

Szef Kuchni

MAGAZYN BRANŻY GASTRONOMICZNEJ

Gastronomia wymaga poświęcenia

ROZMOWA Z MARKIEM SUKIENNICZAKIEM

MICHELIN
2025



LIPIEC 2025 NR 103 | ISSN 2543-568X

KUCHNIA FRANCUSKA

RAPORT: DYSTRYBUTORZY

TIPY NA DIPY

GRYCAN®

LODY OD POKOLEŃ

ZAMÓW
JUŻ DZIŚ



OFERTA LODÓW
GASTRONOMICZNYCH



NA DOBRY POCZĄTEK...

Lipiec w gastronomii? To nie wakacje, to gorączka spowodowana nie tylko słońcem, ale i rozgrzanymi do czerwoności kuchniami plenerowymi, food truckami, sezonowymi ogródkami i tętniącymi życiem salami weselnymi. Festiwale smaku, pikniki miejskie, grillowanie pod chmurką – sezon imprez plenerowych trwa w najlepsze, a każdy, kto pracuje w gastro, wie, że to równie piękny, co morderczy czas. Tłumy gości, oczekiwania ogromne, margines błędu mikroskopijny.

W tym letnim zgiefku wielu z nas spojrzało na branżę z napięciem zupełnie innego rodzaju – ceremonia wręczenia plakiet Michelin to przecież moment, w którym staje się w świetle reflektorów. Dla wybranych to nagroda za lata konsekwencji, smaku i dążenia do kulinarniej perfekcji. Dla innych – cisza, która mówi więcej niż jakiegokolwiek słowa.

I tu pytanie: co to znaczy być w Czerwonym Przewodniku? To zaszczyt, prestiż, ale też obowiązek. To nie medal za zasługi, ale znak jakości, który trzeba potwierdzać każdego dnia. A jeśli plakiety zabrakło? Może to moment goryczy, ale też impuls do zmiany.

Lipcowe wydanie poświęcamy ludziom, którzy w tej branży się nie zatrzymują. Bohaterem okładki jest Marek Sukienniczak – szef kuchni restauracji Luneta & Lorneta Bistro Club w Pałacu Ciekocinko Hotel Resort & Wellness w Ciekocinku. Poznajcie perspektywę szefa, który nie ustaje w działaniach, aby poprzeczka była zawieszona coraz wyżej.

Niech ten sezon, mimo zmęczenia, będzie czasem uważnego patrzenia na to, dokąd zmierzamy jako branża. I czy to, co gotujemy, nadal karmi zarówno gości, jak i nasze ambicje.

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:
DAWID HOFFMAN, EWA MRÓZ,
TOMASZ ZIĘTKIEWICZ

WSPÓŁPRACA:
CRISTINA CATESE, PIOTR DOMINIK, MARTA
KOSECKA, ŁUKASZ NOWAK, PIOTR POLAK,
ADAM TOMCZAK, 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:
ARCHIWUM WŁASNE

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

REDAKCJA NIE BIERZE
ODPOWIEDZIALNOŚCI ZA
TREŚĆ REKLAM I NIE ZWRACA
TEKSTÓW NIEZAMÓWIONYCH.
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 PRZEPŁYWU 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. SZCZEGÓŁOWE INFORMACJE ZNAJDĄ PAŃSTWO NA STRONIE WWW.SZEK-KUCHNI.COM.PL



22

32

38

6

STREFA SZEFA

- 11** Pierogi z szarpaną gęsiną – przepis
- 12** Małymi krokami w stronę wypalenia zawodowego – felieton Agaty Wojdy
- 14** Kuchnia francuska: źródło inspiracji dla szefów kuchni
- 19** Niech smażenie będzie sztuką
- 20** Pizza rzymska: tradycja, chrupkość i smak

STREFA MENEDŻERA

- 22** Raport: dystrybutorzy w sektorze HoReCa – część I
- 27** Ultranowoczesne samochody dostawcze marki Opel

28 Szefowie kuchni ambasadorami turystyki kulinarnej

31 Zupa z jajkiem poche i szpinakowymi naleśnikami – przepis

32 Outsourcing w sektorze HoReCa: szansa czy wyzwanie?

35 Szkolenia: 5 strategicznych korzyści decydujących o sukcesie restauracji

36 Lato w gastronomii, czyli wszystkie ręce na pokład

STREFA SMAKU

- 38** Przewodnik po winach do dań wegańskich i wegetariańskich
- 40** Eksperyment „grill”, czyli typy na dipy

43 Wizyta w Unox: jakość made in Italy

44 Nowości

WYDARZENIA

- 46** Plakiety Przewodnika Michelin wręczone!
- 48** Poznaliśmy Wielkopolskiego Kucharza Roku 2025!/ Fine Dining Week: sezon na doświadczenia
- 49** Odpowiedzi na trudne pytania, które zadaje sobie branża gastronomiczna, poznamy 7 października 2025 r. na Kongresie Szefów Kuchni i Restauratorów
- 50** Gabriela Ziolkowska najlepszą młodą sommelierką!/ Final III Edycji Akademii Mistrzów Smaku by Belvedere

TEMAT NUMERU

6 Gastronomia wymaga poświęcenia – rozmowa z Markiem Sukienniczakiem, szefem kuchni restauracji Luneta & Lorneta Bistro Club w Pałacu Ciekocinko Hotel Resort & Wellness w Ciekocinku

Gastronomia

WYMAGA POŚWIĘCENIA

Restauracja, w której gotuje, to perelka Pomorza dostrzeżona przez słynny Czerwony Przewodnik. O szerokiej perspektywie patrzenia na kuchnię, zaangażowaniu, a także o blaskach i cieniach pracy w branży gastronomicznej rozmawiamy z Markiem Sukienniczakiem, szefem kuchni restauracji Luneta & Lorneta Bistro Club w Pałacu Ciekocinko Hotel Resort & Wellness w Ciekocinku.

W jaki sposób zacząłeś pracę w gastronomii?

Moją podróż w gastronomicznym świecie zacząłem od najniższego stanowiska w kuchni, czyli na zmywaku. Byłem jeszcze uczniem gimnazjum, więc do pracy chodziłem po szkole. Początkowo był to dobry sposób, aby sobie dorobić. Właśnie wtedy nastąpił dla mnie koniec wolnych weekendów, jak to bywa w tej branży (śmiech). Moi znajomi chodzili na imprezy, ja non stop byłem w pracy.

Jakiś czas później dostrzeżono moje zaangażowanie – szef kuchni restauracji, w której pracowałem, dał mi awans na pomoc kuchenną, a po krótkim czasie objąłem stanowisko kucharza.

Czy fakt, że tak szybko zacząłeś pracę w branży, wpłynął na Twoje dalsze wybory związane z edukacją?

Co ciekawe nie mam formalnego wykształcenia gastronomicznego. Studiowałem pedagogikę przedszkolną i wczesnoszkolną. Razem z żoną chcieliśmy otworzyć przedszkole i to właśnie chęć pracy z dziećmi była dla mnie wyznacznikiem rozwoju zawodowego.

Wszystko się jednak pozmieniało, bo pokochałem gotowanie. Po czasie widzę, że to był dobry wybór.

Kiedy poczułeś, że gotowanie jest tym, co chcesz robić?

Gdy zmieniłem miejsce pracy, w którym zaczynałem przygodę z gastronomią, zobaczyłem, że nie tylko jestem dobry w gotowaniu, ale i lubię to robić. Do tej pory słyszałem to z ust innych, ale prawdziwy przełom nastąpił, gdy uświadomiłem sobie, że naprawdę dobrze mi to wychodzi.

Zacząłem wtedy pracować w kolejnej restauracji, gdzie byłem niepisany zastępcą szefa kuchni. Doświadczenie zdobyte na różnych stanowiskach, zaczynając od zmywaka, poprzez pomoc kuchenną, aż po funkcje kierownicze, dało mi przede wszystkim możliwość lepszego rozumienia ludzi, ich uczuć i emocji.

Gastronomia bardzo często wymaga takiego podejścia – warto spojrzeć na kuchnię szerzej, z perspektywy szefa kuchni, aby umiejętnie nią zarządzać.

Zdecydowanie. Myślę, że to znacznie ułatwia mi codzienną pracę.

Czy to praca, która sprawia Ci satysfakcję?

Doskonałym momentem, aby to sprawdzić, stała się pandemia COVID-19, kiedy było naprawdę ciężko, jeśli chodzi stricte

o zarobek i możliwość utrzymania się. Cała branża została postawiona na głowie. Ta sytuacja pokazała mi, że nie wiem, w czym jestem dobry poza kuchnią. Na szczęście przetrwałem ten trudny okres i to się opłaciło. Trudno powiedzieć, w jakim miejscu byłbym teraz w życiu zawodowym, gdyby nie moja upartość.

Jakie jeszcze cechy mogą być kluczowe w przypadku szefa kuchni?

Myślę, że przede wszystkim umiejętność rozumienia innych. Warto uświadomić sobie, że praca w gastronomii to poświęcenie najczęściej kosztem spędzania czasu z rodziną. Dotyczy to również ludzi, z którymi pracujemy. Zrozumienie tego, ile swojego życia, zwłaszcza świąt czy weekendów, poświęcają na pracę, pomaga lepiej organizować działalność restauracji. Nasi znajomi lub rodzina niepracujący w branży niekiedy tego nie rozumieją. To ciemna strona gastronomii, o której nie mówi się zbyt chętnie. Większość widzi wyłącznie piękne dania i zdjęcia, które nie zawsze mają pokrycie z rzeczywistością.

Oczywiście są momenty, gdy możemy się ładnie ubrać, wyjść do gości, porozmawiać, ale warto podkreślić, że świat gastronomii jest daleki od ideału – wymaga zaangażowania i gotowości na zmiany.

Praca w tej branży mocno wpływa również na relacje, dlatego muszę podziękować mojej żonie, która mnie rozumie i wspiera. Nie udałooby mi się osiągnąć sukcesu, gdyby nie jej zaangażowanie i akceptacja. Wielki ukłon w jej kierunku za to, że jest wyrozumiała – dzięki niej mogę robić to, co lubię i w pełni się temu poświęcić.



Czy od początku kariery zawodowej działasz na Pomorzu?

Początkowo pracowałem w Gdańsku, następnie w okolicach Trójmiasta. Od półtora roku jestem w Pałacu Ciekocinko. Niedawno przeprowadziliśmy się tutaj z żoną, bo na dłuższą metę nie mogliśmy pozwolić sobie na codzienne dojazdy czy spanie na miejscu ze względu na małe dzieci.

Co wyróżnia Twoją kuchnię w Pałacu Ciekocinko?

Wyróżnia nas głównie różnorodność, karta jest rozbudowana. To jednak nie zawsze wystarcza, aby zadowolić gości, dlatego przygotowujemy wkładki sezonowe albo odświeżamy garnish do podstawowych dań, które są w menu na stałe.

Ważną rzeczą, którą trzeba powiedzieć o kuchni Pałacu, jest umiejętność słuchania naszych gości. Staramy się odpowiadać na ich potrzeby. Rozmawiając z nimi, zauważyłem, że lubią wchodzić w dyskusję na temat jedzenia – co przygotowałem, z jakich produktów, skąd one pochodzą. To tematy, których nie może zabraknąć przy restauracyjnym stole.

Ciekawym doświadczeniem jest także dowiadywanie się, z jakich produktów goście korzystają w swoim domu. Jeśli mam możliwość, staram się podejść do tego kreatywnie i na bazie tej wiedzy przyrządzić dla nich coś nieoczywistego, coś, co zostało wymyślone na poczekaniu. To zawsze przynosi pozytywny efekt. Mimo że takie danie nie jest bardzo przemyślane, bo trudno przemyśleć całą koncepcję w kilka minut, to działa się pod presją czasu, a goście czekający przy stoliku są ciekawi, co dla nich przygotowujemy. Kiedy ktoś docenia danie wymyślone specjalnie z myślą o nim, ta praca daje mi najwięcej satysfakcji.

Czy to oznacza, że coraz większą rolę odgrywa personalizacja doświadczenia gościa?

Dokładnie. Nie zawsze jest to jednak łatwe, bo oczekiwania gości cały czas rosną, a nam zależy na przygotowaniu dla nich czegoś, co wywoła efekt „wow”. Jest nam bardzo miło, gdy to się udaje.

Moja kuchnia nie jest cukierkowa, a doświadczenia kucharzy, którzy pracują w Pałacu, są zróżnicowane. Warto zaznaczyć, że to, jak rozumiemy kuchnię, może nie pokrywać się z tym, jak do niej podchodzą goście. Każdy ma inne doświadczenia kulinarne wyniesione z domu rodzinnego czy preferencje dotyczące swoich ulubionych restauracji.

Jak w takim razie Ty rozumiesz kuchnię? Na czym opiera się Twój styl gotowania, biorąc pod uwagę m.in. techniki kulinarne?

Mówiąc o technikach, takich jak smażenie, grillowanie czy metoda sous vide, to elementy gotowania, które często muszą iść w parze, aby stworzyć ciekawe danie. Po prostu musi być dobry efekt, żeby goście chcieli wracać po więcej. To dla mnie najważniejsze.

Które produkty wymienilibyś jako niezbędne w kuchni?

Stawiam przede wszystkim na sezonowość. Goście to uwielbiają – myślę, że daje im to zarówno poczucie świeżości, jak i wysokiej jakości. Przy obecnej dostępności dostawców możemy korzystać z produktów uchodzących niegdyś wyłącznie za

sezonowe niemal przez cały rok, jednak są one najlepsze, gdy trwa sezon. Nowalijki, szparagi, grzyby. Sezonowość to słowo klucz.

Jakich sezonowych produktów goście mogą spodziewać się w restauracji Luneta & Lorneta Bistro Club w wakacje?

Czerwiec i lipiec to okres na kurki. To jedne z pierwszych grzybów, jakie występują lokalnie. Lato to oczywiście doskonała pora na owoce, w tym te leśne. U nas na pewno pojawią się m.in. jagody.

Które dania z karty cieszą się największym zainteresowaniem gości?

Mamy w karcie kilka pozycji, które są niezmiennie od lat. Jedną z nich jest kaczką confit, która pojawiła się w karcie, gdy szefem kuchni w Pałacu był jeszcze Paweł Dołżonek. To danie, w którym sezonowo zmienia się jedynie garnish.

Ogromną popularnością cieszą się również burgery – danie stosunkowo proste, ale nasi goście je kochają. Przygotowujemy je od podstaw z najwyższej jakości składników, które także są dobierane w duchu sezonowości. Myślę, że to propozycje, które zostaną z nami na długo.



WWW.KORAL.COM.PL



Wasze dania przypadły do gustu nie tylko gościom, ale i inspektorom słynnego Czerwonego Przewodnika. W zeszłym roku otrzymaliście nagrodę Bib Gourmand, w tym roku rekomendację. Jak wyróżnienie od Michelina wpłynęło na Twoją pracę i działalność Pałacu?

To ciekawe doświadczenie. Pamiętam jak dziś, gdy szef zadzwonił do mnie z tą informacją. Byłem zaskoczony i podekscytowany jednocześnie. Dla całego zespołu to było coś nieprawdopodobnego, szczególnie biorąc pod uwagę naszą lokalizację. Warto zaznaczyć, że jesteśmy trochę „odcięci od świata”, oddaleni od Trójmiasta o kilkadziesiąt kilometrów. Mimo to kuchnia Pałacu została dostrzeżona. Ktoś nas zauważył i docenił nasze starania.



Ogromny ukłon w kierunku pana Tomasza Bałuka, który stworzył to miejsce. Odbudował niemal zrujnowany pałac, otwierając w nim niesamowitą restaurację. Wyróżnienie w Przewodniku nie jest przypisane do jednej osoby, dlatego podziękowania należą się także poprzednim szefom kuchni i kucharzom, którzy przez ostatnią dekadę przyczynili się do rozwoju Pałacu. Takiego sukcesu nie osiąga się w rok czy dwa lata.

Renomę w gastronomii zdobywa się przeważnie latami.

Myszę, że to właśnie jest sedno branży gastronomicznej. Wyróżnienie od Michelina pozwoliło nam przyciągnąć gości, którzy byli zaciekawieni, czego mogą się spodziewać w restauracji Luneta & Lorneta Bistro Club.

Pałac Ciekocinko organizuje także imprezy okolicznościowe. W czym tkwi Twój przepis na sukces w tworzeniu menu eventowego?

Mamy wstępnie przygotowane zarysy menu, które możemy zaproponować klientom chcącym u nas zorganizować wesele, chrzest, komunię czy spotkanie okolicznościowe, jednak, oczywiście, możemy je bez trudu modyfikować. W tym zakresie współpracuję z menedżerem Pałacu, Tarasem Nikishynem, aby przygotować wszystko zgodnie z wcześniejszymi ustaleniami.

Jestem dumny, że do każdego gościa podchodzimy indywidualnie – większość rzeczy możemy przygotować od podstaw, aby było tak, jak ktoś sobie wymarzył.

Takie podejście wymaga od Ciebie nie tylko kreatywności, ale i elastyczności.

To prawda, ale na szczęście mam zespół, z którym dzielimy się doświadczeniami i pomysłami. Nie ma tu miejsca na nudę. Wielu szefów kuchni, z którymi miałem okazję rozmawiać, podkreśla, że musi trzymać się konkretnego menu i jest zakaz wprowadzania jakichkolwiek zmian. Nasza kuchnia charakteryzuje się tym, że non stop robimy coś nowego. Czasami jest tego aż za dużo (śmiech). Dzięki temu ta praca staje się ciekawa i chcemy do niej wracać, choć bywa ciężko.

Czy jakiś event szczególnie zapadł Ci w pamięć?

Ciekawym wydarzeniem było hinduskie wesele. Co istotne, gościom zależało na tradycyjnym hinduskim menu, a moje doświadczenie w tej kwestii było znikome (śmiech). Na szczęście znajomy szef kuchni, który jest Hindusem, przyszedł nam z pomocą. Spotkałem się z nim kilka razy, pokazał mi, na czym polega ta kuchnia. Wspólnymi siłami znaleźliśmy sposób, aby wszystkie dania z menu odpowiednio smakowały. Koniec końców największą pochwałą dla mnie i zespołu było usłyszenie od rodowitych Hindusów, że jedzenie smakowało jak w domu.

Musieliście zmierzyć się zarówno z innym smakiem, jak i kulturą.

To było naprawdę fajne doświadczenie. Myślałem, że wszyscy Hindusi nie jedzą określonych rodzajów mięsa, a po rozmowie z moim znajomym szefem okazało się, że nie do końca. Wpływa na to kilka czynników, jednym z nich jest religia, jednak nie wszyscy wyznawcy hinduizmu są ortodoksyjni.

To doświadczenie pokazało, że kuchnia nie zna granic.

Kuchnia to przestrzeń, gdzie można nawiązać nić porozumienia mimo rozmaitych barier. Myślisz, że to jeden z kierunków, w jakim obecnie zmierza polska gastronomia?

Myszę, że kierunek, w którym zmierzamy, to świadomość ludzi na temat dobrej kuchni. To nie żadne wymyślne potrawy, ale przede wszystkim serce, które wkładamy w wysokiej jakości dania. Goście to weryfikują i w ten sposób ustalają kierunek, w jakim idzie branża. Bez nich gastronomia nie istnieje.

MAREK SUKIENNICZAK

szef kuchni restauracji Luneta & Lorneta Bistro Club w Pałacu Ciekocinko Hotel Resort & Wellness w Ciekocinku

autor: Marek Sukienniczak

Pierogi

Z SZARPANĄ GĘSINĄ

Składniki:

Ciasto:

- 1 kg mąki pszennej typ 00
- 550 ml ciepłego (niegorącego) mleka 3,2 proc.
- 200 g masła
- 1 łyżeczka soli

Farsz:

- 1 cała gęś
- 40 g suszonego majeranku
- 2 główki czosnku
- 2 marchewki
- 1 kwaśne jabłko (np. gloster lub szara reneta)
- 1 pomarańcza
- kilka gałązek świeżego tymianku
- 4 liście laurowe
- 5-7 ziaren ziela angielskiego
- 60 ml oleju
- 200 g masła
- sól, pieprz do smaku

Dodatki:

- jabłka w ćwiartkach
- żurawina
- czerwone wino
- miód
- szczypta soli (na konfiturę)
- prażone orzechy włoskie

Sposób przygotowania:

Ciasto:

1. Przesiej mąkę i wymieszaj z solą. Powoli wlewaj ciepłe mleko, aby uniknąć „parzenia” ciasta.
2. Następnie dodaj roztopione, lekko przestudzone, masło. Wyrabiaj ręcznie ok. 30 minut (aż ciasto będzie elastyczne) lub w robocie ok. 10 minut.

3. Podziel na cztery części, zawiń w folię i schowaj do lodówki na 2 godziny. Wyjmij na ok. 30 minut przed wałkowaniem.

Farsz:

1. Natrzyj gęś olejem, majerankiem, solą i pieprzem. Odstaw do lodówki na noc.
2. Piecz w temperaturze 160°C przez około 1,5 godziny, aż mięso będzie miękkie.
3. Ostudzone mięso poszarp i wymieszaj z 200 g masła, schłódź – farsz powinien być lepki. W razie potrzeby dodaj wywar lub masło, by uzyskać odpowiednią lepkość.

Lepienie i gotowanie:

1. Rozwałkuj ciasto (nie za cienko) i wykrawaj kółka. Nakładaj farsz i starannie zlepij brzegi. Ułóż pierogi płasko.
2. Gotuj w osolonej wodzie – po wypłynięciu odczekaj kilka minut.

Dodatki:

1. Na rozgrzanej żeliwnej patelni podsmaż jabłka z miodem, aż się skarmelizują.
2. W rondelku podsmaż masło – zarumień je, ale nie przypal. Dodaj orzechy, sól i pieprz.
3. Na talerzu rozsmaruj konfiturę żurawinową (żurawina, wino, miód, szczypta soli), na to pierogi i polej całość palonym masłem z orzechami.

zdj. depositphotos.com
autor: Agata Wojda

Małymi krokami W STRONĘ WYPALENIA ZAWODOWEGO

Wypalenie zawodowe brzmi złowrogo, bo niesie ze sobą zagrożenie definitywnego pożegnania się z zawodem, który – o ironio – sami wybraliśmy, kochamy i wykonujemy jak dotąd z zaangażowaniem i miłością. Dlatego też pozwalam sobie na termin małe kroki, bo jest nadzieja, że unikniemy ostateczności, gdy uwrażliwimy się na własne odczucia, ścigając się z czasem. Jak dokonać zmian?

Ogromnie cenię sobie zawód, który wykonuję, i odczuwam wielką satysfakcję z liczby godzin, które nadal potrafię dziennie wykonać. Wybrałam wyjątkowo wymagający wariant pracy, bo prawie całkowicie oparty na sile własnych rąk. Plusy to bycie samemu sobie koordynatorem, kreatorem, idealnym wykonawcą, zasłużonym odbiorcą braw. Znam zawartość lodówki, kojarzę wszystkie terminy wykonania produkcji, ogarniam ułożenie półek i zawsze wiem, gdzie jest folia. Po jednodniowym wpuszczeniu pomocnika – utraciłam kontakt z nożyczkami, kelnerzy notorycznie podkradają klucz do śmieci. Reszta ogólnie pod kontrolą.

Systemowo, jak robot, wykonuję na wejściu te same ruchy, skrętnie chowając zapalniczkę i długopisy przed kolejnymi uprowadzeniami. Drażni mnie ta rutyna okrutnie niczym poranna droga do pracy w ciągłym remoncie. Jednakowoż jej konsekwentny cykl uruchamiania (okap, klimatyzacja, piec, palniki itp.) dość szybko umożliwia przejście do produkcji. Gastronomia to „międzyczasy” perfekcyjnie wypełnione nalewaniem wody do gara, gdy podpisujesz dowód dostawy i zerkasz na pianę unoszącą się niebezpiecznie szybko nad grochem. Jeśli nie wybudujesz w miejscu pracy systematycznych rozwiązań, udogodnień, wspólnie realizowanych zespołowo zasad, trafi Cię/mnie nieuchronny szlag lub szaleństwo.

Chronię się przed tym, wyłapując własne irytujące przyzwyczajenia. Zapewniam sobie dostateczną ilość śmietników, nieograniczony (prawie) dostęp do zlewu, dwie rolki papieru w najważniejszych miejscach, nadkomplet łyżek. Zawsze oderwane zamknięcia z nowych butelek, kilka misek z solą w zasięgu ręki. Uczę się pokonywać irytację narastającą w trakcie serwisu. Wyłapałam sprawy absolutnie banalne i szukam rozwiązań na ominięcie innych trudności. Nawet serwetki do talerza pod zupę układam łączeniem do siebie, bo te ułamki sekund na rozdzielnie zdecydowanie niepotrzebnie unoszą mi brwi. Nie daję rady zawalczyć ze zbyt małą liczbą blatów do dyspozycji (projektanci – zadbajcie o to!) i szukam rozwiązań na temperaturę. Klimatyzacja i obowiązkowy wiatrak w kącie są moim minimum. Wyciągi i wentylacje wstawiane w budynku nawet od zera, nigdy jeszcze nie miały takiej mocy, by uznać je za pomocne rozwiązania. To kolejna porcja żalu

do teamu tworzenia wnętrza. Podpowiem, że o ile kuchnia i zmywak nadal wydają się Wam nieistotne, byle huczało, o tyle goście informacjami o braku wentylacji, tu czy tam, dzielą się częściej niż hitami w menu. Temperatura, nad którą nie mamy kontroli, wykończy nas, produkcję i w przypadkach ekstremalnych gości. Mały, ale wielki krok w satysfakcjonującej pracy to domagać się właściwej temperatury.

Fenomenalnie wypala nas źle skonstruowany zespół zbudowany z osób przypadkowych, chwilowych, bez kompetencji, charakteru i empatii. Mało które stanowisko ma czas zbyt często wyjaśniać i uczyć. Pomyłki w daniach, nieprofesjonalna wydawka, zbyt dużo pytań, z domieszką tych głupich, mogą zaostriżyć zmęczenie całej drużyny. To ono prowadzi do zagęszczenia atmosfery, dyskomfortu pracowników z powodu narastającej nerwowości i do wybuchu, którego konsekwencji możemy pożałować. Organizacja menu, zbudowanie karty, propozycje dań powinny być naszymi sprzymierzeńcami. Siły na zamiary, bo inaczej nerwowo będziemy gonić króliczka.

Bywa, że zagalopuję się w liczbie zup do wyboru. Trzy rondelki na stanie, cztery palniki i dwie ręce, a goście każdej z nich chcieliby spróbować. Ogień zajęty redukcją sosu, przerywam to zatem już trzeci raz i w środku klnę szpetnie – ki diabeł kazał mi ogłosić ten maraton zup? Każdy szef kuchni powinien podzielać na żywo ze swoim zespołem przez kilka dni nowej karty. Ocenic jej trudne momenty, zmodyfikować pułapki i nawet w tej kwestii uniknąć zgrzytów i niezadowolonych. Z wymuszonego dania smaku i sukcesu nie będzie. Z nieudanej współpracy z pracodawcą również. Ominę zagadnienie zasad umowy o pracę, bo nierealizowanie jej założeń nie ulega wątpliwości. Jeżeli ktoś nie wywiązuje się z kontraktu, najsensowniej go opuścić bez oczekiwań i emocji.

Mam bardzo wysoko postawioną poprzeczkę względem szacunku do mojej technicznej pracy. Nie do smaku czy wrażeń, a do poszanowania własnego podejścia do obowiązków. Organizacja pracy to konieczność, dzięki której jestem przygotowana, poinformowana, gotowa z satysfakcją (!) poprowadzić kolejny intensywny dzień. Gastronomia to nie tylko pole bitwy, ale strategia, dzięki której gładko wygramy. Bez niedoinformowania o rezerwacjach, bez współpracy z rozsyłaniem oferty menu, bez spójnej komunikacji dojdzie do tragedii i właśnie stąd w tej branży zdarzają się sytuacje, gdy pewnego dnia wyjątkowy szef kuchni nagle zabiera swoje noże i wychodzi. Jego komfort pracy, profesjonalizm, odpowiedzialność może zniszczyć właściciel lub menedżer swoimi pomysłami, brakiem charakteru, notorycznymi pomyłkami, głupotą...

Potrzebujemy do motywacji autorytetów i partnerów. Kłody nas niszczą, wypalają zaangażowanie i niepotrzebnie męczą. Jeśli poczujecie ten typ irytacji, zróbcie rachunek sumienia, czy jesteście fair, i zmieńcie środowisko, które nie planuje się mądrzej zmienić. Sugeruję pilnować odpoczynku, zadbać o wolne dni, rotując między pracami, zostawić sobie przestrzeń na urlop przed kolejną zmianą. Wyciszyć emocje, przygotować się na nowe wyzwania szczególnie wtedy, gdy z trzaśnięciem drzwi zamknęliśmy poprzednie miejsce pracy.

Jeśli nie macie propozycji adekwatnej do swoich możliwości, zróbcie sobie wyciszenie zawodowej odpowiedzialności. Na chwilę można pójść do piekarni, popracować pomocniczo w odległych nam gastronomicznych tematach, pozwolić sobie na sezonowy wyjazd tam, gdzie ładniej. Cała masa miejsc potrzebuje takiego wsparcia i nikt nie będzie od was oczekiwał przebodźcowania głowy pomysłami. Wypalenie można zahamować. Nie zdajemy sobie czasami sprawy, że sporo naszych emocji wynika z fatalnie poprowadzonego trybu życia. Z chorób, niedoborów, braku profilaktyki zdrowotnej i wiedzy o kondycji własnego organizmu. Doinformowanie się w tej kwestii może uratować nasz zawód, który – zapewniam Was – naprawdę chcielibyście nadal wykonywać, moi współtowarzysze niedoli!



AGATA WOJDA

szef kuchni w bistro
Ferment Dom Sadyba
w Warszawie



zdj. Piotr Polak

autor: Piotr Polak

Kuchnia francuska:

ŹRÓDŁO INSPIRACJI DLA SZEFOW KUCHNI

Paul Bocuse, Pierre Gagnaire, Alain Ducasse, Yannick Alleno – to tylko kilka z wielu nazwisk francuskich kucharzy, którzy są nieustanną inspiracją dla branży gastronomicznej. Kuchnia francuska od stuleci odznacza piętno na kuchniach niemalże całego świata. Niezależnie od tego, czy mówimy o haute cuisine, czy nouvelle cuisine, Francja wyznacza gastronomiczne trendy.

CO WYRÓŻNIA FRANCUSKICH SZEFOW?

Na podstawie własnego doświadczenia mogę z całą pewnością stwierdzić: produkt. Nieważne czy gotujesz w malutkiej wsi i o Twojej restauracji wiedzą tylko miejscowi, czy prowadzisz „grande restaurant” w Paryżu, szef kuchni stawia na możliwie najwyższej jakości produkt.

„Najwyższej jakości” – czyli jaki? Najlepiej taki, który osobiście mogę odebrać od rzeźnika, rolnika lub innego hodowcy. A kiedy nie mam na to czasu – bo i tak się zdarza – nieustannie mam kontrolę nad tym, co trafia do mojej restauracji. Znam bardzo dobrze dostawcę, a często nawet jego rodzinę. Wiem, jak wygląda jego farma i ile miłości wkłada w to, co hoduje. Francuzi niemal obsesyjnie podchodzą do kwestii pochodzenia produktu – tutaj nie ma litości ani półśrodków.

PO PIERWSZE SEZONOWOŚĆ

W czasie mojego prawie dziesięcioletniego pobytu we Francji nigdy nie spotkałem się z tym, żeby szefowie kuchni używali pomidorów w grudniu, truskawek w styczniu, szparagów w lutym czy dyni w czerwcu. Stąd też, w mojej opinii, wzięła się sezonowość w kuchni. Bo jeśli zima, to najlepszej jakości warzywa okopowe. Kiedy wiosna – nowalijki. Latem bazujemy na wszystkim tym, co potrzebuje dużo słońca, a jesienią kierujemy się do sadów i lasów.

Podobna zasada dotyczy mięsa. Nie do końca mam tutaj na myśli „sezonowość”, choć i w tym coś jest. W tym przypadku jednak liczy się przede wszystkim powtarzalność. Często spotykam się

z sytuacją, gdy dany produkt jest dostępny w ograniczonej ilości – bo przykładowo, jeśli pani Anna zapewnia jagnięcinę, która według szefa kuchni jest najlepsza dla jego restauracji, to będzie używał tylko jagnięciny od niej. Co za tym idzie – jeśli dostarczyła dziś dziesięć french racksów, to wyłącznie taką liczbę proponujemy naszym gościom. Co w przypadku, kiedy produkt będzie niedostępny długofalowo? Francuzi

Francuzi niemal obsesyjnie podchodzą do kwestii pochodzenia produktu – tutaj nie ma litości ani półśrodków

nie biegają do pobliskiej hurtowni, szukając chwilowego rozwiązania czy zamiennika. W razie braku możliwości zaopatrzenia preferują zmianę menu w oczekiwaniu na ponowną dostawę konkretnego produktu, a w najgorszym

REKLAMA

PATISSERIE DU CHEF®

NOWOŚĆ



Tarta gruszkowa z polewą czekoladową

Inspirowana francuskim deserem Belle Helene

- ✓ WSTĘPNIE PORCJOWANA
- ✓ GOTOWA DO SERWOWANIA
- ✓ JAJA BEZKLATKOWE
- ✓ PERFEKCYJNIE CHRUPIAĄCY SPÓD
- ✓ KREMOWA TEKSTURA
- ✓ WSPANIAŁY SMAK



TARTA GRUSZKOWA Z POLEWĄ CZEKOLADOWĄ

Poznaj naszą tartę inspirowaną legendarnym deserem Belle Helene: delikatne, kruche ciasto o kakaowej nucie, **soczyste kawałki gruszki i aksamitna czekoladowa polewa**. Idealna harmonia słodczy i głębokiego smaku sprawia, że każdy kęs to prawdziwa uczta dla zmysłów. Rozsmakuj się w odrobinie francuskiego luksusu!

wypadku znalezienie nowego dostawcy, którego mięso będzie spełniało kryteria i zapewni powtarzalność.

NIE ILOŚĆ, A JAKOŚĆ

Z ogromną miłością i łzami w oczach, wspominam czas, kiedy będąc we Francji, w mieście Aurillac, pewnego dnia spędzałem chwile przy wspólnym stole u arystokratycznej rodziny (gdzie z szacunku do siebie mąż z żoną mówili do siebie per „Wy”).

Kolacja była zaplanowana dla dwunastu osób. Nie jestem w stanie przelać na papier emocji, które towarzyszyły gościom tego wieczoru. Godzinami rozmawialiśmy o przyrządzonym przeze mnie okoniem, którego kilka godzin wcześniej złowiłem. Tacy właśnie są Francuzi. Absolutnie nie liczy się dla nich ilość, tylko jakość i pochodzenie.

NO DOBRZE, MAM SUPER PRODUKT I CO TERAZ? TECHNIKI!

Kiedy pierwszy raz wyjechałem do Francji – a było to ponad dwadzieścia lat temu, nie mogłem uwierzyć, że możliwe jest zrobienie sosu bez przygotowania wcześniej wywaru. Pomimo ukończenia dwóch szkół gastronomicznych w Polsce, miałem wrażenie, że nie potrafię nic. Kiedy mój pierwszy francuski szef kuchni poprosił mnie o przygotowanie sosu, wręczając mi rondel i śmietanę, nie miałem pojęcia, co mam z tym zrobić. Wtedy właśnie rozpoczęła się moja wielka miłość do rondli. Nieustannie do dziś rondle, zaraz obok noży, są dla mnie najważniejszym wyposażeniem kuchni. Francuzi są w stanie w dziesięć minut przygotować znakomity sos „z niczego”. A jak wiemy sos to jeden z najważniejszych składowych każdego dania. Kilka składników, mocna redukcja i dosłownie szczypta soli często wystarczą, żeby przygotować sos, o jakim wcześniej nawet nie śniliśmy.

Nie samym sosem jednak kucharz żyje. Wracając więc do technik, uczciwie trzeba przyznać, że Francuzi, podobnie jak Polacy, wiele przepisów wynoszą ze swoich domów. W zależności od regionu te same z nazewnictwa dania przygotowywane są w zupełnie inny sposób. Czy jest tu złoty środek?

PROSTOTA!

Kuchnia molekularna? Nie można powiedzieć, że nie jest wykorzystywana, ale zdecydowanie bliżej francuskim szefom do wyniesionych z domu technik, które na potrzeby profesjonalnej gastronomii zyskały nowe oblicze. Najpopularniejsze? W mojej opinii konfitowanie, czyli długotrwałe gotowanie w tłuszczu w obniżonej temperaturze. Technika ta nie tylko konserwuje żywność, ale i pozwala na zachowanie produktu – głównie mięsa, miękkim i soczystym. Do tak przygotowanego produktu sugeruję wykończenie poprzez flambowanie, które pozwala uzyskać chrupiącą skórkę i dymny posmak, dzięki czemu nasze kubki smakowe odczuwają eksplozję smaku.

Kolejną francuską techniką jest sous vide. Obecnie zdecydowanie ułatwiony proces, kiedyś nie tak prosty, a jednak Francuzi od lat siedemdziesiątych stosują tę metodę w swojej kuchni. Poprzez gotowanie produktu umieszczonego w próżni, w ściśle określonej temperaturze, zachowujemy wszystkie jego naturalne walory.

Kolejną klasyczną, dobrze nam już znaną, francuską techniką jest duszenie. Umożliwia wydobyć głębi smaku poprzez gotowanie w niewielkiej ilości płynu na wolnym ogniu wstępnie obsmażonych produktów.

W kwestii technik cieplnych nie mogę również pominąć gotowania w maśle. Francuzi kochają masło, a zastosowanie go do smażenia lub duszenia nadaje bogaty smak i aromat wszystkim potrawom. Oprócz technik obróbki cieplnej nie można też zapominać o umiejętności krojenia. Najbardziej podstawowe metody krojenia warzyw to: brunoise, julienne, chiffonade i vichy. Francuskie metody krojenia, znane jako coupes, zdecydowanie wpływają na wygląd oraz konsystencję potraw, jednak to, co najbardziej wyróżnia kuchnię francuską i co sam stosuję w swoich restauracjach, to technika à la minute, czyli w wolnym tłumaczeniu „na zamówienie”, oznacza po prostu przygotowywanie dań bezpośrednio przed ich podaniem, a nie wydawanie wcześniej gotowych dań. Technika ta, choć wpływa na wydłużenie czasu realizacji zamówienia, zapewnia najwyższą jakość wszystkich potraw i wpływa na poziom oferowanych usług.

KLASYKA KUCHNI FRANCUSKIEJ

Mówiąc: kuchnia francuska, chyba wszystkim od razu przychodzą na myśl same ekskluzywne produkty, a w szczególności żabie udka, ślimaki i foie gras. Uczciwie trzeba jednak przyznać, że rodowici Francuzi nie stołują się tymi daniami na co dzień. Coq au vin, boeuf bourguignon, quiche lorraine to tylko kilka przykładów prostych dań, które zdecydowanie częściej możemy spotkać na francuskich stołach. Francja, podobnie jak Polska, podzielona jest na regiony. Podczas mojego pobytu dane mi było mieszkać w wielu miastach w regionach Owernii (Owernia-Rodan-Alpy), Burgundii (Burgundia-Franche-Comté) i Dolinie Loary (Region Centralny-Dolina Loary). W każdym z nich czeka



nas wiele
podobnych,

prostyh dań. Kucharze we Francji, w przeciwieństwie do wielu polskich kucharzy, nie wstydzą się opierać kuchni na „ziemniakach, kapuście i boczku”. Wręcz przeciwnie – szczycą się prostą, klasyczną trufadą (Truffade), zupą cebulową (Soupe à l'oignon) czy ratatujem (Ratatouille).

Jeśli mowa o klasykach, należy też wspomnieć o francuskich serach i winach. Wytwarzane wyłącznie w konkretnych regionach według ścisłych receptur i wiedzy przekazywanej z pokolenia na pokolenie, chronione znakiem „Chroniona Nazwa Pochodzenia” lub „Chronione Oznaczenia Geograficzne”, stanowią kłębkę francuskości.

ŚLYNNY CZERWONY PRZEWODNIK

Przewodnik dobrze nam znany już od kilku lat. Początkowo obejmował wyłącznie Francję i był związany przede wszystkim z motoryzacją, obecnie uznany na całym świecie przewodnik kulinarny, oceniający restauracje i hotele na podstawie określonych kryteriów, przyznający im gwiazdki i inne wyróżnienia. Na podstawie moich osobistych doświadczeń w tej kwestii uważam, że temat otrzymania wyróżnienia w Czerwonym Przewodniku jest zdecydowanie inaczej interpretowany w Polsce niż we Francji. Moje zdanie na ten temat może być dla Państwa dosyć kontrowersyjne, jednak mając porównanie, stwierdzam, że francuscy szefowie kuchni gotują i w zamian za ciężką, często kilkunastoletnią pracę otrzymują wyróżnienie. U nas gotujemy z myślą o gwiazdce. We Francji szef kuchni (który w większości przypadków jest także właścicielem restauracji), prowadzący karczmę serwującą najprostsze dania na uboczu wsi, otrzymuje wyróżnienie. Jak to możliwe? Tutaj powróć do wcześniejszych słów: najlepszy lokalny produkt, techniki i opracowane do perfekcji przepisy. Lata ciężkiej pracy w wielkim skupieniu i oddaniu. Ogromna miłość do tego, co się robi. Wtedy otrzymanie „Biba”, „Talerza” czy „Gwiazdki” stanowi swego rodzaju medal, odznakę. Jest wisienką na torcie potwierdzającą umiejętności kucharza oraz jego ogromną pasję do gotowania.

To dowodzi, że jako Polacy, nie powinniśmy się wstydić naszych rodzimych potraw. Wręcz przeciwnie, uważam, że powinniśmy promować nasze tradycyjne dania, tak jak Francuzi od lat promują swoje tradycyjne potrawy, dzięki którym są w stanie uzyskać miejsce w Czerwonym Przewodniku. Oczywiście nie ma niczego złego w owocach morza serwowanych w górach, jednak promowanie regionalności zawsze bardzo pozytywnie wpływa na postrzeganie restauracji przez gości. Wiem to z własnego doświadczenia – uwielbiam przyrządzać m.in. produkty

Morza Śródziemnego złowione specjalnie na moje zamówienie. Trafiają one do mojej kuchni wyłącznie raz w tygodniu, jednak nic tak nie podbiło serc moich gości, jak przygotowywane przeze mnie salceson, galaretka z nożek wieprzowych czy specjalnie wyselekcjonowany dla mnie przez lokalnego rzeźnika kotlet schabowy z kością smażony na smalcu, podany z ziemniakami od miejscowego rolnika i zasmażaną kapustą kiszoną.

Jeśli chcemy osiągnąć wyznaczone sobie gastronomiczne cele, nie starajmy się chodzić na skróty. Nieustannie gotujemy, próbujemy, ulepszaemy swoje dania. Z pewnością czerpanie z francuskiej wiedzy gastronomicznej przybliży nas do osiągnięcia „kulinarnego podium”. Korzystajmy z możliwie najwyższej jakości produktów. Szanujmy naszych dostawców. Stosujmy poznane techniki z należytą dokładnością, a julienne krójmy w cienkie, równomierne, podłużne słupki. Wzorem francuskich szefów kuchni – zmieniamy i unowocześniamy, ale nie wstydzimy się naszej rodzimej kuchni. Używajmy dużo śmietany i masła. Próbujemy, próbujemy i jeszcze raz próbujemy. Gotujemy co się da w rondelkach, oczywiście à la minute. Oddajmy serce swojej pasji – to zaprowadzi nas tam, gdzie chcemy się znaleźć.



PIOTR POLAK
właściciel i szef
kuchni Restauracji
Szara Reneta
oraz właściciel
MOTYW resto.bar
w Skoczowie

autor: Katarzyna Gubała

Niech smażenie BĘDZIE SZTUKĄ

Smażenie wydaje się prostą metodą obróbki termicznej, ale nadal wiele lokali zalicza związane z tym wpadki. Uważajmy, żeby w szczycie sezonu turystycznego nie stracić klientów naszej restauracji czy hotelu. Wystarczy chwila nieuwagi, by przez nieodpowiednią obróbkę oleju zniechęcić ludzi do ponownego odwiedzenia naszego lokalu.

Smażenie to prawdziwa sztuka. Tutaj liczy się wiedza, dobry olej oraz odpowiednia chrupkość. Ważne, by goście po smażonym posiłku nie czuli się ociężali, pamiętali smak potrawy i chętnie wracali po kolejną porcję. Jak to zrobić?

WYBÓR OLEJU MA ZNACZENIE

Decydując się na konkretny olej do smażenia, musimy z góry wiedzieć, jaki produkt będziemy poddawać obróbce termicznej i jaki ma być końcowy efekt dania. Do dań smażonych w głębokim tłuszczu doskonale sprawdzi się wysokiej jakości olej rzepakowy rafinowany – roślinny tłuszcz o wysokim punkcie dymienia. Olej rzepakowy tłoczony na zimno pozostawmy do sałatek czy jako olej smakowy do wykańczania potraw.

Smażenie to niezawodna technika zarówno przy obróbce termicznej mięsa, jak i ryb, dań mącznych, warzyw, a nawet owoców. Poddając obróbce termicznej warzywa, lepiej jest je szybko usmażyć niż ugotować. Jeśli zrobimy to umiejętnie, warzywa nie tylko nie wchłoną tłuszczu i zmiękną, ale także witaminy rozpuszczalne w tłuszczach – A, D, E i K, które znajdują się w oleju rzepakowym, będą lepiej przyswajalne przez organizm. Olej rzepakowy jest bardzo dobrym nośnikiem smaku, dlatego warto na niego postawić, proponując dania z zielonego menu.

ZŁOTA SKORUPKA WYWOŁUJE ZADOWOLENIE

Chrupiące dania częściej zapadają w pamięć naszych gości, bo pobudzają ośrodek zadowolenia, a tym samym poprawiają nastrój. Naukowcy udowodnili, że chrupiąca skórka kurczaka czy dobrze wysmażona tempura na krewetce wywołuje uśmiech na twarzy restauracyjnych gości. Tutaj liczą się nie tylko doznania smakowe, ale także dźwiękowe. Kiedy rozgryzamy chrupką panierkę, słuch skupia się na czynności jedzenia i przeżuwania. Przestajemy się rozpraszać innymi bodźcami i w całości koncentrujemy się na chrupaniu. Dłoń sama sięga po kolejny dobrze wysmażony kawałek

w złotej skorupce. A jeśli znajduje się w niej smak umami, zadowolenie spożywającego poznamy po półprzymkniętych oczach.

TAJEMNICA ZŁOTEJ PANIERKI, CZYLI JAK SMAŻYĆ NA CHRUPKO?

Aby skrócić proces smażenia, warto mięso wcześniej nieco podgotować, a warzywa zblanszować. Taka wstępna obróbka zapewni nam potem idealny stosunek miękkości środka do chrupkości skorupki.

Zaczynając smażenie, przede wszystkim powinniśmy dobrze osuszyć warzywa czy mięso przeznaczone do smażenia. Wilgoć sprawia, że panierka się nie trzyma i odpada. Usunąć także z produktu nadmiar panierki czy przypraw. W przeciwnym wypadku resztki zanieczyszczą olej i tym samym zaburzą proces smażenia. Jeszcze do niedawna w klasycznej kuchni używało się bułki tartej. Z czasem zastąpiła ją tempura. Jest lżejsza, nie chłonie tak oleju, a dzięki temu jest bardziej chrupiąca. Sposobem na uzyskanie chrupkiej panierki jest także wymieszanie z bułką tartą zmielonych otrębów. Mogą to być drobno zmielone płatki owsiane lub żytnie. Wchłoną nadmiar wilgoci z produktu, doskonale go oblepią, przy okazji tworząc skorupkę, która stanie się chrupka pod wpływem smażenia. A do tego zawierają porcję dobrze przyswajalnego błonnika.

SMAŻENIE CHRUPKIE I SMAKOWITE

Należy uważnie pilnować temperatury smażenia, która powinna wynosić około 170°C dla ryb, frytek, kurczaka (nie przekraczać 200°C). Jeśli olej do smażenia będzie miał niską temperaturę, panierka wchłonie go i danie stanie się ciężkie, niezbyt strawne. W przypadku za wysokiej temperatury otoczka spali się i danie będzie gorzkie, nieprzyjemne w smaku.

Odpowiednio rozgrzany olej i nieprzeładowane koszyki pozwolą nam uzyskać idealne, chrupiące rezultaty.

Warto minimum raz dziennie filtrować i oczyszczać olej z resztek smażonych produktów. To, co pozostaje nam po smażeniu, ma wpływ na kolejne dania, które chcemy usmażyć. Żle oczyszczona frytura zaczyna się dymić, może zmienić kolor i ma kolosalny wpływ na smak potrawy. Zbyt wysoka temperatura podgrzania oleju przyspiesza jego degradację oraz powoduje powstawanie niekorzystnych dla zdrowia substancji – akryloamidów.

Gdy tłuszcz osiągnie graniczne poziomy degradacji (związki polarne powyżej 25%), należy go wymienić. To szczególnie ważna zasada w przypadku obiektów wykorzystujących intensywnie proces smażenia. Doświadczeni szefowie kuchni potwierdzają, że lepiej często filtrować i wymieniać olej, niż wysłuchiwać narzekań gości na gorzki smak proponowanych dań.

Dobrze usmażone dania to zadowolenie gości.

Warto wiedzieć: Rafinowany olej rzepakowy ma jeden z najwyższych punktów dymienia wśród olejów roślinnych – sięga nawet 242°C. Dzięki temu jest stabilny termicznie, bezpieczny do smażenia i neutralny w smaku, co czyni go doskonałym wyborem do kuchni profesjonalnej.

Smażenie w dobrej jakości tłuszczach roślinnych, takich jak olej rzepakowy, będzie miało bardzo korzystny wpływ na produkt i dostarczy dodatkowych walorów smakowych daniom. Klienci z pewnością to docenią i wrócą po kolejne kulinarne doznania.

#Fundusze Promocji



**KATARZYNA
GUBAŁA**
ekspertka
kuchni roślinnej,
propagatorka akcji
„Rzepak na talerzu
w kuchni HoReCa”

PROMOCJA

Pizza rzymska:

TRADYCJA, CHRUPKOŚĆ I SMAK

W rozległej i zróżnicowanej panoramie włoskich pizz, pizza rzymska wyróżnia się zarówno tożsamością, jak i charakterem. Często porównywana do bardziej znanej pizzy neapolitańskiej, pizza rzymska odznacza się chrupkością, wszechstronnością dodatków i ciastem, które jest wynikiem umiejętnej sztuki wypieku.

CO SPRAWIA, ŻE PIZZA ROMANA JEST WYJĄTKOWA?

Rzymska pizza jest symbolem kuchni kapitolinińskiej, zdolnym do opowiedzenia historii, która zaczyna się od starożytnych lokalnych piekarni i dociera do nowoczesnych pizzerii dla smakoszy i miłośników smaków w wydaniu gourmet. Jej siła tkwi w prostocie i równowadze: cienkim, ale dość twardym spodzie, doskonałym wypieku, który wzmacnia kontrast między chrupkością a miękkością, oraz różnorodności dodatków, zaczynając od tradycyjnych, aż po współczesną kreatywność.

Tym, co czyni pizzę rzymską naprawdę wyjątkową, jest zdolność do zaspokojenia gustów wszystkich klientów: zarówno tych, którzy szukają autentycznego, rustykalnego smaku, jak i tych, którzy kochają lekkość, a nawet gości, którzy chcą odkrywać nowe kombinacje, nie rezygnując z włoskiej esencji.

SEKRET RZYMSKIEGO CIASTA

Należy dokonać ważnego rozróżnienia między dwoma głównymi rodzajami pizzy rzymskiej. Pierwszy z nich to oczywiście okrągła pizza rzymska (tonda romana). Jest to klasyczna pizza serwowana w rzymskich restauracjach i pizzeriach, charakteryzująca się przede wszystkim niskim uwodnieniem ciasta (między 50 proc. a 58 proc.). Wyróżnia ją także obecność oliwy z oliwek z pierwszego tłoczenia w cieście oraz zastosowanie mąki typu 0 lub 00. Czas dojrzewania ciasta wynosi średnio od 24 do 48 godzin. Ogromne znaczenie ma cienkie rozwałkowanie, czasami za pomocą wałka do ciasta. Tak przygotowana pizza powinna być pieczona w temperaturze około 300°C przez około cztery minuty. W rezultacie otrzymujemy cienką, chrupiącą pizzę z niskimi, za to dobrze wypieczonymi, brzegami. Jest nie tylko smaczna, ale i lekkostrawna.

Drugi rodzaj pizzy w stylu rzymskim to pizza in teglia alla romana. Rozsławiona przez innowacyjnych rzemieślników pizzy, takich jak Gabriele Bonci, przygotowywana jest na charakterystycznej niebieskiej stalowej blasze – acciaio blu. Może być sprzedawana na kawałki. Jakie są jej cechy charakterystyczne? To głównie wysoki stopień nawodnienia wynoszący maksymalnie aż 80 proc. Wyróżnia ją także długa fermentacja (do 72 godzin). W odróżnieniu od pierwszego rodzaju pizzy romana, możliwe jest stosowanie różnych mąk, często pełnoziarnistych lub wieloziarnistych. Sposób wypieku także jest inny – powinien przebiegać w piecu statycznym lub konwekcyjno-parowym, zazwyczaj w dwóch etapach (najpierw ciasto, potem dodatki).

SKŁADNIKI KLUCZEM DO SUKCESU

Jeśli o dodatkach mowa, pizza rzymska charakteryzuje się w szczególności wykorzystaniem organicznych składników i sezonowych dodatków. To również doskonałe pole do eksperymentów gastronomicznych. Najlepiej, gdy dodatki pozwalają na uzyskanie odpowiedniej konsystencji ciasta, które powinno być chrupiące pod spodem i miękkie w środku. Właśnie tak przygotowana pizza jest uważana za jedną z najwyższych ekspresji współczesnej pizzy dla smakoszy.

Niezależnie od tego, czy jest to pizza tonda, czy teglia, podstawowe składniki są decydujące: mąka: 0 lub 00 dla tonda; typ 1, 2, mieszanek pełnoziarniste lub wieloziarniste dla teglia, woda – proporcjonalnie do pożądanej wilgotności, drożdże: świeże lub drożdże macierzyste, sól i oliwa z oliwek z pierwszego tłoczenia – niezbędne dla struktury i smaku. Do tego wysokiej jakości pomidory bez skórki (San Marzano, Datterini) oraz mozzarella fior di latte lub di bufala.

Jakie klasyczne dodatki do pizzy rzymskiej są niezbędne, aby przygotować różne rodzaje pizzy w tradycyjnym wydaniu? Oto one! Margherita to pomidory, mozzarella fior di latte i bazylia; capricciosa: gotowana szynka, karczochy, oliwki, grzyby; marinara: pomidory, czosnek, oregano, oliwa. Oczywiście pizza romana może z powodzeniem występować w wersji bianca na przykład jako biała pizza z mortadellą lub z szynką i figami. Wersja oferowana na kawałki pozwala również na użycie surowych składników po ugotowaniu: burrata, stracciatella, salami czy marynowane warzywa.

NOWOCZESNA PIZZA RZYMSKA: KREATYWNÓŚĆ W ODSŁONIE GOURMET

Rzymska pizza została w ostatnich latach poddana prawdziwej kulinarnej rewolucji. Wszystko za sprawą rzemieślników i producentów, takich jak wspomniany wcześniej Gabriele Bonci, który udoskonalił recepturę pizzy rzymskiej poprzez długie dojrzewanie ciasta, wykorzystanie alternatywnych i organicznych rodzajów mąki, wyrafinowane i sezonowe przyprawy, a także innowacyjne techniki pieczenia. Ponadto dziś wielu pizzerii oferuje nowoczesne wersje okrągłej pizzy z dodatkami, takimi jak: dynia, gorgonzola, anchois z Cetary, burrata, radicchio z późnych zbiorów, orzechy włoskie, a nawet miód.

PIZZA ROMANA VS PIZZA NAPOLETANA

Obecnie jednym z rodzajów pizzy, który cieszy się największą popularnością, przyciągając gości do lokali zarówno na świecie, jak i w Polsce, jest pizza neapolitańska. Jak wypada w zestawieniu z pizzą rzymską? Co je odróżnia? Przyjrzyjmy się bliżej, uwzględniając rozróżnienie pizzy romana na wersję okrągłą oraz in teglia.

Zaczynając od ciasta, które stanowi podstawę, pizza romana tonda charakteryzuje się niskim nawodnieniem, a w cieście występuje również olej. Ciasto pizzy in teglia powinno być wysoko nawodnione, lekkie i przewiewne, z kolei cechą wyróżniającą napoletanę jest wysokie nawodnienie ciasta bez dodatku tłuszczu. Jeśli weźmiemy pod uwagę sposób wypieku, nie sposób nie zauważyć, że okrągła pizza rzymska wymaga wypieku w ok. 300°C przez 4-5 min, pizza in teglia jest wypiekana na blasze w piecu statycznym, a neapolitańska w wysokiej temperaturze sięgającej nawet 430-480°C, gdzie wypiek trwa zaledwie 60-90 sekund. Poszczególne rodzaje różnią się także teksturą – romana jest cienka i chrupiąca, in teglia chrupiąca pod spodem, ale miękka w środku, a napoletana to miękkie ciasto z wysokimi brzegami. Każda z tych różnic wpływa ostatecznie na smak, sprawiając, że pierwsza z nich jest przeważnie delikatna, a pozostałe wyraziste.

Rzymska pizza to znacznie więcej niż lokalny wariant, to wyjątkowe danie, które łączy rygorystyczne zasady wypieku zgodnie z włoską tradycją kulinarną z możliwością eksperymentowania. Od klasycznej okrągłej pizzy, aż po kreatywną pizzę in teglia serwowaną z powodzeniem m.in. przez Bonci, reprezentuje jedną z najwyższych ekspresji włoskiej pizzy. Chrupiąca, lekka, zaskakująca: pizza rzymska to prawdziwa pieśczęta dla podniebienia.



CRISTINA CATESE
włoska szefowa kuchni

Raport: dystrybutorzy W SEKTORZE HORECA – CZĘŚĆ I

W branży, gdzie każda złotówka i każda minuta mają znaczenie operacyjne, wybór odpowiedniego dostawcy staje się kluczowym elementem zarządzania rentownością restauracji. Prezentujemy pierwszą część analizy, w której przyjrzymy się kluczowym kryteriom wyboru dystrybutorów w sektorze HoReCa, uwzględniając najnowsze trendy oraz czynniki wynikające z potrzeb nowoczesnych lokali gastronomicznych.

Dynamiczna odbudowa i profesjonalizacja rynku gastronomicznego po latach niepewności to jeden z najbardziej pozytywnych sygnałów dla całego sektora usług. Ubiegły rok przyniósł wyraźne oznaki stabilizacji zarówno pod względem liczby aktywnych lokali, jak i ich podejścia do zarządzania. Właściciele restauracji coraz częściej sięgają po narzędzia analityczne, automatyzację procesów oraz rozwiniętą współpracę z partnerami biznesowymi, by zwiększyć rentowność i konkurencyjność. Szczególnego znaczenia nabiera również profesjonalizacja łańcucha dostaw rozumiana nie tylko jako dodatkowy koszt, ale przede wszystkim inwestycja w długofalowy rozwój i jakość usług.

W ten sposób branża gastronomiczna osiągnęła jeden z najwyższych poziomów rozwoju w historii. Według danych Głównego Urzędu Statystycznego na koniec 2023 roku w Polsce funkcjonowało już 93 306 placówek gastronomicznych, co oznacza wzrost o 11,2 proc. w porównaniu z rokiem poprzednim. W pierwszej połowie 2024 roku liczba ta rosła dalej, zbliżając się do 100 tysięcy punktów gastronomicznych – wynika z danych Dun & Bradstreet.

Sektor HoReCa nie tylko odzyskał siły po trudnym okresie pandemii, ale także dynamicznie się rozwija, generując coraz większe przychody – z poziomu 48,7 miliarda złotych w 2021 roku do 76,7 miliarda złotych w 2023 roku. Coraz większa liczba restauracji, barów, kawiarni, punktów gastronomii oferującej street food czy firm cateringowych przekłada się na rosnące zapotrzebowanie na surowce, produkty spożywcze oraz wyposażenie. W tym kontekście kluczową rolę odgrywają dystrybutorzy i hurtownie, którzy stanowią fundament łańcucha dostaw dla sektora HoReCa.

W kontekście rosnących kosztów prowadzenia działalności gastronomicznej, galopującej inflacji oraz silnej i stale rosnącej konkurencji na rynku restauratorzy coraz

Sezonowość w kuchni

Czas, kiedy natura tworzy menu.



Sezonowość w kuchni to coś więcej niż tylko trend – to fundament nowoczesnej kuchni, gdzie kalendarz sezonowości staje się jednym z najważniejszych narzędzi każdego szefa kuchni. Lipiec, sierpień i wrzesień to miesiące, kiedy natura oferuje swoje najbogatsze dary, a kucharze mają możliwość tworzenia wyjątkowych dań pełnych smaków i kolorów. W tych miesiącach warzywa, owoce, zioła i mikroliście osiągają swój szczyt smakowy, intensywność aromatów, najwyższą jakość oraz potencjał wartości odżywczych. Świeże pomidory, papryki, cukinie, bakłażany, borówki, maliny czy gruszki – to tylko niektóre z produktów, które w tym okresie dostarczają niezrównanych doznań smakowych.

Sezonowe składniki to także sposób na minimalizowanie odpadów, ponieważ każdy produkt jest wykorzystywany w pełni, zgodnie z jego naturalnym rytmem. Współpraca z zaufanymi dostawcami, którzy pozyskują produkty z poszanowaniem natury, zapewnia dostęp do najlepszych składników w idealnym momencie. Taki sposób zaopatrzenia pozwala nie tylko na dostarczenie składników o doskonałej jakości, ale także na minimalizowanie śladu węglowego, co staje się coraz ważniejsze w kontekście zrównoważonego rozwoju gastronomii.

W Bidfood stawiamy na świeżość i jakość. Sezonowość to dla nas klucz, bo dzięki niej dostarczamy produkty w najlepszym momencie – pełne smaku, aromatu oraz wartości odżywczych. Lipiec, sierpień i wrzesień to okres, kiedy warzywa, owoce i zioła osiągają swoje optymalne właściwości. Dzięki współpracy z zaufanymi dostawcami możemy zapewnić naszym klientom produkty, które podkreślają wyjątkowy smak każdej potrawy.



Aleksander Ostrowski
Manager Kategorii
Owoce i Warzywa

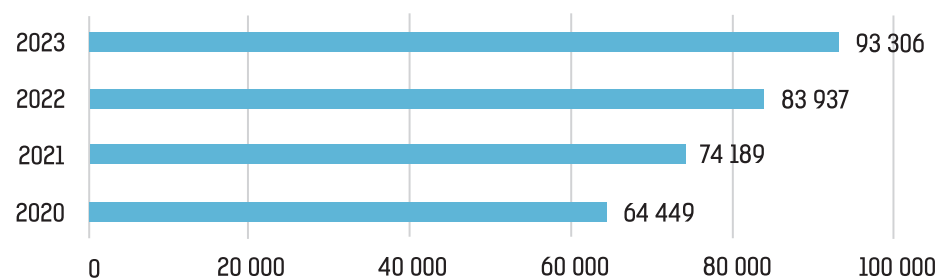
www.e-bidfood.pl



Sprawdź
inspiracje

Bidfood
więcej niż foodservice

LICZBA PLACÓWEK GASTRONOMICZNYCH W POLSCE



Źródło: Rynek wewnętrzny w 2023 roku, GUS, 2024

częściej stają przed koniecznością podejmowania decyzji zakupowych w sposób strategiczny. Już nie tylko cena stanowi główne kryterium wyboru dostawców, lecz coraz większe znaczenie przypisuje się jakości oferowanych produktów, kompleksowości obsługi oraz wartości dodanej, jaką dystrybutor może wnieść do codziennego funkcjonowania lokalu. W ten sposób dystrybutorzy nie są już jedynie ogniwem logistycznym – stają się partnerami biznesowymi, którzy mogą wpływać na efektywność operacyjną, rentowność, a także odbiór restauracji przez gości.

Z punktu widzenia optymalizacji procesów gastronomicznych jednym z najważniejszych czynników przy wyborze dostawcy pozostaje jakość oferowanych surowców. Produkty powinny być świeże, zgodne z normami sanitarnymi i – o ile to możliwe – warto, aby posiadały odpowiednie certyfikaty jakości takie jak HACCP. Szczególną wartość zyskują także surowce pochodzenia lokalnego oraz produkty sezonowe i premium, które pozwalają budować wizerunek restauracji jako miejsca oferującego smaczne, autentyczne i zróżnicowane dania. Odpowiednio dobrane składniki mogą nie tylko poprawić jakość potraw, ale również stanowić wyróżnik konkurencyjny i przyciągać bardziej wymagających konsumentów.

Znaczenie tych aspektów potwierdzają wyniki najnowszego badania przeprowadzonego w 2025 roku przez PMR wśród firm działających w sektorze hotelarskim, restauracyjnym i usług cateringowych. Po raz pierwszy od kilku lat jakość oferowanych produktów została wskazana jako najważniejsze kryterium wyboru dystrybutora (76 proc.), wyprzedzając tradycyjnie dominującą cenę. Na drugim miejscu znalazły się kwestie związane z kosztami zakupu (73 proc.), a na trzecim – szerokość i kompleksowość oferty asortymentowej (38 proc.).

– Na przełomie kwietnia i maja 2025 roku PMR Market Experts by Hume's Institute przeprowadził kolejną edycję badania wśród placówek gastronomicznych i firm cateringowych. Pierwszy raz od 2021 roku to nie cena okazała się najważniejszym kryterium wyboru dostawcy – wyprzedziła ją jakość produktów – warto jednak mieć na uwadze, że różnica pomiędzy tymi dwoma kryteriami nie jest duża (76 proc. vs. 73 proc.), a odsetek wskazań na cenę jako najważniejsze kryterium wyboru dostawy utrzymuje się wciąż na relatywnie wysokim poziomie. Niemniej, podobną zmianę zaobserwowaliśmy wśród konsumentów na rynku HoReCa – atrakcyjne ceny, pomimo pozostania najważniejszym czynnikiem wyboru lokalu gastronomicznego dla Polaków, nieco straciły na znaczeniu w 2025 roku (spadek odsetka wskazań z 60 proc. rok wcześniej, do 52 proc. wśród Polaków korzystających z usług rynku HoReCa). Oba zjawiska mają najprawdopodobniej związek z ustabilizowaniem się inflacji ogółem, inflacji cen usług gastronomicznych oraz inflacji

cen żywności, a także adaptacją Polaków oraz firm działających na rynku do ogólnie wyższych cen produktów i usług. Jakość towarów jest szczególnie ważna dla restauracji hotelowych i firm cateringowych – wymienilo ją aż 83 proc. badanych z tych segmentów rynku HoReCa. Restauracje hotelowe nieco mniej uwagi przywiązują do ceny towarów (63 proc.), za to częściej zwracają uwagę na dogodne warunki i odroczone terminy płatności (32 proc.). Cena jest z kolei nieco częściej wskazywana przez pizzerie (77 proc.) i firmy cateringowe (79 proc.). Pizzeriom, barom szybkiej obsługi oraz kawiarniom i herbaciarniom nieco częściej zależy na szerokim wyborze towarów – podkreśla Justyna Zagórska, Senior Analyst PMR Market Experts/Hume's Institute.

Taka zmiana priorytetów świadczy o rosnącej świadomości wśród restauratorów, którzy coraz częściej dostrzegają, że niska cena może wiązać się z ryzykiem gorszej jakości, zwiększonym poziomem reklamacji czy stratami wynikającymi z nietrwałości produktów. Konsekwencją może być pogorszenie doświadczenia gości, a w dłuższej perspektywie nawet utrata lojalności klientów skutkująca obniżeniem reputacji marki.

Choć jakość zyskała na znaczeniu, kwestia ceny nadal pozostaje istotnym elementem analizy przy wyborze partnera. Zakupy produktów spożywczych stanowią jeden z największych segmentów kosztów operacyjnych w gastronomii, dlatego niezbędne jest korzystanie z transparentnych warunków handlowych. Warto wybierać dostawców, którzy oferują konkurencyjne ceny, możliwość negocjacji rabatów wolumenowych, elastyczne terminy płatności oraz regularne promocje. Ponadto szczególnie korzystna może okazać się współpraca z jednym, sprawdzonym dystrybutorem oferującym szeroki asortyment – taka relacja sprzyja nie tylko oszczędnościom cenowym, lecz również upraszcza procesy logistyczne i administracyjne.

W warunkach dynamicznie zmieniającego się popytu, sezonowości oraz presji na to, aby dostawy każdorazowo docierały na czas, kluczowego znaczenia nabiera elastyczność operacyjna i logistyczna ze strony hurtowni. Profesjonalni dystrybutorzy powinni zapewniać punktualność, regularność dostaw oraz szybką reakcję na niespodziewane braki magazynowe. Wsparciem są tu nowoczesne narzędzia cyfrowe, zaczynając od platform zamówień online, poprzez aplikacje mobilne, aż po możliwość integracji systemów

JARRITOS

Super
GOOD.

JARRITOS
Pineapple

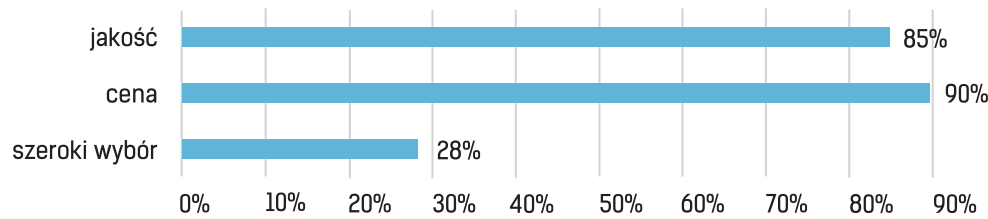
JARRITOS
Mexican Cola
Natural Flavor Soda

JARRITOS
Strawberry
Natural Flavor Soda

JARRITOS
Mango
Natural Flavor Soda

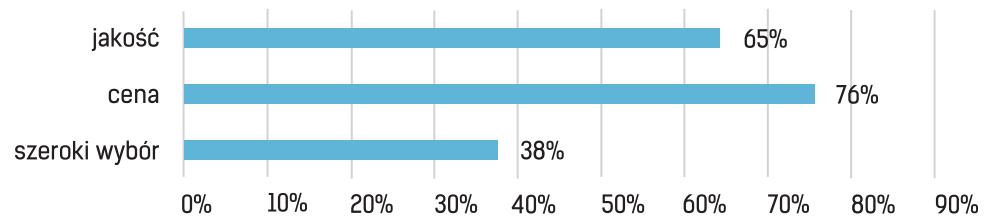
ARRIBA sp. z o.o.
Obroki 130, 40-833 Katowice / tel.: 32 258 69 86 / email: bok@arriba.com.pl
www.sklep-arriba.com.pl

NAJWAŻNIEJSZE KRYTERIUM WYBORU DOSTAWCY WEDŁUG LOKALI GASTRONOMICZNYCH I FIRM CATERINGOWYCH W 2023 ROKU



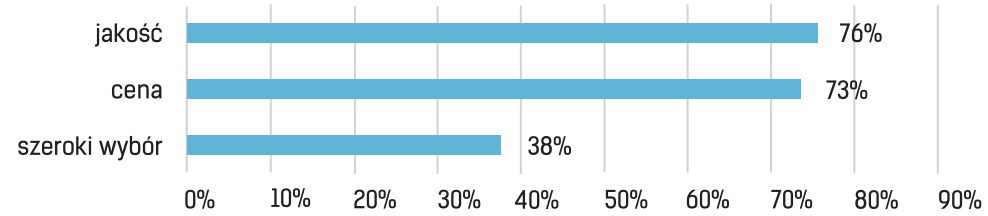
Źródło: PMR Market Experts by Hume's: Rynek dostaw do HoReCa w Polsce 2025.
Analiza rynku i prognozy rozwoju na lata 2025-2030, 2025

NAJWAŻNIEJSZE KRYTERIUM WYBORU DOSTAWCY WEDŁUG LOKALI GASTRONOMICZNYCH I FIRM CATERINGOWYCH W 2024 ROKU



Źródło: PMR Market Experts by Hume's: Rynek dostaw do HoReCa w Polsce 2025.
Analiza rynku i prognozy rozwoju na lata 2025-2030, 2025

NAJWAŻNIEJSZE KRYTERIUM WYBORU DOSTAWCY WEDŁUG LOKALI GASTRONOMICZNYCH I FIRM CATERINGOWYCH W 2025 ROKU



Źródło: PMR Market Experts by Hume's: Rynek dostaw do HoReCa w Polsce 2025.
Analiza rynku i prognozy rozwoju na lata 2025-2030, 2025

zakupowych z POS. Takie rozwiązania zwiększają kontrolę nad stanem magazynowym, umożliwiają precyzyjne prognozowanie zapotrzebowania i optymalizację food costu, co przekłada się bezpośrednio na opłacalność biznesu.

Kolejnym aspektem, który zyskuje na znaczeniu, jest szerokość i dopasowanie oferty produktowej. Restauratorzy poszukują dziś dostawców, którzy umożliwią kompleksowe zaopatrzenie lokalu, poczynawszy od niezbędnych produktów spożywczych, poprzez napoje i dodatki, na środkach higienicznych, profesjonalnej chemii, czyszczykach czy opakowaniach gastronomicznych skończywszy. Zaopatrywanie się w różnych kategoriach produktowych u jednego partnera pozwala ograniczyć liczbę dostawców, w efekcie uprościć procesy księgowe i magazynowe, a także zwiększyć spójność i przewidywalność dostaw. W dłuższej perspektywie oznacza to również większą kontrolę nad łańcuchem wartości.

Nie sposób pominąć także kwestii odpowiedzialności środowiskowej i społecznej. Rosnąca świadomość gości oraz zmieniające się regulacje powodują, że coraz więcej restauracji zwraca uwagę na to, czy ich partnerzy wspierają lokalnych producentów, korzystają z opakowań biodegradowalnych, optymalizują trasy dostaw w celu zmniejszenia emisji CO2 oraz promują produkty z certyfikowanych źródeł. Współpraca z takim dystrybutorem wpisuje się nie tylko w strategię zrównoważonego rozwoju, ale może również stanowić przewagę w komunikacji marketingowej szczególnie w oczach klientów oczekujących odpowiedzialnych wyborów biznesowych.

Warto także podkreślić znaczenie jakości obsługi klienta i dostępności wsparcia doradczego. Nowoczesny dystrybutor powinien nie tylko dostarczać towar, ale również wspierać restauratora wiedzą i doświadczeniem. W cenie zyskują usługi dodatkowe, takie jak szkolenia produktowe, pomoc w komponowaniu menu, łatwy dostęp do analiz rynkowych, a także rekomendacje dotyczące trendów konsumenckich czy nowości produktowych. Tego rodzaju doradztwo może realnie wpłynąć na atrakcyjność oferty lokalu i jego przewagę konkurencyjną.

Podsumowując, w obecnych realiach gospodarczych wybór dystrybutora powinien być traktowany jako część strategii obranej przez restaurację. Restauratorzy, którzy dążą do zwiększenia rentowności i efektywności operacyjnej, powinni podejmować współpracę z partnerami, którzy oferują nie tylko korzystne warunki cenowe, ale i wysoką jakość, optymalne ceny, elastyczność, szeroką ofertę, nowoczesne wsparcie technologiczne oraz zaangażowanie w zrównoważony rozwój. Jak pokazują aktualne badania, jakość – a nie cena – staje się dziś głównym wyznacznikiem opłacalnej współpracy w sektorze HoReCa. Ten nowy układ priorytetów potwierdza, że współczesny restaurator nie szuka już wyłącznie niskiej ceny – szuka wartości. A wartość to dziś także jakość surowca, jego pochodzenie, certyfikacja, świeżość, stabilność dostaw i wsparcie doradcze. To fundamentalna zmiana, która wyznacza nowy standard w budowaniu silnych, długofalowych relacji biznesowych.

Tekst powstał przy współpracy z:



zdj. materiały prasowe marki Opel

Ultranowoczesne SAMOCHODY DOSTAWCZE MARKI OPEL

Opel prezentuje odświeżoną generację lekkich samochodów dostawczych. Kompaktowy Opel Combo, średniej wielkości Opel Vivaro i duży Opel Movano już dostępne!

PRZYSZŁOŚĆ NALEŻY DO WSZYSTKICH

W gastronomii, gdzie czas to luksus, a precyzja smaku stanowi wizytówkę każdej restauracji, liczy się niezawodność.

Niepowtarzalna gama lekkich samochodów dostawczych Opel została zaprojektowana z myślą o profesjonalistach. Przemysłana przestrzeń ładunkowa, zabudowy chłodnicze i mroźnicze dla każdego modelu, w kilku odmianach oraz z różnymi agregatami, a także wiodący w swojej klasie zasięg do 420 km w wersjach z napędem elektrycznym – to rozwiązania, które oszczędzają czas i energię Twojego zespołu. Sprostają nawet najbardziej wymagającym zadaniom w codziennej pracy.

Nie musisz wybierać między funkcjonalnością a stylem. Opel to samochody, które rozumieją nie tylko tempo pracy kuchni, ale i potrzeby Twojej firmy.

Postaw na przyszłościowy napęd elektryczny lub wydajny silnik spalinowy. Combo Electric, Vivaro Electric i Movano Electric zdolnością operacyjną nie ustępują swoim odpowiednikom z silnikami spalinowymi. Niezawodny samochód to więcej niż środek transportu, to fundament dobrze działającego biznesu.

SZYBKA DOSTAWA, BEZPIECZNA DROGA

Funkcjonalność liczy się na każdym etapie. Ultranowoczesne samochody Opel wyróżniają się wzorową pojemnością ładunkową, możliwościami załadunku i uciążu, a także najnowocześniejszą technologią akumulatorów i zwiększoną wydajnością napędu.

Odświeżona generacja Opli Combo, Vivaro i Movano to liderzy, jeśli chodzi o systemy wspomagania kierowcy. Opel Combo po raz pierwszy wprowadza do swojego segmentu adaptacyjne, nieoślepiające reflektory matrycowe Intelli-Lux LED*. Opel Movano umożliwia zautomatyzowaną jazdę poziomu 2 – po raz pierwszy w historii modelu. W zależności od modelu dostępnych jest aż 21 najnowocześniejszych systemów wspomagających kierowcę, które czynią długą podróż oraz manewry w terenie lub w mieście łatwiejszymi i bezpieczniejszymi. To przestrzeń pracy, która działa.

Wspomniane modele Opla oferują również nowe, bezprzewodowe systemy informacyjno-rozrywkowe kompatybilne

z Apple CarPlay i Android Auto z kolorowymi wyświetlaczami o przekątnej do 10 cali.

LIMITOWANA OFERTA DLA PRZEDSIĘBIORCÓW

To jednak nie wszystko – optymalny koszt to dziś konieczność. Rozumiemy, jak ważne jest utrzymanie rentowności w branży gastronomicznej, dlatego nasze auta charakteryzują się korzystnymi warunkami finansowania. Niezależnie od tego, czy prowadzisz mały lokal, czy dużą sieć restauracji – oferujemy rozwiązanie, które realnie się opłaca już od 69 900 zł (Opel Combo). Cennik modelu Vivaro w Letnich Cenach Specjalnych zaczyna się od 89 900 zł, a wersji Movano od 99 900 zł.

Ekscytującą nową ofertę uzupełnia szeroka gama wariantów. Trio lekkich samochodów dostawczych jest dostępne w różnych długościach i wysokościach, a także w licznych wariantach nadwozia, aby spełnić wszystkie wymagania.

W gastronomii liczy się czas, jakość i smak. My dowozimy to wszystko – Opel to gwarancja niezawodności.

Dowiedz się więcej na: www.opel.pl.

PROMOCJA

zdj. depositphotos.com

autor: Piotr Dominik

Szefowie kuchni

AMBASADORAMI TURYSTYKI KULINARNEJ

Współczesna turystyka coraz częściej wykracza poza klasyczne zwiedzanie zabytków i relaks na plaży, kierując się ku bardziej zróżnicowanym doświadczeniom. Jednym z najważniejszych trendów ostatnich lat jest turystyka kulinarna, która staje się kluczowym elementem promocji wielu regionów na całym świecie.

Polska, z bogatą historią kulinarną, staje się coraz ważniejszym celem podróży dla miłośników dobrej kuchni. W tej dziedzinie szczególne znaczenie mają szefowie kuchni, którzy pełnią funkcję ambasadorów kulinarnych tradycji swoich krajów, regionów czy nawet miast. Ich kreatywność, umiejętności i pasja mogą znacząco przyczynić się do rozwoju turystyki kulinarnej, przyciągając turystów, którzy chcą poznać unikalne smaki.

W Polsce rola szefów kuchni w turystyce kulinarnej staje się coraz bardziej widoczna, wpływając na rozwój lokalnych rynków i kształtowanie wizerunku Polski jako kraju o unikatowej ofercie gastronomicznej.

AMBASADORZY REGIONALNYCH SMAKÓW

Wielu turystów wybiera miejsce swojej podróży właśnie z powodu jego lokalnej kuchni. To właśnie szefowie kuchni mają kluczowy

wpływ na to, jak dania i tradycje kulinarne regionu są prezentowane gościom. Dzięki wykorzystaniu lokalnych produktów i receptur, które są częścią kultury danego miejsca, szefowie kuchni mogą stać się prawdziwymi ambasadorami regionu. Weźmy na przykład Włochy, gdzie kuchnia jest nierozdzielnie związana z tożsamością narodową. Wielu turystów przyjeżdża, aby spróbować tradycyjnej pizzy, pasty czy oliwy z oliwek, a lokalni szefowie kuchni potrafią zaprezentować te potrawy w sposób, który przynosi gości w świat lokalnych tradycji kulinarnych. To, jak przygotowane są potrawy, jak opowiedziana jest historia

składników i przygotowań, ma ogromne znaczenie dla odbioru kultury określonego miejsca przez turystów.

PROMOWANIE TRADYCJI KULINARNEJ POLSKI

Nie ulega wątpliwości, iż jednym z pierwszych kontaktów, jaki mają turyści z kulinariami w danym regionie, jest możliwość poznania dań w lokalach gastronomicznych. W Polsce wśród najpopularniejszych dań, które przyciągają turystów, znajdują się potrawy, takie jak pierogi, żurek, bigos, gołąbki, kotlet schabowy czy barszcz. Aby te tradycje nie zostały zapomniane, szefowie kuchni nie tylko je serwują, ale również dbają o ich odpowiednią prezentację i przekazanie gościom opowieści o ich historii. W miastach takich jak Kraków, Wrocław czy Gdańsk restauracje prowadzone przez renomowanych szefów kuchni często oferują nowatorskie wersje klasycznych polskich dań, łącząc tradycję z nowoczesnymi technikami kulinarnymi. Tego typu podejście przyciąga nie tylko turystów zagranicznych, ale także Polaków, którzy chcą na nowo odkryć smaki swojej ojczyzny.

Wielu szefów kuchni z całego kraju coraz chętniej sięga po tradycyjne przepisy i lokalne składniki, podkreślając znaczenie kuchni jako elementu kultury i tożsamości narodowej.

EDUKACJA KULINARNA JAKO CZĘŚĆ OFERTY TURYSTYCZNEJ

Współczesna turystyka kulinarna nie ogranicza się jedynie do kosztowania lokalnych specjałów w restauracjach. Coraz częściej ta forma turystyki obejmuje również warsztaty, kursy gotowania i spotkania z szefami kuchni, którzy uczą odwiedzających, jak przygotować tradycyjne potrawy. W wielu regionach szefowie kuchni organizują lekcje gotowania, które umożliwiają turystom naukę przygotowywania lokalnych dań, a także dzielą się wiedzą na temat produktów i technik kulinarnych charakterystycznych dla danego regionu.

Przykładem może być kuchnia francuska, której techniki są nie tylko popularne wśród turystów, ale także stanowią temat licznych kursów kulinarnych. W regionach takich jak Prowansja,

szefowie kuchni uczą, jak przygotować dania oparte na lokalnych ziołach, oliwach i winach, oferując turystom niezapomniane doświadczenie, które wykracza poza sam smak potraw.

TWÓRCY UNIKALNYCH DOŚWIADCZEŃ KULINARNYCH

W Polsce coraz więcej szefów kuchni oferuje turystom warsztaty kulinarne, które umożliwiają poznanie tajników przygotowywania tradycyjnych polskich potraw. Takie doświadczenia pozwalają uczestnikom nie tylko nauczyć się gotować, ale także lepiej zrozumieć kulturę i historię kulinarną Polski.

Przykładem mogą być warsztaty gotowania pierogów, które cieszą się ogromnym zainteresowaniem wśród turystów. Turyści mogą nauczyć się nie tylko, jak przygotować ciasto i farsz, ale także poznać regionalne różnice w przepisach – na przykład te typowe dla Podlasia, Małopolski czy Śląska. Inne popularne warsztaty obejmują przygotowywanie wędlin, tradycyjnych ciast czy potraw regionalnych, które pozwalają turystom poczuć się jak lokalni kucharze.

WSPÓŁPRACA Z BRANŻĄ TURYSTYCZNĄ

Szefowie kuchni odgrywają także istotną rolę w promowaniu turystyki kulinarnej poprzez współpracę z biurami podróży, organizatorami wycieczek oraz hotelami. Dzięki ich znajomości

lokalnych atrakcji kulinarnych mogą pomóc w tworzeniu unikalnych ofert, które będą przyciągać turystów. Na przykład w wielu krajach organizowane są kulinarne festiwale, które łączą podróże z degustacjami, warsztatami i spotkaniami z mistrzami kuchni.

W Hiszpanii popularne są tzw. gastronomiczne trasy, które oferują turystom możliwość odwiedzenia różnych regionów i poznania ich charakterystycznych potraw. Szefowie kuchni będący partnerami tych tras mają szansę nie tylko zaprezentować umiejętności, ale także wprowadzić turystów w świat tradycyjnych metod produkcji żywności, takich jak produkcja wina czy wędzenie szynki.

Szefowie kuchni w Polsce również coraz częściej współpracują z biurami podróży i organizatorami wycieczek, oferując turystom specjalistyczne trasy kulinarne, które pozwalają poznać kulinarne dziedzictwo naszego kraju. Te trasy, które obejmują wizyty w lokalnych winnicach, gospodarstwach agroturystycznych czy wytwórniach serów, są coraz popularniejsze wśród turystów szukających autentycznych doświadczeń. Dla turystów, którzy chcą głębiej poznać polską kulturę kulinarną, organizowane są również wyprawy kulinarne z przewodnikami – szefami kuchni, którzy opowiadają o tajnikach regionalnych potraw i produktów.

KREATYWNOSĆ W PROMOCJI KULINARNYCH DESTYNACJI

Nowoczesne podejście do kuchni, które łączy tradycję z innowacją, ma także duży wpływ na promocję turystyki kulinarnej. Wielu szefów kuchni decyduje się na eksperymentowanie z lokalnymi składnikami, tworząc potrawy, które zaskakują turystów i przyciągają ich do danego miejsca. Nowoczesne techniki gotowania, jak sous vide, są wykorzystywane, aby pokazać, jak tradycyjne smaki mogą ewoluować, dostosowując się do współczesnych gustów.

Szefowie kuchni, łącząc tradycję z nowoczesnością, mogą wpływać na postrzeganie kraju jako miejsca z innowacyjną gastronomią. Coraz częściej pojawiają się restauracje, które oferują kuchnię fusion, molekularną czy interpretację dań z innych części świata, ale przy wykorzystaniu polskich produktów. To nowoczesne podejście może przyciągać turystów, którzy szukają nowych smaków i doświadczeń.

Jednym z takich przykładów jest kuchnia fusion, która łączy elementy polskie z kuchniami innych krajów. W Krakowie, Warszawie czy Wrocławiu restauracje tego typu przyciągają turystów z różnych zakątków świata, oferując im jedyne w swoim rodzaju doświadczenia kulinarne. Kucharze, tworząc nowoczesne wersje polskich dań, pokazują, że kuchnia kraju jest żywą tradycją, która potrafi dostosować się do zmieniających się gustów i oczekiwań turystów.

KULINARNE DOŚWIADCZENIA PRZYCIĄGAJĄCE TURYSTÓW

Wielu turystów decyduje się na podróże, które oferują więcej niż tylko zwiedzanie, chcąc przeżyć coś wyjątkowego. Doświadczenia, takie jak kolacje z szefem kuchni w formie zamkniętych spotkań czy degustacje przygotowane przez mistrzów kuchni, stają się coraz bardziej popularne. Tego rodzaju doświadczenia są często oferowane przez luksusowe hotele i restauracje, które specjalizują się w kuchni lokalnej.

Szefowie kuchni, oferując te wyjątkowe doświadczenia, przyczyniają się do tworzenia niezapomnianych wspomnień i emocji, które turysta zabierze ze sobą po powrocie do domu. Mogą one stanowić motywację do powrotu, a także przekładają

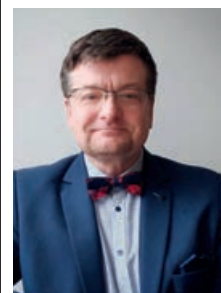
się na pozytywne opinie wśród innych podróżnych.

KULINARNE FESTIWALE I WYDARZENIA

Festiwale kulinarne stały się ważnym elementem promocji turystyki kulinarnej w Polsce. To właśnie szefowie kuchni mają znaczący wpływ na kształt takich wydarzeń, które łączą turystów z lokalnymi smakami, tradycjami i kulturą. Co roku odbywa się w Polsce wiele festiwali kulinarnych. W ich trakcie szefowie kuchni prezentują umiejętności, organizują pokazy kulinarne, warsztaty i degustacje, które przyciągają nie tylko turystów, ale także profesjonalistów z branży gastronomicznej.

Podczas takich festiwali kucharze mają okazję zaprezentować nie tylko tradycyjne potrawy, ale także kreatywne podejście do współczesnej kuchni polskiej. Wiele wydarzeń ma na celu promowanie regionalnych produktów, takich jak oscypek z Tatr, miód pitny z Mazur czy wina z Doliny Dolnej Odry. Szefowie kuchni odgrywają tutaj rolę edukatorów, którzy nie tylko gotują, ale także dzielą się wiedzą na temat pochodzenia składników oraz tradycji kulinarnych regionu. Ich kreatywność, pasja i umiejętności pomagają tworzyć niezapomniane doświadczenia kulinarne, które przyciągają turystów z całego świata. Współpraca z innymi sektorem turystycznym oraz innowacyjne podejście do tradycji kulinarnych stanowią fundamenty sukcesu turystyki kulinarnej, która staje się jednym z najważniejszych trendów współczesnej turystyki.

Dzięki pasji, kreatywności i zaangażowaniu szefów kuchni Polska zyskuje miano atrakcyjnego celu podróży dla turystów, którzy pragną poznać smak naszej kultury. Warsztaty kulinarne, festiwale gastronomiczne, innowacyjne podejście do tradycji i współpraca z branżą turystyczną sprawiają, że rola szefów kuchni w promocji turystyki kulinarnej w Polsce jest nieoceniona.



DR INŻ. PIOTR DOMINIK
SGTiH Vistula
w Warszawie

autor: Artur Brandebura

Zupa Z JAJKIEM POCHE I SZPINAKOWYMI NALEŚNIKAMI

Składniki (na 4 porcje):

Jajko poche:

- 1 jajko
- 0,5 l wody
- szczypta soli
- 1 łyżka octu

Naleśniki szpinakowe:

- 200 g mąki
- 300 ml mleka
- 1 jajko
- 50 g świeżego szpinaku
- 50 ml oleju
- sól

Zupa:

- 1,2 l rosółu
- 4 jajka poche
- 100 ml śmietany 30 proc.
- 2 żółtka
- 30 g pesto bazylowego (najlepiej własnej roboty)
- 100 g cukinii blanszowanej, pokrojonej w cienkie paseczki
- naleśniki szpinakowe pocięte w paseczki

Sposób przygotowania:

Jajko poche:

1. Zagotuj wodę, dodaj sól i ocet. Całość zamieszaj.
2. Następnie delikatnie wbij jajko do gotującego się płynu. Wyjmij po upływie kilku minut.

Naleśniki szpinakowe:

1. Wszystkie składniki połącz, najlepiej blenderem, w gładką masę, a następnie smaź na patelni z obydwu stron.
2. Gotowe naleśniki pokrój w cienkie paseczki.

Zupa:

1. Zagotuj rosół, a po zdjęciu wywaru z ognia dodaj do niego żółtko wymieszane ze śmietaną.
2. Do głębokiego talerza nałóż szpinakowe naleśniki, cukinię, a następnie zalej całość rosółem połączonym ze śmietaną i żółtkiem.
3. Na wierzch dodaj pesto.



autor: Dawid Hoffman

Outsourcing

W SEKTORZE HORECA: SZANSA CZY WYZWANIE?

Branża gastronomiczna nieustannie poszukuje nowych rozwiązań. Jednym z nich jest outsourcing, czyli zlecenie określonych usług zewnętrznym podmiotom. W polskich realiach, gdzie przedsiębiorcy mierzą się z rosnącymi kosztami pracy, niedoborem wykwalifikowanego personelu oraz dużą zmiennością popytu, ten model biznesowy może stać się atrakcyjnym narzędziem optymalizacji kosztów i zwiększania efektywności operacyjnej.

Outsourcing w sektorze HoReCa – czy to możliwe? Na czym to polega? To pytania, które zazwyczaj zadają osoby z branży, szukając efektywnych rozwiązań dla biznesu. Na początek, warto uświadomić sobie, że to narzędzie, które może przybierać różne formy, począwszy od zlecenia usług sprzątania, poprzez księgowość, aż po kompleksowe zarządzanie restauracją czy usługami cateringowymi za pośrednictwem wyspecjalizowanej firmy. Szczególnie popularne staje się korzystanie z firm

outsourcingowych w zakresie zarządzania personelem, obsługi eventów, sprzątania czy marketingu. Na polskim rynku działa coraz więcej firm oferujących profesjonalny outsourcing dla branży gastronomiczno-hotelarskiej, co świadczy o rosnącym zapotrzebowaniu i rozwoju tego segmentu.

PRZEGLĄD MOŻLIWOŚCI DLA GASTRONOMII I HOTELARSTWA

Najbardziej rozpowszechnioną formą outsourcingu w sektorze HoReCa jest outsourcing usług, który obejmuje zlecenie konkretnych zadań w tym zakresie firmom z zewnątrz. Do najczęściej outsourcowanych obszarów należy księgowość, sprząatanie zarówno pokoi hotelowych, jak i części wspólnych w obiektach, zaplecza kuchennego czy sal konferencyjnych. Zewnętrzne firmy sprzątające oferują własny personel, środki czystości i sprzęt, często gwarantując wyższy standard higieny oraz pewność, że przestrzeń spełnia normy sanitarne. Outsourcing zaplecza kuchennego pozwala natomiast na szybką reakcję na sezonowe lub weekendowe zwiększenie ruchu bez konieczności angażowania własnych zasobów. Obsługa eventów i bankietów to kolejny, kluczowy z punktu widzenia outsourcingu, obszar – zewnętrzne firmy zapewniają kelnerów, hostessy czy techników obsługujących sprzęt podczas imprez okolicznościowych i dużych wydarzeń.

Model outsourcingu personalnego polega na korzystaniu z usług profesjonalistów, którzy zajmują się rekrutacją, selekcją i przydzielaniu pracownikom konkretnych zadań. Dotyczy to przede wszystkim dodatkowych rąk do pracy: kucharzy, kelnerów, barmanów oraz personelu pomocniczego. Zaletą takiego rozwiązania jest elastyczność i szybki dostęp do personelu nawet „na ostatnią chwilę”, dzięki czemu staje się szczególnie korzystne i znacząco wspomaga działalność w okresach wzmożonego ruchu na przykład w czasie sezonu, podczas wakacji czy świąt, a także przy większych zamówieniach cateringowych.

Coraz większą popularnością w branży HoReCa cieszy się również outsourcing sprzętu kuchennego, w tym tego niezbędnego podczas eventów. Zamiast inwestować znaczne środki w zakup drogiego wyposażenia, przedsiębiorcy decydują się na jego wynajem od firm zewnętrznych. Dotyczy to m.in. pieców konwekcyjno-parowych, zmywarek przemysłowych, ekspresów do kawy, mebli eventowych, a także urządzeń pralniczych. Wynajem sprzętu pozwala nie tylko ograniczyć koszty inwestycyjne, ale również zapewnia dostęp do nowoczesnych rozwiązań technologicznych bez konieczności ich zakupu. Co istotne, firmy outsourcingowe często oferują serwis i wymianę sprzętu w razie awarii, co minimalizuje ryzyko przestoju. Dla wielu obiektów sezonowych lub działających czasowo (na przykład podczas imprez plenerowych) stanowi to wyjątkowo opłacalne i elastyczne rozwiązanie dostosowane do zmiennych potrzeb rynku.

Na popularności wśród restauratorów zyskuje również korzystanie z agencji zewnętrznych zajmujących się marketingiem i reklamą. To inwestycja mająca na celu zwiększenie rozpoznawalności restauracji zwłaszcza w przestrzeni internetowej. Nie od dziś wiadomo, że social media to potężne narzędzie reklamowe.

Najbardziej zaawansowaną formą outsourcingu w HoReCa jest outsourcing procesów, który polega na przekazaniu całych obszarów działalności zewnętrznym, wyspecjalizowanym operatorom. Począwszy od zarządzania kuchnią hotelową lub restauracyjną (firma zewnętrzna odpowiada za planowanie menu, zaopatrzenie, przygotowanie potraw, a często również za zarządzanie personelem kuchennym), poprzez outsourcing usług cateringowych (podmiot zewnętrzny realizuje catering pod marką danego hotelu lub restauracji), aż po prowadzenie całej restauracji w obiekcie hotelowym (to rozwiązanie spotykane głównie w sieciach hotelowych, gdzie restauracja działa jako niezależna jednostka, często franczyzowa). Ten model biznesowy pozwala właścicielom

skupić się na strategicznym zarządzaniu, jednocześnie korzystając z doświadczenia i know-how wyspecjalizowanych partnerów.

WPLYW OUTSOURCINGU NA BRANŻĘ GASTRONOMICZNĄ

Outsourcing w gastronomii zmienia sposób funkcjonowania lokali gastronomicznych, umożliwiając im szybsze dostosowywanie się do trendów, a także oczekiwań gości. Lokale coraz częściej korzystają z zewnętrznych kuchni (tzw. ghost kitchens), które przygotowują posiłki na wynos w imieniu wielu marek. Umożliwia to redukcję kosztów najmu powierzchni i personelu oraz skupienie się wyłącznie na promocji i obsłudze klienta. Outsourcing personelu kuchennego i kelnerskiego w lokalach gastronomicznych pozwala na szybkie reagowanie na wzmożony ruch

Outsourcing w gastronomii zmienia sposób funkcjonowania lokali gastronomicznych, umożliwiając im szybsze dostosowywanie się do trendów

w weekendy czy święta bez konieczności utrzymywania stałej, kosztownej kadry. Dzięki temu małe restauracje i food trucki zyskują dostęp do profesjonalistów, których nie byłoby w stanie zatrudnić na etacie.

Rosnące uzależnienie od usług zewnętrznych sprawia jednak, że branża gastronomiczna staje się bardziej podatna na zakłócenia – problemy jednej firmy outsourcingowej mogą przełożyć się na jakość i reputację kilku lokali jednocześnie. Ponadto nie wszystkie firmy działające w tym modelu oferują odpowiedni standard usług, co bywa źródłem frustracji i niezadowolenia klientów. Z tego względu gastronomia musi zachować równowagę między opłacalnością a kontrolą nad procesem przygotowania i wydania dań.

ZALETY KONTRA RYZYKO

Największą zaletą outsourcingu jest możliwość redukcji kosztów stałych. Zamiast utrzymywać pełnoetatowy personel przez cały rok przedsiębiorcy mogą elastycznie dostosowywać zatrudnienie do sezonowości czy aktualnego obłożenia. Dotyczy to zwłaszcza obiektów



autor: Zuzanna Wójt

Szkolenia:

5 STRATEGICZNYCH KORZYŚCI DECYDUJĄCYCH O SUKCESIE RESTAURACJI

Inwestycja w szkolenia w branży gastronomicznej to element budowania przewagi konkurencyjnej. Warto zaproponować je załodze z przystawką motywacji, aby uzyskać deser zysków.

WZROST JAKOŚCI I SPÓJNOŚĆ USŁUG

Goście wracają tam, gdzie mogą liczyć na powtarzalną jakość zarówno w zakresie jedzenia, jak i obsługi. Jednorazowy zachwyt nad daniem czy uprzejmością kelnera to za mało, by zbudować lojalność klienta. Kluczem jest konsekwencja, a ta możliwa jest tylko wtedy, gdy personel rozumie standardy pracy i potrafi je realizować każdego dnia bez względu na zmiany kadrowe czy natężenie pracy.

Szkolenia pozwalają uporządkować wiedzę zespołu, wyrównać poziom umiejętności i jasno przekazać, czego oczekuje właściciel restauracji. Pracownicy uczą się nie tylko technicznych aspektów swojej pracy, ale także komunikacji, radzenia sobie z presją czy pracy zespołowej. Restauratorzy zyskują kontrolę nad jakością świadczonych usług, a szefowie kuchni mogą budować zespół, który działa sprawnie, precyzyjnie i samodzielnie bez potrzeby ciągłego korygowania błędów czy gaszenia pożarów.

W dłuższej perspektywie takie podejście przekłada się na lepsze opinie klientów, wyższy poziom satysfakcji, a co za tym idzie – większe obroty.

MOTYWACJA = MNIEJSZA ROTACJA PRACOWNIKÓW

Branża gastronomiczna boryka się z ogromną rotacją personelu. Dla właścicieli to poważne wyzwanie – każda rekrutacja to koszt, czas i ryzyko niedopasowania nowej osoby do zespołu.

Szkolenia mogą ten proces odwrócić. Dając ludziom możliwość rozwoju, pokazujemy im, że są ważni i traktowani poważnie. Pracownik, który wie, że może się czegoś nauczyć, ma szansę awansu i czuje się doceniony, dzięki czemu zostaje na dłużej. Takie osoby bardziej się angażują, lepiej współpracują i chętniej biorą odpowiedzialność za jakość swojej pracy.

Z perspektywy szefa kuchni czy menedżera oznacza to zgrany i stabilny zespół. Mniej konfliktów, mniej stresu związanego z „wprowadzaniem” nowych osób, a więcej czasu na rozwój restauracji zamiast ciągłego łatania braków kadrowych.

INNOWACJE I TRENDY POD KONTROLĄ

Świat gastronomii zmienia się z prędkością światła. Goście coraz częściej szukają nie tylko jedzenia, ale i doświadczeń kulinarnych. Restauracje, które stoją w miejscu, szybko wypadają z gry.

Szkolenia dają kucharzom i obsłudze możliwość poznawania nowych technik, trendów i inspiracji. To nie tylko praktyczna wiedza, ale też impuls do kreatywnego działania. Dzięki temu menu może się rozwijać, oferta może być dostosowywana do zmieniających się gustów gości, a restauracja postrzegana jako nowoczesna i otwarta na potrzeby rynku.

BEZPIECZEŃSTWO I ZGODNOŚĆ Z PRZEPISAMI

W gastronomii nie ma miejsca na niedbalstwo. Praca z żywnością wymaga

rygorystycznego przestrzegania zasad higieny, bezpieczeństwa i procedur. Nawet najmniejsze uchybienie może doprowadzić do zatrucia, kontroli sanepidu czy poważnych strat wizerunkowych zwłaszcza w czasach, gdy negatywne opinie w Internecie rozchodzą się błyskawicznie.

Regularne szkolenia z zakresu HACCP, BHP, przechowywania i przygotowywania żywności czy zarządzania kryzysowego pozwalają uniknąć błędów, które mogą narazić restaurację na straty. Przeszkolony zespół wie, jak reagować w sytuacjach awaryjnych, rozumie zasady czystości, dezynfekcji i organizacji pracy.

PRZEWAGA KONKURENCYJNA I PROFESJONALIZACJA MARKI

Szkolenia w gastronomii to nie luksus, lecz konieczność w czasach, gdy klienci są coraz bardziej wymagający, a konkurencja nie ogląda się za siebie. To inwestycja w jakość usług, stabilność zespołu i wizerunek marki.

Zastanów się, kiedy ostatni raz Twój zespół miał okazję się czegoś nauczyć? Czy masz pewność, że Twoi ludzie wiedzą, czego od nich oczekujesz i potrafią to realizować? Jeśli nie masz na te pytania jednoznacznych odpowiedzi, być może nadszedł moment, by dać swoim pracownikom nową dawkę wiedzy i motywacji. Zadbaj o szkolenia, a efekty przyjdą szybciej, niż myślisz.

turystycznych i restauracji działających intensywnie w sezonie letnim lub zimowym.

Outsourcing pozwala również na skoncentrowanie się na kluczowych aspektach działalności – właściciel restauracji lub hotelu może bez wyrzutów sumienia skupić się wyłącznie na jakości obsługi gości, pozostawiając kwestie techniczne czy zaplecze kuchenne ekspertom. Co więcej, współpraca z profesjonalnymi podmiotami zwiększa jakość świadczonych usług – firmy outsourcingowe zazwyczaj dysponują nie tylko doświadczeniem, ale i know-how oraz zapleczem szkoleniowym, którego może brakować wewnętrznym zespołom.

Dodatkowym atutem jest ograniczenie obowiązków administracyjnych. To zewnętrzna firma odpowiada za rekrutację, szkolenia, ubezpieczenia i nadzór nad personelem, co znacznie upraszcza zarządzanie i ogranicza ryzyko kadrowe.

WYZWANIA: CZY TO SIĘ OPŁACA?

Pomimo licznych korzyści outsourcing w HoReCa wiąże się również z pewnymi wyzwaniami. Przede wszystkim istnieje ryzyko spadku jakości usług, jeśli firma outsourcingowa nie spełni

oczekiwań lub nie zrozumie specyfiki branży. Nieodpowiednie przygotowanie personelu, brak lojalności wobec pracodawcy czy duża rotacja mogą negatywnie wpłynąć na doświadczenia

gości. Innym problemem może być utrata kontroli nad niektórymi procesami operacyjnymi. W przypadku outsourcingu usług kuchennych jakość bezpośredniego kontaktu z klientem zależy

od osoby, która nie jest bezpośrednio zatrudniona przez właściciela obiektu. To może prowadzić do niespójności standardów, a w efekcie do trudności w egzekwowaniu oczekiwanej jakości.

W polskich warunkach ważnym aspektem pozostaje także zgodność outsourcingu z przepisami prawa pracy oraz regulacjami dotyczącymi zatrudnienia cudzoziemców, co jest szczególnie istotne w kontekście korzystania z agencji pracy tymczasowej. Niezrozumienie tych przepisów lub wybór niewiarygodnego partnera może skutkować problemami formalno-prawnymi.

Outsourcing w sektorze HoReCa w Polsce to rozwiązanie o dużym potencjale, które, odpowiednio wdrożone, może znacząco poprawić efektywność działania, elastyczność i jakość usług. Kluczowe znaczenie ma jednak staranny wybór partnera outsourcingowego, jasno określone warunki współpracy oraz bieżący nadzór nad jakością realizowanych usług. Dla wielu przedsiębiorców z branży HoReCa outsourcing może być nie tylko sposobem na przetrwanie w trudnych warunkach rynkowych, ale również narzędziem dynamicznego rozwoju. Jednak jak każda strategia, wymaga świadomego i odpowiedzialnego wdrożenia – z uwzględnieniem nie tylko aspektów ekonomicznych, ale i jakościowych oraz wizerunkowych.



zdj. depositphotos.com

autor: Marta Kosecka

Lato

W GASTRONOMII, CZYLI WSZYSTKIE RĘCE NA POKŁAD

Nastalo lato, a wraz z nim zwiększone zapotrzebowanie na pracę w gastronomii. I to nie tylko w miejscowościach typowo turystycznych. Swój coroczny rozkwit przeżywa chociażby branża weselna. To powoduje, że restauratorzy, jak co roku, zastanawiają się, jak w najlepszy sposób zatrudnić dodatkową kadrę na okres wakacyjny.

Zwykle kończy się to popularną umową-zleceniem. Postaram się jednak przekonać Cię, że to nie tylko nie jest najlepsza, pod kątem prawnym, forma zatrudnienia, ale, co więcej, że istnieją również inne możliwości prawne, które możesz wykorzystać do zatrudnienia pracownika wyłącznie na sezon.

UMOWA-ZLECENIE W PRAKTYCE

Zacznę od tego, że umowa-zlecenie w ogóle nie ma w tym wypadku zastosowania. Ktoś może powiedzieć, że to przejaw puryzmu językowego, ale skoro już od tyłu lat wspólnie się tutaj edukujemy, moi Czytelnicy z pewnością powinni znać różnicę pomiędzy umową-zleceniem a umową o świadczenie usług.

Jak nazwa wskazuje, jeżeli chciałbyś powierzyć komuś świadczenie usług na Twoją rzecz, to właśnie ta forma umowy cywilnoprawnej powinna znaleźć w tym wypadku zastosowanie. Dla wykonania i interpretacji tej umowy stosuje się jednak odpowiednio przepisy o umowie-zlecenia, stąd zapewne tak powszechne zawieranie w Polsce umów-zleceń, zamiast umów o świadczenie usług. Tymczasem umowa-zlecenie to nic innego jak umowa, w której zleceniobiorca zobowiązuje się do wykonania określonej czynności prawnej dla zleceniodawcy, a więc złożenia oświadczenia woli, którego

celem jest wywołanie określonych skutków prawnych – przykładowo: zawarcie umowy czy złożenie oświadczenia w czyimś imieniu. Jak więc widzisz, w jej ramach nie kryje się raczej praca na kuchni czy obsługa sali.

Nawet jeżeli poprawnie nazwiemy już umowę cywilnoprawną, którą mógłbyś zawrzeć z pracownikami sezonowymi, pamiętaj, że w zasadzie żadna umowa cywilnoprawna nie powinna znaleźć tu zastosowania. Praca w gastronomii niemal zawsze – zwłaszcza w przypadku pracowników sezonowych – wiąże się z zatrudnieniem w podległości służbowej, pod nadzorem pracodawcy, w ściśle określonych dniach i godzinach. To zaprzecza uznaniu, aby Twoi pracownicy sezonowi czy też pracujący cały rok mogli pracować na Twoją rzecz w oparciu o umowę cywilnoprawną. Samo stwierdzenie „pracują” brzmi u dziwnie

– skoro ktoś nie pracuje w oparciu o umowę o pracę, nie powinien przecież pracować na Twoją rzecz. Wiem oczywiście, że to bardzo popularna forma zatrudnienia w gastronomii, co nie zmienia faktu, że jest niepoprawna z punktu widzenia prawa pracy i bywa często kwestionowana w przypadku ewentualnej kontroli.

TYLKO UMOWA O PRACĘ

Co do zasady jedyną prawidłową formą zatrudnienia będzie w tym wypadku umowa o pracę, choć Kodeks pracy nie zawiera żadnych szczegółowych rozwiązań dla zatrudnienia pracowników wyłącznie na sezon – musimy korzystać z przepisów, które odnoszą się do zatrudnienia pracowników w ogóle.

W przypadku pracowników zatrudnianych wyłącznie na kilka miesięcy, powinniśmy więc zawrzeć terminową umowę o pracę, w zależności od potrzeb na miesiąc lub na dwa czy trzy miesiące. Taki okres obowiązywania umowy o pracę jest jak najbardziej możliwy, a co więcej – najpoprawniejszy w przypadku zatrudniania pracowników sezonowych.

W Kodeksie pracy funkcjonują również inne, mało popularne, a mogące mieć w tym przypadku zastosowanie, formy zatrudnienia, takie jak umowa o pracę w systemie pracy weekendowej (w którym praca jest świadczona wyłącznie w piątki, soboty, niedziele i święta), rzadziej praca na akord (czyli w systemie wynagradzania opartym na wykonanej ilości pracy z zapewnieniem pracownikowi minimalnego wynagrodzenia za pracę).

Jednym z instrumentów służących do zbilansowania czasu pracy pracowników może stać się również dwunastomiesięczny okres rozliczeniowy, o którym pisałam szerzej w 62. numerze „Szefa Kuchni” z lutego 2022 roku. Pozwala on na rozliczenie czasu pracy pracowników w dłuższym okresie, po całym roku pracy.

Jeżeli zatem występuje u Ciebie wzmożone zapotrzebowanie na pracę w okresie maj-wrzesień, wówczas pracownicy mogą pracować więcej, za to w okresach mniejszego zapotrzebowania na pracę – w okresie jesienno-zimowym – możesz udzielić im w zamian za to dni wolnych od pracy, tak aby w ciągu całego roku zbilansować dni, w których pracownicy pracują więcej, pracują mniej bądź nie pracują wcale. Pozwala to na uniknięcie wypłaty nadgodzin, a jednocześnie pozwala unikać przestojów czy też okresów w ciągu roku, kiedy pracownicy przychodzą do pracy, a Ty nie jesteś w stanie zapewnić pracy dla wszystkich, bo restauracja pracuje na dużo mniejszych obrotach niż w sezonie.

PAMIĘTAJ! NIGDY NA CZARNO!

Niezależnie od tego, którą z powyższych form zatrudnienia ostatecznie wybierzesz, pamiętaj, żeby nigdy – choćby nie wiem jak Cię to kusilo – nie zatrudniać pracownika „na czarno”. A więc bez umowy i z płaceniem mu wynagrodzenia „pod stołem”. Dlaczego? Powodów jest co najmniej kilka. Pozwól, że wymienię choć dwa z nich.

Po pierwsze branża gastronomiczna znajduje się pod permanentnym ostrzałem wszelakich kontroli, od sanepidu, poprzez PIP, aż po PIH, których częstotliwość zwiększa się zwłaszcza latem, kiedy gastronomia pracuje na pełnych obrotach, a kontrolerzy doskonale wiedzą, że w tym czasie mogą wykryć rekordową liczbę nieprawidłowości. Instytucji kontrolnych w gastronomii jest, rzecz jasna, zdecydowanie więcej, ale te trzy mają największe znaczenie, uwzględniając kontrolowanie legalności zatrudnienia. Bo choć sanepid nie bada umów o pracę jako takich, interesować będą go głównie orzeczenia do celów sanitarno-epidemiologicznych, może zainteresować się również umowami o pracę w zakresie, w jakim dotyczą one warunków pracy i bezpieczeństwa pracowników zwłaszcza higieny i zdrowia. Zatrudnieniem pracownika na sezon bez umowy ryzykujesz wykrycie tych nieprawidłowości w trakcie ewentualnej kontroli.

Po drugie praca w branży gastronomicznej wiąże się z dużym ryzykiem wypadków przy pracy czy zatruc pokarmowych wśród gości. Każde takie zdarzenie będzie szczegółowo wyjaśniane przez odpowiednie służby – PIP i sanepid. Tym samym, gdyby doszło do wykrycia, że pracują u Ciebie pracownicy, z którymi nie zawarłeś formalnej umowy, i nie wypełniasz związanych z tym obowiązków podatkowych, a także tych wynikających z przepisów o ubezpieczeniach społecznych, doprowadziłoby to nie tylko do surowszej odpowiedzialności w tym konkretnym przypadku, ale i kontroli zdecydowanie większego wycinka prowadzonej przez Ciebie działalności.

Na koniec pamiętaj! Nie ma bezpłatnych dni próbnych. Nigdzie, a szczególnie w gastronomii. Nie tylko dlatego, że za każdą pracę należy się płaca. Przede wszystkim dlatego, iż wszystkie wcześniej opisane konsekwencje będą miały zastosowanie nawet w sytuacji, w której dana osoba pracowałaby u Ciebie tylko w ramach dnia próbnego.

Jak widzisz, wskazane zasady nie odnoszą się wyłącznie do zatrudnienia pracowników sezonowych. Rozwiązania, o których napisałam, są standardowymi, obowiązującymi przepisami prawa stosowanymi niezależnie od tego, czy Twój pracownik pracuje u Ciebie przez cały rok, czy wyłącznie w okresie wysokiego sezonu. W przypadku wielu miejscowości, wysoki sezon może przecież oznaczać nie tylko miesiące letnie, ale i zimowe.

Wbrew pozorom nie jest również tak, że jedynym sposobem zwiększenia kadry pracowniczej w tym okresie jest zawieranie popularnych umów-zleceń, a ściślej rzecz biorąc, umów o świadczenie usług. Kodeks pracy daje nam bowiem sporo możliwości elastycznego zatrudniania pracowników, które pozwalają dopasować zawierane umowy do profilu prowadzonej działalności. W tym celu warto szczególnie i rzetelnie przeanalizować sytuację swojej restauracji i wybrać takie rozwiązania, które będą leżały zarówno w Twoim interesie, przede wszystkim ekonomicznym, a jednocześnie będą w pełni zgodne z obowiązującymi przepisami prawa.



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

autor: Adam Tomczak

Przewodnik

PO WINACH DO DAŃ WEGAŃSKICH I WEGETARIAŃSKICH

Współczesna gastronomia coraz śmielej sięga do kuchni roślinnej. Wegetariańskie i wegańskie dania są nie tylko wyrazem świadomych wyborów konsumenckich, lecz także stanowią pole do popisu dla kreatywnych kucharzy. Wraz z rosnącym zainteresowaniem tą kuchnią, pojawia się pytanie: jakie wina najlepiej towarzyszą tym potrawom? Niniejszy przewodnik pomoże dobrać odpowiednie wino do dań roślinnych, uwzględniając ich strukturę, intensywność smaku oraz zastosowane techniki kulinarne.

ZASADY ŁĄCZENIA WINA Z KUCHNIĄ ROŚLINNĄ

Dobierając wino do potraw wegańskich i wegetariańskich, należy pamiętać o kilku kluczowych zasadach. Po pierwsze warto zwrócić uwagę na umami i teksturę. Dania roślinne często bazują na umami (na przykład grzyby, fermentowane produkty, soja) – z tego powodu wina dojrzałe, szczególnie te o rozwiniętym bukiecie, będą dobrym kontrapunktem.

Po drugie kwasowość. Dla potraw opartych na warzywach o wyraźnej kwasowości (takich jak na przykład pomidory czy kiszonki), dobieramy wina o zaakcentowanym profilu kwasowym. Ogromną rolę może również odgrywać tłustość i struktura. W kuchni wegańskiej tłustość

pochodzi przeważnie z orzechów, pestek i olejów. Taką potrawę zbalansują wina z dobrze zaznaczoną strukturą taninową lub beczką.

Przygotowując pairing z kuchnią roślinną, warto także zwrócić uwagę na

słodczy i przyprawy. To rodzaj kuchni, który chętnie korzysta z przypraw i słodkich akcentów, dlatego tutaj sprawdzą się aromatyczne szczepy (gewürztraminer, muscat) lub lekkie czerwienie z niską taniną.

PRZYKŁADOWE POŁĄCZENIA

W celu lepszego poznania zasad doboru wina do dań kuchni wegańskiej i wegetariańskiej najlepiej przyjrzeć się przykładom. Pozwoli to na zobrazowanie sytuacji. Oto autorskie propozycje!

W przypadku risotto z grzybami leśnymi sprawdzi się głównie wino dojrzałe (ponad 10-letnie) nebbiolo, pinot noir lub czerwona Rioja. Grzyby podbijają ziemisty charakter, a tekstura dania zagra z taninami.

Z kolei tajskie curry z mleczkiem kokosowym doskonale dopełni aromatyczny riesling z nutą słodczy (niemiecki Kabinett feinherb), alzacki gewürztraminer, a także lekkie Pet-Naty z odmiany chenin blanc.

Do pieczonego bakłażana z tahini i granatem pasuje natomiast wino z Doliny Rodanu oparte o syrah lub greckie xinomavro. Wina z przyprawowym profilem i średnią taniną podkreślą orientalny charakter tego dania, wynosząc je na nowy poziom kulinarnej doskonałości. Jednak to niejedyna metoda.

Przepis na sukces tkwi niekiedy w prostocie, dlatego w przypadku sałatki z pomidorami, arbuзем i miętą warto postawić na różowe wino prosto z Prowansji lub lekkie portugalskie vinho verde. Dlaczego? Odpowiedź zawarta jest w chłodnej strukturze i świeżości, które kontrastują ze słodczą arbuza.

Burger z czarnej fasoli i awokado dopełni z kolei Cabernet franc z Doliny Loary, młode tempranillo lub lekkie gamay.

Te wina mają nie tylko odpowiednią strukturę, ale i owocowość, która pasuje w sam raz do burgerów.

Z jakim winem połączyć gnocchi z pesto z rukoli i orzechów? Najlepiej postawić na włoskie klasyki tj. vermentino czy Soave Classico. Zielone nuty w pesto znajdą odzwierciedlenie w winach ziołowych.

Zwieńczeniem kulinarnej uczty jest deser, dlatego i tutaj nie może go zabraknąć. Proponując gościom tartę z cytryną i aquafabą, warto skierować ich uwagę przede wszystkim na lekkie piemonckie Moscato d'Asti lub węgierski Tokaj. Słodczy i kwasowość tarty cytrynowej idealnie zbalansuje się z winem deserowym.

WINA NATURALNE, POMARAŃCZOWE I BEZ SIARKI

Kuchnia wegańska zapewnia kucharzom szerokie pole do kulinarnego popisu. To kreatywność, którą warto wykorzystać, projektując kartę win lub dobierając wino do konkretnego dania rodem z kuchni roślinnej.

Odpowiadając na pytanie, jakie wina chętnie idą w parze z kuchnią wegańską, warto przyłożyć wagę zwłaszcza do win naturalnych i tzw. pomarańczowych, które wyróżniają się zarówno strukturą, złożonością, jak i spontaniczną fermentacją. Dzięki temu ich lekko utleniona nuta może pasować do fermentowanych warzyw, tempehu czy wszelkich potraw z miso.

Podsumowując dobór wina do dań wegetariańskich i wegańskich, można śmiało stwierdzić, że jest to nie lada wyzwanie nawet dla doświadczonych specjalistów. Jednocześnie to także doskonała okazja do poszukiwań i zabawy smakiem. Kluczem jest rozumienie struktury potrawy oraz kierowanie się podobieństwami i kontrastami. Dobrze dobrane wino potrafi nie tylko towarzyszyć daniu, ale może również stać się jego integralną częścią.

ADAM TOMCZAK
Mistrz Polski
Sommelierów 2021



autor: Łukasz Nowak

Eksperyment

„GRILL”, CZYLI TIPY NA DIPY

Wysokie temperatury w trakcie lata nam niestraszne, co więcej, lubimy je jeszcze podkreślić. W jaki sposób? Grillując niemal wszystko, co możliwe. Warto pamiętać, że potrawy prosto z grilla są smaczne same w sobie, ale dlaczego mielibyśmy się ograniczać. Połączmy je z sałatkami, a także dipami i sosami. Palce lizać!

Polacy grillują na potęgę. Kochamy zarówno zapach smażonej karkówki, skwierczące kielbaski, zarumienione piersi z kurczaka, jak i przygotowane na ruszcie cukinie, bakłażany czy szparagi zawinięte w plastry boczku.

Limonka sprawi, że sos nabierze orzeźwiającej mocy, co pozwoli na wręcz kapitalne doznania smakowe

pyszności z możliwością przygotowania na grillu. W rzeczy samej grillować można przecież niemal wszystko. Kto nam bowiem zabroni eksperymentować? Od tego jest lato, chill, zabawa, swoboda. Wszystkie te określenia idealnie komponują się z grillem,

Czujecie ten zapach? Wyobrażacie sobie już smak grillowanej uczt, która za chwilę trafi na Wasze stoły? Na samą myśl ślinka cieknie, a to ledwie kilka

podobnie jak wszelkiego rodzaju dodatki do przygotowanych na nim potraw. Czym przecież byłby grill bez lekkich, letnich sałatek prezentujących całą paletę barw i zapewniających jeszcze większy zastrzyk witamin. Grillowanie to przede wszystkim smakowanie. Skoro tak, to na naszych talerzach – w przypadku grillowanego mięsa – dla równowagi powinny znaleźć się warzywa. Nie muszą być grillowane, ale te świeże, przygotowane w postaci smacznej sałatki, idealnie odnajdą się w postaci dodatku do boczku, burgera czy chociażby tegorocznego fenomenu, jakim jest danie rodem z Bałkanów, czyli cevapcici – kotleciki z mięsa mielonego, przyprawione czosnkiem, cebulą, papryką, kminkiem,

kształtem przypominające walec. Najczęściej grillowane na patyku, co ułatwia ich obracanie na ruszcie, ale również spożywanie. Co ważne, dzięki patykowi cevapcici możemy maczać sobie w różnych sosach czy dipach. Grill bez nich bowiem nie istnieje.

LIMONKA W ROLI GŁÓWNEJ

Bogactwo różnorodnych smaków – tego podczas grilla nie zabraknie. Począwszy od wielu mięs i warzyw, przez sałatki, na sosach skończywszy. Ich przekrój jest niezwykle szeroki i trudno byłoby nam ograniczyć się do konkretnej liczby, która zamykałaby wybór sosów idealnie komponujących się za przykładowymi grillowanymi daniami. Tutaj ponownie sprawdzi się stwierdzenie, że jedyne co może nas ograniczać, to nasza wyobraźnia. Jak już wspomniałem, grill to naprawdę szerokie pole do eksperymentowania. Oczywiście, ktoś powie, a co z klasycznymi sosami? Klasyka zawsze się obroni, dlatego zarówno musztarda, jak i keczup bądź majonez zawsze będą idealnymi towarzyszami grillowej uczt. Co więcej musztarda i majonez mogą idealnie uzupełnić przygotowywane na tę okazję sałatki, jednak pamiętajmy – wówczas nie będą one już tak lekkie. Zachęcałbym w tym przypadku, by do sałaty, pomidora, zielonego ogórka, papryki, rzodkiewki i np. sera feta dodać sosu winegret oraz nieco soku z limonki. Ten ostatni będzie także fantastycznym składnikiem sosów oraz dipów do grillowanych potraw. Limonka sprawi, że sos nabierze orzeźwiającej mocy, co pozwoli na wręcz kapitalne doznania smakowe. Najprawdopodobniej danie spożywane przez nas do tej pory kilkukrotnie, będzie smakowało nam zupełnie inaczej. Powiem więcej – będzie smakowało lepiej. Gwarantuję! Jak to zrobić? Wystarczy wycisnąć sok z limonki, dodać pulę mango, nieco majonezu, starty imbir, drobno posiekaną paprykę chili, posiekaną kolendrę i miętę, a na koniec doprawić wszystko olejem sezamowym. Po dokładnym wymieszaniu dip z mango będzie gotowy do podania. Innym przykładem dipu z limonką będzie ten przygotowany na bazie soku z niej i startego na miazgę świeżego imbiru. Wystarczy połączyć go z jogurtem, majonezem, kolendrą oraz łyżeczką miodu. Limonka to znakomity dodatek do grilla, choć jak łatwo zauważyć nie wprost, lecz poprzez sałatki czy sosy i dipy, a to przecież ledwie skromna część możliwości, jakie dają nam dostępne na rynku produkty, które z niebywałą przyjemnością można wykorzystać w kuchni w celu urozmaicenia dań prosto z grilla.

DIP – DOSKONAŁY I PYSZNY

Głowa mała, ile sosów możemy zaproponować naszym gościom przy okazji grillowania. Odniosę się ponownie do Bałkanów, gdyż to niezwykle popularny wśród naszych rodaków kierunek turystyczny. Po powrocie z urlopu nieraz tęskno nam za wakacyjnymi smakami. Warto wprowadzić je do rodzimej kuchni. Wspomniane cevapcici – i nie tylko – znakomicie łączy się z ajvarem, a więc pastą warzywną przygotowywaną najczęściej z pieczonej papryki, bakłażana, czosnku, doprawianą pieprzem, solą i w ostrzejszej wersji papryczką chili. Przy okazji dodatków, bez których trudno wyobrazić sobie grilla, nie sposób nie wspomnieć o greckiej wizytówce, jaką jest sos tzatziki. Tak prosty w przygotowaniu, a tak boski w smaku. Świetnie uzupełni smak grillowanych warzyw, grzanek czy mięs. Wystarczy świeży zielony ogórek, jogurt – najlepiej typu greckiego – czosnek, miętę, sól, pieprz i jeśli nie macie jej jeszcze dość oczywiście limonka. Pozostając w kategorii cytrusów, równie łatwym w przygotowaniu będzie sos aioli. Należy roznieść czosnek, połączyć go z sokiem



STREFA SMAKU



autor: Beata Kaźmierczak-Szczepankiewicz

Wizyta w Unox: JAKOŚĆ MADE IN ITALY

Odpowiedni sprzęt to niezbędny element wyposażenia każdej profesjonalnej kuchni. Utwierdziliśmy się w tym przekonaniu podczas wizyty w siedzibie Unox we włoskiej Padwie.

z cytryny, odstawić składniki na kilka minut, a następnie dodać do nich pieprz, oliwę z oliwek oraz majonez i dokładnie wymieszać. Pieczone ziemniaki albo kurczak z grilla, do tego sos aioli? Ideal! Cytryna, a będąc precyzyjnym, sok z niej to również znakomity składnik dipu ziołowego. Wystarczy połączyć go z jogurtem, majonezem, pietruszką, oregano, bazylią, posiekanym tymiankiem oraz ząbkami czosnku i dokładnie zmiksować. W przypadku dipu z suszonych pomidorów sok z cytryny jest jedynie uzupełnieniem głównej bazy przygotowanej ze wspomnianych pomidorów, z czosnku, kaparów, bazylii i drobno posiekanej papryczki chili, majonezu oraz kremowego sera śmietankowego. Interesującą propozycją do dań z grilla będzie z pewnością dip z ciecierzycy. Jak go przygotować? Należy zmiksować odsączoną ciecierzycę

Każdy znajdzie coś dla siebie, jeśli nie będziemy się ograniczać i pozwolimy ponieść się fantazji

z szczypiorkiem, kolendrą, rozarty czosnek, pastę harissa oraz... limonkę. Skoro znów o limonce, to wykorzystajcie ją w trakcie prac przy okazji dipu z czerwonej fasoli. Najpierw wypłuczcie fasolę, zmiksujcie z majonezem, papryczką chili, czosnkiem oraz keczupem, a następnie dorzućcie do tego posiekaną natkę kolendry, pokrojonego w kostkę pomidora, doprawiając wszystko kminem rzymskim i rzecz jasną limonką. Każda z propozycji charakteryzuje się innym smakiem, ale wszystkie są tak samo doskonałymi i pysznymi dipami robiącymi niesamowite wrażenie.

SMAKOWANIE PRZEZ GRILLOWANIE

Smak grilla napędza nasz apetyt. Niejednokrotnie bywa, że w przypadku tradycyjnego dania, nie zjedlibyśmy go w takiej ilości, jak w przypadku grillowanych potraw. Polskie lato nie może upływać inaczej jak pod znakiem kilogramów smażonych na grillu warzyw i różnorodnych rodzajów mięsa. Pamiętajmy jednak, że nie samym grillem żyjemy i warto zaproponować naszym gościom coś smacznego, co nie dość, że znakomicie wkomponuje się w grillowane propozycje, to jeszcze podkreśli ich smak. Gwarantuję to dipy i sosy. Od klasycznych, jak keczup, sos czosnkowy, tatarski, koperkowy czy tysiąca wysp, przez popularne tzatziki, po bardziej wyszukane jak dipy z ciecierzycy czy czerwonej fasoli. Stół przygotowany z myślą o grillu znakomicie uzupełnią salatkę, których podobnie jak sosów przykłady można mnożyć. Dla jednych smaczniejsza będzie klasyczna sałatka grecka, inni zaś wybiorą coleslaw z młodej kapusty, ogórka i bazylii, sałatkę z kapusty oraz awokado czy zdecydowanie bardziej owocową sałatkę z truskawkami, granatem, ricottą i miętą. Każdy znajdzie coś dla siebie, jeśli nie będziemy się ograniczać i pozwolimy ponieść się fantazji w kuchni. W końcu fantazja jest od tego, aby bawić się i to na całego. Smakowanie przez grillowanie. Niech właśnie to hasło przyświeca nam tego lata. Biercie i jedzcie!

Unox – firma założona w 1990 roku we Włoszech, dzięki nowoczesnej technologii oraz innowacyjnemu podejściu, szybko zyskała czołową pozycję w swojej kategorii. Przez lata stopniowo wzrastała, a prawdziwy przełom nastąpił w 2010 roku. Wszystko za sprawą serii nowych pieców CHEFTOP MIND.Maps™ i BAKERTOP MIND.Maps™. To sprzęt stworzony z myślą o profesjonalistach.

W ostatnim tygodniu czerwca mieliśmy okazję odwiedzić siedzibę Unox w Padwie. To właśnie tam znajduje się nowoczesny kompleks „Unox City”, który obejmuje fabrykę wraz z nowo rozbudowanym centrum produkcji i logistyki oraz innowacyjne centrum badawczo-rozwojowe Innovation Hub. Produkowane są tam piece oraz trwają prace nad nowymi technologiami, których celem jest wzbogacenie oferty Unox.

W ramach wizyty mieliśmy przyjemność zwiedzenia fabryki, a także przyjrzenia się procesowi powstawania pieców, zaczynając od płyty głównej, poprzez panel sterujący, drzwi czy okapy, aż po najmniejsze części. Dzięki wydajności produkcji linię opuszcza dziennie aż sześćset pieców!

Ponadto uczestniczyliśmy w prezentacji pieców – poznaliśmy nie tylko ich

funkcje, ale przede wszystkim potencjał wykorzystania w profesjonalnej kuchni. Pokaz kulinarny przygotował dla nas Alberto de Lorenzis, Corporate Chef Unox.

Piece konwekcyjno-parowe Unox to zaawansowane urządzenia stworzone z myślą o maksymalnym komforcie i wszechstronności gotowania. Dzięki połączeniu gorącego powietrza, pary i precyzyjnej kontroli temperatury umożliwiają pieczenie, grillowanie, gotowanie na parze, smażenie gorącym powietrzem, zapiekanie, a nawet gotowanie sous vide.

Piece z linii CHEFTOP MIND.Maps™ wykorzystują najnowsze technologie, aby zapewnić konkretne wsparcie w pracy i dostosować się do każdej kuchni. Zostały zaprojektowane tak, aby zagwarantować maksymalną wydajność w każdych warunkach pracy, a przy tym są bardzo proste w obsłudze. Dzięki wbudowanemu mikrofonowi piecem można sterować głosem. Rozpoznaje on potrawy i automatycznie uruchamia odpowiednie programy dzięki nowoczesnemu czujnikowi optycznemu.

Funkcje, jakie oferują piece Unox, to prawdziwa rewolucja dla szefów kuchni ceniących wygodę i precyzję w codziennej pracy. Doskonałe rezultaty gwarantowane!

Widzieliśmy też, jak pracuje piec konwekcyjno-parowy z przyspieszonym gotowaniem SPEED-X™. To pierwszy w historii piec łączący funkcję pieca konwekcyjnego, parowego i mikrofalowego, oferując szybkość gotowania bez kompromisów w kwestii jakości. Ten zaawansowany technologicznie sprzęt może przygotować pełnowartościowe danie w zaledwie kilka minut, zapewniając możliwości szybkiego serwisu. Dzięki temu w restauracji można gościć jeszcze więcej osób bez utraty efektywności czy smaku. Na własne oczy przekonaliśmy się, że w niecałe sześć minut można przygotować m.in. kurczaka. Mięso było soczyste, a skórka chrupiąca.

Niemalym zaskoczeniem było także EVEREO® – urządzenie przechowujące ugotowane dania w temperaturze, w której są serwowane. Rozwiązanie to stanowi doskonałą alternatywę dla tradycyjnych metod regeneracji i chłodzenia szokowego.

Odwiedziny w siedzibie Unox były wyjątkową okazją, aby zapoznać się z zaawansowanymi technologiami stosowanymi w produkcji pieców oraz zobaczyć portfolio produktów, które odpowiadają na potrzeby restauracji.

Marka Grycan – dedykowana oferta dla rynku HoReCa

Marka Grycan słynie z lodów najwyższej jakości wytwarzanych na bazie rodzinnych receptur.

W tym sezonie, aby jeszcze lepiej sprostać zróżnicowanym oczekiwaniom konsumentów,

marka przygotowała odświeżoną ofertę lodów dla segmentu HoReCa. Lody dostępne są teraz w złotych, 5-litrowych opakowaniach, które zostały zaprojektowane z myślą o odpowiednim dopasowaniu do ekspozycji w pionowych zamrażarkach i bonetach, co wpływa na ich widoczność i ułatwia pracę personelowi lokalu gastronomicznego. Nowa szata graficzna podkreśla najwyższą jakość produktów i nawiązuje do pudełek linii lodów rodzinnych. Oferta obejmuje 16 propozycji smakowych, a wśród nich są najpopularniejsze warianty lodów na śmietance: Waniliowe, Czekoladowe czy Truskawkowe, a także propozycje dla dzieci – smak Tutti Frutti i sorbety z owoców, m.in. Sorbet z Malin, Sorbet z Mango.



Nowość od Bidfood: Frytki Jeffersons – chrupiąca doskonałość

Frytki Steakhouse 9/18 nowej marki Jeffersons stworzonej przez Bidfood to wysokiej jakości dodatek do dań, który może z powodzeniem stać się ich bohaterem. Grube, mięsiste frytki zachwycają chrupiącą skórką i puszystym wnętrzem. Dzięki starannej selekcji niemodyfikowanych ziemniaków każda porcja prezentuje się apetycznie i równomiernie smaży się na złocisty kolor. Doskonale komponują się z mięsem, sosami i dodatkami, sprawdzając się zarówno w klasycznych daniach typu burger czy stek, jak i w kreatywnych koncepcjach kulinarnych. To wszechstronny produkt, który wspiera jakość i powtarzalność serwisu w profesjonalnej gastronomii. Zamów je na: e-bidfood.pl!



Cztery składniki udanego grilla

Zaskocz swoich gości wyjątkowym, naturalnym smakiem grillowanej kiełbasy śląskiej od Doliny Dobra. Mięso wieprzowe, sól, naturalne aromaty i przyprawy – składniki, bez których grillowa uczta po prostu nie może się odbyć! Śląska Kiełbasa 100% polskiej szynki od Doliny Dobra to wysokiej jakości produkt polski wyprodukowany w modelu od pola do stołu. Krótki skład, wyrazisty smak oraz brak sztucznych wzmacniaczy smaku i konserwantów czynią ją idealnym wyborem zarówno do grillowego menu, jak i na sycącą przekąskę. Wszystkie wyroby Doliny Dobra powstają w unikatowym modelu produkcji, opartym na własnych polach uprawnych, paszach i zakładach przetwórczych, dzięki czemu producent ma pełną kontrolę nad łańcuchem powstawania produktów, co daje gwarancję świeżości i smaku.



SAMOA fresh – krem budyniowy termostabilny

Nowość dla profesjonalistów w cukiernictwie! Krem budyniowy termostabilny SAMOA fresh:

- Gładka, kremowa i aksamitna tekstura.
- Naturalny, świeży smak waniliowy.
- Gotowy do użycia – bez potrzeby obróbki wstępnej.
- Krem wyróżnia wszechstronne zastosowanie w produkcji:
 - Do bezpośredniego użycia w drożdżówkach, ciastach półfrancuskich i kopertach z ciasta francuskiego.
 - Jako aplikacja do ciast biszkoptowo-tłuszczowych, babek oraz strucli drożdżowych, tart i tartalek owocowych, a także tortów bezowych z owocami.
 - Jako dodatek do mas serowych przy produkcji serników i drożdżówek.
 - Do zapiekania w ciastach kruchych.
 - Idealny do tworzenia nadzień do eklerów oraz ptysiów.

Zapytaj o próbkę lub złóż zamówienie! Napisz na: bok@axonfood.pl



Nowości marki Lody Koral



Polski producent lodów, którego hasłem przewodnim na ten sezon jest „Wybierz Koral”, nie pozostawia wyboru, zaskakując sektor HoReCa oryginalnymi nowościami. Z nowych smaków przygotowanych specjalnie na sezon 2025 marka Lody Koral proponuje orzeźwiające włoskie Limoncello oraz karaibski smak Piña colada, które dołączają do oferty lodów inspirowanych egzotycznymi drinkami. W ofercie lodów Koral w kuwetach nie zabraknie również tradycyjnych, uwielbianych przez klientów smaków, takich jak: śmietanka, czekolada, bakalia, pistacja, truskawka, wanilia czy mięta z czekoladą. Deser urozmaici smaki owocowe: wiśnia, malina, jagoda i inne. Specjalna oferta dla najmłodszych obejmuje kolorowe pyszne smaki, takie jak: marshmallow, azzurro, guma balonowa czy lody BARBIE™ wata cukrowa i HOT WHEELS™ karmel. Pełny Katalog HoReCa dostępny jest do pobrania na stronie: www.koral.com.pl



Tarta gruszkowa z polewą czekoladową

Zainspirowana klasycznym francuskim deserem Belle Hélène, najnowsza tarta od Vandemoortele łączy kruche ciasto o kakaowej nucie, soczyste gruszki i aksamitną czekoladową polewę w doskonałej harmonii smaku. Kremowa tekstura i perfekcyjnie chrupiący spód tworzą deser, który zachwyca od pierwszego kęsa. Wstępnie porcjowana i gotowa do podania – idealna do gastronomii i sprzedaży detalicznej. Przygotowana z poszanowaniem zrównoważonej produkcji – z użyciem jaj z chowu bezklatkowego. Więcej na: www.vandemoortele.com



Napoje Jarritos

Jarritos to renomowana marka z długoletnią tradycją na rynku Ameryki Północnej i Południowej. Swoją popularność zawdzięcza

tradycyjnej recepturze, opartej na doskonałych proporcjach naturalnych soków owocowych i aromatów (w tym waniliowym), cukrze z trzciny cukrowej i krystalicznie czystej wodzie. Efektem tej starannej kompozycji jest delikatnie gazowany napój o wyjątkowym smaku, wyróżniający Jarritos spośród innych produktów i napojów, dostępnych w Polsce i UE. Smak napojów Jarritos bazuje na egzotycznych owocach, charakterystycznych dla krajów Ameryki Łacińskiej, np. Gujawa, Mango, Truskawka, Ananas, Limonka. W Polsce, marka Jarritos dbając o ekologię oferuje osiem smaków tego kultowego napoju wyłącznie w szklanych opakowaniach o pojemności 370 ml. Importerem i dystrybutorem w Polsce jest ARRIBA Sp. z o.o.

KINGA SPARCLINO

KINGA SPARCLINO to nowa linia napojów typu water drink łącząca krystalicznie czystą wodę z naturalnym sokiem owocowym i delikatnymi bąbelkami. To idealna propozycja dla świadomych konsumentów poszukujących lekkiej alternatywy w duchu trendu NoLo. Warianty cytrynowy i pomarańczowy zawierają 20% soku, oferując naturalne orzeźwienie i autentyczny smak owoców. Sparclino to alternatywa dla słodzonych napojów gazowanych – idealna do celebracji codziennych chwil z naturalnością, elegancją i klasą.



Ultranowoczesne samochody dostawcze marki Opel

Opel prezentuje generację ultranowoczesnych samochodów dostawczych: kompaktowy Opel Combo, średniej wielkości Opel Vivaro i duży Opel Movano. Niepowtarzalna gama lekkich samochodów dostawczych Opel została zaprojektowana z myślą o profesjonalistach. Przemyślana przestrzeń ładunkowa, a także wiodący w swojej klasie zasięg do 420 km w wersjach z napędem elektrycznym – to rozwiązania, które oszczędzają czas i energię Twojego zespołu. Combo Electric, Vivaro Electric i Movano Electric zdolnością operacyjną nie ustępują swoim odpowiednikom z silnikami spalinowymi. Niezależnie od tego, czy prowadzisz mały lokal, czy dużą sieć restauracji – marka Opel oferuje rozwiązania, które realnie się opłacają i to już od 69 900 zł (Opel Combo). Cennik modelu Vivaro w Letnich Cenach Specjalnych zaczyna się od 89 900 zł, a wersji Movano od 99 900 zł. W gastronomii liczy się czas, jakość i smak. Opel dowozi to wszystko. Opel to gwarancja niezawodności. Więcej informacji na: www.opel.pl



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

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



Plakiety Przewodnika

MICHELIN WRĘCZONE!

17 czerwca 2025 roku w przestrzeni Hali Targowej i Wrocławskiego Centrum Kongresowego odbyło się wręczenie plaket Przewodnika Michelin Polska 2025. W gronie laureatów: 1 dwugwiazdkowa restauracja, 6 jednogwiazdkowych, 1 zielona gwiazdka, 21 lokali nagrodzonych Bib Gourmand oraz 80 rekomendacji Michelin Guide Poland 2025. Na liście również Wrocław!

Polska scena gastronomiczna z niecierpliwością wyczekiwała informacji, które restauracje zostaną wyróżnione przez słynny Czerwony Przewodnik. Zwieńczeniem tego wydarzenia była gala oraz uroczysta kolacja degustacyjna, której partnerem była m.in. marka wody Kinga Pienińska.

Dwie gwiazdki utrzymała krakowska Bottiglieria 1881, gdzie szefuje Przemysław Klima. Gwiazdkę utrzymały również poznańska Muga z Arturem Skotarczykiem na czele oraz warszawska Nuta, gdzie króluje Andrea Camastra.

W gastronomicznej biblii, jak w ubiegłym roku, nie zabrakło nagrodzonych jedną

gwiazdką restauracji: Arco by Paco Perez w Gdańsku, restauracji Giewont w Kościelisku oraz warszawskiej restauracji Rozbrat 20.

Zieloną gwiazdkę utrzymała restauracja Eliksir w Gdańsku.

Kolejna gwiazdka rozbiła się w Warszawie za sprawą restauracji hub.praga, gdzie szefem kuchni jest Witek Iwański.

– Cieszę się, że Przewodnik Michelin w Polsce ponownie się rozszerzył, obejmując dynamiczny, a przy tym zachwycający pod względem architektury Wrocław. Nasi słynni anonimowi Inspektorzy znaleźli tu

wiele restauracji godnych polecenia – w tym trzy, które zasłużyły na wyróżnienie Bib Gourmand – komentuje Gwendal Poullennec, dyrektor międzynarodowy Przewodników Michelin.

Menu degustacyjne na ten wieczór przygotowali szefowie kuchni czterech wrocławskich restauracji: Campo Modern Grill, Między Mostami, Tarasowa oraz Wierzbowa 15.

Charakterystyczne czerwone plakiety odebrało łącznie aż 108 restauracji z pięciu regionów Polski.

Gratulujemy!

KINGA

SPARCLINO

NOWOŚĆ

Premium Quality
WATER DRINK



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



Poznaliśmy WIELKOPOLSKIEGO KUCHARZA ROKU 2025!

We wtorek, 17 czerwca 2025 roku w Villi Natura w Dolsku odbyła się jubileuszowa edycja konkursu Wielkopolski Kucharz Roku im. Rafała Jelewskiego. Do rywalizacji przystąpiło aż dwunastu zawodników!

W tegorocznej odsłonie konkursu Wielkopolski Kucharz Roku im. Rafała Jelewskiego zwyciężył Krzysztof Klimaszewski, który reprezentował restaurację Brasserie Selgros w Mysiadle. Zwycięzca otrzymał nie tylko zaszczytny tytuł Wielkopolskiego Kucharza Roku 2025, ale i Puchar Prezydenta Miasta Poznania.

Na drugim stopniu podium uplasował się Kamil Tomczak – reprezentant kaliskiej

Restauracji Belle Epoque. Trzecie miejsce zajął natomiast Przemysław Szwak reprezentujący Restaurację Modrą we Wrocławiu.

Konkursowe zmagania uczestników oceniało jury, w którym zasiadli: Kurt Scheller, Magdalena Ossowska, Marcin Budynek, Sebastian Krauzowicz, Robert Echaust, Dawid Wysocki, Andrzej Truchlewski, Dawid Wojciechowski oraz Piotr Purol.

W programie wydarzenia nie zabrakło pokazów kulinarnych – Paweł Kubera szefujący w poznańskiej restauracji Hyćka przedstawił smaki wielkopolski w kontekście zrównoważonej gastronomii, z kolei Michał Szczepański z hotelu Herbarium opowiedział o zero waste w swojej kuchni.

Ponadto odbyły się masterclassy, w tym poświecony winu musującemu na lato. Gratulujemy!



Fine Dining Week: SEZON NA DOŚWIADCZENIA

Fine Dining Week powraca, otwierając sezon na kulinarne odkrycia, spotkania przy wykwintnych daniach i chwile celebracji. Od 1 lipca do 10 sierpnia 2025 roku na gości czekają mistrzowskie menu – rezerwacje dostępne na stronie [FineDiningWeek.pl](https://www.finediningweek.pl).

Nadchodząca edycja wydarzenia to celebrowanie harmonii smaków, uważności i kulinarnego kunsztu. Hasło „Sezon na doświadczenia” podkreśla ulotność chwili i stanowi metaforę łączącą rytm natury, gastronomii i emocji gości. W duchu sezonowości powstają mistrzowskie menu – dopracowane w każdym detalu i wierne unikalnemu stylowi każdej restauracji.

Jak podkreśla Paulina Piwko, współorganizatorka wydarzenia: zbliżający się Festiwal Sztuki Restauracyjnej to zaproszenie do świata fine diningu, w którym kuchnia osiąga rangę sztuki, a każda wizyta w restauracji staje się celebacją.

Festiwal odbędzie się w największych regionach Polski: Warszawie, Krakowie, Trójmieście, Wrocławiu, Poznaniu, Łodzi, na Śląsku oraz w debiutującym Szczecinie. W wydarzeniu weźmie

udział ponad 100 restauracji, które przygotowały autorskie, sezonowe menu: 3- lub 5-daniowe kompozycje, które stanowią kulinarną opowieść o smaku, porze roku i filozofii danego miejsca.

Aby wziąć udział, należy wybrać liczbę osób, datę, godzinę i jedno z dwóch dostępnych menu. Każda festiwalowa wizyta trwa 120 minut.

Pełna lista restauracji dostępna jest na stronie [FineDiningWeek.pl](https://www.finediningweek.pl).



Odpowiedzi na trudne pytania,

KTÓRE ZADAJE SOBIE BRANŻA GASTRONOMICZNA, POZNAMY 7 PAŹDZIERNIKA 2025 R. NA KONGRESIE SZEFOW KUCHNI I RESTAURATORÓW

7 października RAZEM poszukamy odpowiedzi na kluczowe pytania. Naszymi przewodnikami w tym dniu będą opiniotwórczy i doświadczeni szefowie kuchni: Karol Okrasa, Ernest Jagodziński, Adam Chrzastowski oraz Paweł Gruba.

Dotąd słuchaliśmy, co starsi mają im do zarzucenia. Zgłaszamy gotowość do wysłuchania opinii przedstawicieli pokolenia młodych kucharzy. Oddamy im głos w debacie pt. Praca w gastronomii oczami młodych kucharzy, którą poprowadzi Paweł Gruba doradca i trener branży gastronomicznej, prowadzący szkolenia i wykłady dla menedżerów oraz właścicieli lokali w całej Polsce, twórca formatu „Grube Rozmowy” i współwłaściciel V4B.pl. Dowiemy się, jakie są oczekiwania, marzenia i silne strony Generacji Z, która wchodzi do świata gastronomii.

Paweł Gruba będzie także moderować panel pt. Jak zarabiać na gastronomii i nie wypalić się przez dziesięciolecie? – Skala wypalenia w naszej branży jest ogromna, szczególnie wśród właścicieli, którzy przez lata działają bez realnego wsparcia czy strategii. W rozmowie z doświadczonymi restauratorami i szefami kuchni chcę poruszyć tematy m.in. granic, odpoczynku, delegowania zadań oraz tego, czy można zarabiać bez poczucia, że gastronomia to bieg bez mety – zapowiada moderator.

Adam Chrzastowski – szef kuchni i konsultant HoReCa, zdradzi z kolei recepturę na przebicie się do światowej czołówki fine diningu. – Najlepsze restauracje fine diningowe

to awangarda świata gastronomicznego. Są to miejsca, które podlegają nieustannemu rozwojowi, opierając się jednocześnie na najlepszych produktach i prezentując dania z wykorzystaniem najlepszego serwisu. W restauracji o tym charakterze posiłek to nie jest jedynie zaspokajanie głodu, ale swoista celebra kulinarna – mówi.

Być sobą, czy być trendy – oto jest pytanie! Podczas prezentacji nt. kreowania marki osobistej szefa kuchni spróbuje na nie odpowiedzieć Karol Okrasa, szef kuchni restauracji Platter by Karol Okrasa.

– Kopiować czy kreować – to odwieczne pytanie zadają sobie szefowie kuchni i kucharze. Będę starał się przekonać ich do postawienia na kreację, choć ta wymaga znacznie więcej zaangażowania, ale z drugiej strony pozwala się wyróżnić na bladym tle odtwórców, którzy licznie pojawili się w miejscu twórców – mówi Karol Okrasa.

– Plating to już nie tylko prezentacja, ale element budowania narracji i emocji na talerzu. Obecnie króluje asymetria inspirowana naturą, teksturalny kontrast oraz minimalizm z funkcją. Widoczny jest silny wpływ kuchni nordyckiej i japońskiej z naciskiem na czystość formy i autentyczność składników. Coraz

częściej wykorzystuje się elementy sensoryczne: dym, światło oraz ruch w podaniu dania. To wszystko ma na celu zaangażowanie gościa od pierwszego spojrzenia – uważa Ernest Jagodziński, szef kuchni w studiu kulinarnym Chef's Table, trener Akademii Bocuse d'Or oraz ambasador marki Fine Dine. Na Kongresie Ernest Jagodziński opowie o sekretach mistrzowskiego platingu.

Do jednego stołu zasiądą restauratorzy, influencerzy i marketerzy. Będą dyskutowali o głównych kanałach, z których goście obecnie czerpią opinie o restauracjach. Debata z ich udziałem nosi tytuł: Czy to zimna wojna i skąd goście czerpią opinie o lokalach? Na Kongresie będziemy też gościć Jurka Owsiaaka, który opowie o istocie pracy zespołowej w drodze do sukcesu.

Udział w kongresie jest bezpłatny dla przedstawicieli gastronomii. Wydarzenie ma charakter zamknięty i jest przeznaczone tylko i wyłącznie dla szefów kuchni, kucharzy, restauratorów, menedżerów restauracji oraz właścicieli kawiarni i cukierni. Dlatego rejestracja uczestników Kongresu jest obowiązkowa. Wszystkie informacje oraz panel rejestracyjny zainteresowani znajdą na stronie: www.kongresszefowkuchni.pl.

Gabriela Ziółkowska

NAJLEPSZĄ MŁODĄ SOMMELIERKĄ!

16 czerwca 2025 roku w podkrakowskim Dworze Sieraków odbyły się III Mistrzostwa Polski Młodych Sommelierów Chaîne des Rôtisseurs 2025.

Zwyciężyła Gabriela Ziółkowska. Ma 25 lat, jest absolwentką Winogradnictwa i Enologii na Uniwersytecie Rolniczym w Krakowie, a od niedawna junior sommelierką w krakowskiej restauracji Bottiglieria 1881.

– Było dużo stresu, dużo emocji, a wcześniej kilka tygodni przygotowań – relacjonuje Gabriela Ziółkowska. – Oczywiście miałam nadzieję na dobry wynik, ale zwycięstwo było zaskoczeniem,

bo, nie ukrywajmy, to zawód zdominowany przez mężczyzn. Ale chciałabym pokazać innym kobietom, że to może być także droga dla nich. Życzylabym sobie wytrwałości, skrupulatności i konsekwencji w tym, co się robi. Zależy mi, aby cały czas iść do przodu i się rozwijać – dodaje.

W konkursie wzięło udział dziewięć osób z całej Polski. Ich zmagania obserwowała trzysobowa komisja: Łukasz Górski (sędzia główny konkursu, zwycięzca

Chaîne des Rôtisseurs w 2023 roku) oraz Ewa i Wojciech Starzyccy (edukatorzy winiarscy, sędziowie wielu konkursów winiarskich, przedstawiciele Stowarzyszenia Sommelierów Polskich).

Tytuł wicemistrza Polski i srebrny medal otrzymał Maksymilian Woźnicki z warszawskiej restauracji Nolita, a miejsce trzecie zajął Mateusz Sabała z restauracji Dialog w Warszawie.

Gratulujemy!

Finał III Edycji

AKADEMII MISTRZÓW SMAKU BY BELVEDERE

23 czerwca 2025 roku w Warszawie odbyła się gala finałowa III Edycji Akademii Mistrzów Smaku by Belvedere. Absolwenci odebrali nagrody oraz dyplomy.

Uroczystość przyciągnęła pasjonatów sztuki kulinarnej oraz przedstawicieli branży. Nie zabrakło emocji, wzruszeń i kulinarnych uniesień. Uroczystość poprowadzili prezeska Belvedere Gourmet Group i założycielka Akademii, Elżbieta Nitsze, oraz ekspert merytoryczny – Paweł Gruba.

Wyróżniono najlepszych studentów roku akademickiego 2024/2025, przyznając im nagrody specjalne. Nagrodę główną – 11-dniową podróż kulinarną oraz

staż u szefa kuchni Erica Vildgaarda w trzygwiazdkowej restauracji Jordnaer w Kopenhadze, otrzymała Joanna Kaniecka z Zespołu Szkół Przemysłu Spożywczego w Kielcach. Nagrodę dla Najlepszego Cukiernika przyznano Wiktorowi Budajowi z Zespołu Szkół Gastronomicznych w Łodzi, który otrzymał pięciodniowy kurs cukierniczy w Akademii Czekolady Callebaut Polska.

Pierwsze wyróżnienie powędrowało do Mateusza Rutkowskiego z Zespołu Szkół Zawodowych nr 4 im. Adama Chętnika w Ostrołęce. Wyróżnieni zostali także: Jakub Jacolik z Zespołu Szkół im. J. K. Kluka w Wojewodzinie, Julia Janik z Zespołu Szkół Przemysłu Spożywczego w Kielcach oraz Oskar Wolny – reprezentant Zespołu Szkół Gastronomicznych im. Karola Libelta w Poznaniu.

Gratulujemy!



KADAYIF

PRAŻONE CIASTO

Złociste nitki, które zamieniają
każdy deser w dzieło sztuki

AxonFood

Axon Food sp. z o.o. ul. Sobotecka 23
60-161 Poznań +48 605 945 700
bok@axonfood.pl www.axonfood.pl

10kg
KARTON

ATRAKCYJNA CENA
25,90
za kg

Promocja trwa do wyczerpania zapasów

PRODUKT
POLSKI

DOLINA DOBRA

Przechlewo

od 1994

bez
konserwantów



**GRILLUJ
Z DOBRYM SKŁADEM!**

