

# Szef Kuchni

MAGAZYN BRANŻY GASTRONOMICZNEJ



## Szef kuchni jest twarzą restauracji

ROZMOWA Z ANDRZEJEM JAKOMULSKIM

STYCZEŃ 2025 NR 97 | ISSN 2543-568X

TRENDY

BĄBELKOWA REWOLUCJA

WALENTYNKI



# BEER WARSAW EXPO 2. edycja

Organizator:



## Targi Wyrobów Piwowarskich 11-13 MARCA 2025

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

ZAREJESTRUJ SIĘ



Aleja Katowicka 62, 05-830 Nadarzyn | [info@warsawexpo.eu](mailto:info@warsawexpo.eu) | [www.warsawexpo.eu](http://www.warsawexpo.eu) | [/ warsawexpo](https://www.facebook.com/warsawexpo)

# WINE WARSAW EXPO 2. edycja

Organizator:



## Jedynie takie Targi Wyrobów Winiarskich w Polsce

11-13 MARCA 2025

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

ZAREJESTRUJ SIĘ



Aleja Katowicka 62, 05-830 Nadarzyn | [info@warsawexpo.eu](mailto:info@warsawexpo.eu) | [www.warsawexpo.eu](http://www.warsawexpo.eu) | [/ warsawexpo](https://www.facebook.com/warsawexpo)

NA DOBRY POCZĄTEK...

**N**owory rok to zawsze czas refleksji i nadziei – moment, w którym spoglądamy zarówno wstecz, jak i przed siebie. Mimo że dla wielu to po prostu zmiana daty w kalendarzu, w sektorze HoReCa to punkt zwrotny.

Nadszedł 2025 rok, a wraz z nim pytania: jakie wyzwania i możliwości przyniesie? W gastronomii nie ma miejsca na frazesy ani puste obietnice. Tu liczy się konkret, realizm i gotowość do działania.

Sektor HoReCa w Polsce to nie przestrzeń na „nowy rok, nowe postanowienia”, ale na trzeźwe spojrzenie na to, co nas czeka. Jakie stoją przed nami wyzwania? Jak je przekuć w siłę, innowacje i odporność na dynamikę rynku? W branży, która żyje w rytmie ciągłych zmian, największym wrogiem jest stagnacja. Technologie, zmieniające się oczekiwania gości czy presja zrównoważonego rozwoju – to tylko wierzchołek góry lodowej tematów, które zdominują 2025 rok.

Na znaczeniu cały czas zyskuje lokalność. Wiara w przyszłość gastronomii, która tkwi w potencjale lokalnych produktów i promowaniu bogactwa kulinarnego regionu, to domena bohatera styczniowego wydania, którym jest Andrzej Jakomulski – szef kuchni restauracji Sublima w Kołobrzegu.

Drodzy Czytelnicy, gastronomia wciąż ma wiele do odkrycia. Czy lokalne produkty zyskują nową rolę w kuchni? Czy technologie, o których jeszcze nie śniliśmy, zrewolucjonizują nasze podejście do jedzenia i pracy w tej dynamicznej branży? Jedno jest pewne – nadchodzący rok obiecuje wiele wyzwań, ale jeszcze więcej inspiracji i możliwości, które mogą na nowo zdefiniować oblicze polskiej gastronomii.

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:**  
DAMIAN DEPTUŁA, MARTA KOSECKA,  
MARCIN KUREK, INDERJIT MANOTA,  
AGNIESZKA ROJEWSKA, AGATA WOJDA

**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:**  
JOWITA KOSTRZEWA

**STUDIO GRAFICZNE:**  
ALFA SKŁAD  
ŁUKASZ BIESZKE

**DRUK:**  
TECHGRAF

**ZDJĘCIA:**  
DEPOSITPHOTOS.COM,  
ARCHIWUM WŁASNE

**ZDJĘCIA NA OKŁADCE:**  
KNOW.IT

**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  
NADESŁANYCH 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 PRZEPEŁYU 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



16



44



6

## STREFA SZEFA

- 11** Tatar ze strusia z majonezem z palonego siana – przepis
- 12** Warsztaty bez tajemnic – felieton Agaty Wojdy
- 14** Przepis na walentynki w restauracji
- 16** Słodka tradycja, czyli tłusty czwartek tuż, tuż
- 20** Catering dietetyczny: smacznie, szybko, wygodnie

## STREFA MENEDŻERA

- 22** Kawa: sztuka parzenia

- 26** Małymi krokami do celu – rozmowa z Agatą Gwiazdowską, właścicielką firmy cateringowej Pełny Brzuszek w Warszawie
- 30** Urządzenia wielofunkcyjne w gastronomii – klucz do efektywności
- 34** Co czeka nas na talerzu?
- 35** Nowy rok, nowe zmiany w podatkach
- 36** Jak zabezpieczyć się przed zmianą właściciela lokalu?

## STREFA SMAKU

- 38** Kuchnia roślinna: smak przyszłości?

- 42** Trendy w kategorii brown spirits
- 44** Bąbelkowa rewolucja
- 46** Nowości

## WYDARZENIA

- 48** La Liste – Top 1000 Restaurants 2025/ Arte Culinaria Italiana 2025
- 49** Gayuma Relaunch Poland
- 50** Europejska Konferencja Miodosytników i konkursy 2025/ Nadchodzi Bitwa na Drobiowe Smaki IV

## TEMAT NUMERU

- 6** Szef kuchni jest twarzą restauracji – rozmowa z Andrzejem Jakomulskim, szefem kuchni restauracji Sublima w Kołobrzegu



# Szef kuchni

## JEST TWARZĄ RESTAURACJI

**Szef kuchni jest dziś jak gwiazda rocka. Wychodzi do gości, rozmawia, przekazuje wiedzę. O zmianach w postrzeganiu zawodu kucharza, o wartości lokalnych produktów oraz prognozach na 2025 rok rozmawiamy z Andrzejem Jakomulskim, szefem kuchni restauracji Sublima w Kołobrzegu.**

### Jakie wydarzenia miały największy wpływ na rozwój Pana pasji do gotowania?

To, że lubię gotować, odkryłem już w szkole podstawowej. Zaczęło się od smażenia naleśników, placków ziemniaczanych i lepienia pierożków na ZTP. U mnie w domu babcia dużo gotowała. Do tej pory cała rodzina lubi gotować i zapraszać gości. To był załazek mojego zainteresowania kucharzeniem.

Kończąc podstawówkę, zadeklarowałem, że chcę być kucharzem. To były czasy, gdy większość chłopaków chciała iść na stolarza, mechanika czy elektryka. Niektórzy się dziwili, że ja idę na garnkotłuka.

Patrząc z perspektywy czasu, po niemal trzydziestu latach, wiem, że to był bardzo dobry wybór. Jestem dumny, że poszedłem w tym kierunku, i że przyniosło mi to tyle przyjemności. W gotowaniu cały czas odkrywam coś nowego i mogę się rozwijać.

### Podejście do zawodu kucharza jest teraz zupełnie inne, a szefowie kuchni cieszą się uznaniem.

Teraz to się zmieniło. Gdy zaczynałem pracę, hoteli i restauracji było niewiele. Pamiętam, że moi koledzy zamiast gotować, grabili liście, sprząтали, myli okna. Takie były zajęcia w tamtych czasach. Mnie się udało, bo trafiłem do jednego z pierwszych hoteli na Pomorzu Zachodnim, który miał tak nowoczesną kuchnię. To był hotel Amber Baltic.

Moja droga, aby tam się dostać, była wyboista. Udało się dzięki mojej mamie, która była szefową jednego z działów i wstawiła się za mną u tamtejszego szefa kuchni. Tym sposobem stałem się pierwszym uczniem tego obiektu. Nie wylądowałem na szmacie, tylko od razu pokazano mi w cyklach jak gotować, kroić czy dekorować. Przeszedłem przez wszystkie działy, począwszy od kuchni śniadaniowej, poprzez kuchnię zimną, deserownię, kuchnię bufetową, aż zacząłem pracować w zespole restauracji à la carte. Dostanie się do elity najlepszych kucharzy wybranych przez szefa kuchni było dla mnie zarówno marzeniem, jak i wyzwaniem.

### Trafił Pan w odpowiednie miejsce i czas.

Ten obiekt mnie ukierunkował i pokazał mi nowoczesną kuchnię, w tym znaczenie świeżości produktów. W tamtych czasach mało kto miał kontakt ze świeżymi truflami, dzikim ptactwem czy foie gras. To wszystko było ściągane z Austrii i Szwajcarii. Wielu kucharzy, którzy tam wtedy gotowali, miało możliwość gotowania

w międzynarodowym zespole: szef kuchni i szef cukierni byli ze Szwajcarii, zastępca szefa z Tajlandii, a szefowa kuchni zimnej ze Stanów Zjednoczonych. To pokazało nam, jak może funkcjonować kuchnia na świecie. Poznaliśmy też spektrum produktów. Był początek lat dziewięćdziesiątych, nawet nie można było sobie pomarzyć o takich rzeczach. Były podstawowe produkty, ale tego, co otrzymywał hotel, nie można było nigdzie kupić.

### To prawdziwy znak czasów. Dziś wystarczy złożyć zamówienie i produkt z drugiego końca świata dostępny jest na wyciągnięcie ręki.

To doświadczenie było inspirujące do tego, aby dalej się uczyć i pracować. Wykorzystałem ten czas, jak mogłem. Najpierw byłem uczniem, a następnie młodszym kucharzem, który musiał przejść wszystkie szczeble kuchennej drabiny.

Później moja wędrownka zatoczyła koło, bo zacząłem pracę w hotelu w Szczyrku, a po kilku latach wróciłem na Wybrzeże. Najpierw do Gdańska, w dalszej kolejności do Łeby i Kołobrzegu, gdzie jestem do tej pory.

Te lata wojaży kulinarnych umożliwiły mi pracę z wieloma świetnymi szefami kuchni, pozwoliły nauczyć się różnych kuchni, poznać różne warsztaty.

### Jaką rolę w Pana karierze odegrało założenie grupy Szefowie Zachodniego Wybrzeża?

Szefowie Zachodniego Wybrzeża to grupa przyjaciół, złożona z szefów kuchni i szefów cukierni, która zaczęła współpracować, aby promować lokalną kuchnię poprzez produkty, które są





dostępne w naszym regionie, w tym ryby morskie i słodkowodne, sery, miody i miody pitne.

Nadrzędnym celem było to, aby popularyzować produkty regionalne, a przy okazji spotykać się na kolacjach degustacyjnych, eventach, warsztatach. W zeszłym roku mieliśmy okazję wziąć udział w dużym projekcie „Wolin z rybą na talerzu”, który obejmował kilkanaście miejscowości. Była to kampania promująca ryby bałtyckie i słodkowodne z Zalewu Szczecińskiego.

Mimo że grupa jest nieduża, cały czas się rozwija i dołącza do niej coraz więcej firm chcących współpracować. Uważam, że to fajna inicjatywa.

#### **Możliwość współpracy z szefami kuchni to kolejny aspekt, który udowadnia, że podejście do zawodu się zmieniło.**

Zapraszamy do współpracy szefów kuchni z całej Polski, nie zamykamy się tylko na Pomorze Zachodnie. Goście specjalni pomagają nam promować bogactwo regionu.

#### **Z czego wynika atrakcyjność Pomorza Zachodniego?**

Wiele osób nie zdaje sobie sprawy, ile ciekawych rzeczy można tu znaleźć. Ryby wędzone, łososie kiszzone czy różne paprykarze. Spektrum produktów jest bardzo duże dzięki temu, że mamy dostęp zarówno do morza, jak i do jezior czy rzek, czyli do różnorodnych ryb, a także raków.

To składniki, z których można przygotować ciekawe potrawy. Po prostu trzeba wiedzieć, gdzie po nie sięgnąć.

#### **Czy ma Pan swoje ulubione produkty?**

Nie wyobrażam sobie gotowania bez masła i śmietany. To produkty, które wnoszą dużo smaku i nadają aksamitną konsystencję sosom i zupom.

Patrząc jednak na to, co dzisiaj dzieje się z ceną masła i jak wysoko poszybowała, to jestem trochę przerażony. To już niemal produkt luksusowy. A przecież kuchnia bez niego to nie to samo. Oczywiście weganie i wegetarianie mogliby się ze mną nie zgodzić, bo na rynku istnieją różne roślinne zamienniki, ale masło to nośnik smaku nie do zastąpienia. Można wykorzystać je na wiele sposobów, aby osiągnąć genialne smaki i efekt na talerzu.

#### **Jak specyfika Kołobrzegu jako miejscowości turystycznej wpływa na tworzone przez Pana menu?**

Kołobrzeg jest co prawda niedużym miastem, ale co roku odwiedza nas duża liczba turystów. Wśród nich są nie tylko Polacy, ale i Skandynawowie czy Niemcy. Ciekawostką jest fakt, że od kilku lat coraz częściej pojawiają się także Czesi.

Chcę pokazywać im różnorodność naszej kuchni poprzez lokalne produkty: ryby, owoce leśne czy warzywa prosto od rolnika, a nie łososia z hodowli czy tuńczyka. Oczywiście to też świetne produkty, ale wolę wykorzystać w menu gładzicę, dzikiego turkota lub śledzie bałtyckie czy przygotować kartę sezonową, w której pojawi się flądra, szczupak, lin oraz ryby wędzone na przykład węgors. Ostatnio miałem przyjemność jeść flądre wędzoną, była przepyszna. To inspiracje, dzięki którym można przemyć na talerzu naszą wizję i pokazać, że liczą się nie tylko ogólnodostępne produkty, ale i te lokalne.

Pomorze Zachodnie słynie też z drobiu. Goście z Poznania i okolic przyjeżdżają do nas często na kaczkę. Mamy również dostęp do rolników, którzy wytwarzają sery. Z twarogu ręcznie zrobionego przez gospodarza możemy upiec świetny sernik. W regionie nie brakuje także pasiek, które wytwarzają genialny miód. To produkty,

które, jako lokalni szefowie kuchni, wykorzystujemy w codziennej pracy.

#### **Lokalność jest w modzie.**

To kierunek, w którym wielu szefów kuchni idzie nie tylko zawodowo, ale i prywatnie. Osobiście, gdy odwiedzam różne kraje, to szukam miejsc, gdzie mógłbym zjeść coś lokalnego i poczuć się tak, jak tam jest naprawdę i poznać produkty dotknięte historią i smakiem. Najważniejsze, żeby to pielęgnować i żeby to podejście nie uległo nadmiernej komercjalizacji. Chodzi o to, aby nie psuć produktu, tylko mądrze go wykorzystać i pokazać.

W Kamieniu Pomorskim mamy dostęp do łososia kiszzonego. Świetnie smakuje i cieszy się zainteresowaniem gości. Nikt inny w ten sposób go nie robi. To dziedzictwo kulinarne Pomorza Zachodniego.

#### **Jak Pana zdaniem zmieniła się polska kultura jedzenia?**

Zmieniła się bardzo mocno. Po latach dziewięćdziesiątych nastąpiło większe otwarcie i zaczęliśmy szeroko interesować się turystyką oraz wyjazdami wakacyjnymi w różne części świata, dzięki czemu nauczyliśmy się więcej o jedzeniu i sposobie bycia.

Dzisiaj, przede wszystkim, zwracamy uwagę na produkt. Nie można tworzyć dobrego menu na słabym produkcie. Goście mają świadomość kulinarną i wiedzę, dlatego przychodząc do mnie, do restauracji, oczekują ciekawych rozwiązań i chcą posmakować czegoś innego. Wiele razy się zdarza, że zapraszają mnie do stolika i wypytyują, jak to jest zrobione, dlaczego to jest takie miękkie, co to za smak? To inspiracja do tego, aby przekazywać wiedzę kulinarną na talerzu.

Jedyną uwagą jest to, że jako naród jesteśmy mało cierpliwi. Chcemy zjeść dobrze, ale szybko. Nie mamy takiego luzu jak południe Europy, Włosi, Francuzi czy Hiszpanie, którzy po przyjeździe do restauracji celebrują przez trzy lub cztery godziny i rozmawiają, popijając wino.

Polacy cały czas gdzieś się spieszą. Potrzebują dostać jedzenie bardzo szybko, dlatego mamy zawsze przygotowane smakowe masła, pieczywo, do tego amuse bouche na start, aby można było ich zaspokoić i skrócić czas między zamówieniem a przystawką czy pierwszym daniem. To daje wrażenie, że cały czas ktoś się nimi opiekuje, jednak trochę brakuje w tym celebracji, takiego posiedzenia sobie,

**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.**





pogadania, pośmiania się i napicia się dobrego wina. A przecież Polska teraz słynie z bardzo dobrych win. Patrząc kilka lat wstecz, można zobaczyć, że zrobiliśmy skok milowy. Nie znam dobrej polskiej restauracji, która nie miałaby kilku rodzimych butelek. Myślę, że to genialny kierunek.

#### Zmiana nastąpiła także w podejściu do produktu.

Zaczęliśmy go szanować i rozumieć, o co w tym wszystkim chodzi. Uświadomiliśmy sobie, że mamy tyle świetnych składników, które trzeba pielęgnować.

Goście często pytają mnie, gdzie mogą kupić różne produkty, których próbowali w restauracji. Na przykład, gdzie mogą dostać twaróg na sernik, który jedli u mnie. Oczywiście kieruję ich, odsyłając do człowieka, który go wytwarza. To fajna zachęta do współpracy szefa kuchni z rzemieślnikami.

#### To prosta droga z pola na stół.

Ta droga powinna być jak najkrótsza, bez zbędnych pośredników. Jestem zwolennikiem myślenia, że jeśli chcę produkt najwyższej jakości, to idę do człowieka, który go wytwarza lub pozyskuje.

Czasami odwiedzam gospodarstwa czy wędzarnie i wybieram produkt bezpośrednio. Mogę go dotknąć i spróbować, a z właścicielem posiedzieć na herbacie, porozmawiać i popytać o szczegóły. Wytwórcy zazwyczaj z chęcią opowiadają o swoich wyrobach. Nie robią z tego tajemnicy.

#### Czy ta wiedza ułatwia Panu pracę?

To miłe, że ktoś chce mi powiedzieć, co zrobił, jak zrobił i dlaczego to tak smakuje. Chcę wiedzieć jak najczęściej, ponieważ po drugiej stronie stołu siedzi gość. Jeśli zapyta mnie, jak danie zostało przyrządzone i skąd taki pomysł, mogę przekazać mu, co wiem.

#### Powiedział Pan kiedyś, że szef kuchni, wychodząc do gości, jest jak gwiazda rocka. Jak Pan do tego podchodzi?

Gdy zaczynałem pracę w tym zawodzie, mówiono, że szefem się bywa, a kucharzem jest się przez całe życie. To moje motto.

Obecnie szef kuchni wychodzący na salę naprawdę jest jak gwiazda rocka. Wielokrotnie się zdarza, że wszyscy goście, którzy widzą mnie w restauracji, chcą mnie zagarnąć, prosząc, żebym usiadł, żebym opowiedział o tym i o tamtym. Czasami kończy się tym, że siadam do stolika i goście zatrzymują mnie na dłużej. Lubię sobie z nimi pocelebrować, dlatego czasami muszę zostać dłużej w pracy, żeby nadrobić zaległości. Co miałem zrobić? Byłem zajęty spotkaniem z gośćmi (śmiech).

Przychodząc do restauracji, goście oczekują, że się z tobą zobaczą, chociaż podadzą rękę i zapytają, co słyhać. Jeśli mam czas, to z nimi rozmawiam, a jeśli mam mniej czasu, to jest krótka wymiana uprzejmości i niestety muszę iść dalej, ale nie omijam ich bokiem, mówiąc, że nie podejdę. To forma szacunku.

Uważam, że gość przychodzi do restauracji ze względu na jedzenie, talerz, ale chciałby też poznać jego autora. To ważne, bo szef kuchni nie jest już zamknięty w kuchni. W niektórych miejscach w Polsce nadal pokutuje myślenie, że jeśli szef wyjdzie do gości, to zaraz go ktoś podkupi, dlatego ma się nie wychylać. Na szczęście takich miejsc jest coraz mniej. Szef kuchni jest twarzą restauracji, w której gotuje. To najlepsza reklama.

#### Relacja z gośćmi to element doświadczenia.

Nadal uczymy się komunikacji z gośćmi. Pamiętam, jaki luz mieli szefowie kuchni z zagranicy, z którymi pracowałem. Interakcja z gośćmi nie była dla nich problemem. My się tego dopiero nauczyliśmy. Brakowało nam obycia. Na początku nie byliśmy otwarci, baliśmy się. Teraz jesteśmy odważniejsi, startujemy w międzynarodowych konkursach, współpracujemy z zagranicznymi szefami.

#### Jaka jest Pana prognoza dla polskiej gastronomii na 2025 rok?

Mimo że nadal wychodzimy z pandemii, która nas sponiewierała, jest coraz lepiej. Otwierają się nowe restauracje, a na Pomorze dotarł Przewodnik Michelin. Uważam, że gastronomia będzie szła w bardzo dobrym kierunku.

#### ANDRZEJ JAKOMULSKI

szef kuchni restauracji Sublima w Kołobrzegu

autor: Andrzej Jakomulski

# Tatar ze strusia

## Z MAJONEZEM Z PALONEGO SIANA



#### Składniki:

##### Tatar:

- 100 g mięsa ze strusia
- 1 jajko
- 10 g marynowanych rydzów
- 5 g szalotki
- 5 g ogórka kiszzonego
- 3 g musztardy francuskiej
- 5 ml oliwy szczypiorkowej
- sól, pieprz

##### Majonez z palonego siana:

- ekologiczne siano
- 1 jajko
- 40 ml oleju rzepakowego
- 40 g szczypiorku
- 3 g musztardy
- 2 g kawioru z wędzonego śledzia
- sos sojowy
- ocet jabłkowy
- sól, pieprz

#### Sposób przygotowania:

##### Tatar:

1. Mięso ze strusia drobno siekamy. Następnie dodajemy pokrojoną w kostkę szalotkę, ogórka kiszzonego i marynowane rydze.
2. Mieszymy z musztardą francuską, doprawiając solą i pieprzem.

##### Żółtko:

1. Gotujemy w temperaturze 53°C przez 2,5 godziny, aby uzyskało plastyczną konsystencję.

##### Majonez z palonego siana:

1. Palimy siano na popiół. Następnie mieszamy żółtko z musztardą i powoli wlewamy olej, mieszając różgą, aż uzyskamy majonez.

2. Dodajemy ocet jabłkowy, sos sojowy oraz przyprawę.

#### Olej szczypiorkowy:

1. Olej rzepakowy blendujemy ze szczypiorem. Całość podgrzewamy do 38°C, przecedzamy przez sitko i przelewamy do buteleczki.

#### Podanie:

1. Tatar formujemy na talerzu. Na wierzch kładziemy żółtko, dekorujemy kawiorom z wędzonego śledzia i mikrozielami.
2. Na koniec dodajemy majonez z palonego siana i polewamy olejem szczypiorkowym.



# Warsztaty

## BEZ TAJEMNIC

**Prowadzenie warsztatów kulinarnych nie jest typowym zajęciem w moim grafiku i z dość dużym wyprzedzeniem czasowym zgadzam się na udział w kolejnych. To dość wymagająca forma pokazania swojej filozofii gotowania, traktowania produktu, wiedzy gastronomicznej, a także sprzedania chętnym kawałka swojej pasji.**

Nie lubię tworzenia receptur, zbierania wszystkich czynności w bezbarwny opis i ewentualnej odpowiedzialności, czy na pewno z tych proporcji wyjdzie satysfakcjonujący efekt. Okrutna ilość wklepywania, czasem dość banalnych, opisów prostych czynności w kuchni, okraszona moim marudzeniem, i zjadacz godzin, czasu, którego podczas prowadzenia warsztatów nawet potem nie widać. Trzeba to trzeba. Wykonuję. Bardzo emocjonalnie podchodzę do takich spotkań, zwłaszcza że ostatnio moja praca opiera się wyłącznie na obecności w kuchni, długim milczeniu i indywidualnym przygotowaniu każdego talerza. Warsztaty wyciągają mnie z tej strefy samotności i zmuszają do interakcji, przede wszystkim gadania, co akurat potrafię. Po każdym takim spotkaniu mam ogromną ilość refleksji, uwag i wniosków zarówno dla mnie, jak i dla organizatorów. Wszystkie dotyczą wyłącznie spraw związanych z przepisem na jak najlepsze poprowadzenie kolejnych warsztatów.

Zacząłabym od potrzeby zdobycia wiedzy, kto realnie będzie uczestnikiem spotkania, i czy moja obecność rzeczywiście wzbogaci scenariusz wydarzenia. Kreatywna organizatorka konferencji medycznej dla światowej sławy lekarzy ginekologów uznała, że tym, o czym przed nią marzą, jest ugotowanie sobie kolacji. Kandydaci do naukowego Nobla prosto z samolotu, w ramach niespodzianki, zajęli do kulinarnego studia przygotować sobie posiłek. Sukces projektu i widmo dobrej zabawy runął, gdy połowa z nich odmówiła podejścia do stanowisk i założenia specjalnie zaprojektowanych fartuchów. Ci, którzy uczestniczyli w gotowaniu, odmówili potem podzielenia się daniami z resztą ginekologów. W zasadzie rozumiem, że to ich indywidualne naukowe osiągnięcie, ale scenariusz misternie przygotowanego wieczoru został całkowicie zrujnowany.

Mam też za sobą warsztat przygotowany dla trzech szczęśliwców, uczestników konferencji o produkcie. Znałam doskonale dwie z tych osób, ich poziom pracy na kuchni (szefowa kuchni i dziennikarka kulinarna – amatorka dobrego samodzielnego gotowania). Trzeci uczestnik wydawał się enigmą. Warsztaty w sobotni poranek (przed pracą!) zostały zaplanowane tak, aby moi profesjonalści poczuli się przyjęci na poziomie i mieli co robić. Szefowa kuchni nie dotarła, wielka niewiadoma okazała się bardzo wiekowym panem, który nigdy na kuchni nie był, a znalazł się na konferencji, bo lubi losowania nagród. Pędem zatem zrobiłyśmy sobie warsztaty, a jemu herbatę i śniadanie. To dziś dwie anegdoty, ale rekompensaty za zaangażowanie i pracę włożoną w przygotowanie takich projektów nie odczuwam po wydarzeniu.

Warsztaty dla profesjonalistów mają najróżniejszych uczestników. Owszem, zazwyczaj oznacza się poziom zaawansowania kursu i otwiera listę ogólnodostępną. Mój błąd na ostatnich warsztatach to przepytanie na koniec kursantów, czym na co dzień zajmują się zawodowo. Wachlarz tego, czym się zajmowali i co realnie przywiodło ich na zajęcia, był okrutnie szeroki. Miałam zadowolonych m.in.: kilku menedżerów bistro, mistrzów sushi, trzech karnie wysłanych w ramach dotacji unijnych, kilku amatorów gotowania, fotografa jedzenia i innych. Pula indywidualnych i zawodowych potrzeb szeroka, przestrzeń wspólna. Moja chęć przekazania wiedzy ogromna, tylko ciekawe, jak ostatecznie trafiona. Następnym razem wnikliwie dopytam organizatorów, kto zgłosił się na zajęcia, z jakich miejsc i stanowisk.

Kieruję przebiegiem spotkań tak, by maksymalnie odczuwać po nich satysfakcję. Mam poczucie, że dużo więcej korzyści przynosi zaplanowanie oddzielnej części teoretycznej, przegadanej na siedząco obok kuchni, niż próba przekazania jej w trakcie przyrządzania potraw. Uczestnicy zawsze mają swoje przyzwyczajenia, własny sposób gotowania, potrzebę wyścigu, triki na skróty, wątpliwości, nawet wobec własnego smaku (czy to jest dostatecznie słone?), styl układania potraw na talerzu. Nie walczę z tym, komentuję, przekazuję wątpliwości na temat satysfakcji z jedzenia, pokazuję swój lub gościa punkt widzenia, czasem mówię, co uznałabym za błąd. Rzadko receptury przeczytane są do końca, mało jest próby przeanalizowania, jaki efekt planowałam w konkretnym daniu uzyskać. Próbuje więc przekazać, w moim odczuciu najważniejsze, a czasem i najbanalniejsze, elementy talerza, jak choćby sposób pokrojenia jarmużu, i dlaczego muszą być kupione całe liście. Tak właśnie rozumiem stopień zaawansowania kursu. To nie tylko dopracowane technicznie wysokiej klasy dania, ale i przekazanie wypracowanych, najbardziej nawet nudnych, uwag, które pomagają uzyskać efekt „wow”.

Lubię używać tych składników, które są dostępne dla kursantów z całej Polski. Zdradzam również dostawców indywidualnych produktów, opowiadam o nich i uzasadniam, dlaczego z nich korzystam. Zawsze mam na uwadze ceny i dostępność. Przynoszę ciekawostki, wskazuję zamienniki lub alternatywne rozwiązania. Nie chcę zostawić wrażenia, że to tylko spotkanie z moim daniem, ale pragnę zarazić filozofią i stylem patrzenia, traktowania kuchni, który rzeczywiście i we mnie się zmienia. Odkrywam własne odkrycia bieżące i mówię zarówno o moich błędach, jak i wnioskach. Próbuje przekazać te cechy charakteru, które powodują, że ciągle jestem w kuchni. I zawsze wspominam tych, którzy są zdecydowanie lepsi, technicznie czy teoretycznie, ode mnie. Zdradzam mój sposób zdobywania wiedzy, jak buduję talerz i łączę smaki. Unikam skomplikowanych maszyn i technologii z pełną świadomością, że niewielu z uczestników ma u siebie do nich dostęp. Zawsze mam nadzieję, że nie spotkaliśmy się wyłącznie z pięcioma daniami rozpiszonymi w postaci odmierzonych sztucznie składników.



**AGATA WOJDA**

szef kuchni w bistro Ferment Dom Sadyba w Warszawie

→ [prowein.com](http://prowein.com)

ProWein

ProSpirits

DISCOVER

The World's №1  
International Trade Fair  
for Wines and Spirits

THE  
TASTE  
OF  
TOMORROW.

March 16–18  
2025

Düsseldorf  
Germany

Get your ticket now!



A.S.M. Consulting Duesseldorf s.l.  
Przedstawicielstwo Messe Düsseldorf GmbH w Polsce  
tel. 0048 22 664 63 14, 22 664 63 15  
targi@as-messe.pl  
promocja@as-messe.pl  
www.as-messe.pl

Messe  
Düsseldorf





zdj. depositphotos.com

autor: Inderjit Manota

# Przepis na walentynki w restauracji

**Walentynki to magiczny dzień, kiedy kolacja przy świecach nabiera szczególnego smaku. W naszej restauracji celebруем to święto z rozmachem, dbając o każdy, nawet najmniejszy, detal.**

Jako szef kuchni wiem, że kluczem do sukcesu jest nie tylko wyśmienite jedzenie, ale także stworzenie atmosfery, która na długo pozostanie w pamięci. To właśnie dlatego walentynki to dla nas jedno z najważniejszych wydarzeń w roku, a przygotowania do tego dnia zaczynają się na długo przed 14 lutego.

Święto zakochanych to dla każdej restauracji niezwykle czas, w którym dbamy o najdrobniejszy szczegół, by goście czuli się wyjątkowo. Będąc szefem kuchni w pięciogwiazdkowym

hotelu, zależy mi na tym, aby zadbać zarówno o smak potraw, jak i o ich elegancką prezentację.

Dlaczego walentynki to doskonała okazja na kameralne spotkanie w restauracji? To dzień, który się kojarzy z miłością, romantyzmem i bliskością. Ludzie szukają wtedy

sposobu, by celebrować tę szczególną więź, a wspólna kolacja to niezawodny sposób, aby wyrazić uczucia i spędzić miło czas podczas uroczystej celebracji. Walentynki w lokalu mają wiele zalet zarówno dla gości, jak i dla restauracji. To okazja, by przygotować ofertę, która zachwyci gości.

Tego dnia nasza restauracja staje się miejscem, które sprzyja nie tylko kulinarnym doznaniom, ale również romantycznej atmosferze. Dbalność o detale, wyrafinowane dania i subtelne dekoracje sprawiają, że każda para może poczuć się wyjątkowo. Pamiętajmy jednak, że walentynki można świętować także w rodzinnym gronie, celebrując je z bliskimi.

Dzień zakochanych to czas, gdy wiele osób szuka restauracji z niepowtarzalnym klimatem. Idealne miejsce to takie, które łączy elegancję z intymnością. W Warsaw Presidential Hotel goście mogą celebrować wyjątkowe okazje w przytulnym wnętrzu restauracji Floor No 2. Wnętrze zachwyca panoramicznym widokiem na centrum Warszawy i ciepłym oświetleniem, a to wszystko sprzyja romantycznym spotkaniom. Dla nas liczy się nie tylko wykwintność potraw, ale i cała otoczką – subtelne przygaszone światła czy muzyka na żywo to dodatkowe elementy, które pozwalają skupić się na celebrowaniu uczuć.

Warto podkreślić, że walentynki to szczególne wydarzenie, które pozwala nam, szefom kuchni, na wykazanie się kreatywnością – trzeba przygotować wyjątkową ofertę, która zachwyci gości i wywoła uśmiech na ich twarzach. Na co dzień gotujemy dla prawie dwóch tysięcy osób, dlatego święto zakochanych daje możliwość, by przygotować coś specjalnego wyłącznie na ten dzień.

Odwiedzając hotel Warsaw Presidential Hotel, goście mogą nie tylko napić się kawy w Lobby Barze czy wybrać się na koktajl do Panorama Sky Bar, ale przede wszystkim delektować się smakiem dań w restauracji Floor No 2.

Jak zorganizować walentynki w 2025 roku? Jednym z trendów są dania oparte na produktach najwyższej jakości, które łączą tradycję z nowoczesnością. W tym roku królują potrawy pełne smaku, takie jak owoce morza. Coraz bardziej popularne stają się również dania wegetariańskie i wegańskie. Wśród deserów najczęstszym wyborem jest czekolada podawana w eleganckich formach, które stanowią prawdziwą ucztę dla oczu i podniebienia.

Ważne, aby menu było dobrze przemyślane. Oferujemy specjalny zestaw degustacyjny, który składa się z kilku dań idealnie dobranych, by dostarczyć niezapomnianych doznań smakowych. Mimo że walentynki obchodzimy w środku sezonu zimowego, w tym dniu nie może zabraknąć... truskawek. Doskonale sprawdzą się także owoce morza, które są jednym z najpopularniejszych afrodyzjaków. Ośmiornica, krewetki, ostrygi czy homar – to produkty, które warto wziąć pod uwagę, przygotowując menu walentynkowe. Dodatek czerwonej cebuli, szalotki, octu winnego i dressingu o smaku mango z marakują do ostryg sprawia, że nabierają wyrafinowanego i jednocześnie zaskakującego smaku. To danie, które cieszy się największym zainteresowaniem wśród naszych gości. Jednym z punktów oferty może być też ravioli z homarem. Z kolei miłośnikom mięsa polecam dania z najwyższej jakości polędwicy wołowej prosto z Argentyny. Świetnym dopełnieniem menu będzie szampan lub prosecco kojarzące się z celebracją wyjątkowych chwil.

Innym znanym afrodyzjakiem, który warto wykorzystać w ten dzień, jest czekolada. W połączeniu z truskawkami może być strzałem w dziesiątkę. To bardzo znane i lubiane połączenie,

dlatego warto pamiętać, aby zaskoczyć gości formą podania lub prezentacją.

W zeszłym roku sięgnęliśmy po motyw serca, będącego niekwestionowanym symbolem święta zakochanych. Przygotowaliśmy deser czekoladowy w formie kuli, która po polaniu gorącym sosem ujawniała ukrytą w środku niespodziankę. Całość dopełniał spektakularny dym z ciekłego azotu gwarantujący efekt „wow”.

**D**zień zakochanych to czas, gdy wiele osób szuka restauracji z niepowtarzalnym klimatem. Idealne miejsce to takie, które łączy elegancję z intymnością

Warto zadbać o to, aby walentynki wyróżniały się nie tylko pod względem kulinarnym, ale także dzięki wyjątkowym atrakcjom. Z tej okazji przygotowaliśmy specjalne pakiety dla par, które poza romantyczną kolacją obejmują również nocleg ze śniadaniem.

Organizacja walentynek w restauracji to sztuka łączenia doskonałych smaków z niezapomnianą atmosferą. W Warsaw Presidential Hotel staramy się, aby każda para poczuła się wyjątkowo – od pierwszego dania aż po romantyczne zakończenie wieczoru. Dzięki przemyślanemu menu, które celebrowa najwyższą jakość składników i kreatywność w ich podaniu, oraz detalom, które podkreślają wyjątkowy charakter święta zakochanych, gwarantujemy niezapomniane wspomnienia. To dzień, w którym każdy szczegół – od potraw po wystrój – tworzy niepowtarzalne doświadczenie, które na długo pozostaje w sercach naszych gości.



**INDERJIT MANOTA**  
Executive Chef  
Warsaw  
Presidential Hotel  
w Warszawie





autor: Zuzanna Wójt

# Słodka tradycja, CZYLI TŁUSTY CZWARTEK TUŻ, TUŻ

**Tłusty czwartek to jedno z najbardziej wyczekiwanych wydarzeń kulinarnych w roku – dzień, który kojarzy się z radością, smakiem i nieograniczonymi przyjemnościami. To czas, w którym tradycja spotyka się z kreatywnością, a lokale mają szansę zabłysnąć w oczach gości, oferując coś wyjątkowego.**

Nadchodzi najśladniejszy dzień w roku! Tłusty czwartek to dla szefów kuchni i cukierni oraz właścicieli lokali gastronomicznych wręcz idealny moment na zaprezentowanie autorskiej wizji, przyciągnięcie nowych gości oraz przygotowanie oferty, która zachwyci nawet tych, którzy mieli już okazję odwiedzić lokal. Jak sprawić, aby ten dzień nie tylko spełnił oczekiwania wielbicieli słodczy, ale i wyróżnił Twoją restaurację na tle konkurencji? Kluczowe jest kompleksowe podejście, które łączy kulinarne mistrzostwo z przemyślaną organizacją i odrobiną wyobraźni.

## KLASYKA CZYNI MISTRZA

Co tu dużo mówić, większość z nas uwielbia słodczy. Nic dziwnego, że tłusty czwartek na stałe wpisał się w kalendarz, stając się kolejną okazją do celebracji. To szczególny dzień, gdy masowo biegniemy do ulubionego lokalu, a na paterach lądują pękate pączki oblane obficie lukrem, czekoladą lub posypane cukrem pudrem.

To propozycje, bez których nie obędzie się żadne tłustoczwartkowe spotkanie.

Przywiązanie do klasyki widać w smakach, które tego dnia wysuwają się na pierwszy plan. Poczawszy od nadzienia różanego, poprzez krem czekoladowy, na śliwce czy wiśni skończywszy. Każdy ma swojego faworyta, którego tego dnia nie może zabraknąć.

Oczywiście w gronie gości są także niezliczeni wielbicieli faworków. Sekretem tych idealnie kruchych jest ciasto, które wymaga napowietrzenia poprzez wielokrotne zagniatanie. To klasyka w najczystszej postaci, która przywoździ na myśl czas spędzony u babci.



**81% klientów uważa,  
że muzyka w restauracji  
poprawia ich nastrój.\***

\*Według Raportu z badania Desk Research dla za'ks



Przekonują cię liczby? Wejdź na  
**MuzykaDlaBiznesu.pl**



Innym słodkim przysmakiem, który na stałe zagościł w upodobaniach Polaków, jest donut. Wydrążony pączek, oponka bez nadzienia zachwyca lekkością oraz różnorodnością smaków i dodatków. Czekolada, różowa polewa, kolorowa posypka, wiórki kokosowe, cukier puder, orzeszki – to tylko niektóre z wariantów, które mogą stać się inspiracją do dalszych eksperymentów.

### PAŃZEK PAŃZKOWI NIERÓWNY

Menu, bez wątpienia, jest najważniejszym punktem tłustego czwartku. Odpowiednio przygotowana i przemyślana oferta może okazać się przepisem na finansowy sukces. Tradycja nakazuje celebrować przy pączkach i faworkach, ale dlaczego nie potraktować tych klasyków jako punktu wyjścia do kulinarnych poszukiwań? Tradycyjne pączki z nadzieniem różanym i lukrem mogą zyskać nową odsłonę dzięki nowoczesnym interpretacjom. Wyobraź sobie pączki wypełnione kremem pistacjowym, ganachem czekoladowym, musem z egzotycznych owoców czy nawet wariacje wytrawne, które zachwyca tych, którzy lubią nietypowe połączenia smaków. Co powiesz na pączki inspirowane światowymi kuchniami? Nadzienie matcha z białą czekoladą, krem limonkowy z dodatkiem kokosa czy wytrawne wersje z serem camembert i żurawiną. Możesz także wprowadzić warianty pączków wegańskich lub bezglutenowych, co pozwoli dotrzeć do jeszcze szerszego grona odbiorców. Warto również rozważyć przygotowanie oferty pączków stanowiących ukłon w stronę lokalnych smaków.

Podobne podejście można zastosować do faworków. Chociaż są one synonimem kruchości i słodkiej lekkości, warto pomyśleć o nowoczesnych wersjach. Co powiecie na faworki z mąki razowej podane z kremowym sosem karmelowym lub lodami waniliowymi? Alternatywą mogą być także wegańskie lub bezglutenowe warianty, które wyjdą naprzeciw oczekiwaniom coraz większej liczby gości.

Tłusty czwartek to również okazja do wyjścia poza to, co dobrze znane. Smażone desery, słodkie naleśniki czy ciasta inspirowane tradycją mogą okazać się niekwestionowanym hitem tego dnia.

### SŁODKA DEGUSTACJA

Jednym z najlepszych sposobów na zaangażowanie gości jest zaproponowanie menu degustacyjnego. Degustacja na słodko? Dlaczego nie, w końcu to możliwość spróbowania kilku wariantów pączków, faworków i innych słodkich przysmaków w ramach jednego zamówienia.

Osobom ceniącym klasykę warto proponować tradycyjne pączki z różą, ale można urozmaicić degustację poprzez dodanie nowoczesnych smaków, jak pączki z kremem tiramisu, musem malinowym czy ganache z ciemnej czekolady. Goście będą zachwyceni możliwością spróbowania kilku różnych opcji w miniwersjach.

Oczywiście menu degustacyjne może obejmować zarówno klasyczne, jak i bardziej wyszukane pozycje – idealne dla tych, którzy chcą poczuć pełnię smaku tłustego czwartku w różnorodnej formie.

Podczas degustacji nie zapomnij także o napojach. Tłusty czwartek to świetna okazja, by zainteresować gości pairingiem deserów z napojami – filiżanka aromatycznej kawy, herbata z cynamonem lub kieliszek prosecco w zestawie z pączkiem doda ofercie elegancji i ekskluzywności.

Warto, abyś uwzględnił lokalność. To trend, który cieszy się coraz większym uznaniem. Goście uwielbiają wiedzieć, skąd pochodzą składniki ich dań. Dlatego warto włączyć do oferty produkty regionalne, takie jak owoce czy lokalne miody. Takie

detale nie tylko wyróżnią ofertę, ale również podkreślą unikatowy charakter Twojej restauracji.

### CELEBRACJA Z NUTĄ SŁODYCZY

Tłusty czwartek to nie tylko smak, ale i doświadczenie, dlatego warto zadbać o atmosferę w restauracji, która podkreśli wyjątkowość tego dnia. Dekoracje to prosty, ale skuteczny sposób na stworzenie odpowiedniego klimatu.

Atmosfera to coś, co może zamienić tłusty czwartek w restauracji w prawdziwe święto. Przygotuj dekoracje, które wprowadzą gości w odpowiedni nastrój i od momentu przekroczenia progu Twojego lokalu zachęca do celebrowania. Wypadek na kawę może zmienić się w niemałą atrakcję, jeśli uwzględniś dodatkowe elementy dekoracyjne, wskazując, że to nie kolejne zwyczajne popołudnie, lecz okazja do świętowania i zabawy z pączkami i faworkami w roli głównej. Jeśli to możliwe, pomyśl o muzyce na żywo – retro klimat lub folkowe dźwięki idealnie się wpiszą w charakter tego dnia.

### SMAŻYMY

Kluczowym elementem przygotowania doskonałych pączków, faworków czy innych smażonych słodkości jest odpowiedni dobór tłuszczu. To właśnie on wpływa nie tylko na smak i teksturę wypieków, ale także na ich chrupkość, złocisty kolor oraz lekkość.

Tradycyjnie w wielu polskich domach do smażenia pączków używano smalcu, który nadawał im charakterystyczny, głęboki smak i sprawiał, że były dłużej świeże. Smalec wciąż jest ceniony przez wielu szefów kuchni, zwłaszcza w restauracjach, które chcą podkreślić tradycyjny charakter tłustego czwartku.

Dla restauracji i cukierni, które poszukują neutralnego smaku lub chcą zaoferować wersje dostosowane do różnych potrzeb dietetycznych, doskonałą alternatywą są oleje roślinne, takie jak olej rzepakowy czy słonecznikowy. Olej rzepakowy wyróżnia się wysoką odpornością na temperaturę oraz neutralnym smakiem, dzięki czemu nie wpływa na aromat nadzienia. Warto także zwrócić uwagę na tłuszcze specjalistyczne z certyfikatami zrównoważonej produkcji, które zapewniają stabilność podczas smażenia i są wydajne w profesjonalnych kuchniach.

Dla gości z określonymi preferencjami dietetycznymi warto wprowadzić smażone wypieki w wersji pieczonej lub

przygotowane na bazie tłuszczów o niższej zawartości nasyconych kwasów tłuszczowych. Wybór tłuszczu nie tylko wpływa na jakość i smak, ale może stać się dodatkowym atutem marketingowym, zwłaszcza jeśli podkreślisz, że używasz naturalnych, wysokiej jakości składników. Odpowiednie oznaczenia w menu, z pewnością, zwrócą uwagę gości i ułatwią im dokonanie wyboru.

### P JAK... PROMOCJA

Tłusty czwartek to doskonały moment na promowanie Twojej restauracji. Rozważ wprowadzenie specjalnych ofert, takich jak „drugi pączek gratis” czy zniżki dla większych grup. Dodatkowo współpraca z lokalnymi cukierniami, piekarniami czy producentami napojów alkoholowych może przynieść obopólne korzyści – wspólne działania promocyjne zwiększą widoczność Twojej marki i pozwolą na stworzenie nowych, kreatywnych połączeń.

Organizacja konkursów to kolejny sposób na zaangażowanie gości. Może to być rywalizacja na najlepsze zdjęcie z pączkiem w Twojej restauracji, które goście udostępnią w mediach

społecznościowych, oznaczając Twój profil. W zamian możesz oferować zniżki lub darmowe desery – to świetna reklama i sposób na budowanie relacji z gośćmi.

Podsumowując, tłusty czwartek to dzień, w którym lokal może pokazać się od najlepszej strony. Połączenie tradycyjnych smaków z nowoczesnymi interpretacjami i dbałość o atmosferę to prosty przepis na sukces. To wyjątkowa okazja, by nie tylko przyciągnąć nowych gości, ale także zbudować z nimi długotrwałą relację opartą na niezapomnianych kulinarnych doświadczeniach.

Warto więc podejść do tego dnia z pełnym zaangażowaniem, bo tłusty czwartek to coś więcej niż pączki – to święto radości, smaku i wspólnego celebrowania.





# Catering dietetyczny: SMACZNIE, SZYBKO, WYGODNIE

**Nowy rok, nowe postanowienia. Nadszedł czas zmian. Wiele osób stawia sobie ambitne cele – od poprawy zdrowia i kondycji, poprzez rozpoczęcie uporządkowanego stylu życia. Jak zrobić to skutecznie i wygodnie? Tutaj z pomocą przychodzi catering dietetyczny – nowoczesne rozwiązanie, które łączy smak, komfort i oszczędność czasu.**

Catering dietetyczny – nazywany równie często „dieta pudełkowa” – to trend, który na dobre zagościł w naszej codzienności. Wartość tego rynku w Polsce w 2023 roku przekroczyła trzy miliardy złotych. Coraz więcej osób odkrywa zalety gotowych, zbilansowanych posiłków dostarczanych zazwyczaj pod drzwi. To rozwiązanie idealne nie tylko dla zapracowanych, ale także dla wszystkich, którzy chcą jeść smacznie, zdrowo i bez stresu związanego z planowaniem, zakupami czy gotowaniem.

Nikogo raczej nie zdziwi stwierdzenie, że catering dietetyczny to obecnie jedno z najszybciej rozwijających się rozwiązań w branży gastronomicznej. Warto podkreślić, że inwestycja w usługi cateringowe to krok, który nie tylko odpowiada na potrzeby współczesnych klientów, ale również otwiera przed szefem kuchni nowe możliwości rozwoju biznesu. Czy catering to przyszłość gastronomii – wygodna, dochodowa i dostosowana do zmieniających się, jak w kalejdoskopie, trendów?

Obecnie gość szuka rozwiązań, które ułatwią mu życie, a jednocześnie pomogą zadbać o zdrowie. Ma być szybko, wygodnie i ze smakiem. Catering dietetyczny odpowiada na te potrzeby, oferując gotowe, zbilansowane posiłki, które można dostarczyć bezpośrednio pod drzwi domu lub biura. To idealne rozwiązanie dla osób zapracowanych, które nie mają czasu na codzienne gotowanie, ale chcą odżywiać się zdrowo i zgodnie z określonym rytmem. Regularność to jeden z kluczowych czynników sukcesu. Co więcej, zmieniający się styl życia – praca zdalna, intensywne tempo dnia i rosnąca świadomość zdrowotna – sprawiają, że popularność cateringu cały czas rośnie. Wejście na ten rynek to szansa na dotarcie do dynamicznie rozwijającej się grupy klientów, którzy szukają zarówno wygodnych, jak i innowacyjnych rozwiązań.

## STABILNE ŹRÓDŁO DOCHODU

Tradycyjna gastronomia zazwyczaj podąża za sezonowością i zmiennymi trendami. Tymczasem catering dietetyczny, zwłaszcza w formie subskrypcji, pozwala na stworzenie stabilnego,

przewidywalnego źródła dochodu. Klienci zamawiają posiłki na dłuższe okresy – tygodnie, a nawet miesiące – co oznacza regularny przepływ gotówki i lepsze zarządzanie kosztami. To model biznesowy, który nie tylko ułatwia planowanie, ale również minimalizuje ryzyko strat wynikających z nagłych spadków zainteresowania.

Inwestycja w catering pozwala maksymalnie wykorzystać potencjał zaplecza kuchennego. Mimo że przygotowanie posiłków pudełkowych także wymaga konkretnego nakładu pracy, to kuchnia może działać efektywnie przez cały dzień. Dzięki temu generujesz większy przychód, wykorzystując te same zasoby. Dodatkowo z uwagi na charakter cateringu, możesz ograniczyć straty żywności – precyzyjne planowanie posiłków pozwala lepiej zarządzać zapasami, a w rezultacie minimalizować marnotrawstwo.

## MENU BEZ OGRANICZEŃ

Jednym z największych atutów cateringu dietetycznego jest możliwość oferowania różnorodnych opcji dostosowanych do indywidualnych potrzeb klientów. Diety bezglutenowe, wegetariańskie, niskokaloryczne czy wysokobiałkowe – im większy wybór, tym większa szansa na przyciągnięcie klientów o różnych preferencjach. Z punktu widzenia szefa kuchni to również okazja do

eksperymentowania i tworzenia unikalnych receptur, które wyróżnią ofertę lokalu.

Dieta pudełkowa nie musi być nudna! Szefowie kuchni, którzy mają możliwość oferowania różnych pakietów diet na przykład keto, wegańskiej, bezlaktozowej czy o niskim indeksie glikemicznym, co pozwala zwiększyć zasięg i przyciągnąć szersze grono zainteresowanych. Takie podejście zapewni restauracji dodatkowe środki, a gościom szeroką ofertę dań w restauracyjnej jakości.

Myślisz, że sprostanie wymaganiom żywieniowym konsumentów na miarę XXI wieku jest niemożliwe? Nic bardziej mylnego! To możliwe dzięki odpowiednio dobranym i przygotowanym posiłkom. Kluczowa jest również jakość. Pamiętajmy, że catering jest w tym przypadku sposobem na poznanie oferty restauracji, która go przygotowuje.

## DYNAMICZNY ROZWÓJ RYNKU A NOWE PRZEPISY

Rynek cateringu dietetycznego nie tylko rośnie, ale również ewoluuje. Coraz większą rolę odgrywają kwestie związane z ekologią i zrównoważonym rozwojem. Nowe regulacje, takie jak ograniczenia dotyczące stosowania plastiku, zmuszają branżę do poszukiwania bardziej ekologicznych rozwiązań. To szansa, by wyróżnić się na tle konkurencji, wprowadzając biodegradowalne opakowania, systemy zwrotu pojemników czy innowacyjne rozwiązania, które przyciągną klientów ceniących troskę o środowisko.

Pamiętaj, że przygotowując dania w formie cateringu, trzeba bezwzględnie zwrócić uwagę na kwestie bezpieczeństwa. Klienci oczekują przecież, że posiłek będzie zarówno smaczny,

jak i odpowiednio zabezpieczony.

Wykorzystanie odpowiednich opakowań da gwarancję, że dania dotrą do zamawiających w niezmienionej formie. Nikt z nas nie chciałby rozczarować się widokiem obiadu przypominającego bezkształtną breję.

## ZBUDUJ SWOJĄ MARKĘ

Zmiana podejścia do kwestii ekologii to nie tylko odpowiedzialność, ale także element budujący wizerunek Twojej marki jako nowoczesnej i świadomej. Goście coraz częściej wybierają lokale, które wpisują się w ich wartości, a inwestycja w zrównoważony rozwój może być kluczowym argumentem w walce o ich lojalność.

Catering dietetyczny to nie tylko odpowiedź na współczesne potrzeby rynku, ale i sposób na zwiększenie dochodów, efektywniejsze wykorzystanie zaplecza i budowanie marki. Inwestując w catering, rozszerzasz ofertę, zyskując stabilność finansową i możliwość dynamicznego rozwoju. To decyzja, która się opłaci zarówno Tobie, jak i Twoim gościom.

REKLAMA

**METROOPACK**  
MASZyny OPAKOWANIA TECHNOLOGIE

**METRO CATERING SYSTEM**  
IDEALNIE ZAPAKOWANE

**SZEROKA OFERTA OPAKOWAŃ**

**NAGRODA EKO PRODUKT**  
SMAKKI GASTROTARGI

**NIEZAWODNE MASZYNy**

**SERWIS GWARANCYJNY I POGWARANCYJNY**

**Tacki do zgrzewu reNEW METROOPACK CPET**

**METRO.pl**  
SKLEP ON-LINE

*Jesteśmy Eko*

metroopack.eu biuro@metroopack.eu +48 570 140 270



# Kawa: SZTUKA PARZENIA

**Kawa to jeden z najpopularniejszych napojów na świecie, a proces jej przygotowania to coś więcej niż tylko wrzucenie aromatycznych ziaren do ekspresu. Parzenie kawy to sztuka wymagająca wiedzy, precyzji i doświadczenia.**

W kawiarniach i restauracjach kawa staje się sztuką, która ma na celu spełnienie wysokich oczekiwań klientów, jednocześnie radząc sobie z trudnościami codziennego prowadzenia lokalu. Jakie są wyzwania związane z parzeniem kawy w gastronomii, jakie różnice dzielą metody parzenia oraz co przyniesie przyszłość tej branży?

Jednym z największych wyzwań, z jakimi obecnie mierzą się właściciele kawiarni i restauracji, jest zapewnienie powtarzalności produktu. Każdy klient ma swoje preferencje smakowe, a ulubiona kawa powinna smakować tak samo przy każdej wizycie. To wymaga nie tylko dobrej jakości sprzętu, ale także odpowiednio przeszkolonego personelu. Problemem jest jednak wysoka rotacja pracowników w branży gastronomicznej. Wielu właścicieli rezygnuje z inwestowania w kosztowne szkolenia, wiedząc, że pracownik może szybko odejść. W efekcie jakość serwowanej kawy może być nierówna, co wpływa na doświadczenia gości i ich lojalność wobec lokalu.

Do tego dochodzą rosnące koszty prowadzenia działalności. Ceny surowców, takich jak kawa, nieustannie rosną, a wraz z nimi koszty wynajmu, płac oraz opłat za media. Lokale stają przed dylematem: podnieść ceny, ryzykując utratę klientów, czy szukać alternatywnych rozwiązań, które pozwolą na utrzymanie rentowności.

By osiągnąć zysk, prowadząc lokal, warto wziąć pod uwagę zarówno tradycyjne, jak i alternatywne metody parzenia kawy. Różnice między metodami tradycyjnymi a alternatywnymi tkwią zarówno w technice przygotowania, jak i w rezultatach smakowych.

Jedną z najpopularniejszych metod jest parzenie espresso w ekspresie ciśnieniowym. Espresso to podstawa wielu napojów kawowych, takich jak cappuccino czy latte. Przygotowanie wymaga użycia 7-12 g kawy, z której uzyskuje się około 25-35 ml intensywnego naparu. To gęsty, aromatyczny i mocny napój o charakterystycznej kremowej piance.

Inną popularną metodą jest kawiarka, która działa na zasadzie ciśnienia pary wytwarzanej podczas podgrzewania wody. Choć efekty są podobne do espresso, napar z kawiarki jest mniej intensywny i bardziej oleisty.

Metody alternatywne, takie jak drip (przelewowe), AeroPress, czy French Press, różnią się nie tylko techniką, ale także efektem końcowym. Pour-over, jak Chemex czy V60, pozwala uzyskać większą porcję kawy (około 200-250 ml) przy użyciu 18-20 g zmielonych ziaren. Napar jest lżejszy, bardziej herbaciany w konsystencji, ale za to bogaty w złożone nuty smakowe.

AeroPress to wszechstronne narzędzie, które pozwala eksperymentować z czasem parzenia, proporcjami kawy do wody i grubością mielenia. Dzięki temu można uzyskać napar o różnej intensywności – od delikatnego, przypominającego drip, po gęstszy, zbliżony do espresso.

Alternatywne metody wymagają precyzji i uwagi. Dla przykładu, w przypadku pour-over kluczowe jest kontrolowanie temperatury wody, równomierne zalewanie kawy oraz dostosowanie grubości mielenia do używanej metody.

Nowoczesne technologie wspierają proces parzenia. Zestawy do personalizacji wody, które umożliwiają zmianę stopnia mineralizacji w zależności od rodzaju kawy, pozwalają wydobyc optymalny smak z ziaren. Rozwój technologii dotyczy także precyzyjnych wag z timerami czy automatycznych młynków, które gwarantują jednolite mielenie.

Na jakość naparu wpływa wiele czynników. Kluczowe znaczenie mają rodzaj i pochodzenie ziaren. Kawa uprawiana w różnych regionach świata ma unikalne profile smakowe, wynikające z warunków klimatycznych, gleby, wysokości upraw oraz metod przetwarzania. Krótko mówiąc, ziarna kawy z różnych regionów smakują inaczej.

Znaczenie ma także jakość wody. Kluczowe są: mineralizacja, czystość i temperatura. Mineralizacja wody wpływa na ekstrakcję smaków z ziaren. Woda zbyt twarda może przesycać napar minerałami, co prowadzi do płaskiego, mało wyrazistego smaku. Z kolei woda zbyt miękka może powodować niedostateczną ekstrakcję, co skutkuje kwaśnym, niedojrzałym smakiem.



**TWÓJ SMAK,  
NASZA PRECYZJA.  
MŁYNKI MAHLKÖNIG  
DLA TWOJEGO BIZNESU.**



EK 43s

E65S GbW


[WWW.B2B.COFFEEDESK.PL](http://WWW.B2B.COFFEEDESK.PL)

**DRYK**  
100% PLANT-BASED

70% LESS CO<sub>2</sub> THAN MILK



**NAPÓJ ROŚLINNY, KTÓRY  
INSPIRUJE SMAKIEM!**

 **coffeedesk**

Oficjalny dystrybutor marek DRYK oraz Mahlkönig





Nie zapominajmy również o umiejętnościach baristy. Nawet najlepsze ziarna mogą zostać zmarnowane, jeśli barista nie przyłoży się do procesu parzenia. To czynniki, które decydują o smaku, aromacie i ogólnym doświadczeniu płynącym z picia kawy. Zrozumienie tych elementów oraz ich odpowiednie zastosowanie w praktyce pozwala na przygotowanie naparu, który w pełni oddaje potencjał zastosowanych ziaren. Proces parzenia wymaga precyzji i doświadczenia. Konieczne jest zwrócenie uwagi na grubość mielenia – ziarna powinny być zmielone zgodnie z wymogami wybranej metody parzenia. Drobne mielenie jest idealne do espresso, natomiast grubsze sprawdzi się w metodach przelewowych czy French Pressie. Niedokładne mielenie może prowadzić do nadmiernej lub niedostatecznej ekstrakcji, co wpływa na smak.

Należy także przyłożyć wagę do proporcji kawy do wody. Stosunek ilości kawy do wody musi być odpowiednio dobrany. Zbyt mała ilość kawy względem wody sprawi, że napar będzie wodnisty, a zbyt duża ilość może uczynić go gorzkim i przeciążonym smakiem.

Na finalny napar wpływa także czas parzenia. Każda metoda charakteryzuje się innym czasem parzenia, który pozwala na wydobycie najlepszych nut smakowych. Oznacza to, że parzenie kawy to, przede wszystkim, dbałość o detale. Każdy krok wpływa na efekt.

Równie dużą rolę odgrywają warunki przechowywania ziaren. Nie da się ukryć, że ich jakość może zostać znacząco obniżona, jeśli nie są one odpowiednio przechowywane. Świeżość kawy ma ogromne znaczenie. Kontakt z powietrzem, wilgocią, światłem i wysoką temperaturą przyspiesza proces utleniania, co prowadzi do utraty aromatów i pogorszenia smaku. Dlatego kawę należy przechowywać w szczelnych pojemnikach, w chłodnym, suchym miejscu.

Aby kawa spełniała wszelkie oczekiwania, niezbędny jest sprzęt, który musi być regularnie konserwowany i czyszczony. Osady oleiste z ziaren mogą gromadzić się w ekspresach, młynkach czy dzbankach, wpływając negatywnie na smak naparu. Higiena odgrywa kluczową rolę w zapewnieniu powtarzalności i jakości kawy.

Kawa to sztuka, która wciąż ewoluuje. Kluczem do sukcesu w gastronomii jest umiejętność połączenia tradycji z nowoczesnością, aby zadowolić nawet najbardziej wymagających miłośników kawy. Jakie trendy panują? Branża kawowa dynamicznie się rozwija.

W gastronomii rośnie popularność automatyzacji. Roboty czy zaawansowane ekspresy pozwalają na przygotowanie naparu o wysokiej jakości przy minimalnym zaangażowaniu personelu.

Innym ciekawym trendem jest rozwój eksperymentalnych kaw – napojów tworzonych z wykorzystaniem nowatorskich technik, takich jak parzenie na zimno (cold brew).

Dobór metody parzenia kawy powinien być zgodny z charakterem lokalu. W miejscach o dużym ruchu, gdzie liczy się czas obsługi, dominują ekspresy ciśnieniowe. Z kolei lokale stawiające na wyjątkowe doświadczenia kawowe mogą eksperymentować z metodami alternatywnymi, takimi jak pour-over czy AeroPress.

Przyszłość parzenia kawy będzie zdominowana przez innowacje. Roboty, automatyzacja procesów oraz personalizacja napojów mogą stać się standardem w wielu lokalach. Na plantacjach natomiast rozwija się technologia poprawiająca jakość zbiorów, co bezpośrednio wpływa na jakość kawy dostępnej w kawiarniach.

Parzenie kawy to sztuka, która łączy tradycję z nowoczesnymi technologiami. Każdy etap pracy, zaczynając od wyboru ziaren, na przygotowaniu naparu kończąc, ma ogromne znaczenie dla jakości kawy. Rodzaj i pochodzenie ziaren determinują profil smakowy, woda jest nośnikiem smaku, a staranność baristy zapewnia, że potencjał ziaren zostanie w pełni wykorzystany. Zrozumienie tych czynników i ich właściwe zastosowanie to podstawa przygotowania doskonałej kawy, która zadowoli nawet koneserów.

Lokale gastronomiczne muszą nie tylko oferować wysoką jakość naparu, ale także radzić sobie z wyzwaniami operacyjnymi. Kluczem do sukcesu jest zrozumienie potrzeb klientów i dostosowanie metod parzenia do charakteru lokalu. Bez względu na to, czy wybieramy ekspres ciśnieniowy, Chemex czy AeroPress, najważniejsze jest to, aby kawa była przygotowywana z pasją i dbałością o szczegóły.



**AGNIESZKA ROJEWSKA**

Mistrzyni Świata Barista i Mistrzyni Świata Coffee in Good Spirits, właścicielka palarni kawy Sheep and Raven

# MOKATE

## PROFESSIONAL



KAWY ZIARNISTE

# Marizzi

## Café

[mokateprofessional.com](http://mokateprofessional.com)





autor: Zuzanna Wójt

# Małymi krokami DO CELU

**O znaczeniu edukacji w zakresie przyrządzania posiłków dla dzieci, tworzeniu cateringu oraz zmianach w podejściu do żywienia najmłodszych rozmawiamy z Agatą Gwiazdowską, właścicielką firmy cateringowej Pełny Brzuszek w Warszawie.**

## Kiedy zainteresowała się Pani tematem cateringu?

Wszystko się zaczęło, gdy byłam prywatnym szefem kuchni ambasadora Państwa Kataru oraz katarskiej rodziny królewskiej. Podjęcie decyzji o założeniu firmy cateringowej zawdzięczałam mojej mamie, która była w tym czasie menedżerką restauracji. Postanowiłyśmy połączyć nasze możliwości i umiejętności. Mama przekonała mnie, że skoro potrafię przyrządzać oddzielne posiłki dla każdego z licznych dzieci ambasadora w jednym pomieszczeniu, to już wystarczająco dużo się nauczyłam. To był skok na głęboką wodę.

## Postawiliście na catering dziecięcy. Dlaczego?

Mama była przez piętnaście lat nauczycielem wychowania przedszkolnego. Udało nam się połączyć moją pasję do gotowania z jej wiedzą i doświadczeniem na temat funkcjonowania placówek przedszkolnych. W tym samym czasie się okazało, że syn mojej siostry ma fobię żywieniową i zмага się z wybiórczością pokarmową. Suma tych trzech czynników sprawiła, że Pełny Brzuszek istnieje na polskim rynku już od ośmiu lat.

## Jakie zmiany w podejściu do żywienia dzieci zauważyła Pani w ciągu tych lat?

Przez osiem ostatnich lat wszystko się radykalnie zmieniło, począwszy od przepisów, które weszły w życie i określiły, jakich restrykcji powinny przestrzegać kuchnie w placówkach oświatowych. Do tej pory każdy gotował, jak chciał.

Kluczowym źródłem wiedzy dla osób związanych z gastronomią dla dzieci jest Narodowe Centrum Edukacji Żywieniowej. To tam możemy dowiedzieć się najwięcej nowinek i poznać zagadnienia, takie jak talerz zdrowia czy bilans dnia. Dzięki ich znajomości uświadomimy sobie, że nie musimy wpadać w panikę, na przykład gdy dziecko postanowi zrobić sobie jednodniową głodówkę.

## Pani działalność ma zatem wymiar edukacyjny.

Bez stałej edukacji żywieniowej i nieustannego informowania o nowinkach kulinarnych zarówno rodziców, jak i placówek, z którymi współpracujemy, nie da się niczego zmienić. Potrzebna jest zmiana mindsetu.

Niedawno odebrałam telefon od bardzo zaniepokojonej intendenci. Okazało się, że placówka kupiła piec konwekcyjno-parowy, ale kucharki nie potrafią z nich korzystać i zamiast

przyrządzać dania beztłuszczowo, smażą mięso na patelniach wypełnionych tłuszczem. Złapałam się za głowę. Byłam zszokowana. Jedzenie dla dzieci wymaga innego rodzaju obróbki. Powinniśmy wyjść poza ramy myślenia, które są w nas zakorzenione i przekazywane z pokolenia na pokolenie. Kompot tylko z cukrem, herbata to czarna z cytryną i cukrem, a mięso smażone na tłuszczu. Niekoniecznie.

## Jakie są największe wyzwania w przygotowywaniu posiłków dla najmłodszych?

Największym wyzwaniem są dla mnie rodzice. To grupa odbiorców, która bezpośrednio nie je naszych dań, ale dużo na ich temat wie, chociaż większość z nich nie widziała ich na oczy (śmiech). Niektórzy wyłącznie na podstawie opisu posiłku są w stanie określić, czy zostanie on zjedzony przez dziecko. A pamiętajmy, że czasem nawet ulubiona pomidorówka może zostać skreślona, bo ma zły kolor lub ubrudziła sukienkę liderki grupy.

Równie trudna jest zmiana podejścia pracowników placówek oświatowych. Odbieram od nich telefony i nieraz słyszę, że dzieci nie chcą czegoś jeść. Pytam, czego? Przykładem jest gulasz z kaszą, czyli podstawowy posiłek. Zamiast tego wolałyby pizzę, nuggetsy, kotlety...

## Jak układa Pani menu, aby odpowiadało preferencjom dzieci i jednocześnie było zgodne z zasadami zdrowego odżywiania?

Żeby przygotować jedzenie dla dzieci w placówkach oświatowych, musimy mieć wiedzę, szczególnie dotyczącą zapotrzebowania niezbędnych składników

odżywczych w codziennej diecie dziecka. Kładziemy ogromny nacisk na urozmaicenie dań i na przykład wzbogacamy je w strączki jako zamiennik białka odzwierzęcego. Oczywiście, jeśli dziecko jest nauczone jedzenia tylko białka mięsnego, nie da się zrobić rewolucji i od razu przetrząść się wyłącznie na falafele i soczewicowe kotlety. Małymi krokami do celu. W ten sposób możemy zrewolucjonizować nasze talerze. Jak to zrobić? Na przykład dodając stopniowo białko strączkowe do kotleta mięsnego. Najpierw dwadzieścia, potem trzydzieści procent.

## Czy mogłaby Pani podzielić się sposobami na wprowadzanie do dziecięcego menu nowych produktów?

Metoda małych kroków jest kluczowa, aby osiągnąć sukces. Polecam także przygotowywać różne składniki dań osobno. Jeżeli przyrządzamy risotto z warzywami, to zdecydowanie lepiej zrobić oddzielnie ryż, warzywa i dodatek białkowy, aby dziecko mogło spróbować wszystkiego osobno. Dopiero później, na bardziej zaawansowanym etapie, połączmy je ze sobą w kompletne danie.

Jeżeli dziecko nie ma ochoty jeść niektórych produktów, najlepiej opowiedzieć mu o nich przed posiłkiem. Warto również zabierać dziecko na zakupy, aby doświadczało i się uczyło, jak wygląda marchewka, jak kalafior, a jak brokuł. Możemy zostać pozytywnie zaskoczeni tym, jak bogatą wiedzę mają dzieci. Kluczem do zjedzonego posiłku jest także wspólne gotowanie. Wiem, że to zazwyczaj kończy się okropnym bałaganem i wydłużonym czasem w kuchni, ale te wspólne chwile pozwolą na zaznajomienie dziecka z różnymi produktami.

Jeżeli chodzi o żywienie zbiorowe w placówkach oświatowych, to najlepiej działa dobra komunikacja między placówką, cateringiem, kuchnią, dziećmi i rodzicami. Przepisem na sukces w tym przypadku są webinary, spotkania i rozmowy. Żadnej placówki nie mierzymy jedną miarą. Każda z nich jest inna i wymaga indywidualnego podejścia. Współpracujemy z placówkami, które są wegańskie i takimi, gdzie nie ma słodkich podwieczorków. Efektywna komunikacja sprawia, że możemy wzbogacić dietę nawet największego niejadka.

Pamiętajmy, że dziecko to mały człowiek. Traktujmy go tak, jak sami byśmy chcieli być traktowani.

## Jakie Pani zdaniem znaczenie ma prezentacja posiłków?

Nie należę do teamu, który uważa, że jedzenie dla dzieci powinno być inspirowane kreskówkami czy zabawą. U mnie nie znajdziecie zupy shrekowej albo ufoludkowej. To nie moja bajka. Jedzenie powinno być jedzeniem, a nie rodzajem zabawy. Talerz z posiłkiem dla dziecka powinien być oczywiście kolorowy i nie może na nim zabraknąć różnorodnych tekstur. Podając zupę buraczkową na pierwsze danie, nie znajdziemy jarzynki z buraków czy kotleta buraczanego na drugie danie. Niezwykle istotna jest dodatkowo sezonowość. Truskawki nie powinny się pojawiać na talerzu dziecka w grudniu, ale za to czerwiec powinien być nimi wypełniony. Z kolei w sezonie jesiennym, gdy dostępne są jabłka, możemy często z nich korzystać, pamiętając, jak ważna jest różnorodność.

Unikajmy powtarzalności dań. Oczywiście wiem, że gdy przygotowujemy pomidorówkę w wielkim garze, to jej nie wylejemy, ale możemy ją zawekować i zrobić większą przerwę między tym samym daniem.

## Skąd czerpie Pani inspiracje?

Przed wszystkim z własnego doświadczenia. To suma wiedzy z książek kulinarnych zarówno znajomych kucharzy,



inspiratorów, jak i szefów kuchni z całego świata. Inspirację czerpię także z własnej ciekawości. Ciągle mam ochotę słuchać, oglądać i czytać. Do dyspozycji mam kulinarną telewizję, książki czy magazyny. Dzięki temu szukam rozwiązań, które sprawdzą się w konkretnej placówce. Doświadczenie gastronomiczne nauczyło mnie, że inaczej prowadzi się restaurację, a inaczej catering dla dzieci. Moim zdaniem nie sposób tego połączyć.

## Czy w cateringu uwzględniła Pani szczególne wymagania dietetyczne?

Wszystkie nietolerancje i ewentualne wykluczenia danego produktu z diety muszą być poparte opinią lekarza specjalisty. Jako rodzice i opiekunowie nie możemy wykluczać czegoś na własną rękę, bo odbije się to na zdrowiu najmłodszych. Moje wyjście z tego więcej krzywy niż pożytku.





Jeśli dziecko ma wskazania, aby wykluczyć konkretny produkt z diety, jesteśmy w stanie sprostać każdemu wymaganiu do tego stopnia, że obecnie przygotowujemy posiłki dla dziecka, które ma problemy z jedzeniem o pomarańczowo-czerwonym kolorze.

Każdą dietę jesteśmy w stanie zrealizować. Wszystkie produkty są na wyciągnięcie ręki, począwszy od wegańskich, poprzez bezmleczne, na produktach z ograniczeniem histaminy skończywszy. Najważniejsze, aby zrozumieć potrzeby dziecka, korzystając z pomocy specjalistów.

#### Współpraca z ekspertami odgrywa także ogromną rolę w tworzeniu cateringu.

Jestem intendentką oraz skończyłam kursy dietetyczne. Mimo to regularnie współpracuję z dietetyczką, która nadzoruje poprawność naszego menu. Codziennie konsultuję z nią każdą dietę czy historię wykluczeniową. Dzięki temu mam pewność, że jedzenie oferowane przez Pełny Brzuszek zawiera odpowiednią ilość składników odżywczych, w tym makroelementów i białka.

#### W jaki sposób łączy Pani karierę w branży gastronomicznej z działalnością internetową?

Bez szerokiej komunikacji nie byłabym w stanie osiągnąć takich rezultatów. Dzięki pokazywaniu mojej działalności w internecie placówki wiedzą, że po drugiej stronie jest człowiek, któremu można zaufać. Staram się opowiadać i uczyć moich odbiorców. Social media mają niezwykle wpływ na prowadzenie biznesu.

#### Kolejną platformą sprzyjającą szerzeniu wiedzy jest Pani autorski podcast „co przekazuJESZ.”

To niezwykle przedsięwzięcie. Moimi gośćmi są osobowości ze świata show-biznesu i literatury. Odwiedziły mnie m.in. Agata Passent i Ania Głogowska. Opowiadają, jak kulinarnie wyglądało ich dzieciństwo, jak pachniał okres dojrzewania oraz jak smakuje ich dorosłe życie.

Jestem mile zaskoczona, ile cudownych historii usłyszałam od moich gości na temat tego, co przekazują kulinarnie swoim dzieciom oraz tego, co im zostało przekazane.

#### Czy ma Pani pomysły na kolejne projekty?

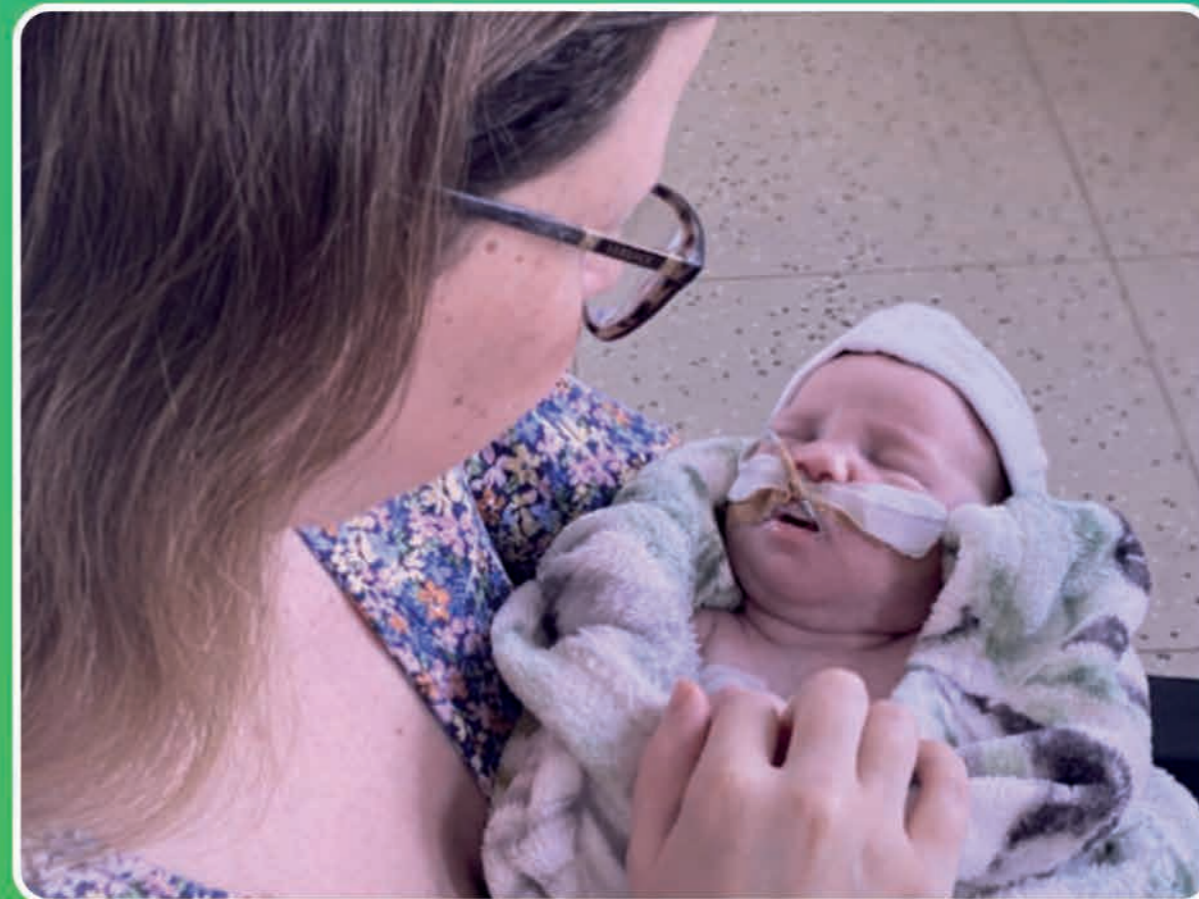
Jedynie co mnie ogranicza to czas i budżet. Wierzę w swój projekt co przekazuJESZ. i bardzo mi zależy na jego rozwoju. Oczywiście Pełny Brzuszek się nie zatrzymuje. Obecnie działają u nas dwie kuchnie – pierwsza skupia się na żywieniu dziecięcym, a druga zajmuje się przyrządzaniem posiłków dla osób starszych, czyli dla domów seniora. Żywnienie osób starszych i diety dostosowane do ich potrzeb to kolejny punkt, który chciałabym rozwijać.

#### AGATA GWIAZDOWSKA

właścicielka firmy cateringowej Pełny Brzuszek w Warszawie



# WESPRZYJ MNIE, PROSZĘ!



## Zuzia Wesołowska

Stan po niewydolności oddechowej noworodka, wodogłowie, padaczka, zaburzenia napięcia mięśniowego, wyciek płynu mózgowo-rdzeniowego, dodatkowe palce rąk

#### Przelew tradycyjny

Numer konta  
**38 2490 1028 3587 1000 0039 3595**

Odbiorca  
**Fundacja Siepomaga**

Tytułem  
**Darowizna**

#### Wyślij SMS

Numer **75365** Treść **0393595**

Koszt: 6,15 zł brutto (w tym VAT)



PRZEKAŻ  
**15%**  
PODATKU

Numer KRS  
**0000396361**

Cel szczegółowy  
**0393595 Zuzanna**

POZNAJ MOJĄ  
HISTORIĘ!



siepomaga.pl

siepomaga.pl/zuzia-wesolowska



# Urządzenia wielofunkcyjne w gastronomii

## - KLUCZ DO EFEKTYWNOŚCI

Technologia odgrywa coraz większą rolę w nowoczesnej gastronomii. Zmieniające się preferencje konsumentów, rosnąca konkurencja i potrzeba optymalizacji procesów sprawiają, że branża gastronomiczna stale szuka innowacyjnych rozwiązań. Kluczowym elementem nowoczesnych kuchni stały się urządzenia wielofunkcyjne, pozwalając restauratorom na efektywne zarządzanie zasobami i utrzymanie wysokiej jakości usług.

Zapotrzebowanie na urządzenia wielofunkcyjne w ostatnich latach wzrosło. Powodem są rosnące wymagania rynku, potrzeba szybkiej obsługi gości i dążenie do minimalizacji strat. Wielofunkcyjność sprzętu to już nie luksus, lecz konieczność.

**W**prowadzenie urządzeń wielofunkcyjnych stanowi krok naprzód, który zmienia sposób zarządzania nowoczesną kuchnią

Restauracje, hotele czy firmy cateringowe inwestują w rozwiązania, które zastępują kilka tradycyjnych urządzeń jednym, oszczędzając przestrzeń, czas i energię.

To podejście wpisuje się w szerszy trend

zrównoważonego rozwoju, który jest ważny dla ekologicznie świadomych klientów.

Czym są urządzenia wielofunkcyjne i co je wyróżnia? W przeciwieństwie do tradycyjnych sprzętów łączą wiele funkcji w jednym kompaktowym urządzeniu. Przykłady to: piece konwekcyjno-parowe do pieczenia, gotowania na parze i regeneracji potraw czy zaawansowane roboty kuchenne umiające kroić, miksować, blendować i gotować. Takie rozwiązania usprawniają pracę kuchni, podnosząc efektywność i jakość dań.

Wprowadzenie urządzeń wielofunkcyjnych stanowi krok naprzód, który zmienia sposób zarządzania nowoczesną kuchnią.

### WIELKOGABARYTOWE URZĄDZENIA WIELOFUNKCYJNE: SERCE PROFESJONALNEJ KUCHNI

Wielkogabarytowe urządzenia wielofunkcyjne stały się nieodłącznym elementem profesjonalnych kuchni. Ich wszechstronność, wydajność i innowacyjność sprawiają, że są idealnym rozwiązaniem dla restauracji, hoteli, firm cateringowych oraz stołówek przemysłowych. Piece konwekcyjno-parowe czy kombiary znacząco usprawniają pracę zespołów kuchennych, podnosząc jednocześnie jakość przygotowywanych potraw, dzięki zdolności do realizacji wielu procesów technologicznych w jednym urządzeniu.

To zaawansowane technologicznie narzędzia, które pozwalają na realizację różnych procesów kulinarnych w jednym miejscu. Piece konwekcyjno-parowe umożliwiają pieczenie, gotowanie na parze, regenerację potraw, a nawet delikatne podgrzewanie dzięki zastosowaniu zaawansowanych systemów sterowania. Tego rodzaju urządzenia są nieocenione w kuchniach przemysłowych, gdzie się liczy

**Heinzelmann**  
CHEF-X

## Zaprojektowany z Szefami Kuchni, dla Szefów Kuchni

Pracuj mądrzej i szybciej z Heinzelmann CHEF-X, profesjonalnym urządzeniem kuchennym zbudowanym z myślą o wydajności.

### Nowa cena na 2025 rok!

# 6499 zł

~~8499 zł~~ + Dostawa 0 zł

**MOC 1400W**  
NAJMOCNIEJSZY W SWOJEJ KLASIE  
**TYTANOWE NIEZAWODNE OSTRZA**  
ZMIELISZ / ZBLENDUJESZ CO TYLKO CHCESZ  
**SZYBKA PAUZA**  
PRACA SZYBKA, OSZCZĘDNOŚĆ CZASU  
**WĘDZENIE BEZPOŚREDNIO W MISCE**  
ZA POMOCĄ PRYZYSTAWKI HEINZELMANN SMOKER W CENIE  
+ 8 AROMATÓW WĘDZARNICZYCH W CENIE  
**WYPŁASZCZONA MISKA**  
IDEALNA GŁADKOŚĆ PRZYGOTOWYWANYCH POTRAW

+ ULTRA PROSTE, MANULANE STEROWANIE  
+ TRYB TURBO 10.500 OBR/MIN  
+ TRYB MULTI-PULSE

+ PODŚWIETLENIE LED NACZYNIA MIKSUJĄCEGO  
+ CICHE I SUPER WYDAJNE CHŁODZENIE  
+ STABILNA PODSTAWA (4 STOPY)







szybkość przygotowywania dużych ilości potraw przy zachowaniu ich najwyższej jakości.

Kombiwar, czyli urządzenia łączące w sobie funkcje pieca, grilla i parowaru, są równie wszechstronne. Mogą być używane do pieczenia mięs, przygotowywania ryb na parze, pieczywa czy deserów, a precyzyjne sterowanie temperaturą i wilgotnością pozwala na perfekcyjne dopracowanie każdego dania. Wielofunkcyjność tych urządzeń eliminuje konieczność używania kilku różnych sprzętów, co jest szczególnie istotne w kuchniach o ograniczonej przestrzeni.

Wprowadzenie wielkogabarytowych urządzeń wielofunkcyjnych do kuchni przemysłowych przynosi wiele korzyści, które wpływają zarówno na efektywność operacyjną, jak i jakość obsługi klienta.

To oszczędność miejsca i energii. Każdy metr kwadratowy jest na wagę złota, dlatego urządzenia wielofunkcyjne proponują dla różnych sprzętów kompaktowe rozwiązania. Ponadto są projektowane z myślą o minimalizacji zużycia energii, co przekłada się na niższe koszty operacyjne oraz zmniejszenie śladu węglowego, a nawet zwiększenie wydajności pracy zespołu kuchennego – wielofunkcyjność urządzeń pozwala kucharzom na jednoczesne przygotowywanie wielu potraw. Dzięki zautomatyzowanym procesom urządzenia te wymagają minimalnej interwencji człowieka, co pozwala zespołowi skupić się na innych aspektach przygotowywania posiłków.

Znaczenie ma także standaryzacja jakości potraw. Urządzenia wielofunkcyjne gwarantują powtarzalność rezultatów dzięki precyzyjnemu sterowaniu temperaturą, czasem gotowania i poziomem wilgotności. Każde danie spełnia te same standardy, co jest kluczowe w gastronomii nastawionej na jakość.

W miarę postępu technologicznego wielkogabarytowe urządzenia wielofunkcyjne będą stawać się jeszcze bardziej zaawansowane i dostosowane do dynamicznie zmieniających się potrzeb branży gastronomicznej. Przyszłość tych urządzeń to ich pełna integracja z Internetem Rzeczy (IoT). Dzięki temu możliwe będzie zdalne monitorowanie i sterowanie urządzeniami z poziomu aplikacji mobilnych czy systemów zarządzania kuchnią. Szefowie kuchni będą mogli w czasie rzeczywistym sprawdzać postępy w przygotowywaniu

potraw czy diagnozować ewentualne problemy. Kolejnym krokiem w rozwoju urządzeń wielofunkcyjnych jest ich większa automatyzacja. Już teraz wiele z nich posiada wbudowane programy gotowania, które pozwalają na przygotowanie skomplikowanych dań po naciśnięciu jednego przycisku. W przyszłości można oczekiwać jeszcze bardziej inteligentnych rozwiązań, takich jak samouczące się algorytmy, które dostosowują parametry gotowania na podstawie preferencji użytkownika.

#### WIELOFUNKCYJNE ROBOTY GASTRONOMICZNE: WSZECHSTRONNOŚĆ NA WYCIĄgniĘCIE RĘKI

Wielofunkcyjne roboty gastronomiczne to jedno z najważniejszych narzędzi współczesnej kuchni zarówno w dużych restauracjach, jak i w mniejszych lokalach gastronomicznych. Ich wszechstronność, kompaktowość oraz zdolność do wykonywania wielu zadań sprawiają, że są niezastąpione w optymalizacji pracy. Dzięki nowoczesnym technologiom wielofunkcyjne roboty kuchenne stają się coraz bardziej zaawansowane, a ich funkcjonalność wyznacza nowe standardy w branży gastronomicznej. Znajdują zastosowanie w każdej kuchni, niezależnie od jej rozmiarów czy specjalizacji. W dużych restauracjach, hotelach czy zakładach cateringowych umożliwiają masową produkcję potraw przy minimalnym zaangażowaniu

człowieka. Mogą kroić, siekać, miksować, blendować, obierać warzywa, a nawet wyrabiać ciasto – wszystko to za pomocą jednego urządzenia. Taka wszechstronność pozwala zredukować liczbę sprzętów w kuchni i zaoszczędzić przestrzeń.

W mniejszych lokalach gastronomicznych, gdzie często miejsce jest ograniczone, wielofunkcyjne roboty są jeszcze bardziej przydatne. Jeden robot może zastąpić kilka urządzeń, co umożliwia efektywne wykorzystanie przestrzeni roboczej. Dzięki temu nawet niewielkie kuchnie mogą oferować szerokie menu, zachowując jednocześnie wysoki standard przygotowywanych potraw. Dodatkowo roboty te pomagają zmniejszyć obciążenie personelu w miejscach, gdzie liczba pracowników jest ograniczona.

Nowoczesne roboty kuchenne to nie tylko narzędzia do podstawowych prac, takich jak siekanie czy miksowanie. Wiele z nich wyposażonych jest w wagi, wyciskarki do soków, a nawet ma programy do gotowania na parze czy przygotowywania zup. Tak szeroka gama funkcji czyni je niezastąpionymi w codziennej pracy gastronomicznej.

Zaawansowane roboty kuchenne oferują także łatwość programowania i dostosowywania do specyficznych potrzeb użytkownika. Kuchnia włoska, azjatycka czy francuska – każdy rodzaj kuchni znajdzie zastosowanie dla robotów, które można zaprogramować do przygotowywania konkretnych potraw lub powtarzania określonych czynności. Niektóre modele mają pamięć przepisów, dzięki czemu pracownicy mogą szybko wywoływać zapisane ustawienia, co przyspiesza proces przygotowywania dań. Dodatkowo wiele robotów jest wyposażonych w intuicyjne ekrany dotykowe i systemy automatycznej diagnostyki, które ułatwiają obsługę i dbają o ich bezawaryjną pracę. W rezultacie obsługa takiego urządzenia nie wymaga dużych umiejętności technicznych, co jest istotne w branży charakteryzującej się częstą rotacją pracowników.

Wprowadzenie wielofunkcyjnych robotów gastronomicznych to inwestycja, która szybko się zwraca zarówno pod względem oszczędności czasu, jak i redukcji kosztów pracowniczych. Roboty te potrafią wykonywać wiele czynności jednocześnie, co pozwala kucharzom i pomocnikom kuchennym skupić się na innych zadaniach. Dzięki temu czas przygotowywania potraw ulega znacznemu skróceniu, a zespół może obsłużyć większą liczbę zamówień w krótszym czasie. Oszczędności finansowe wynikają również z redukcji liczby pracowników potrzebnych do wykonania tych samych zadań. Wielofunkcyjne roboty może zastąpić kilka osób przy pracach wymagających krojenia, miksowania czy obierania. W perspektywie długoterminowej eliminuje to także koszty związane z rekrutacją i szkoleniem nowego personelu.

#### WYBÓR URZĄDZEŃ WIELOFUNKCYJNYCH: NA CO ZWRÓCIĆ UWAGĘ?

Wybór odpowiednich urządzeń wielofunkcyjnych to kluczowy krok w optymalizacji pracy kuchni gastronomicznej. Aby inwestycja była trafna i przyniosła oczekiwane korzyści, należy dokładnie przeanalizować kilka istotnych kryteriów.

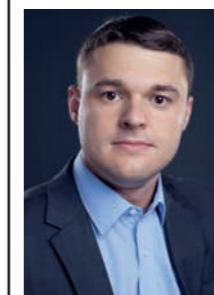
Warto zwrócić uwagę na pojemność i wydajność. Wielkość urządzenia powinna być dostosowana do ilości posiłków przygotowywanych w danej kuchni. Duże restauracje czy firmy cateringowe potrzebują urządzeń o większej pojemności, które mogą pracować przez dłuższy czas bez przerw. W małych lokalach lepiej sprawdzą się kompaktowe modele, które zapewniają wydajność przy ograniczonych zasobach przestrzennych.

Należy kierować się także dostosowaniem funkcji do specyfiki kuchni. Urządzenie powinno odpowiadać na konkretne potrzeby lokalu. Kuchnie specjalizujące się w pieczeniu mogą potrzebować zaawansowanych pieców konwekcyjno-parowych, podczas gdy lokale z rozbudowanym menu skorzystają z wielofunkcyjnych robotów z opcjami krojenia czy miksowania. Ważne, aby funkcje urządzenia były kompatybilne z codziennymi procesami gastronomicznymi.

Ważną kwestią są koszty eksploatacji i serwisu. Oprócz ceny zakupu należy uwzględnić koszty utrzymania urządzenia, takie jak zużycie energii, konserwacja i serwis. Warto inwestować w sprzęt energooszczędny, który obniża koszty operacyjne, oraz w urządzenia od sprawdzonych producentów oferujących łatwo dostępny serwis.

Równie ważne jest dostosowanie urządzenia do wielkości lokalu. W dużych restauracjach, hotelach i firmach cateringowych istotne jest, aby urządzenia wielofunkcyjne mogły obsłużyć znaczną liczbę zamówień w krótkim czasie. Dlatego kluczowa będzie wysoka wydajność i możliwość pracy ciągłej. Z kolei małe lokale gastronomiczne potrzebują kompaktowych urządzeń, które zmieszczą się w ograniczonej przestrzeni, ale nadal zapewnią wszechstronność i jakość.

Urządzenia wielofunkcyjne rewolucjonizują nowoczesną gastronomię, łącząc wiele funkcji w jednym sprzęcie, co pozwala na oszczędność miejsca, energii i kosztów. Przykłady to piece konwekcyjno-parowe oraz roboty kuchenne, które umożliwiają pieczenie, gotowanie, miksowanie czy obieranie warzyw. Są niezbędne w dużych kuchniach przemysłowych, zapewniając wysoką wydajność i standaryzację jakości potraw, ale także w małych lokalach, gdzie oszczędność przestrzeni jest bardzo istotna. Ich rozwój zmierza w kierunku automatyzacji i integracji z IoT, co dodatkowo usprawnia zarządzanie kuchnią. To inwestycja, która przynosi korzyści w postaci efektywności i zrównoważonego rozwoju.



**PROF. DR HAB. MARCIN KUREK**

Katedra Techniki i Projektowania Żywności, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie



# Co czeka nas NA TALERZU?

**Nadchodzący rok oznacza nowe wyzwania i możliwości w branży gastronomicznej. Jakie trendy będą kształtować kulinarny krajobraz w 2025 roku?**

## KUCHNIA ROŚLINNA I ZRÓWNOWAŻONA

Popularność diety roślinnej cały czas wzrasta. Coraz więcej restauracji decyduje się na wprowadzenie menu opartego na roślinach, które nie tylko przyciąga wegan i wegetarian, ale także osoby poszukujące różnorodnych opcji. Innowacyjne podejście do bezmięśnych alternatyw i lokalnych produktów pozwoli zachować zarówno smak, jak i zrównoważony charakter kuchni.

## ZERO WASTE TO PODSTAWA

Dbanie o środowisko stało się priorytetem dla branży gastronomicznej. Wszystko wskazuje na to, że w 2025 roku jeszcze więcej lokali będzie wdrażać filozofię „zero waste”, kreatywnie wykorzystując resztki i minimalizując ilość jedzenia, które ląduje w koszu. Dla gości oznacza to świadome wybory i wyjątkowe potrawy przygotowane z maksymalnym wykorzystaniem składników.

## ABC AUTOMATYZACJI

Postęp technologiczny zmienia sposób funkcjonowania restauracji. Jaka przyszłość czeka branżę? Wdrażanie systemów POS, aplikacji do składania zamówień oraz sztucznej inteligencji usprawni procesy operacyjne. Z kolei AI będzie wykorzystywana do planowania pracy w kuchni, tworzenia przepisów i redukcji strat żywności, co pozwoli na obniżenie kosztów i poprawę jakości usług.

## W RYTMIE SEZONÓW

Goście coraz bardziej zwracają uwagę na pochodzenie składników. Lokalnie i sezonowe produkty zyskują na znaczeniu, a restauracje promują współpracę z dostawcami zapewniającymi najwyższą jakość. Dzięki temu dania są świeże i lepiej dopasowane do potrzeb konsumentów.

## PERSONALIZACJA, CZYLI DLA KAŻDEGO COŚ PYSZNEGO

Goście oczekują możliwości dostosowania potraw do swoich preferencji. Dieta bezglutenowa, wegańska czy wysokobiałkowa – personalizacja stanie się standardem, który pomoże restauracjom zyskać ich lojalność.

## NOWE DOZNANIA SMAKOWE

Łączenie tradycji kulinarnych z różnych zakątków świata przyciąga smakoszy poszukujących niecodziennych doznań. Kuchnia fusion będzie w 2025 roku prawdziwym polem do eksperymentów, umożliwiając tworzenie potraw o niebanalnym charakterze.

## DOŚWIADCZENIE GOŚCIA

Restauracje nie tylko karmią, ale również dostarczają wrażeń. Skupienie się na kompleksowym doświadczeniu gościa, począwszy od atmosfery poprzez interakcję z obsługą, stanie się kluczem do sukcesu.

## POWRÓT DO TRADYCJI

Fermentacja, kiszenie i marynowanie – te tradycyjne techniki ponownie znajdą swoje miejsce w kuchniach restauracyjnych. Wzbogacają smak potraw i odpowiadają na trend zdrowego odżywiania.

## CODZIENNE CELEBRACJE I DIETA SELF-CARE

Celebrowanie codziennych posiłków to trend, który na stałe zagości w świadomości gości w 2025 roku. Będą oni oczekiwać nie tylko smacznych, ale także przemyślanych dań, które wspierają ich dobre samopoczucie.

## GHOST KITCHEN – KUCHNIE WIRTUALNE

Wraz z rosnącą popularnością dostaw jedzenia na znaczeniu zyskuje model ghost kitchen, czyli kuchni wirtualnych. Specjalnie zaprojektowane przestrzenie działają na potrzeby zamówień online, co pozwala obniżyć koszty operacyjne i skupić się na efektywności. W 2025 roku coraz więcej restauracji będzie rozwijać swoje marki wirtualne, oferując różnorodne menu dostosowane do preferencji klientów, bez konieczności prowadzenia tradycyjnej sali restauracyjnej. Ghost kitchen to odpowiedź na dynamicznie zmieniające się potrzeby rynku i konsumentów, którzy cenią wygodę oraz szybkość dostaw.

Nowe smaki, świadome wybory i niezapomniane doświadczenia – to wszystko czeka nas w nadchodzącym roku. Czy jesteśmy na to gotowi?

# Nowy rok, NOWE ZMIANY W PODATKACH

**Rok 2025 przyniesie szereg zmian w polskim systemie podatkowym, które odczują przedsiębiorcy. Zmiany mogą znacząco wpłynąć na sektor HoReCa, w tym na działalność restauratorów. Przekonaj się, o czym warto wiedzieć.**

## ZMIANY W SKŁADCE ZDROWOTNEJ

Od 2025 roku minimalna podstawa wymiaru składki zdrowotnej dla przedsiębiorców zostanie obniżona do 75 proc. minimalnego wynagrodzenia, które w nowym roku wyniesie 4666 zł. Zmiana ta ma na celu odciążenie finansowe najmniejszych firm.

W założeniu zmniejszenie minimalnej podstawy wymiaru składki zdrowotnej do 75 proc. minimalnego wynagrodzenia wpłynie pozytywnie na małe restauracje i food trucki, które zatrudniają kilka osób. Zmiana obniżająca podstawę wymiaru składki zdrowotnej przyniesie restauratorowi odczuwalne oszczędności.

## PIT KASOWY DLA MAŁYCH PRZEDSIĘBIORCÓW

Od 1 stycznia 2025 roku mali przedsiębiorcy będą mogli skorzystać z tzw. kasowego PIT. Oznacza to, że podatek dochodowy będzie płacony dopiero po faktycznym otrzymaniu zapłaty od kontrahenta. Aby skorzystać z tej formy rozliczenia, przedsiębiorca musi złożyć odpowiednie oświadczenie do naczelnika urzędu skarbowego do 20 lutego danego roku podatkowego.

PIT kasowy jest skierowany do przedsiębiorców, których roczne przychody nie przekraczają miliona złotych, co obejmuje osoby prowadzące jednoosobową działalność gospodarczą. Dla właściciela biznesu gastronomicznego oznacza to lepsze zarządzanie płynnością finansową. Z tego rozwiązania skorzystają przede wszystkim małe restauracje, food trucki, firmy cateringowe oraz niewielkie obiekty noclegowe.

## ZMIANY W LIMITACH DLA MAŁYCH PODATNIKÓW

W 2025 roku małym podatnikiem będzie podatnik, u którego wartość

sprzedaży nie przekroczyła w 2024 roku wyrażonej w złotych kwoty odpowiadającej równowartości 2 mln euro.

Z kwartalnego opłacania podatku VAT w 2025 roku będą mogli skorzystać przedsiębiorcy, których przychody w 2024 roku nie przekroczyły 8 569 000 zł.

## SKALA PODATKOWA I KWOTA WOLNA OD PODATKU

W 2025 roku stawki podatku dochodowego pozostaną na poziomie 12 proc. dla dochodów do 120 000 zł oraz 32 proc. dla dochodów powyżej tej kwoty. Kwota wolna od podatku wynosić będzie nadal 30 000 zł.

Restauratorzy prowadzący jednoosobowe działalności gospodarcze, którzy rozliczają się według skali podatkowej, nie odczują większych zmian. Ci, którzy osiągają wyższe dochody, będą płacić 32 proc. od nadwyżki powyżej 120 000 zł.

## NOWE OBOWIĄZKI SPRAWOZDAWCZE

Najwięksi podatnicy CIT, czyli ci z przychodami powyżej 50 mln euro oraz podatkowe grupy kapitałowe, będą zobowiązani do przesyłania do Krajowej Administracji Skarbowej raportów w nowej usystematyzowanej formie (tzw. JPK\_KR\_PD) obejmujących dane z ksiąg rachunkowych rozszerzone o dane podatkowe. Obowiązek ten dotyczy roku podatkowego rozpoczynającego się po 31 grudnia 2024 roku.

## WAKACJE OD ZUS

Wakacje od ZUS to nowa ulga w opłacaniu składek na własne obowiązkowe ubezpieczenia społeczne:

emerytalne, rentowe i wypadkowe, własne dobrowolne ubezpieczenie chorobowe oraz Fundusz Pracy i Fundusz Solidarnościowy. W czasie wakacji od ZUS przedsiębiorca będzie jednak musiał opłacić składkę zdrowotną.

Aby skorzystać z wakacji składkowych, złożyć wniosek RWS (wniosek o zwolnienie z obowiązku opłacenia składek za wskazany miesiąc). Wniosek możesz złożyć wyłącznie z profilu płatnika na Platformie Usług Elektronicznych (PUE)/eZUS.

## PRZYGOTOWANIA DO WPROWADZENIA KSEF

Chociaż Krajowy System e-Faktur (KSeF) ma wejść w życie dopiero w 2026 roku, w 2025 roku przedsiębiorcy powinni przygotować swoje systemy i procedury do obowiązkowego korzystania z e-Faktur. Wdrożenie KSeF wpłynie na procesy biznesowe.

KSeF ułatwi prowadzenie dokumentacji, ale wymagać będzie inwestycji w odpowiednie oprogramowanie. Restauratorzy, którzy korzystają z nowoczesnych systemów POS, powinni się upewnić, że ich dostawcy są przygotowani na zmiany.

Zmiany podatkowe w 2025 roku dla gastronomii mogą być zarówno szansą, jak i wyzwaniem. Kluczowe będzie przygotowanie do nowych obowiązków, optymalizacja kosztów oraz inwestycja w technologie, które usprawnią rozliczenia. Warto skonsultować się z doradcami podatkowymi, by dostosować się do nowej rzeczywistości i maksymalnie wykorzystać dostępne ulgi.





autor: Marta Kosecka

# Jak zabezpieczyć się przed zmianą WŁAŚCICIELA LOKALU?

**Umowy najmu lokali gastronomicznych są, co do zasady, umowami długotrwałymi, które dosyć trudno rozwiązać. Są zawierane na ogół na czas określony, który może wynosić pięć, siedem, a nawet dziesięć lat. Natomiast te zawierane na czas nieokreślony przewidują zazwyczaj bardzo długi okres wypowiedzenia – sześciomiesięczny, dziesięciomiesięczny, a nierzadko aż dwunastomiesięczny. Co się stanie w sytuacji, w której lokal zostanie sprzedany w trakcie trwania umowy?**

Czy sprzedaż lokalu podczas trwania umowy sprawia, że zawarta przez Ciebie umowa obowiązuje do końca okresu, na który została zawarta, mimo zmiany właściciela? Czy nowy właściciel, chcąc wypowiedzieć umowę, zmuszony będzie zastosować wspomniane wcześniej wielomiesięczne okresy wypowiedzenia? A może w przypadku sprzedaży lokalu, to Ty, jako najemca, stoisz na straconej pozycji, a zmiana właściciela praktycznie zawsze będzie wiązała się z rozwiązaniem umowy lub, co najmniej, ze zmianą warunków jej obowiązywania? Sprawdźmy, jak to jest.

## ROZWIĄZANIE KODEKSOWE

Odpowiedź na wszystkie zadane wcześniej pytania zawiera się w treści art. 678 § 1. i 2. kodeksu cywilnego. Z lektury § 1. tego przepisu jednoznacznie wynika, iż w wypadku zbycia rzeczy najętej w trakcie trwania umowy najmu, nabywca, a więc nowy właściciel, wstępuje w stosunek najmu na miejsce dotychczasowego właściciela.

Nie jest on jednak bezwzględnie zmuszony do kontynuowania trwającej umowy najmu. Jeżeli chce, ma prawo rozwiązać trwającą umowę najmu z zachowaniem ustawowego terminu wypowiedzenia, który dla lokali użytkowych, jakim jest bez wątpienia lokal przeznaczony pod działalność restauracji, wynosi trzy miesiące i kończy się wraz z upływem miesiąca kalendarzowego. Uprawnienie to przysługuje mu niezależnie od tego, czy umowa była zawarta na czas określony czy nieokreślony, ponadto całkowicie niezależnie od terminów wypowiedzenia ustalonych w umowie.

Gdyby doszło do sprzedaży lokalu, uzgodnienie w umowie najmu zawartej na

czas nieokreślony nawet bardzo długiego okresu wypowiedzenia nie uchroni Cię zatem przed możliwością wypowiedzenia umowy najmu przez nowego właściciela i to w terminach znacznie krótszych niż umowne terminy wypowiedzenia.

## JAK UCHRONIĆ SIĘ PRZED WYPOWIEDZENIEM?

Na szczęście ten sam przepis art. 678 kodeksu cywilnego już w § 2. podpowiada, w jaki sposób uchronić się przed takim rozwiązaniem i wskazuje, jakie warunki należy spełnić, aby umowa najmu nie mogła zostać wypowiedziana przez nowego właściciela.

Obowiązują cztery warunki: umowa najmu musi być zawarta na piśmie, na czas określony i z datą pewną, a lokal będący przedmiotem najmu musi być już wydany najemcy.

Pierwszy z tych warunków jest w zasadzie oczywisty – aby móc wiązać nowego właściciela trwającą już umową, powinna ona być zawarta na piśmie – powinien on bowiem móc zapoznać się z taką umową i warunkami jej obowiązywania i to jeszcze przed zawarciem umowy kupna-sprzedaży. Nowy właściciel ma przecież prawo wiedzieć, jak długo ta umowa będzie jeszcze obowiązywała, jakiego czynszu może się spodziewać oraz, jaka działalność jest prowadzona w lokalu i na jakich zasadach.

Podobnie drugi warunek – już potencjalny nabywca powinien wiedzieć, jak długo będzie jeszcze obowiązywała umowa najmu, co przecież może wpłynąć, w istotny sposób, na jego decyzję o zakupie tego lokalu. Jeżeli ważna jest dla niego możliwość swobodnego dysponowania lokalem, kolosalne znaczenie będzie miało dla niego czy umowa potrwa jeszcze przez rok czy przez sześć lat.

Warunek trzeci – data pewna. Jej celem jest wykazanie, że strony czynności prawnej dokonały jej najpóźniej w określonym dniu i służy ona przeciwdziałaniu antydatowania umów. W praktyce data pewna to nic innego jak urzędowe poświadczenie daty, w której na pewno umowa najmu była już zawarta i polega ona na umieszczeniu na oryginale dokumentu – w tym przypadku umowie najmu – wzmianki o jej obowiązywaniu przez organ państwowy, organ jednostki samorządu terytorialnego albo przez notariusza bądź opatrzeniu tego dokumentu w postaci elektronicznej kwalifikowanym elektronicznym znacznikiem czasu, czyli po prostu kwalifikowanym podpisem elektronicznym. Dokument będzie posiadał także datę pewną, jeżeli zostanie to stwierdzone w jakimkolwiek dokumencie urzędowym na przykład w decyzji administracyjnej.

W praktyce uzyskanie na umowie najmu daty pewnej wygląda w ten sposób, iż już po zawarciu umowy udajesz się z nią do notariusza, a on zamieszcza na oryginalnej kopii umowy odpowiednią wzmiankę, którą nazywamy często poświadczeniem daty okazania dokumentu. Co najważniejsze, za umieszczenie wzmianki na umowie najmu zapłacisz zaledwie kilkadziesiąt złotych. W zamian zyskujesz pewność, iż zawarta przez Ciebie umowa najmu będzie obowiązywała mimo zmiany właściciela – to wręcz idealne rozwiązanie.

Oczywiście musimy pamiętać także o czwartym warunku, a więc o tym, że lokal musi wcześniej zostać wydany najemcy – warunek ten pozostaje spójny z resztą warunków. Chodzi o to, aby umowa wcześniej obowiązywała i abyśmy chronili faktyczne interesy najemcy lokalu.

## UJAWNienie PRAWA NAJMU W KSIĘDZE WIECZYSTEJ

Innym sposobem zabezpieczenia się na wypadek sprzedaży lokalu, którego jesteśmy najemcą, jest wpisanie prawa najmu do księgi wieczystej tego lokalu. Wśród prawników istnieje jednak spór

co do tego, czy wpisanie umowy najmu do księgi wieczystej nieruchomości całkowicie wyklucza możliwość wcześniejszego rozwiązania umowy najmu.

Dlatego też, obawiając się negatywnej dla najemcy interpretacji, zawsze sugeruję swoim klientom, aby możliwość wpisania prawa najmu do księgi wieczystej traktowali jedynie jako dodatkowe zabezpieczenie, jednak zdecydowanie słabsze niż uzyskanie daty pewnej na umowie najmu i spełnienie pozostałych warunków, o których pisałam wcześniej.

Podobnie jest z innymi rozwiązaniami, takimi jak zobowiązanie wynajmującego do niesprzedawania lokalu w czasie trwania umowy najmu (pamiętaj, aby wprowadzając je do umowy, zawsze obwarować to postanowienie odpowiednio wysoką karą umowną) czy zapewnione w umowie prawo pierwokupu czy wykupu.

Ciekawa jestem czy przed przeczytaniem tego artykułu wiedziałeś, czym jest data pewna w umowie. Zastanawiam się nad tym, bo wiem, że wiele osób nigdy nie słyszało o tej przydatnej instytucji. Podobnie jak o prawie wpisania najmu do księgi wieczystej nieruchomości.

Jednocześnie są to jedne z najważniejszych postanowień, czy też kwestii, które należy rozważyć i o których należy pamiętać, zawierając umowę najmu. Byłoby niewesoło, gdyby po zaledwie kilku miesiącach obowiązywania umowy i dopiero co skończonym remoncie lokalu okazało się, że wynajmujący sprzedał lokal, nowy właściciel ma własne plany, do czego zresztą ma pełne prawo, a umowa rozwiąże się najpóźniej po trzech pełnych miesiącach kalendarzowych.

Dlatego też uparcie będę powtarzała, iż najważniejszą kwestią przy najmie lokalu jest dobre przygotowanie umowy i zabezpieczenie się na wiele różnych, mniej lub bardziej przewidywalnych, sytuacji. Remont i nakłady finansowe na lokal powinny się zacząć dopiero, kiedy masz w ręku dobrze przygotowaną umowę najmu, a wszystkie Twoje najważniejsze interesy są odpowiednio chronione.



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



STREFA SMAKU



zdj. depositphotos.com

autor: Joanna Dzedzic

# Kuchnia roślinna: SMAK PRZYSZŁOŚCI?

**Kuchnia roślinna to nie tylko trend – to rewolucja, która zmienia zasady gry w sektorze HoReCa. Dla szefów kuchni i właścicieli restauracji rosnące zainteresowanie smakami wege oznacza zarówno nowe możliwości, jak i wyzwania, które warto poznać, aby odpowiedzieć na potrzeby gości.**

Myśląc o znaczeniu kuchni roślinnej w profesjonalnej gastronomii, warto odpowiedzieć na pytanie, kim są współcześni goście. Jakie są ich oczekiwania? Wiele czynników wskazuje na to, że oczekują od gastronomii nie tylko doskonałego smaku, ale także coraz bardziej zrównoważonego podejścia, różnorodności oraz innowacyjnych rozwiązań. Kuchnia roślinna staje się tym samym dopełnieniem nowoczesnego menu.

## BEZ MIĘSA, ALE JAK MIĘSO

Dania imitujące mięso to ukłon w stronę gości, którzy szukają kulinarnych kompromisów. Restauracje, które oferują tego

typu potrawy, wychodzą naprzeciw oczekiwaniom nie tylko wegan i wegetarian, ale także tzw. fleksitarian, czyli osób ograniczających spożycie mięsa. Przyczynami takiego stanu rzeczy mogą być zarówno czynniki etyczne, jak i zdrowotne. Dzięki współczesnym technologiom kulinarnym oraz nowatorskim składnikom, takim jak białka grochu, soi czy mykoproteiny – alternatywa dla białka zwierzęcego z grzybów, możliwe

Organizator:

PTAK  
WARSAW  
EXPO

ufi  
Member

EURO  
GAS  
TR

28. edycja

WORLD  
HOTEL

17-lecie

Międzynarodowe Targi  
Rozwiązań dla Branży HoReCa

11-13 MARCA 2025

horeca  
business  
forum



ZAREJESTRUJ SIĘ

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

📍 Aleja Katowicka 62, 05-830 Nadarzyn | ✉ [info@warsawexpo.eu](mailto:info@warsawexpo.eu) | 🌐 [www.warsawexpo.eu](http://www.warsawexpo.eu) | 📱 / warsawexpo



jest stworzenie dań, które do złudzenia przypominają tradycyjne kielbaski, kotlety czy burgery.

Jednym z najciekawszych przykładów jest „roślinny kurczak” na bazie seitanu, którego włóknista struktura imituje mięso drobiowe, czy też roślinne burgery, które dzięki burakowi wyglądają jak „krwiste”. Ważnym aspektem jest także technika gotowania – odpowiedni poziom wędzenia, pieczenia czy grillowania pozwala uzyskać odpowiednie nuty smakowe. Restauracje, które inwestują w takie rozwiązania, mogą liczyć na lojalność klientów doceniających smak bez wyrzeczeń.

Dla szefów kuchni kluczowe jest balansowanie smaku i tekstury. Użycie przypraw takich jak kmin, wędzona papryka, czosnek czy sos sojowy pozwala nadać potrawom głębi. Warto także pamiętać o dodatkowych walorach – roślinne alternatywy często są bogate w błonnik, a jednocześnie charakteryzują się niższą zawartością tłuszczów nasyconych.

### ROŚLINNE NA 100 PROCENT

Dla właścicieli restauracji, którzy chcą wyróżnić się na rynku, idealnym rozwiązaniem są dania podkreślające smak warzyw, owoców, strączków i innych roślinnych składników, nie nawiązując do smaku mięsa. Takie podejście wpisuje się w filozofię slow food i zarazem pozwala eksponować lokalne produkty.

Przykładem mogą być kolorowe Buddha Bowls, w których różnorodne składniki, począwszy od pieczonych warzyw

korzeniowych, poprzez kiszonki, na chrupiących nasionach skończywszy, tworzą harmonijną kompozycję. Pomysły na dania przyrządzone w stu procentach z roślin można, rzecz jasna, czerpać także z rozmaitych kuchni świata. Sprawdzą się marokańskie tadżiny

z ciecierzycą i suszonymi morelami, indyjskie dhal z soczewicy czy śródziemnomorskie mezze pełne hummusu, baba ghanoush i oliwek. Takie dania są nie tylko pyszne, ale również atrakcyjne wizualnie, co przyciąga konsumentów ceniących estetykę jedzenia.

Dla restauratorów to szansa na budowanie menu wokół sezonowości i lokalności. Szefowie kuchni mogą tworzyć dania w pełni zależne od dostępności świeżych produktów – letnie gazpacho, jesienne zupy z dynią w roli głównej, a także zimowe potrawy na bazie fermentowanych warzyw. Taka kuchnia może być postrzegana jako autentyczna, dzięki czemu zaskakuje nawet najbardziej wymagających smakoszy.

### VEGANUARY 2025

Veganuary, czyli wegański styczeń, to światowy ruch, który co roku w styczniu zachęca miliony ludzi do przejścia na dietę roślinną i spróbowania tego rodzaju żywienia choćby przez miesiąc. Dla branży gastronomicznej jest to doskonała okazja, by nie tylko przyciągnąć nowych klientów, ale także eksperymentować z menu i budować wizerunek marki świadomej ekologicznie. Warto wykorzystać ten czas, aby wyróżnić się na rynku, pokazując, że restauracja podąża za globalnymi trendami i jest otwarta na różnorodność kulinarną.

Warto również podkreślić korzyści biznesowe, które wynikają z tej inicjatywy. Veganuary zachęca restauratorów do kreatywności, a jednocześnie pozwala przetestować, które dania najlepiej odpowiadają oczekiwaniom gości. Wprowadzenie roślinnych opcji na stałe do menu może okazać się strzałem w dziesiątkę. Warto jednak pamiętać, że dla wielu osób Veganuary to pierwszy kontakt z dietą roślinną, dlatego dania w tym okresie powinny być nie tylko smaczne, ale także różnorodne.

Jednym z najważniejszych elementów sukcesu udziału w Veganuary jest odpowiedni marketing. Restauracje mogą wykorzystać media społecznościowe do promowania swojej oferty, publikując zdjęcia nowych dań, przepisy czy opinie zadowolonych klientów. Hashtagi, takie jak #Veganuary, #PlantBased czy #RoślinneMenu pomogą dotrzeć do większej liczby osób, zwłaszcza gości, którzy są aktywni w internecie.

Kampanie marketingowe mogą również nawiązywać do wartości, które stoją za Veganuary: troska o środowisko i dobrostan zwierząt. Restauracje, które pokażą, że ich działania mają wymiar nie tylko komercyjny, ale również etyczny, zyskają zaufanie klientów i wzmocnią swoją markę. Veganuary to zatem nie tylko okazja do eksperymentów, ale także szansa na długoterminowe zmiany w ofercie restauracji. Wprowadzenie roślinnych opcji na stałe może pomóc przyciągnąć nowych gości zarówno tych, którzy są miłośnikami smaków wege, jak i tych, którzy chcą ograniczyć spożycie mięsa.

Dodatkowo koszt produkcji dań roślinnych często bywa niższy niż koszt produkcji potraw mięsnych, co może pozytywnie wpłynąć na zyski osiągnięte przez lokal. Warto też pamiętać, że oferta roślinna jest postrzegana jako innowacyjna, co pomaga wyróżnić się na konkurencyjnym rynku.

W ten sposób inicjatywa Veganuary może stać się katalizatorem zmian w gastronomii. Restauracje, które z niej skorzystają, mogą zyskać stałych klientów, zwiększyć swoje zyski i zarazem wzmocnić wizerunek świadomej marki. Wykorzystanie tego czasu na wprowadzenie nowych smaków, edukację gości czy budowanie relacji z lokalnymi dostawcami to inwestycja, która zapewni korzyści na wiele lat.

### SMAKI EKSPERYMENTALNE

W ramach eksperymentu kulinarnego restauracje mogą zaproponować zestawy degustacyjne oparte na kuchni roślinnej. Inspiracją mogą być kuchnie świata – wegańskie tacos z jackfruitem, indyjskie curry z warzywami czy japońskie ramen na bazie miso. Takie propozycje pozwalają pokazać elastyczność lokalu i otwartość na potrzeby różnych grup gości.

Restauratorzy mogą także wprowadzać sezonowe składniki, takie jak zimowe warzywa korzeniowe czy kiszonki, które wpisują się w trendy, zwłaszcza slow food i super food. Eksperymentowanie w czasie Veganuary to szansa na odkrycie kulinarnych perełek, które zyskają uznanie na stałe w menu.

Aby jeszcze bardziej zachęcić gości do odwiedzenia restauracji, warto przygotować specjalne promocje i tematyczne wydarzenia. Można wprowadzić np. zestawy lunchowe „100 proc. roślinne”, rabaty na wegetariańskie i wegańskie potrawy dla osób uczestniczących w Veganuary, a także wieczory degustacyjne, podczas których goście spróbują różnych potraw z nowego menu.

Dobrym pomysłem jest także organizowanie kolacji tematycznych, takich jak „roślinny fine dining”, czy warsztatów kulinarnych, gdzie goście nauczą się przygotowywać roślinne potrawy. Takie wydarzenia nie tylko przyciągną klientów, ale również sprawią, że restauracja zapadnie im w pamięć jako miejsce kreatywne i otwarte na potrzeby nowoczesnych konsumentów.

Ponadto Veganuary to także okazja do nawiązania współpracy z lokalnymi dostawcami produktów roślinnych. Restauracje mogą promować swoje menu jako przygotowane na bazie lokalnych i sezonowych składników, co dodatkowo podkreśla ich zaangażowanie w zrównoważony rozwój. Dla klientów coraz bardziej liczy się transparentność, dlatego warto pokazać, skąd pochodzą składniki i jak są przygotowywane.

Kluczową rolę odgrywa edukacja. Warsztaty kulinarne, pokazy gotowania i degustacje pomogą klientom lepiej zrozumieć, jak smaczna i różnorodna może być kuchnia roślinna.

### STAŁY ELEMENT GASTRONOMII

Nie ma już wątpliwości, że kuchnia roślinna to nie chwilowa moda, lecz dążenie do trwałej zmiany. Restauracje, które ją wdrożą, mogą zyskać przewagę konkurencyjną. Co więcej, kuchnia roślinna wpisuje się w szersze trendy, takie jak zrównoważony rozwój, zero waste czy etyczna produkcja. Dla sektora HoReCa to szansa na przyciągnięcie nowych grup gości, począwszy od przedstawicieli pokolenia Z, poprzez mileniastów, na rodzinach z dziećmi, które szukają alternatyw, skończywszy.

Z kolei Veganuary to idealny moment na wprowadzenie nowych pozycji w menu. W styczniu coraz więcej osób postanawia spróbować diety roślinnej, a restauracje mogą na tym skorzystać, oferując tematyczne zestawy, promocje lub specjalne wydarzenia. To nie tylko doskonała okazja do eksperymentowania z nowymi smakami, ale także sposób na przyciągnięcie nowych klientów.

Dzięki roślinnej kuchni można budować nie tylko interesujące menu, ale także nowy obraz polskiej gastronomii. Dla szefów kuchni to wyzwanie, które otwiera drzwi do nieograniczonych możliwości kulinarnych, a dla właścicieli restauracji – możliwość stworzenia wyjątkowego doświadczenia gastronomicznego, które zapada w pamięć. Warto więc w pełni wykorzystać potencjał, jaki niesie za sobą kuchnia roślinna, bo przyszłość gastronomii już dziś w znacznym stopniu staje się roślinna.

# SMAKKI

GASTROTARGI

MIEJSCE SPOTKAŃ  
BIZNESOWYCH  
BRANŻY  
SPOŻYWCZEJ  
I GASTRONOMICZNEJ

9 - 10 KWIETNIA 2025  
EXPO XXI WARSZAWA



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

WorldFood  
Poland

ColdChain  
Poland

SPONSOR GŁÓWNY

dpd

WWW.SMAKKI.PL

**T**aka kuchnia może być postrzegana jako autentyczna, dzięki czemu zaskakuje nawet najbardziej wymagających smakoszy



# Trendy W KATEGORII BROWN SPIRITS

**Kategoria brown spirits obejmująca whisky, bourbon, cognac czy rumy na dobre już się zadomowila zarówno na naszym rodzimym barowym podwórku, jak i na rynku detalicznym. Rozwój tej kategorii możemy obserwować szczególnie w segmencie premium. Nie brak jej różnorodności, która coraz bardziej się ujawnia, biorąc pod uwagę trend niskoalkoholowy i coraz bardziej popularne warianty smakowe.**

W kategorii brown spirits należy wyróżnić kilka kluczowych trendów, które, moim zdaniem, będą kontynuowane zarówno w Polsce, jak i na świecie.

## ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ I EKOLOGICZNE PODEJŚCIE

Coraz więcej producentów zwraca uwagę na aspekty zrównoważonego rozwoju. W kolejnych latach możemy spodziewać się większej liczby brandów, które będą promować ekologiczne metody produkcji, organiczne składniki, ograniczenie zużycia wody oraz stosowanie odnawialnych źródeł energii czy ograniczenie śladu węglowego.

Doskonałym przykładem są tutaj marki oraz alkohole z kategorii brown spirits, które są mainstreamowymi hegemonami, a na swoich barkach noszą programy mające za zadanie ochronę zasobów naturalnych oraz ochronę środowiska, a także zwrócenie uwagi na zrównoważony rozwój w aspekcie biznesowym.

## AUTENTYCZNOŚĆ

W Polsce i na świecie rośnie zainteresowanie lokalnymi produktami. Mniejsze rzemieślnicze destylarnie oraz marki zyskują na znaczeniu, oferując unikalne smaki i historie związane z regionem.

Pamiętajmy jednak, że to trend, który odrobinę zwolnił, ponieważ w pewnym momencie rynek został zalany produktami, które, jak później się okazało, kraftowe były jedynie z nazwy. Tak więc konsumenci coraz częściej poszukują oryginalnych produktów i doceniają autentyczność marki.

## EKSPERYMENTY

W ramach tej kategorii cały czas zyskują na znaczeniu różnego typu nowinki. Producenci coraz częściej eksperymentują z różnymi rodzajami beczek do leżakowania czy sposobami leżakowania, wśród których można wskazać na przykład wystawianie beczek na działanie warunków atmosferycznych, co wpływa na smak i aromat końcowego produktu.

W kolejnych latach możemy spodziewać się kontynuacji tych eksperymentów, szczególnie w zakresie leżakowania. Jednym z trendów dotyczących finiszowania alkoholi jest leżakowanie w niestandardowych beczkach. W tym przypadku można wziąć pod uwagę zarówno różnorodne odmiany dębu, jak i różne rozmiary beczek. Coraz częściej można spotkać alkohole powstałe dzięki

wykorzystaniu beczek, w których wcześniej znajdowały się inne trunki. Do ciekawych przykładów należy miód pitny.

Innym eksperymentem w przypadku tej kategorii alkoholi jest obniżenie ich mocy, a także tworzenie wariantów smakowych z użyciem owoców lub przypraw.

## EDUKACJA

Rośnie zainteresowanie edukacją na temat alkoholu i podnoszeniu świadomości w tej dziedzinie – przestaje to być tematem tabu, a goście chcą być bardziej świadomi tego, za co płacą i co spożywają. Warsztaty, degustacje i wydarzenia związane z edukacją stają się coraz bardziej popularne.

Myszę, że to trend, który wyznaczy kierunek na przyszłość. Będziemy świadkami coraz większej liczby działań promujących świadome i zarazem odpowiedzialne spożywanie alkoholu oraz zrozumienie różnorodności smaków czy aromatów, jak również historii marki czy tajników produkcji, których w kategorii brown spirits nie brakuje.

## PERSONALIZACJA I PREMIUMIZACJA

Goście coraz częściej poszukują produktów premium i wysoce spersonalizowanych butelek. W 2025 roku możemy spodziewać się większej liczby limitowanych edycji, które będą skierowane do świadomych konsumentów, a także spersonalizowanych propozycji, przygotowanych szczególnie ze względu na fanów mainstreamu. Mogą to być na przykład produkty będące efektem współpracy z dużymi portalami streamingowymi czy znanymi osobowościami. Zarówno personalizacja, jak i możliwość wyboru etykiety, czy nawet składników, cały czas zyskuje na znaczeniu.

## RÓŻNORODNOŚĆ

Globalizacja i rozwój e-commerce przyczyniły się do zwiększenia dostępności różnorodnych alkoholi, o których mogliśmy kiedyś tylko marzyć. W nadchodzących latach będziemy mieli szerszy dostęp zwłaszcza do międzynarodowych marek oraz unikalnych, rzemieślniczych produktów z wielu zakątków świata, co się przyczyni do dalszego rozwoju rynku.

Coraz większa ilość wariantów smakowych w kategoriach brown spirits również zyskuje na popularności i zdecydowanie częściej możemy spotkać pomarańczowe, miodowe, korzenne lub tropikalne warianty naszych ulubionych alkoholi z tej kategorii. Jest to również coraz częstszy wybór młodszego pokolenia.

Moim zdaniem kolejnym wyborem młodszych gości mogą się okazać też pozycje o obniżonej zawartości alkoholu. W tym przypadku rządzi trend no/low-ABV, który w przyszłości będzie się umacniał.

## KULTURA KOKTAJLOWA

Dobrze już zakorzeniony za polskimi barami trend raise your spirit – to tendencja, która koncentruje się na kreowaniu koktajli, w których baza alkoholowa nie jest zagłuszona przez pozostałe dodatki. Zamiast tego składniki harmonijnie się łączą, wynosząc bazowy alkohol na sensoryczne wyżyny i uwypuklając jego atuty czy najważniejsze cechy.

W takim przypadku wybitnie sprawdzają się właśnie alkohole z kategorii brown spirits, które dzięki procesowi starzenia i leżakowania nabierają wielowymiarowego smaku oraz aromatu. Ich różnorodność jest ogromna. Wystarczy wziąć pod uwagę chociażby szkocką whisky – dwie dwunastoletnie whisky single malt mogą diametralnie różnić się od siebie ze względu na metody produkcji, terroir czy unikalne metody starzenia lub finiszowania w beczce, sprawiając, że koktajle przygotowane na ich bazie również będą zupełnie unikalnie podkreślały charakter whisky.

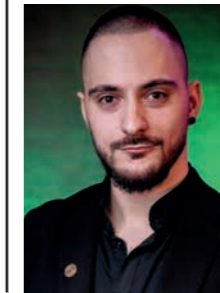
Bourbon, brandy oraz rum również się stają coraz częściej stosowanymi składnikami innowacyjnych koktajli, w których barmani starają się przewyciężyć stereotypy, zaciekać gości i pokazać swoją kreatywność, co z kolei przyciąga młodsze pokolenia do tych trunków.

Wzrost popularności koktajli na bazie brown spirits widać szczególnie w kontekście klasycznych drinków, takich jak Old Fashioned, Manhattan czy Boulevardier, w których świadome użycie odpowiedniej bazy odgrywa ogromną rolę i to właśnie dzięki temu barmani mogą

kreować własne, bardzo ciekawe interpretacje koktajlowych klasyków. Mieszanie różnych rodzajów alkoholi i dodatków staje się sztuką, która, jeżeli zostanie wykonana prawidłowo, zostanie doceniona również przez konesera alkoholi starzonych.

Oczywiście należałoby zadać sobie pytanie, czy każdy alkohol z kategorii brown spirits warto serwować w koktajlu, ponieważ te z kategorii premium oraz superpremium warto docenić za to, jaki czas spędziły, leżakując w beczkach, oraz docenić kunszt ich twórców, którzy pieczołowicie doglądali swoich dzieł przez lata spędzone w beczce. Podając je w czystej postaci, zaznaczymy szacunek dla produktu. Oczywiście należy się kierować przy tym rozmową z naszym gościem (osobiście wyznaję zasadę, że każdy pije tak jak chce i lubi), nawet jeżeli przy barze zasiądzie początkujący pasjonat tej kategorii, możemy służyć mu radą zarówno w doborze trunku, jak i metody degustacji.

Te trendy pokazują, że rynek brown spirits w Polsce i na świecie będzie się rozwijał w kierunku innowacji, zrównoważonego rozwoju oraz większej różnorodności, co wpłynie na preferencje gości i kształtowanie się kultury picia alkoholu.



## DAMIAN DEPTUŁA

zwycięzca II Mistrzostw Polski Koktajli Bezalkoholowych, Mistrz Polski Barmanów w stylu klasycznym, kierownik gastronomii i barman w restauracji Nad Sandelą w Lubawie

**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.**





autor: Zuzanna Wójt

# Bąbelkowa REWOLUCJA

**Bąbelki w kieliszku od lat stanowią synonim elegancji i celebrowania wyjątkowych chwil. Obecnie wina musujące rewolucjonizują rynek alkoholi, stając się nie tylko trunkiem na specjalne okazje, ale także istotnym elementem oferty, który przyciąga nowych gości i utrzymuje lojalność tych stałych.**

Wina musujące to nie tylko trunki, ale styl życia – synonim radości, elegancji i celebrowania wyjątkowych momentów. Dziś, w sektorze HoReCa, ich obecność w ofercie to konieczność, która nie tylko przyciąga gości, ale także buduje prestiż lokalu.

Wraz z rosnącą popularnością trunków, takich jak prosecco, cava czy szampan, restauracje dostosowują menu i strategię sprzedaży do zmieniających się gustów gości. Popularność prosecco, cavy i szampana pokazuje, jak bardzo zmieniło się podejście do tych win – kiedyś kojarzone z luksusem dostępnym dla nielicznych, dziś są nieodzownym elementem każdej karty win, która ma ambicję zaspokoić gusta współczesnych konsumentów. Oferują szeroki wachlarz opcji zarówno pod względem ceny, jak i jakości. Zainteresowanie gości coraz częściej budzą także polskie wina musujące, co pokazuje potencjał tych trunków.

Karta win musujących to więcej niż dodatek – to strategia, która działa. Dzięki niej lokale przyciągają klientów zarówno na codzienne spotkania, jak i wyjątkowe okazje. Prosecco doskonale sprawdza się jako lekki aperitif czy dodatek do lunchu, cava przyciąga poszukiwaczy jakości w rozsądnej cenie, a szampan

niezmiennie zachwyca tych, którzy celebруют najważniejsze momenty.

## PROSECCO – ZACHWYCAJĄCA ŚWIEŻOŚĆ I LEKKOŚĆ

Prosecco to prawdziwa gwiazda w świecie win musujących. Jego wyjątkowy smak wyróżnia się na tle innych trunków świeżością, delikatnym musowaniem i owocowo-kwiatową kompozycją. Oferuje subtelne nuty zielonego jabłka, gruszek, brzoskwini, a także delikatny akcent kwiatów. Dzięki rześkości jest idealnym wyborem na każdą okazję, począwszy od lekkiego aperitif, przez brunch czy lunch, na bardziej formalnych kolacjach skończywszy.

Lekki, przyjemnie owocowy, smak prosecco z delikatną, naturalną słodyczą sprawia, że to trunek, który doskonale

komponuje się z wieloma potrawami. Świetnie podkreśla smaki przekąsek, sałatek, owoców morza czy delikatnych makaronów. Warianty od brut po extra dry pozwalają dostosować wybór do preferencji gości, dzięki czemu prosecco staje się uniwersalnym i wszechstronnym winem musującym, które pasuje do niemal każdej okazji.

## CAVA – HISZPAŃSKA ELEGANCJA I BOGACTWO SMAKU

Cava to hiszpańska odpowiedź na szampana, która zyskuje coraz większe uznanie wśród koneserów win musujących. Produkowana głównie w regionie Katalonii metodą tradycyjną (z wtórną fermentacją w butelce), wyróżnia się złożonym smakiem i elegancką strukturą. W zależności od stylu może oferować nuty cytrusowe, zielonego jabłka, migdałów, tostów,

i białych kwiatów w młodszych, bardziej rześkich wersjach. W dojrzałych szampanach dominują nuty tostowe, orzechowe, miodowe, a nawet akcenty brioche czy masła.

Bogactwo stylów ujawnia się od lekkich, wytrawnych brut po złożone cuvée – pozwala dostosować wybór do najbardziej wymagających gustów. Szampan doskonale sprawdza się jako dopełnienie wykwintnych dań, takich jak kawior, ostrygi, homary czy foie gras.

## WINO MUSUJĄCE PO POLSKU

Na uwagę zasługują także polskie trunki. Wybór polskiego wina z bąbelkami to doskonałe uzupełnienie karty win, która będzie różnorodna, a zarazem zwróci uwagę gości na rozwój rodzimego winiarstwa, które od kilku lat przeżywa rozkwit, oferując

wysmienite butelki.

Dzięki strukturze i eleganckiemu musowaniu stanowią trunki, które podnoszą rangę każdej uroczystości, od wesel poprzez ekskluzywne bankiety. Ich obecność w karcie

## Restauracje, które decydują się na rozszerzenie karty win o te z bąbelkami, dają gościom sygnał, że idąc z duchem czasu, stawiają na celebrowanie w najlepszym wydaniu

a nawet miodu i orzechów w bardziej dojrzałych wersjach.

Wyjątkowa równowaga smaków między kwasowością a owocową nutą sprawia, że cava doskonale pasuje do różnorodnych dań. Jest niezastąpiona jako aperitif, ale równie dobrze komponuje się z owocami morza, grillowanymi rybami, lekkimi serami czy tapas.

Cava stanowi idealne połączenie jakości i przystępnej ceny, co pozwala lokalom oferować wyjątkowe doświadczenia smakowe swoim gościom bez obciążania ich portfela.

## SZAMPAN – LUKSUS I WYRAFINOWANIE

Szampan to legenda świata win musujących, trunek, który od wieków symbolizuje luksus, prestiż i celebrowanie najważniejszych chwil. Produkowany wyłącznie w Szampanii we Francji metodą tradycyjną oferuje niezwykłą złożoność smaku i aromatu, która wyróżnia go spośród innych win musujących.

W jego bukietach można odnaleźć nuty świeżych cytrusów, zielonych jabłek

win to dla gości wyraźny sygnał – tutaj celebруем życie w najlepszym wydaniu.

## BĄBELKI TO MUS

Goście oczekują dziś od restauracji nie tylko jakości, ale także różnorodności i autentyczności. Wina musujące, począwszy od lekkiego prosecco, poprzez wszechstronną cavę, na luksusowym szampanie skończywszy, odpowiadają na te potrzeby, oferując pełen wachlarz smaków, aromatów i doznań. Wiele osób coraz częściej poszukuje również win musujących, które wpisują się w globalne trendy zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnej konsumpcji.

Restauracje, które decydują się na rozszerzenie karty win o te z bąbelkami w roli głównej, dają gościom sygnał, że idąc z duchem czasu, stawiają na celebrowanie w najlepszym wydaniu.

To strategia, która nie tylko podnosi obroty, ale także buduje niezapomniane doświadczenia gości, którzy wracają po więcej. Wina musujące to fundament dobrze przemyślanej karty win – eleganckie, uniwersalne i na czasie.

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.



**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.**

## Fellow Aiden

Marka Fellow, znana z innowacyjnego podejścia do parzenia kawy, wprowadza na rynek swój najnowszy produkt – ekspres Fellow Aiden. To urządzenie łączy nowoczesny design, precyzję działania i funkcjonalność, oferując użytkownikom możliwość przygotowania kawy o smaku i aromacie na poziomie profesjonalnych baristów. Fellow Aiden wyróżnia się zaawansowanym systemem kontroli temperatury, intuicyjnym interfejsem dotykowym oraz kompaktową formą, idealną do każdej kuchni. Dzięki innowacyjnym rozwiązaniom ekspres wspiera różne metody parzenia – od espresso po kawę przelewową – z zachowaniem najwyższej jakości naparu. Nowy ekspres Fellow Aiden to odpowiedź na potrzeby wymagających kawoszy, którzy cenią zarówno smak, jak i estetykę.

Oficjalnym dystrybutorem marki Fellow jest Coffeedesk.



## Pomodori Pelati Interi in succo di pomodoro marki Ristoria

Przedstawiamy Pomodori Pelati Interi in succo di pomodoro marki Ristoria. To całe pomidory bez skórki. Cechuje je słodki smak, gęsta konsystencja i wyrazisty czerwony kolor – co jest gwarancją efektywności produktu. Dodatkowy atut to ręczna selekcja pomidorów zebranych w idealnym momencie wzrostu maksymalnie 40 km od miejsca produkcji.

Marka Ristoria powstała jako odpowiedź na potrzebę szefów kuchni pragnących odtworzyć smak włoskich dań. Bidfood Farutex postanowił im pomóc, dając do dyspozycji oryginalne składniki, które opowiadają historie o włoskim słońcu i smaku powstających pod tym niebem produktów. Misją Ristorii jest dostarczanie pełnym pasji szefom kuchni włoskich produktów, których jakość ma wzbudzać zachwyt. Bo mistrzowskie produkty w rękach mistrzów kuchni to pewna droga do sukcesu!



**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.**

## Biała gęsta czekolada – nowość od Mokate Professional

Do klasycznej, gęstej czekolady z portfolio produktów Mokate Professional dołączyła biała gęsta czekolada, która z pewnością podbije serca miłośników wyjątkowych napojów. To produkt stworzony z myślą o profesjonalistach z branży HoReCa, poszukujących sposobów na wzbogacenie menu o produkt, jaki przypadnie do gustu każdej grupie wiekowej. Biała czekolada wyróżnia się aksamitną konsystencją i delikatnym, kremowym smakiem. Idealnie sprawdzi się zarówno jako samodzielny gorący napój, jak i baza do kreatywnych deserów. Łatwe przygotowanie czyni ją praktycznym rozwiązaniem dla każdego lokalu. Doskonała na chłodne miesiące, świetnie wpisuje się w zimowe i świąteczne trendy, zapewniając niezapomniane doznania smakowe. Więcej na: [www.mokateprofessional.com](http://www.mokateprofessional.com)



## Tymbark Just Plants

Tymbark Just Plants to linia napojów roślinnych stworzona z myślą o osobach ceniących naturalne rozwiązania i prosty skład. Produkty te bazują na polskim owsie, oferując kremową konsystencję bez dodatku cukru, wzbogaconą o witaminy D, B12 oraz wapń.



W ofercie znajdują się różnorodne smaki, takie jak klasyczny owies, idealny do owsianek, koktajli czy wypieków, wariant barista zaprojektowany specjalnie do kawy, wersja karmelowa dla miłośników słodkich nut, a także napoje migdałowe, kokosowe, laskowe oraz truskawkowe. Wszystkie napoje są bezglutenowe i doskonale sprawdzają się w kuchni zarówno jako dodatek do kawy, jak i baza do dań, koktajli czy deserów. Tymbark Just Plants to gwarancja naturalnego smaku i prostego składu.

## M-C-S Free – wygoda i funkcjonalność

Pojemniki do zgrzewania M-C-S FREE to seria opakowań do dań gotowych z separacją, dzięki której z łatwością oderwiemy jedną komorę pojemnika od drugiej. Takie rozwiązanie świetnie sprawdzi się w sytuacji, gdy do dania głównego serwujemy dodatki, które nie nadają się do podgrzewania

w mikrofalówce. Opakowania te z powodzeniem stosowane są przez firmy gastronomiczne, przemysłowe oraz instytucje zbiorowego żywienia. Seria FREE charakteryzuje się wysoką jakością wykonania i solidną konstrukcją. Gwarantuje to bezpieczny i higieniczny transport żywności, nawet w przypadku wielopoziomowego układania. Pojemniki M-C-S FREE to bardzo dobra opcja dla opakowań jednorazowych do dań „na wynos”.

Więcej szczegółowych informacji na [metro.pl](http://metro.pl)

**METROOPACK**  
MASZyny OPAKOWANIA TECHNOLOGIE



**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.**

## Sonic seasonig, czyli smak muzyki

W dzisiejszych czasach restauracje konkurują nie tylko pod względem menu, ale także pod kątem sumy doświadczeń, jakie oferują gościom. Okazuje się, że muzyka odgrywa kluczową rolę w kształtowaniu naszych doznań, również nad talerzami – ma wpływ na klimat w restauracji. Koncepcja „Sonic Seasoning” to nic innego jak dostosowywanie lub komponowanie muzyki w taki sposób, aby harmonizowała ze smakiem, aromatem i odczuciem danego dania. To wymaga wycucia i znajomości swoich klientów, ale przede wszystkim wymaga jakościowej muzyki. Wszystkie te działania mogą jednak w efekcie przyczynić się do wzrostu sprzedaży i zwiększyć realne zyski.

Więcej o muzyce w biznesie na stronie [www.muzykadlabiznesu.pl](http://www.muzykadlabiznesu.pl)



## Heinzelmann CHEF-X – profesjonalizm i innowacja w kuchni

Heinzelmann CHEF-X to urządzenie wielofunkcyjne stworzone z myślą o wymagających szefach kuchni. Zaskakuje mocą 1400 W, tytanowymi ostrzami i unikalną, wypłaszczoną misą, która zapewnia doskonałą konsystencję i gładkość potraw. Manualna obsługa w połączeniu z trybem turbo, multi-pulse i biegiem wstecznym pozwala na pełną kontrolę. Wędzenie z przystawką Smoker oraz grzanie do 130°C otwierają nowe możliwości kulinarne, a oświetlenie LED misy ułatwia pracę. Stabilność zapewniają cztery solidne stopy, a aplikacja Heinzelmann App inspirowa do tworzenia wyjątkowych dań. Dzięki usłudze ProChef RENTAL Chef-X to innowacja na wyciągnięcie ręki. Sprawdź już dziś!







# La Liste - Top 1000 RESTAURANTS 2025

**Ogłoszono tegorocznych laureatów na liście 1000 najlepszych restauracji na świecie według rankingu La Liste. Wśród nich aż osiem restauracji z Polski!**

Na najnowszej liście 1000 najlepszych restauracji na świecie znalazło się osiem polskich lokali. Ich obecność w zestawieniu to dowód, że oferują dania i obsługę gości na najwyższym poziomie.

Wśród wyróżnionych znalazły się: krakowska restauracja Przemysława Klimy Bottiglieria 1881, uzyskując 87,5 punktu na 100 możliwych do zdobycia. Kolejne miejsce zajęła restauracja Nuta w Warszawie, gdzie szefem kuchni jest Andrea Camastra

(87 punktów). W gronie wyróżnionych nie zabrakło także gdańskiej restauracji Arco by Paco Pérez, w której szefuje Antonio Arcieri (77). Pół punktu mniej zdobyły Drukarnia Smaku Cristina w Zakopanem, gdzie szefem jest Karol Górka (76,5) i warszawska Epoka z Marcinem Przybyszem na czele (76,5). Kolejne wyróżnione restauracje to: poznańska Muga, gdzie szefem jest Artur Skotarczyk (75,5) oraz restauracja Giewont

w Kościelisku, w której szefuje Przemysław Sieradzki (75). Wyróżniono także Trzy Rybki w Krakowie (75).

Numerem jeden tegorocznej listy została restauracja Cheval Blanc by Peter Knogl – Grand Hôtel Les Trois Rois w Szwajcarii (99,5). Wśród najlepiej ocenionych lokali znalazły się m.in.: Guy Savoy (Francja), L'Enclume – Simon Rogan (Wielka Brytania) i Le Bernardin (Stany Zjednoczone). Gratulujemy!



# Arte Culinaria ITALIANA 2025

**W dniach od 28 lutego do 2 marca 2025 roku w Palacu i Folwarku Arche Łochów odbędzie się XVIII edycja Konkursu Włoskiej Sztuki Kulinarnej Arte Culinaria Italiana.**

To jeden z najstarszych konkursów kulinarnych odbywających się w Polsce, który charakteryzuje się nie tylko wieloletnią historią, ale i dorobkiem kulinarnym.

Podczas konkursu spotkają się zarówno profesjonalści z restauracji i hoteli z całej Polski, jak i młodzi adepci sztuki kulinarnej oraz pasjonaci kuchni włoskiej, którzy

przystąpią do rywalizacji w duetach z gwiazdami telewizyjnymi.

Podopieczni z Fundacji Leny Grochowskiej będą tworzyli drużynę z celebrytami, startując w konkursie dla gwiazd.

– Konkurs ten służy promocji obiektów hotelarsko-gastronomicznych związanych z kuchnią i kulturą włoską, prezentacji firm

oferujących produkty wysokiej jakości oraz popularyzowaniu włoskich kulinariów wśród pasjonatów i amatorów kuchni – podkreślają organizatorzy.

Autorem, pomysłodawcą i organizatorem konkursu jest Giancarlo Russo – znany włoski szef kuchni i promotor kuchni włoskiej w Polsce.

# Gayuma Relaunch POLAND

**Rodzima branża ekskluzywnych alkoholi na długo zapamięta listopadowy wieczór, gdy tajemnicza butelka rumu stanęła na granicy światów, aby narodzić się w nowej odsłonie.**

28 listopada 2024 roku warszawska przestrzeń eventowa „Pół na Pół” nie przypominała swojej pierwotnej formy. Na charakterystyczne sklepienia rzucono fioletowe światła, stanowiące tło dla bujnej roślinności, która opanowała oba pomieszczenia przy ulicy Raławskiej. Charakterystyka miejsca i pozostałe elementy całego wieczoru powstały z inicjatywy Pinot Wine&Spirits – importera i dystrybutora alkoholi klasy premium, który jako pierwszy w Polsce oficjalnie miał do zaprezentowania nową odsłonę rumu Gayuma z oferty marki Don Papa. Wśród zaproszonych osób znaleźli się kluczowi klienci marki Pinot, influencerzy oraz osoby ze świata mediów.

Tajemnicza aura wyczuwalna była od początku. Między innymi za sprawą ścieżki utworzonej ze świec, która wyznaczała drogę do budynku. Po przekroczeniu progu uczestnikom wręczono egzotyczne Porn Star Martini na bazie gwiazdy wieczoru – Don Papa Gayuma. Koktajl umiejętnie łączył w sobie mango, marakuję i herbatę z aromatami róż oraz malin. Następnie gości kierowano do sąsiedniej sali, gdzie znajdował się stół starannie zastawiony przez studio gastronomiczne Book&Cook. Gdy każdy zajął swoje miejsce, rozpoczęła się część oficjalna.

Głos zabrał znany w środowisku barmańskim Marcin Szyma, który przedstawił zespół odpowiedzialny za przygotowanie kolacji. Następnie przed gośćmi pojawił się Aleksander Michalski, znany również jako „Brudnopis Chef”. Szef kuchni, który opracował i zrealizował menu inspirowane filipińską kuchnią, przedstawił się i zapowiedział kulinarne doznanie. Co istotne, każde danie zostało uzupełnione koktajlem na bazie różnych rumów Don Papa, przygotowanym w oparciu o zasady foodpairingu przez Marcina Szymę.

Na przystawkę podano ceviche z lososia w towarzystwie awokado, czerwonej cebuli, kolendry, limonki oraz nori w tempurze. Napojem do pierwszego dania było kwaskowe Daiquiri z Don Papa Baroko,



w którym połączono prażony sezam z charakterystycznym smakiem nori. Całość interesująco mieniła się w szkle za sprawą dodania jadalnego brokatu.

Pierwszym daniem była Tinola, czyli filipiński bulion z imbirem, kurczakiem, krewetkami, trawą cytrynową oraz liśćmi kafiru. W tym momencie podano imbirowo-ananasowy koktajl na bazie Don Papa Masskara, który zyskał wyjątkowy charakter dzięki dodaniu sosu sojowego, harrisy oraz bittersu umami.

Danie główne składało się z polędwicy marynowanej w czosnku, czarnego ryżu, piklowanego kalafiora oraz chrupiącego chipsa z jarmużu. Ten element kolacji goście popijali połączeniem klasycznego Don Papa 7 z wermutem oraz aperitivo. Koktajl został wykończony grejpfrutem i czekoladą zarówno w smaku, jak i garnishu.

Na deser podano Mango Float, czyli filipiński deser lodowy, składający się z mleka skondensowanego, śmietany oraz jogurtu z dodatkiem lasek wanilii. Całość umieszczono na suchym lodzie, co robiło piorunujące wrażenie. Zadaniem koktajlu przy deserze było kontrowanie słodczy, co uzyskano Manhattanem na bazie Gayumy z czerwonym wermutem infuzowanym sliwką sechlońską i bittersem umami. Całość została udekorowana wisienką Maraschino.

Po całym wieczorze kulinarno-koktajlowych doświadczeń w prawdziwie mrocznej, doniosłej atmosferze, gdy goście wychodzili z tajemniczej przestrzeni, czekała na nich jeszcze jedna niespodzianka – kieliszek degustacyjny wypełniony nową odsłoną rumu Don Papa Gayuma, który, podobnie jak całe wydarzenie, z pewnością na długo pozostanie w ich pamięci.



# Europejska Konferencja Miodosytników i Konkursy 2025

Od 27 lutego do 1 marca 2025 roku w krakowskim hotelu Hilton odbędzie się Europejska Konferencja Miodosytników, konkurs miodów pitnych Mead Madness Cup oraz międzynarodowy konkurs miodów pszczelich Honey Madness Cup.

Organizatorzy zapraszają do udziału pasjonatów i profesjonalistów, którzy chcieliby sprawdzić swoje wyroby w międzynarodowej rywalizacji lub poszerzyć wiedzę i nawiązać kontakty branżowe.

Mead Madness Cup odbędzie się w dniach 27-28 lutego 2025 roku, a rejestracja miodów trwać będzie do 31 stycznia 2025 roku. Zgłoszone miody

powinny dotrzeć do organizatorów do 14 lutego, by mogły zostać ocenione przez ekspertów. W konkursie uwzględnione będą różnorodne kategorie, a wyniki zostaną ogłoszone 1 marca 2025 roku.

Odbędzie się również kolejna edycja międzynarodowego konkursu miodów pszczelich Honey Madness Cup. To konkurs dedykowany właścicielom pasiek i producentom miodu, w którym nacisk

kładziony jest na jakość organoleptyczną produktów. Jak podkreślają organizatorzy, to okazja, aby sprawdzić swoje miody na tle konkurencji, a także uzyskać medale.

Wydarzenie zostanie zwieńczone uroczystą galą i wręczeniem nagród podczas Europejskiej Konferencji Miodosytników. Odbędą się degustacje miodów z całego świata oraz wykłady.



## Nadchodzi Bitwa na Drobiowe Smaki IV

Zbliża się czwarta edycja konkursu dla uczniów szkół gastronomicznych Bitwa na Drobiowe Smaki. W tej edycji na uczestników czeka sporo nowości.

To ogólnopolski konkurs kulinarny stworzony dla uczniów klas ponadpodstawowych o profilu gastronomicznym. Celem konkursu jest rozwijanie umiejętności kulinarnych i kreatywności uczniów oraz promowanie polskiego drobiu.

Do tej pory w konkursie wzięło udział ponad tysiąc młodych adeptów kulinariów, którzy rywalizowali w dwuosobowych zespołach. Za każdym razem do konkursu

zapraszanych jest 500 szkół o profilu gastronomicznym z całej Polski.

Czwarta edycja, opatrzona podtytułem: Walka o Puchar, odbędzie się w nowej formule. Spośród zgłoszeń nadesłanych ze wszystkich województw zostanie wyłonionych 36 zespołów, które się zmierzą w trzech rundach eliminacyjnych.

Wstępna selekcja uczestników będzie polegała na ocenie nadesłanych przepisów wraz ze zdjęciami przygotowanych potraw

w ramach zgłoszenia konkursowego. Zwieńczeniem konkursu będzie Wielki Finał, w którym młodzi kucharze zawalczą o Puchar Bitwy na Drobiowe Smaki.

W tym roku w gronie jurorów konkursu są: Jolanta Naklicka-Kleser, Jakub Steuermark i Tomasz Proc. To oni wybiorą najlepszych, którzy się zmierzą w ogólnopolskim finale. Jakie potrawy przygotowują uczestnicy i kto z nich okaże się najlepszy? Tego dowiemy się już niebawem!



# POZNAJ NAJNOWSZE TRENDRY

GASTRONOMICZNE

TREND

BOOK

HORECA

- SIŁA KOBIET ■
- CELEBRACJA ■
- PROSTOTA ■
- FUZJA SMAKÓW ■
- EKOLOGIA ■
- TECHNOLOGIA ■
- ROŚLINY ■
- KOMPETENCJE ■
- DESIGN ■



[www.bidfood.pl/trendbook](http://www.bidfood.pl/trendbook)

**POBIERZ  
TRENDBOOK  
HORECA**



Obserwuj nas w mediach społecznościowych



1936



# JUST PLANTS

# IDEALNA PIANKA.

**BEZ**  
DODATKU  
CUKRU

