzenie zawita do Dubaju.

Tegoroczne wydarzenie The Best Chef Awards, jak zapowiadają organizatorzy, zostanie przygotowane z większym niż dotychczas rozmachem, odzwierciedlając wpływ platformy The Best Chef oraz rosnące znaczenie Dubaju na światowej scenie kulinarnej.

Tym samym to edycja będąca pierwszym wydarzeniem kulinarnym o globalnym zasięgu, które odbędzie się na Bliskim Wschodzie.

The Best Chef Awards corocznie zrzesza przedstawicieli kulinariów z całego świata. Podczas ósmej edycji możemy spodziewać się obecności takich szefów kuchni jak: Vaughan Mabee z Amisfield, Albert Adrià z Enigma, Ángel León z Aponiente czy Floriano Pellegrino i Isabella Poti z Bros. Światło reflektorów padnie również na szefów kuchni z Dubaju, w tym Gregoire'a Bergera (Ossiano), Mohammeda Orfali (Orfali Bros) i Himanshu Saini (Tresind Studio, Avatara).

Ponadto podczas wydarzenia zaprezentują się wschodzące talenty kulinarne z Dubaju – Wassim Orfali (Orfali Bros) i Christophe Devuille (The Royal Tea Room, Atlantis The Royal), a także Tetsuya Wakuda (Sagetsu) i Rita Sueidan (Maison15). W gronie lokalnych kandydatów do nagród organizatorzy wymieniają: Evę Halasa z Three by Eva, Kelvina Cheunga z Jun's oraz Ariannę Bundy z Ariana's Persian Kitchen.

Kluczowym punktem wydarzenia będzie gala The Best Chef Awards.

REKLAMA



22 października 2024

II edycja międzynarodowego konkursu kulinarno - cukierniczego dla szkół gastronomicznych

Trophee Mille Poland 2024



WYDARZENIA

Poznańskie TARGI PIWNE 2024 PRZED NAMI!

W dniach 15-16 listopada 2024 roku na terenie Międzynarodowych Targów Poznańskich odbędzie się kolejna, jedenasta, edycja Poznańskich Targów Piwnych. Podczas wydarzenia poznamy laureatów Greater Poland Cup.

Poznańskie Targi Piwne odbywają się od 2013 roku. Jak podkreślają organizatorzy, to wydarzenie skupione na celebrowaniu piwa jako jednego z najstarszych trunków na świecie. To wydarzenie targowe, które zapewnia również możliwość poznania kultury, historii, a także współczesnego świata piwa rzemieślniczego.

Impreza będzie także okazją do nagrodzenia laureatów konkursu Greater

Poland Cup – jednego z największych polskich konkursów kierowanych do profesjonalnych i domowych producentów piwa, miodu i cydru.

Medale, dyplomy, a także plakietki graficzne do wykorzystania w działaniach marketingowych zostaną przyznane 15 listopada podczas gali finałowej.

Ponadto fani złotego trunku będą mogli wysłuchać prelekcji na temat różnych napojów piwnych. Każdy znajdzie coś dla siebie!

Z kolei w sobotę, 16 listopada, odbędzie się Poznańska Piwna Miła, czyli bieg, w którego trakcie zawodnik, pokonując 1600 m, zobowiązany jest do wypicia czterech piw o objętości 0,3 l.

Jak zaznaczają organizatorzy, misją Targów Piwnych jest edukacja, zmiana wizerunku piwa, a także zjednoczenie branży poprzez kraftowe trunki.

Więcej informacji na stronie: www.targipiwne.pl.

DOSTĘP DO TYCH TREŚCI MOGĄ MIEĆ WYŁĄCZNIE PRZEDSIĘBIORCY ZAJMUJĄCY SIĘ PRODUKCJĄ, OBROTEM HURTOWYM ORAZ HANDLEM NAPOJAMI ALKOHOLOWYMI.

**USTAWA Z DNIA 26 PAŹDZIERNIKA 1982R.
O WYCHOWANIU W TRZEŹWOŚCI
I PRZECIWDZIAŁANIU ALKOHOLOWI.**

Restaurant Week – RUSZYŁY REZERWACJE!

Jesienna edycja Festiwalu rozpoczęła się 8 października 2024 roku i potrwa do 17 listopada. Wystartowały rezerwacje! Hasłem nadchodzącej, jubileuszowej, odsłony Restaurant Week jest #FoodieMoments.

Nadchodzi 10. edycja Restaurant Week! Z tej okazji jesienna odsłona wydarzenia stanowi, zgodnie z zapowiedzią organizatorów, opowieść o pasji do jedzenia, chęci spędzania wolnego czasu na mieście oraz o dzieleniu się wyjątkowymi gastronomicznymi odkryciami.

W Festiwalu weźmie udział ponad 400 restauracji z 13 największych aglomeracji w całej Polsce. Różnorodność kulinarną będzie

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

Co króluje w menu jesiennej edycji? Jest nie tylko sezonowo, ale i aromatycznie – w festiwalowych daniach można znaleźć sporo grzybów, jesiennych warzyw, a także szeroki wybór owoców morza, ryb czy mięs.

Goście poszukujący kulinarnych doświadczeń mają do dyspozycji trzydniowe menu festiwalowe w cenie 69,99 zł plus opłata rezerwacyjna 5,98 zł. Należy wybrać liczbę osób, datę, godzinę oraz jedno z dwóch menu. Każda wizyta w restauracji podczas Restaurant Week jest przewidziana na 90 minut.

Rezerwacje trwają na: www.restaurantweek.pl.

ALASKA SEAFOOD



CZAS NA ZMIANĘ- WYBIERZ ALASKA SEAFOOD

Położone z dala od cywilizacji obszary połowów gwarantują, że ryby i owoce morza pochodzące z Alaski są najwyższej jakości. Surowe regulacje dotyczące wielkości połowów oraz dokładny program zarządzania rybobostanem zapewniają zachowanie skarbów oceanu dla przyszłych pokoleń.



Dowiedz się więcej na:

WWW.ALASKASEAFOOD.EU

