

Szef Kuchni

MAGAZYN BRANŻY GASTRONOMICZNEJ



IRH/4
BOCUSE D'OR
POLAND 2023
Tomasz Soczumski
Candidate

Ideę za ciosem

ROZMOWA Z TOMASZEM SOCZUMSKIM

ERGONOMIA ZA BAREM

RAPORT: STREET FOOD

IMPREZY PLENEROWE

Partnerzy targów i konferencji:



MIĘDZYNARODOWE BRANŻOWE TARGI ŻYWNOSCI

Warsaw FOOD Expo 7. EDYCJA

20-22 MAJA 2025

ZAREJESTRUJ SIĘ



Poland FOOD
Conference

Organizator:



Patroni Medialni:



Nadszedł maj. Miesiąc pełen smaków i aromatów docierających do nas zarówno z lokalnych bazarków, jak i gwarnych ogródków. W powietrzu unosi się także zapach grilla i słodka woń piwa, przypominając, że właśnie rozpoczął się sezon festiwalu oraz imprez pod chmurką.

Świat gastronomii rozkwita, wskazując, że to nie tylko smak i technika – to także nieograniczone pole do rozwoju, kreatywności oraz budowania własnej drogi zawodowej. Dla wielu to pierwszy krok na zawodowej ścieżce, dla innych – całe życie pełne wyzwań, ambicji i nieustannego rozwoju. Dziś, bardziej niż kiedykolwiek, sektor HoReCa otwiera drzwi do kariery nie tylko za kuchennym blatem, ale też w biznesie, mediach czy edukacji.

Bohaterem majowego wydania jest Tomasz Soczumski – współwłaściciel restauracji Lokalna, szef kuchni restauracji Żółty Słoń w Kielcach. W rozmowie ujawnia, jak wiele ścieżek kariery można wytyczyć, mając solidne fundamenty i determinację. Prowadzi własny biznes, samodzielnie zarządza kuchnią, a ostatnio poszerzył swoją działalność o projekt w ramach telewizji internetowej, gdzie prowadzi autorski segment. To dowód na to, że gastronomia to branża dla ludzi z pasją i pomysłem. Sukces czeka tu na tych, którzy potrafią łączyć smaki z autorską wizją i odwagą.

Drodzy Czytelnicy, niech ta historia zainspiruje Was do podejmowania kolejnych kroków w Waszej gastronomicznej przygodzie.

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:
DAMIAN DEPTUŁA, MARTA KOSECKA,
MARCIN KUREK, DAMIAN SUROWIEC,
ALEKSANDER TĘCZA, 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:
LIGHTBULB.CREATIVE

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

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

**BEZPŁATNY MIESIĘCZNIK DLA
BRANŻY GASTRONOMICZNEJ**



NAKŁAD:
10.000 EGZEMPLARZY





14



18



42



6

STREFA SZEFA

11 Sandacz z patelni/karmelizowana kiszona kapusta z borowikami/blin ziemniaczany/purée z pieczonego selera – przepis

12 Odwiedzalność, popularność, ciekawość – felieton Agaty Wojdy

14 Śniadanie w hiszpańskim stylu

17 Olej rzepakowy w dobrej restauracji

STREFA MENEDŻERA

18 Raport: street food w sektorze HoReCa

24 Pralnictwo: niewidzialny fundament HoReCa

27 Wielkie zainteresowanie Targami HoReCa Transgourmet i Selgros

28 Ekspres: profesjonalne wsparcie Twojego lokalu

32 Ergonomia za barem – na co zwrócić uwagę?

34 Sposób na efektywność, czyli monoblok w kuchni

36 Zwolnienie dyscyplinarne, a więc już tutaj nie pracujesz!

STREFA SMAKU

38 Imprezy plenerowe – czas, start!

41 Muzyka w restauracji: Twój sekretny składnik sukcesu

42 Owoce morza: smak, który inspiruje

45 Nowości

WYDARZENIA

48 Gastrotargi SMAKKi za nami!

49 Poland 100 Best Restaurants Awards 2025/ Chefs en Or – znamy zwycięzcę!

50 Bitwa na drobiowe smaki IV: walka o puchar rozstrzygnięta!/ Vera Pizza Napoletana Champion Poland 2025: wyniki

TEMAT NUMERU

6 Idę za ciosem – rozmowa z Tomaszem Soczumskim, współwłaścicielem restauracji Lokalna, szefem kuchni restauracji Żółty Słoń w Kielcach

autor: Zuzanna Wójt

Ideę ZA CIOSEM

Ciągle ma apetyt na więcej. O możliwościach rozwoju w gastronomii, nowych projektach, a także o równowadze między pracą a życiem osobistym rozmawiamy z Tomaszem Soczumskim, współwłaścicielem restauracji Lokalna, szefem kuchni restauracji Żółty Słoń w Kielcach.

Co sprawiło, że zainteresował się Pan gotowaniem?

To trudne pytanie. Zaczynając szkołę, nie wiedziałem, jaki zawód wybrać. Chciałem iść na informatyka albo na kucharza. Nie mam pojęcia, dlaczego zdecydowałem się pójść w stronę gastronomii (śmiech).

Od dziecka miałem styczność z gotowaniem, u nas w domu było na porządku dziennym, jednak jako nastolatek nie pichciłem. Gotowaniem zainteresowałem się dopiero podczas praktyk, kiedy poznałem ludzi z branży gastronomicznej. Wtedy ta pasja zaczęła kielkować.

Praktyki okazały się momentem przełomowym?

Chodziłem do jedynego gastronomika w regionie. W tej chwili młodzież uczy się od wykwalifikowanego personelu, czyli szefów kuchni, a mnie gotować uczyła pani od katechezy (śmiech). Początki w szkole były słabe, w zasadzie niczego się nie nauczyłem.

Prawdziwa nauka zaczęła się na praktykach w domu weselnym. Z perspektywy czasu uważam, że to był bardzo dobry start. To nie była kuchnia zjawiskowa, ale poznałem podstawy, które każdy młody kucharz powinien znać. Oczywiście nie zacząłem od razu gotować, najpierw pracowałem na zmywaku. Dopiero w drugiej klasie szef kuchni zaprosił mnie do wspólnego gotowania. Rosół, naleśniki, placki ziemniaczane – od tego zaczęliśmy.

Dzięki temu przekonał się Pan, na czym polega praca w kuchni. Jak wyglądały Pana początki w gastronomii?

Patrząc na moją ścieżkę kariery, to przeszedłem każdy etap – od zmywaka, poprzez kuchnię śniadaniową, bufetową, ciepłą, zimną, deserownię, na stanowisku szefa kuchni kończąc.

Zostałem szefem kuchni, mając dwadzieścia trzy lata. Popełniłem ogrom błędów, jednak cały czas się uczyłem. To nie jest łatwy zawód. Wymaga ciągłego doskonalenia warsztatu. Na co dzień musisz być zarówno kucharzem, jak i księgowym, a czasami nawet pielęgniarką lub psychologiem. To ciężki kawałek chleba, bo jest ciśnienie i presja, aby być coraz lepszym. To wieczna gonitwa.

Praca w gastronomii bywa bardzo wymagająca. Jak znajduje Pan czas na prowadzenie własnej restauracji, pracę w Żółtym Słoniu i inne projekty?

Na co dzień jestem szefem kuchni w Żółtym Słoniu, ale znajduję też czas na pracę w restauracji Lokalnej, którą współprowadzę

z moim wspólnikiem. Mimo różnicy wieku i charakteru – ja jestem młody i energiczny, a on ma odpowiednie doświadczenie – dogadujemy się jako partnerzy w biznesie.

Dlaczego mając własną restaurację, pracuje Pan gdzie indziej?

Nie raz myślałem, żeby skupić się tylko na swoim biznesie. Po co mi ta praca? Może warto zrezygnować? Jestem marzycielem, ale twardo stąпам po ziemi.

Żółty Słoń to dla mnie firma-matka. Właściciele darzą mnie zaufaniem i są otwarci na inne moje projekty. Są świadomi, że wywiązuję się ze swoich obowiązków, a jednocześnie wiedzą, że chcę się rozwijać, i mi na to pozwalają. Ba, gdy robię coś dodatkowego, podkreślają, że służą radą i pomocą. To rzadkość, aby mieć takich szefów. Są dla mnie prawie jak rodzina.

Wkrótce na horyzoncie pojawią się projekty, które będę realizował właśnie z właścicielami Żółtego Słonia. Chcemy stworzyć m.in. akademię kulinarną połączoną z fundacją na rzecz chorych dzieci oraz hotel butikowy.

Czy w tym wszystkim ma Pan jeszcze czas na gotowanie?

Można rozróżnić dwa typy szefów kuchni: jedni pracują w dużych obiektach lub sieciach restauracji i zajmują się głównie ustalaniem grafiku, zamawianiem towaru, liczeniem czy kalkulacją słupków, a drudzy po prostu gotują.

Staram się tak zorganizować życie, abym, jako szef kuchni, nadal mógł gotować. Przychodząc codziennie do pracy, zaczynam od nastawienia bulionu. Oczywiście nie dałbym rady bez zespołu. Przez lata kariery poznałem mnóstwo ludzi, dzięki



zdj. Lightbulb.Creative



którym udało się go stworzyć. Z biegiem czasu jedni przychodzili, drudzy odchodzili, ale zostało wiele osób, z którymi do tej pory współpracuję, również przy nowych projektach.

W Żółtym Słoniu mam zastępcę – Ewelinę, która pracuje ze mną od prawie dziesięciu lat, od otwarcia restauracji. W zespole jest też wielu młodych ludzi – mam czwórkę praktykantów, którzy już wiodą prym na zmianach. Dodają energii i świeżego spojrzenia na kuchnię. Z kolei w restauracji Lokalnej szefem kuchni jest mój przyjaciel Łukasz, z którym współpracuję od kilkunastu lat. Wiem, że mogę mu zaufać, bo kuchnia tradycyjna, bazująca na lokalnych produktach jest jego konikiem.

Dzięki zespołowi i ludziom, którymi się otaczam, mam chęć, aby cały czas zaczynać coś nowego.

Co w takim razie jest Pana zawodowym konikiem?

Uwielbiam gotować zupy. Zawsze powtarzam, że, jako Polacy, możemy poszczycić się ich bogactwem. Wydaje mi się, że jesteśmy jednym z krajów, który posiada najwięcej przeróżnych zup.

Pewnie wyniosłem to z domu rodzinnego, bo moja mama często gotowała właśnie zupy. Kapuśniaczek, krupniczek czy zalewajka z ziemniakami – to dania, które najczęściej pojawiały się u nas na stole.

Poza tym lubię się uczyć i doświadczać nowych smaków. Jestem w stanie ugotować wszystko, a jeżeli czegoś nie umiem, to mam wielu znajomych szefów kuchni, z którymi mogę wymienić poglądy.

Oczywiście warto też zajrzeć do Internetu. Jest wiele możliwości, aby się doksztalać i próbować nowych rzeczy.

Czy to Pana źródła inspiracji do tworzenia nowych dań i połączeń smakowych?

Czy jesteśmy jeszcze w stanie stworzyć coś nowego? Wydaje mi się, że wszystko zostało już wymyślone (śmiech). Na rynek raczej nie wejdą zupełnie nowe produkty, dlatego musimy działać na tym, co jest dostępne.

Teraz ponownie wracamy do prostoty. Trzy elementy na talerzu i to wszystko! Tradycja w nowym wydaniu. Najważniejszy jest dobry produkt. Wracam do tego, co kiedyś gotowałem, tylko zupełnie inaczej to podaję.

Najlepiej skupić się na tym, co się sprawdza?

Przed wszystkim trzeba patrzeć na to, co goście chcą jeść! To rynek nas weryfikuje. Przed pandemią był trend na łączenie oryginalnych składników – ludzie szukali nietypowych połączeń smakowych, a po pandemii do łask wróciła kuchnia tradycyjna. Goście znowu chcą zjeść dobrego schabowego czy mielonego. Kuchnia, jak moda, cały czas zatacza koło.

Jaką rolę odgrywa w tym lokalność? Jakie smaki prosto z Kielecczyny przenikają do Pana dań?

W karcie jest m.in. zalewajka. Opieramy się głównie na regionalnych dostawcach. Jeśli chodzi o warzywa, to współpracujemy z lokalną giełdą, a wysokiej jakości mięso zapewnia nam lokalny producent.

To, co możemy, pozyskujemy lokalnie, ale, oczywiście, korzystamy także z usług ogólnopolskich hurtowni. Niektórych produktów nie da się inaczej kupić. Liczy się także czas. W internecie często możemy natknąć się na filmiki, na których widać szefa kuchni wybierającego warzywa na bazarku. Ja też robię takie nagrywki, ale zastanówmy się, jaki szef kuchni miałby czas, żeby iść na rynek? To ściema (śmiech). Wstaje o szóstej rano, wybiera sobie najświeższą rybkę i warzywka. Takie rzeczy tylko w filmach (śmiech).

Zamawiamy kompleksowo, zaczynając od talerza, po marchewkę, na środkach czystości kończąc.

Kompleksowość jest bardziej opłacalna?

Nie sądzę, aby zawsze tak było, gdybyśmy to wszystko zliczyli. Droga od zamówienia towaru do produktu, który ląduje na talerzu



gościa, jest długa. Papierologia, która temu towarzyszy, nie ułatwia sprawy. Zamawiając warzywo taniej niż lokalnie, zaoszczędzimy co prawda czas i zejdziemy o kilka złotych, ale każda faktura to jest kolejna zapłata. Księgowa ma więcej pracy, więc wystawia większą fakturę, i koło się zamyka...

Dbałość o food cost i jakość produktów to kolejne wyzwania, jakie stoją przed szefami kuchni.

To istotne, bo produkt jest najważniejszy. Jak jest jakościowy, to można zrobić coś naprawdę fajnego.

Niedawno rozpoczął Pan działalność związaną z organizacją eventów. Jak narodził się ten pomysł?

Ten pomysł dojrzewał we mnie parę lat. Nie miałem jednak możliwości, aby go zrealizować, ani nie byłem tak zorganizowany. Dopiero teraz nadszedł właściwy moment.

Projekt Top Chefs polega na organizacji prywatnych eventów. Zebranie ekipy i dojazd do konkretnego domu to tylko wierzchołek góry lodowej. Żeby zorganizować taką imprezę, bez względu na to, czy mamy gotować dla dziesięciu, czy stu osób, potrzeba odpowiednich warunków. To nie chałtura! Całą produkcję przygotowujemy w profesjonalnej kuchni. Jako właściciel restauracji mam taką możliwość.

W moim teamie są najbliżsi współpracownicy i wieloletni przyjaciele. Gdy zbliża się impreza, kontaktuję się z nimi na naszej grupie, zajmuję się logistyką, opracowuję menu, wystawiam faktury, a jeśli mam czas, to też jadę, aby gotować. To projekt, dzięki któremu nie muszę rezygnować z moich dotychczasowych zobowiązań. Nie rzucam wszystkiego na jedną szalę, po prostu idę za ciosem.

To pokazuje, że gastronomia to branża, która oferuje wiele możliwości.

Zaczynając tę działalność, daję również możliwość dodatkowego zarobku moim współpracownikom. To projekt premium, docelowymi klientami są osoby, które chcą zorganizować świetne przyjęcie lub kolację degustacyjną we własnym ogrodzie. Zazwyczaj to także pasjonaci jedzenia, którzy oczekują od niego czegoś więcej. Podczas takich wydarzeń uwielbiam opowiadać o procesie produkcji i konkretnych daniach, aby zapewnić im dodatkową rozrywkę. To zabawa i show. Wtedy jestem w swoim żywiole.

W roli showmana możemy Pana zobaczyć w telewizji internetowej, gdzie prowadzi Pan segment kulinarny. Proszę powiedzieć więcej na temat tej inicjatywy.

Pierwszy live za nami. Kanał Hajp Media działa w serwisie YouTube. Ukłony dla Bartka Zdybiowskiego, pomysłodawcy projektu.

Mam segment kulinarny w ramach „Hajpowych Poranków”, czyli telewizji śniadaniowej, ale prowadzę też program „Polityka od Kuchni”, do którego zapraszam do wspólnego gotowania polityków, aby wyciągać od nich smaczki polityczne i ciekawostki z życia prywatnego. W kuchni człowiek znacznie bardziej się otwiera. Chcę wprowadzić do tego formatu dużo luzu i uśmiechu, aby pokazać ich z nieco innej strony.

Lubię wyzwania i nowe projekty. Nie wiem, czy to wyjdzie, ale dlaczego nie spróbować?

W jaki sposób godzi Pan wiele projektów z życiem osobistym? Czy zachowanie balansu jest możliwe?

Bywa trudno. Jest to wyzwanie, bo mam żonę i ośmioletnią córkę, która jest kopią mnie (śmiech). Jakoś mi się jednak udaje. Czasami są kłótnie i nerwy, jak w każdym domu, tym bardziej, kiedy jest duży natłok pracy, ale poukładałem sobie wszystko w głowie. Nie chcę się w tym zatracić. Najważniejsza jest organizacja przestrzeni wokół siebie. Latam, biegam, jestem wszędzie, ale mam czas, żeby zawieźć córkę na akrobatykę, wyjść gdzieś z żoną czy pojechać na wakacje. Na to zawsze znajdzie się czas.

TOMASZ SOCZUMSKI

współwłaściciel restauracji Lokalna, szef kuchni restauracji Żółty Słoń w Kielcach

autor: Tomasz Soczumski

Sandacz

Z PATELNI/KARMELIZOWANA KISZONA KAPUSTA Z BOROWIKAMI/BLIN ZIEMNIACZANY/PURÉE Z PIECZONEGO SELERA

Składniki (na 4 porcje):

- 800 g filetu z sandacza
- 50 g masła
- 400 g kiszonej kapusty
- 1 średnia marchew
- 100 g świeżych borowików
- 5 g rozmarynu
- 5 g świeżego tymianku
- 100 g wędzonego boczku
- 2 g natki pietruszki
- 300 g selera
- 350 g ziemniaków
- 60 g mąki pszennej
- 45 g mąki ziemniaczanej
- 100 ml śmietanki 36 proc.
- 60 g kwaśnej śmietany
- 4 jajka
- 70 g cebuli
- 2 ząbki czosnku
- sól, pieprz i cukier do smaku
- mikroliszcze do dekoracji

Sposób przygotowania:

1. Ziemniaki i seler w skórkach pieczemy w folii aluminiowej w temperaturze 200°C przez około 40 minut (seler dłużej, do miękkości). Upieczone warzywa obieramy i przepuszczamy przez praskę.
2. Do wystudzonej masy ziemniaczanej dodajemy mąkę pszenną, ziemniaczaną, połowę masła i jajka (żółtka dodajemy od razu, a białka ubijamy na sztywną pianę i dodajemy na koniec, po doprowadzeniu, delikatnie wkręcając). Następnie masę ziemniaczaną parujemy w formach silikonowych lub blaszkach w temperaturze 85°C przez 20 minut. Tak przygotowane bliny ziemniaczane smażymy w głębokim tłuszczu.
3. Do selera dodajemy śmietankę i blendujemy na gładką masę, doprawiając do smaku.

4. Kiszoną kapustę odciskamy i smażymy z dodatkiem cebuli, czosnku i grzybów, podlewając wodą i doprawiając na koniec solą, pieprzem i cukrem.
5. Z sandacza wyjmujemy ości, nacinamy skórę i smażymy na rozgrzanej patelni od strony skóry, następnie bastujemy poprzez wrzucenie masła i ziół.
6. Gorące elementy dania serwujemy na talerz i tworzymy kompozycję z purée z selera, ryby, kapusty i blina. Rybę można skropić cytrusem lub dodać zioła.

autor: Agata Wojda

Odwiędzalność, POPULARNOŚĆ, CIEKAWOŚĆ

Jednym z najtrudniejszych, a zarazem najbardziej podniecających, momentów początku działania własnej restauracji jest pierwszy miesiąc od jej otwarcia. Wyróżnia go specyficzna dynamika, która może przyjąć najróżniejszy przebieg.

Początek działalności możemy spędzić przy pustej sali lub równie dobrze możemy spotkać się z wielkim zainteresowaniem, o którym nawet nie marzyliśmy. Oczywiście każdy z nas zakłada, że osiągnięcie sukcesu, jednakowoż los, okoliczności, relacje i pewnie, jak to w gastronomii bywa, sto innych plag egipskich może w tym namieszać. Dość długo trzymała mnie myśl, że każde otwarcie musi być dopięte na ostatni guzik w pierwszej godzinie działalności. Przemysłane menu, przygotowany personel, przewijak w łazience, karty w trzech językach, fartuchy z logo i uśmiechnięta ekipa, a zwłaszcza „pani zmywakowa”. Młodsze pokolenia restauratorów zweryfikowały moje podejście, kładąc zdecydowanie większy nacisk na pomysł, „zajawkę”, spontaniczność lub przypadkowość. Tymczasowe może być nie tylko menu, ale i personel, a nawet szef kuchni. Nieformalny strój domowy, kategorię wstręt do noszenia zapasek, spontaniczny serwis, neutralny wyraz twarzy u większości poza „panią zmywakową”, bo fajnie, że nadal jest i się uśmiecha.

Przygotowanie otwarcia takich miejsc zaczyna się od uruchomienia profilu społecznościowego na długo przed startem, a następnie wrzucania tam dowolnej porcji materiału inicjującego ciekawość, zbieranie obserwatorów, gromadzenie lajków za kota w worku. To budowanie społeczności dookoła projektu prowadzonego do samego końca w tajemnicy, której nie podkradnie szybko reagująca konkurencja. Z wyprzedzeniem się nawiązuje kontakty z blogerami, selekcjonuje się też tych, którzy dość szybko samowolnie się zgłaszają, proponując, w ramach dealu, spontaniczną, dobrą recenzję.

Dziś nie handluje się realną wiedzą, ale zasięgami i na ich podstawie nawiązuje współpracę. Coraz mniej ulotek, banerów, reklam na papierze. Zdarza się współpraca z agencjami budowania marki, które dość szybko pomagają uplasować dane miejsce

w sztucznych nieco rankingach zaje... pardon, wyjątkowości. W pewnym miejscu, które naprawdę dobrze gotuje, zbyt szybko jak na lokalizację, charakter, bardzo krótki czas pobytu na rynku pojawili się... zagraniczni goście o azjatyckich rysach absolutnie pogubieni w tym, gdzie się znaleźli. Australijki, które pierwszy raz były w Polsce i jeszcze nic naszego nie jadły, wymieniły to miejsce jako warszawską miejscówkę do obowiązkowych odwiedzin dla obcokrajowców. Tak im zasugerowano. Anulowałam im to powiadomienie, sugerując nieco inną kolejność poznawania kuchni polskiej, zwłaszcza że chciały spróbować żuru i ogórkowej.

Nie ma dziś w polskiej rzeczywistości krytyków kulinarnych, co jeszcze na świecie się tli. Z nimi również nawiązuje się relacje, zapraszając na ciche lub publiczne otwarcie. Zawsze jest ryzyko, że cały projekt nie będzie spójny z gustem krytyka. Zawsze jest też ryzyko, że coś pójdzie nie tak, zatem będę bronić kwestii dobrego i świadomego opracowania wszystkich dań. Entuzjazm z wizyty konkretnych influencerów warto powściągnąć do publikacji przez nich materiału. Nic się tak dobrze nie klika w Internecie, jak negatywy, porażki, wpadki

i hejt. Niełatwe to czasy i praktyki, których nowe miejsca mogą już na wstępie doświadczyć. I choćbyśmy mieli słuszne uwagi do wiedzy gastronomicznej (lub jakiegokolwiek) tych osobistości, to ich publikacje potrafią bardzo namieszać. Zawsze będę również powtarzać, że decyzja o współpracy z wpływowymi osobami może nas bardzo zabołec przy decyzji o jej przerwaniu.

Popularność nowych konceptów jest bardzo kapryśna. Ogromne zainteresowanie potrafi gwałtownie osłabnąć, a młodzi goście nie zakotwiczą się na długo, bo Internet już szykuje dla nich kolejne lokalizacje do zaliczenia. Są dość wierni lokalnym, przydomowym konceptom, ale pod warunkiem, że karmią smacznie, a oni czują się w nich traktowani po sąsiedzku i po prostu się tam, od czasu do czasu, wpada. Przypadkowy przybysz lekko zaburza taką społeczność i feng shui tego miejsca.

Wiele mam na swojej liście miejsc, które odwiedziłam z ciekawości wynikającej z ich popularności. Odhaczamy je z przyjaciółką i wracamy do sprawdzonych ulubionych konceptów. One też potrafią w zadziwiający sposób zmienić klientelę czy charakter miejsca. Jedną z warszawskich restauracji pierwotnie adresowana, z dużym sukcesem, do zasobnych biznesmenów, nie burząc zasobów menu ani stylu wnętrza, całkowicie podmieniła docelowego gościa. I jestem pewna, że rozegrała to konkretna agencja przy pomocy konkretnych narzędzi, jakie oferuje obecnie rynek influencerów.

Popularność może przeminać, ciekawość u „nowych” ktoś lub coś musi wzniecić. Na bywanie w starych miejscach pojawia się konkretna moda. Robi się bohatera z barmana, klimatu, tatarsa lub najtańszego obiadu w mieście. Regularna „odwiędzalność” restauracji przez gościa

decyduje, banalnie mówiąc, o jego być lub nie być. Zapewnia oczywiście dochód, ale zapewnia także przekonanie, że tworzymy coś we właściwym miejscu i chyba dobrze.

Wielu, wielu z nas otworzyło swoje adresy z myślą, że będą funkcjonowały już zawsze. Z powołania, z powodu wykształcenia i „zajawki”, a czasem też misji. Nie traktują ich jak projekty, ale jako dzieło życia. Może dlatego nie wyobrażają sobie, że mogłoby być inaczej, skoro tak jak byli przygotowani pierwszego dnia otwarcia, tak i będą codziennie do dziś. Na pytanie znajomych, jak tam to nowe, tak popularne dziś, miejsce, odpowiadam, że pogadamy za rok. Jak minie ciekawość, przekonamy się, czy zostanie popularność i „odwiędzalność”.



AGATA WOJDA

szef kuchni w bistro
Ferment Dom Sadyba
w Warszawie

REKLAMA

Dla szefów wszystkich kuchni

Zyskujesz:

- indywidualne ceny
- 100% Service Level i gwarancję świeżości
- duże opakowania gastronomiczne
- szeroki wybór marek własnych tg Economy i Topseller

obserwuj nas na LinkedIn

**TRANSgourmet
SELGROS**

Skontaktuj się z nami

transgourmet.pl
kontakt@transgourmet.pl
0 800 467 322

selgros.pl/horeca
horeca@selgros.pl
0 800 505 105



autor: Damian Surowiec

Śniadanie W HISPANISKIM STYLU

Jako szef kuchni z wieloletnim doświadczeniem w kuchni hiszpańskiej i baskijskiej, mam przyjemność zaprezentować menu śniadaniowe, które odzwierciedla charakterystyczne smaki tych regionów.

Starałem się połączyć tradycje hiszpańskie z polskimi gustami, tworząc ofertę, która będzie nie tylko autentyczna, ale i przystępna dla polskich podniebień. Śniadanie w Hiszpanii, zwłaszcza w Kraju Basków, to posiłek pełen świeżości i prostoty, ale jednocześnie bogaty w smaki. Jako szef kuchni chciałbym przybliżyć tę kulinarną różnorodność i oferować potrawy, które zadowolą każdego, kto pragnie spróbować hiszpańskiej kuchni na śniadanie.

PAN CON TOMATE Y JAMÓN IBERICO BELLOTA – CHLEB Z POMIDOREM I SZYNKĄ SERRANO

Pierwszym daniem, które idealnie wprowadza w klimat hiszpańskiego śniadania, jest pan con tomate y jamón iberico de bellota. To klasyka, którą można znaleźć w niemal każdej kafejce w Hiszpanii, natomiast w Kraju Basków jest to niemalże tradycja. Chleb tostowy (lub bardziej tradycyjny, wiejski chleb) jest posmarowany czosnkiem oraz dojrzałym startym pomidorem, skropiony oliwą z oliwek i posypyany solą. Na wierzch układa się cienkie plastry jamón iberico de bellota, czyli hiszpańskiej szynki dojrzewającej „pata negra” ze świni tuczzonej żółdziejami. Smak pomidora z oliwą, w połączeniu z delikatną szynką, tworzy niesamowitą harmonię smakową, która zadowoli gości, którzy potrafią docenić prostotę i świeżość w kuchni.

Polacy, którzy często wybierają chleb z wędliną na śniadanie, będą zachwyceni tą wersją, biorąc pod uwagę, że szynka iberico ma wyrazisty, intensywny smak. To danie doskonale łączy się z kawą lub świeżym sokiem, co czyni je świetnym wyborem na

poranne śniadanie. To okazja, aby wyjść poza schemat, nie rezygnując z ulubionych połączeń smakowych.

TORTILLA ESPAÑOLA – HISPANISKI OMLET

Kolejnym daniem, które stanowi niezaprzeczalną klasykę hiszpańskiego śniadania, jest tortilla española. Co je wyróżnia? O ile tortilla często kojarzy się nam z psennym lub kukurydzianym plackiem, o tyle jej hiszpańska wersja proponuje coś nieco innego. To omlet z ziemniakami i cebulą, który jest jednym z symboli hiszpańskiej kuchni.

Tortilla española jest doskonałą propozycją na śniadanie. Po pierwsze jest sycąca i pełna smaku, a po drugie jej prostota czyni ją idealną do szybkiego przygotowania. Ziemniaki smaży się na oliwie z oliwek aż staną się miękkie, następnie miesza się je z cebulą i wlewa do nich roztrzepane jajka. Całość smaży się na małym ogniu, aby uzyskać gładką, kremową konsystencję wewnątrz i lekko chrupiącą zewnętrzną warstwę.

Kraina Pigwowca

Dariusz Zalewski

tel. 601 22 06 38

e-mail: zpigwowca@gmail.com

www.krainapigwowca.pl



Lemoniada z pigwowca

**Niesamowicie orzeźwiająca,
pełna świeżości i witaminy C.**

Ponadto w naszej ofercie:

- sok z pigwowca 100%
- sok z pigwowca z jabłkiem
- dżem z pigwowca
- owoce pigwowca kandyzowane
- syrop z pigwowca
- świeże owoce pigwowca
- suszone owoce pigwowca
- mrożone owoce pigwowca

To wszystko tworzymy z owoców z własnej plantacji – wiemy, co jemy!

Świetnie komponuje się z hiszpańskim chlebem lub lekką sałatką. Polacy, którzy są przyzwyczajeni do jajecznicy czy omletów, będą zachwyceni taką wersją, która jest bardziej sycąca, a zarazem pełna aromatu. Można ją podać w tradycyjny sposób w kawałkach, na ciepło lub na zimno, co czyni ją jeszcze bardziej uniwersalnym daniem.

CHURROS Z GORĄCĄ CZEKOLADĄ

W Hiszpanii, zwłaszcza w okolicach Madrytu, bardzo popularnym przysmakiem na śniadanie są churros – smażone ciasto w kształcie rurek posypane cukrem pudrem. Zazwyczaj podaje się je z gęstą, gorącą czekoladą, w której można je maczać. Jest to idealna propozycja dla tych, którzy lubią rozpocząć dzień na słodko. U nas tego typu, słodkie śniadania również są cenione zwłaszcza w połączeniu z kawą, więc churros będą doskonałą alternatywą dla tradycyjnych pączków czy rogalików.

Churros to danie, które nie tylko wprowadza nas w hiszpański klimat, ale także jest pyszne i satysfakcjonujące. Ich chrupiąca powierzchnia i miękki środek idealnie komponują się z gęstą czekoladą.

PINTXOS – MAŁE PRZEKĄSKI NA JEDEN KĘS

W Kraju Basków śniadania mają nieco inną formę niż w pozostałych częściach Hiszpanii. Tam popularne są pintxos – małe dania, często w formie kanapki na bazie bagietki z różnymi dodatkami. To doskonała opcja na śniadanie, które można zjeść szybko i z ogromną satysfakcją smakową.

Dokonując wyboru odpowiedniego pintxobaru w San Sebastian, sugeruję zwrócić uwagę na ilość serwetek rzucanych zwyczajem na podłogę przy barze. Im jest ich więcej, tym bardziej popularny bar i lepsze jedzenie.

Pintxos w Kraju Basków to zazwyczaj różnorodne połączenia, począwszy od tortilli z ziemniakami, poprzez plasty jamón serrano, na kawałkach serów z oliwkami i pomidorami skończywszy. Popularna jest także txistorra, czyli rodzaj wieprzowej kiełbasy w stylu chorizo. Często jest gotowana w lokalnym cydrze i grillowana z chlebem.

Pintxos to idealne danie do podania na śniadanie, ponieważ można je łatwo modyfikować w zależności od gustu, dodając różne wędliny, sery, jajka, warzywa, a nawet owoce morza. Polacy, którzy cenią różnorodność na stole śniadaniowym, na pewno docenią te małe przekąski, które można jeść w towarzystwie przyjaciół lub rodziny.

CAFÉ CON LECHE – KAWA Z MLEKIEM

Żadne hiszpańskie śniadanie nie może obyć się bez café con leche, czyli kawy z mlekiem. Jest to klasyczny wybór Hiszpanów na poranne posiedzenia przy stole. Nic dziwnego, kawa w Hiszpanii jest niezwykle aromatyczna, a jej smak często zależy od regionu, z którego pochodzi. Dla Polaków, którzy piją kawę codziennie, café con leche będzie doskonałą alternatywą dla klasycznej kawy z mlekiem. Często podaje się ją w dużych filiżankach z mocnym aromatem espresso i delikatnym mlekiem. To świetny sposób na rozbudzenie oraz, dzięki uczuciu sytości z uwagi na mleko, zaspokojenie pierwszego głodu. Doskonale komponuje się z hiszpańskimi wypiekami jak churros czy tostada.

GAZPACHO – CHŁODNIK NA GORĄCE DNI

Chociaż gazpacho jest znane głównie jako zimna zupa podawana latem, sprawdzi się również jako ciekawa propozycja śniadaniowa.

Przypadnie do gustu zwłaszcza osobom preferującym lekkie posiłki. Gazpacho to zupa na bazie pomidorów, papryki, ogórków i oliwy z oliwek, często podawana z dodatkami, takimi jak jajka na twardo, grzanki czy awokado. Jest to doskonała opcja na poranek w upalne dni, kiedy chcesz poczuć orzeźwiający smak świeżych warzyw.

Polacy kochają zupy. Z pewnością docenią ten przysmak szczególnie, gdy zależy im na lekkim, ale pełnym smaku posiłku. Gazpacho to danie, które odświeży o poranku i zaspokoi głód bez uczucia ciężkości.

TARTA DE SANTIAGO – HISZPAŃSKA TARTA MIGDAŁOWA

Na zakończenie hiszpańskiego śniadania warto zaoferować tartę de Santiago. Słodkie ciasto migdałowe, które jest jednym z najsłynniejszych deserów w Hiszpanii. Tarta ta jest bardzo popularna w regionie Galicji. To ciasto z mielonych migdałów, jajek i cukru, które ma delikatną teksturę i bardzo intensywny smak. To kolejna doskonała propozycja dla osób, które na śniadanie wolą coś słodkiego, ale przy tym nie chcą zaczynać dnia od uczucia ciężkości.

ŚWIEŻO WYCISKANE SOKI

Na zakończenie śniadania warto podać świeżo wyciskane soki. Świetnie sprawdzi się zwłaszcza sok pomarańczowy, który jest jednym z ulubionych napojów w Hiszpanii. Jest pełen witamin i ma przyjemnie orzeźwiający smak, który doskonale współgra z resztą dań. Można również zaoferować sok z granatów lub innych cytrusów, które są powszechnie uprawiane w Hiszpanii.

To menu łączy różnorodność hiszpańskiego śniadania z prostotą i świeżością, którą można znaleźć w hiszpańskiej kuchni. Używając składników, które są znane Polakom, takich jak pomidory, jajka, ziemniaki, wędliny czy owoce, można stworzyć ofertę, która będzie zarówno autentyczna, jak i przystępna dla polskiego podniebienia.



DAMIAN SUROWIEC
właściciel
i szef kuchni
restauracji Euskadi
w Krakowie

autor: Katarzyna Gubała

Olej rzepakowy W DOBREJ RESTAURACJI

Jest lokalny, zdrowy, ma krótki ślad węglowy, a przy tym uniwersalne zastosowanie. Rodzimy olej rzepakowy to nasz narodowy skarb, który warto pokazać w każdej dobrej restauracji. W sezonowym menu, w którym używane są lokalne produkty, nie powinno go zabraknąć.

PODSTAWOWY SKŁADNIK KAŻDEJ KUCHNI

Nie ma w gastronomii drugiego tak uniwersalnego produktu, o tak wielu zastosowaniach. Chwałę go zarówno szefowie kuchni, jak i restauracyjni goście. Rodzimy olej rzepakowy jest podstawą każdej restauracji. Od kiedy dokładnie zbadano jego właściwości prozdrowotne, szefowie kuchni zaczynają polecać go w swoich restauracjach i z dumą wykorzystywać w daniach.

OLEJ RZEPAKOWY OD NAJMŁODSZYCH LAT

Smak potraw smażonych na oleju rzepakowym nie ma sobie równych. Jest naszym narodowym smakiem dzieciństwa. Nie bez powodu kucharze tak chętnie po niego sięgają. Nie ma w sobie gorczy ani kwasowości. Sprawdza się świetnie zarówno w cukiernictwie, jak i daniach wytrawnych. Olej rzepakowy stosowany w wypiekach obniża zdecydowanie koszty, ale nie zmienia smaku. Dania tworzone na oleju rzepakowym zachowują swój naturalny aromat, a to niezwykle ważne w gastronomii.

LOKALNY CHARAKTER DANIA

Coraz więcej restauracji zaczyna odchodzić od egzotycznych potraw czy wyszukanych składników na rzecz trendu lokalnego i sezonowego. I tutaj sprzymierzeńcem w tworzeniu menu okazuje się olej rzepakowy. Pochodzi z naszej szerokości geograficznej, ma wielorakie zastosowanie, cenę odpowiednią do jakości, a przy okazji jest skarbnicą wartości odżywczych.



TAM, GDZIE STANDARDY SĄ NAJWYŻSZE

Szczególnie chętnie sięgają po niego gwiazdkowi szefowie kuchni, dla których liczy się jakość oraz poziom serwowanych dań. W menu z najwyższej półki to rzepak okazał się chętniej wybierany niż oliwa, słonecznik czy kokos. Lokale, które prezentują najwyższy standard dań, chętniej smażą na oleju rzepakowym. W Polsce jest najczęściej wykorzystywanym tłuszczem w prestiżowych restauracjach.

DOSKONAŁA ZAWARTOŚĆ PROZDROWOTNA

Olej rzepakowy zawiera kwasów Omega-3:

- 10 razy więcej niż oliwa z oliwek,

- 13 razy więcej niż olej słonecznikowy,
 - 40 razy więcej niż olej z pestek winogron.
- Doceniają ten fakt szczególnie szefowie i szefowe kuchni, dla których ważny jest nie tylko fakt żywienia zbiorowego, ale przede wszystkim sens odpowiedzialnego karmienia swoich klientów.

UNIWERSALNE ZASTOSOWANIE W KAŻDEJ KUCHNI

Nie ma znaczenia, czy w naszej restauracji dominuje kuchnia włoska, azjatycka czy polska. Rafinowany olej rzepakowy jest idealnym tłuszczem do smażenia zarówno poprzez swój skład (zawiera dużo kwasów jednonienasyconych), jak i wysoką temperaturę dymienia. Dla wielu szefów kuchni to właśnie fakt neutralności smakowej i temperatury dymienia jest podkreślany przy wyborze oleju. Nie bez znaczenia jest też wysoka jakość oleju rzepakowego w stosunku do jego ceny. Surowce pozyskiwane do jego wyrobu pochodzą od polskich rolników. Krótka droga dotarcia oraz bardzo krótki ślad węglowy są niezwykle istotne dla kucharzy, którzy chcą tworzyć dania na miarę obecnych trendów.

#Fundusze Promocji



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

PROMOCJA

Raport: street food w sektorze HORECA

Street food to jeden z najprężniej rozwijających się segmentów gastronomii, który zyskuje na znaczeniu zarówno wśród konsumentów, jak i przedsiębiorców. W prezentowanym raporcie przedstawimy analizę trendów, wskazując na kluczowe zmiany w preferencjach gości oraz rosnącą rolę street foodu w kształtowaniu kompleksowej oferty gastronomicznej.

Street food, czyli jedzenie uliczne, od lat cieszy się popularnością na całym świecie. W Polsce to zjawisko także dynamicznie się rozwija, stając się integralną częścią miejskiego krajobrazu i lokalnej kultury kulinarnej. Mobilne punkty gastronomiczne, takie jak food trucki, oferują bogactwo smaków z różnych zakątków globu, przyciągając nie tylko mieszkańców, ale również turystów poszukujących autentycznych smaków.

Dane zebrane przez ARC Rynek i Opinia wskazują, że najpopularniejszymi miejscami na posiłek są restauracje typu

fast food (71 proc.), czyli lokale serwujące wiele popularnych dań streetfoodowych. Zacieranie granic między street foodem a fast foodem sprawia, że oba pojęcia są często używane zamiennie. Warto jednak pamiętać, że szybkie jedzenie nie musi być złej jakości, wręcz przeciwnie, oferta dostosowuje się do naszego stylu życia.

EWOLUCJA STREET FOODU W POLSCE

Street food w Polsce przeszedł imponującą transformację, począwszy od prostych budek serwujących zapiekanki, na modnych food truckach, które wypełniają festiwale i imprezy plenerowe, skończywszy. Jeszcze dekadę temu jedzenie „na ulicy” było traktowane z dystansem, kojarzone bardziej z szybkim posiłkiem po imprezie niż z kulinarną przygodą. Dziś sytuacja wygląda zupełnie inaczej – street food zyskał status pełnoprawnej gałęzi gastronomii.

– Widzimy, że oferta barów szybkiej obsługi wpisuje się w upodobania lub nawyki

żywniowe Polaków i w kolejnych latach spodziewamy się wzrostu liczby placówek w tym segmencie, głównie za sprawą lokali zrzeszonych w ramach większych sieci gastronomicznych. Również prowadzone przez nas wiosną 2024 roku badanie wśród przedstawicieli lokali gastronomicznych i cateringowych potwierdziło nasze optymistyczne prognozy dla rozwoju barów szybkiej obsługi – za najbardziej perspektywiczne uznało je 27 proc. firm, i był to koncept, który otrzymał najwięcej wskazań – mówi Magdalena Filip, PMR.

Według danych Centralnej Ewidencji Pojazdów w Polsce działa około czterech tysięcy food trucków, a liczba ta sukcesywnie rośnie. W ciągu ostatnich dwunastu miesięcy przybyło ponad sześćset nowych mobilnych punktów gastronomicznych, co świadczy o rosnącym zainteresowaniu odkrywaniem kulinarnych nowinek.

Polacy coraz chętniej eksperymentują ze smakami, otwierając się na różnorodne kuchnie. Jak pokazują dane ARC Rynek i Opinia, prym wiedz kuchnia polska wybierana przez 83 proc. respondentów. W topowej trójce plasują się także dania kuchni włoskiej (58 proc.) i azjatyckiej (41 proc.). Burgery, tacos, kebab, pad thai czy frytki belgijskie to już stałe pozycje w ofercie wielu miejskich stref gastronomicznych. Jednocześnie nie brakuje prób reinterpretacji klasycznych, lokalnych dań. Tak powstają streetfoodowe wersje zapiekanek, placków ziemniaczanych czy oscypków – serwowane zarówno w klasycznej, jak i nowoczesnej formie, często z twistem i dodatkami inspirowanymi światową kuchnią.

Co istotne coraz częściej pojawiają się również opcje wegetariańskie i wegańskie, odpowiadające na zmieniające się nawyki żywieniowe konsumentów. Wege kebaby, burgery z ciecierzycy, burrito z tofu czy seitanowe szaszłyki to już nie ciekawostki, ale stały element wielu menu.

FRYTKI: ZŁOCISTE I CHRUPKIE

Jak wynika z analizy PMR „Handel detaliczny produktami food-to-go w Polsce 2025. Analiza rynku i prognoza rozwoju na lata 2025-2030”, jednym z najchętniej wybieranych dań typu street food są frytki. Serwowane na gorąco, często w papierowych różkach lub kartonikach, są idealną przekąską na wynos zarówno podczas spaceru po mieście, jak i na festiwalach czy w food truckach. Znajdziemy je w wielu wariantach, począwszy od klasycznych z solą, poprzez grubo krojone czy stekowe

z majonezem, na wersjach z sosami, mięsem lub przyprawami skończywszy. – Spytałismy Polaków (dokładnie 1908 przedstawicieli dorosłej populacji) o to, jakie dania przygotowywane oraz podawane na ciepło w miejscu zakupu kupili w ciągu minionych trzech miesięcy. I w takim ujęciu najczęściej wybierane są łatwe do zjedzenia tak w lokalu, jak i w drodze podzielne frytki. Z naszego badania wynika, że 52 proc. dorosłej populacji Polski jadło w trzech minionych miesiącach frytki, solo lub w zestawie. (Istotna jest jednak konstrukcja pytania, która nie uwzględnia dowozu, gdzie już frytki plasują się nieco niżej.) – podkreśla Magdalena Filip, PMR.

PORA NA KEBAB

Korzenie tego dania sięgają Bliskiego Wschodu, a dziś obecne jest niemal na każdym rogu, począwszy od małych ulicznych budek, poprzez food trucki, na restauracjach skończywszy. Jak wynika z analizy PMR „Handel detaliczny produktami food-to-go w Polsce 2025. Analiza rynku i prognoza rozwoju na lata 2025-2030”, kebab zajmuje drugie miejsce wśród najczęściej wybieranych przez Polaków dań na ciepło (44 proc.).

Jednym z kluczowych powodów popularności kebabu jest różnorodność form podania. Sprawdza się nie tylko jako klasyczny döner w bułce lub picie, ale i na talerzu z frytkami i surówką lub w wersji wegetariańskiej z falafelem czy grillowanymi warzywami. Dzięki temu kebab trafia w gusta bardzo szerokiego grona klientów, przynosząc wymierne korzyści właścicielom lokali gastronomicznych.

Ponadto w kontekście street foodu kebab wyróżnia się tym, że jest postrzegany jako danie „na każdą porę”. Można go zjeść zarówno jako szybki lunch, jak i późny, nocny posiłek po imprezie, co dodatkowo zwiększa jego popularność w gronie młodzieży i studentów. To właśnie ta grupa stanowi częstych bywalców punktów oferujących street food.

BURGEROWA REWOLUCJA

Jeszcze kilkanaście lat temu burgery w Polsce kojarzyły się głównie z fast foodami z popularnych sieciówek. Serwowane szybko, bez finezji, traktowane były raczej jako szybki ratunek w podróży niż kulinarna przyjemność. Obecnie jednak sytuacja wygląda zupełnie inaczej – burgery podbiły serca i podniebienia

Serwuj najlepszego kurczaka w panierce

Chcesz, by Twój lokal działał szybciej, pewniej i z większym zyskiem? Postaw na chrupiącego kurczaka w marynacie i panierce Holly Powder. Złocista, postrzępiona panierka, soczyste mięso oraz prosty sposób przygotowania – w każdej kuchni i przez każdego.

JAK TO SIĘ ROBI?

Szybko, sprawnie, zawsze z chrupiącym efektem. Należy trzymać się instrukcji przygotowania Holly Powder. Można ją streścić do 4 krokach.

- 1 krojenie
- 2 marynowanie
- 3 panierowanie
- 4 smażenie



JEDEN KURCZAK, WIELE MOŻLIWOŚCI

Na bazie chrupiących stripsów w panierce Holly Powder możesz stworzyć kompletne menu. Serwuj kubelki pełne kawałków kurczaka, chicken burgery, tortille, salatkę i wiele innych atrakcyjnych dań, które świetnie sprawdzą się również na dowóz. Nauczmy Cię jak je przygotowywać!



Przetestuj produkty Holly Powder w swoim lokalu. Zamów zestaw startowy!

Holly Powder
for fish & chicken

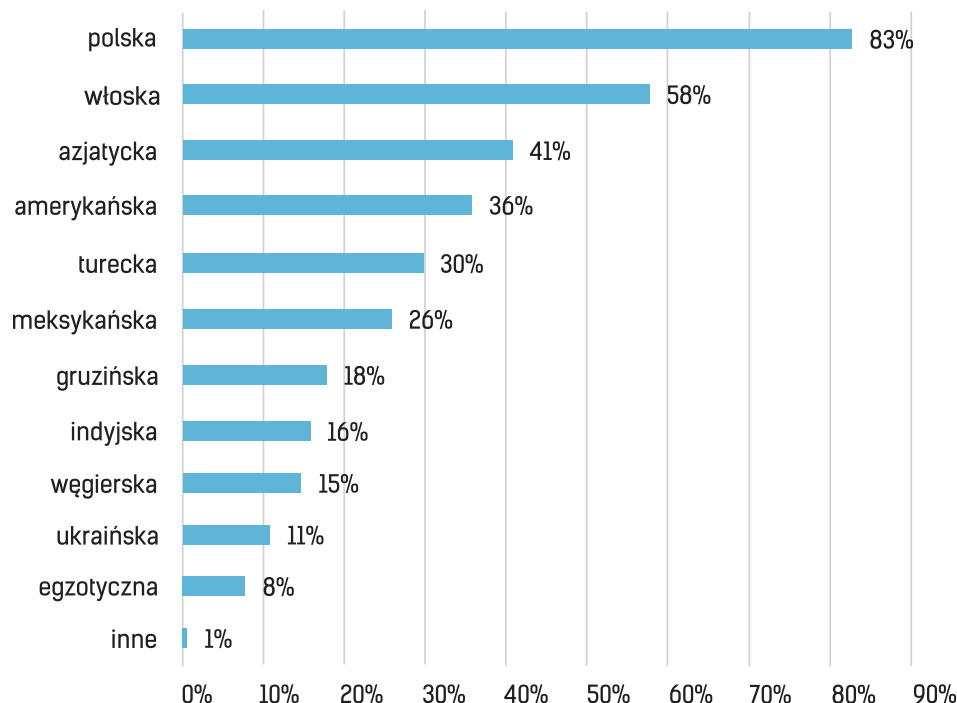
Kontakt
+48 608 104 846
+48 604 937 261
sales@cartelfoods.pl
www.hollypowder.pl

f
CARTELFOODSPL

ig
CARTEL FOODS

Źródło: PMR, Handel detaliczny produktami food-to-go w Polsce 2025. Analiza rynku i prognoza rozwoju na lata 2025-2030, 2025

ULUBIONE KUCHNIE POLAKÓW



Źródło: ARC Rynek i Opinia, 2024

Polaków, stając się jednym z najważniejszych elementów rodzimej sceny streetfoodowej.

Jako najczęściej kupowane danie wskazuje je 41 proc. respondentów, co wynika z analizy PMR „Handel detaliczny produktami food-to-go w Polsce 2025. Analiza rynku i prognoza rozwoju na lata 2025-2030”. Eksperti zaobserwowali także, że po burgery częściej sięgają mężczyźni. To jasny sygnał dla właścicieli burgerowni – budując wizerunek lokalu, należy zwrócić uwagę na konkretną grupę docelową.

Jedną z największych zalet nowej fali burgerów jest postawienie na jakość składników. Niekwestionowaną podstawą wysokiej klasy burgera jest mięso. Klasyczne kompozycje bazujące na wołowinie zyskały nowe oblicze dzięki trendowi premiumizacji.

– Dla właścicieli food trucków i lokali typu street food polecam produkty, które łączą prostotę przygotowania z wysoką jakością. Świetnym wyborem są burgery Meat the Premium, które zapewniają wyjątkowy smak i łatwość w serwowaniu. Dobrym rozwiązaniem będą także gotowe produkty, jak stripsy z kurczaka, polędwiczki czy nuggetsy od Eat Meat. Produkty te powstały z myślą o utrzymaniu stałej jakości, prostocie obróbki i szybkim serwisie, co pozwala właścicielom skupić się na kreatywnym komponowaniu menu. Dzięki nim możliwe jest wyróżnienie oferty na tle konkurencji, przy jednoczesnym zachowaniu wysokich standardów obsługi – zaznacza Kamil Kamiński, menedżer kategorii mięso i wędliny w Bidfood.

Na znaczeniu zyskuje także rzemieślniczy charakter burgerów. Wiele burgerowni współpracuje z lokalnymi rzeźnikami i producentami, co pozwala nie tylko wspierać lokalny rynek, ale też tworzyć unikalne smaki. Na scenie streetfoodowej coraz

częściej pojawiają się również alternatywne warianty, takie jak burgery z drobiem. Delikatniejsze, ale równie aromatyczne mięso drobiowe może być świetną opcją szczególnie dla osób poszukujących lżejszych propozycji.

– W dobie rosnącej popularności kuchni ulicznej i trendu „grab & go” dania street food to okazja do kulinarnej kreatywności oraz realne źródło wzrostu sprzedaży w gastronomii. W tym dynamicznym segmencie świetnie odnajduje się indyk – mięso zdrowe, lekkie, uniwersalne, dobrze komponujące się z przyprawami i ziołami. Oferta PMiW Łukosz dla street food spełnia w pełni oczekiwania sektora HoReCa, dostarczając produkty convenience do szybkiego przygotowania we frytownicy, piecu konwekcyjnym lub piekarniku, zapewniając możliwość przygotowania beztłuszczowego, a także, dzięki standaryzowanej gramaturze każdej sztuki produktu, łatwość kalkulacji food costu. Oferujemy opakowania dostosowane do gastronomii (1 kg) oraz materiały wspierające sprzedaż – receptury, zdjęcia dań, kalkulacje i karty specyfikacji. Wdrażając koncept dań street food z indykiem, lokal gastronomiczny poszerza ofertę o nowoczesne pozycje, odpowiada na rosnące oczekiwania młodszych konsumentów i wyróżnia się na tle konkurencji dzięki nowej kategorii smakowej. Dania z indyka można łatwo dopasować do charakteru lokalu – od klasyki BBQ, przez kuchnię bliskowschodnią, po azjatyckie fusion – mówi Gabriel Mularczyk, dyrektor ds. sprzedaży i rozwoju

rynku HoReCa & Food Service w PMiW Łukosz.

GRILLLOWANE I SMAŻONE

Kluczową rolę w świecie street foodu odgrywa mięso zarówno grillowane, jak i smażone, stanowiąc podstawę wielu popularnych dań. To właśnie techniki obróbki cieplnej nadają mięsu charakterystyczny smak i teksturę, które są nieodłącznym elementem ulicznej gastronomii.

Na grillu mięso zyskuje wyjątkowy aromat dymu, co szczególnie cenią fani burgerów, szaszłyków, kielbasek czy steków. Popularnością cieszą się też grillowane skrzydełka, żeberka, a także mięso marynowane w orientalnych przyprawach.

– Dobry smak to za mało. Aby prowadzić dochodowy biznes gastronomiczny, należy dostarczać gościom za każdym razem wysoki poziom satysfakcji. Temu właśnie służą produkty Holly Powder: panierka i marynaty do przygotowania idealnych kawałków kurczaka w stylu amerykańskim. Zapewniamy restauracjom gotowe rozwiązania technologiczne, które gwarantuje powtarzalny efekt: apetycznie postrzępioną, złocistą panierkę i soczyste, pełne smaku mięso. Kto raz spróbuje, chętnie wraca po więcej! Nasze produkty wpływają na standaryzację procesów w kuchni. Prosta i powtarzalna metoda przygotowania kurczaka przekłada się na większą efektywność, przewidywalność i odporność biznesu na rotację personelu. Dzięki Holly Powder nawet mały lokal z dużym ruchem może działać sprawnie, szybko

oraz bez kompromisów jakościowych.

W dynamicznym, wymagającym świecie street foodu

przyprawy i panierki przestają być tylko dodatkiem, stając się strategicznym narzędziem do budowania marki, przewagi konkurencyjnej i zaufania klientów – zaznacza Przemysław Krzywański, Sales Specialist z firmy Cartel Foods.

Z kolei smażenie, zwłaszcza na głębokim tłuszczu, pozwala uzyskać chrupiącą teksturę i intensywny smak – idealny dla dań typu fried chicken, stripsów czy nuggetsów.

IDEALNE DOPEŁNIENIE SMAKU

Dodatki to nieodłączna część street foodu, często decydująca o jego charakterze i wyjątkowości. To właśnie dodatki, takie jak sosy, warzywa, przyprawy czy napoje, budują pełnię smaku i sprawiają, że jedzenie uliczne jest tak różnorodne.

Sosy odgrywają tu kluczową rolę. Od klasycznego majonezu, keczupu i musztardy, przez pikantne sosy chili, czosnkowe i barbecue, aż po bardziej wyszukane – mango chili, sriracha czy aioli. Każdy z nich może odmienić danie, dodając mu ostrości, słodczy, kwasowości lub kremowości.

– W miejscach serwujących street food nie może zabraknąć klasyki – to pewne. Dobry majonez, ketchup i sos czosnkowy to podstawa, bez której trudno wyobrazić sobie zapiekankę, burgera czy frytki. Goście je znają, lubią i chętnie wybierają – to fundament, na którym można budować. Ale street food to dziś coś więcej niż klasyka – to kreatywna kuchnia na ulicy. Coraz więcej osób szuka wyrazistych smaków, czegoś, co zaskoczy i zostanie w pamięci. Ostre sosy chili, wariacje z chipotle, majonezy z limonką czy curry to nie tylko moda, ale i realna potrzeba rynku. Goście chcą emocji na talerzu, a raczej na kartonowej tacy! Odpowiadając na te trendy, oferujemy nie tylko gotowe, konkretne w smaku sosy, ale też szeroką gamę baz: majonezów i sosów, które świetnie sprawdzają się jako punkt wyjścia do tworzenia autorskich kompozycji. Dzięki temu każdy szef kuchni może dopasować smak do swojego konceptu i zaserwować coś unikalnego. Bo w street foodzie sos to nie tylko dodatek, ale i często składnik, który sprawia, że klient wraca po więcej – podkreśla Dariusz Roszkowski, dyrektor sprzedaży krajowej w Zakładach Spożywczych BONA.

Świeże warzywa – sałata, pomidor, ogórek, czerwona

Meat
APPETIT

INDYK

ŁĄCZYMY ZDROWE
ZE SMAKIEM
I WYGODĄ
dla Ciebie
dla HoReCa



www.lukosz.pl

Poznaj ofertę



www.meatappetit.pl

Dla tych, którzy nie piją alkoholu, coraz częściej dostępne są piwa bezalkoholowe, które zyskały ogromną popularność – dane ABR SESTA wskazują, że wybiera je prawie co dziesiąta osoba. Oferują podobny smak i świeżość, co tradycyjne piwo, pozwalając cieszyć się smakiem bez obaw o zawartość alkoholu.

W ofercie street foodu znajdziemy również szeroki wybór napojów gazowanych i soków. Orzeźwiające klasyki – lemoniady, napoje typu cola czy soki – doskonale uzupełniają menu i pozwalają konsumentom dostosować wybór do swoich preferencji.

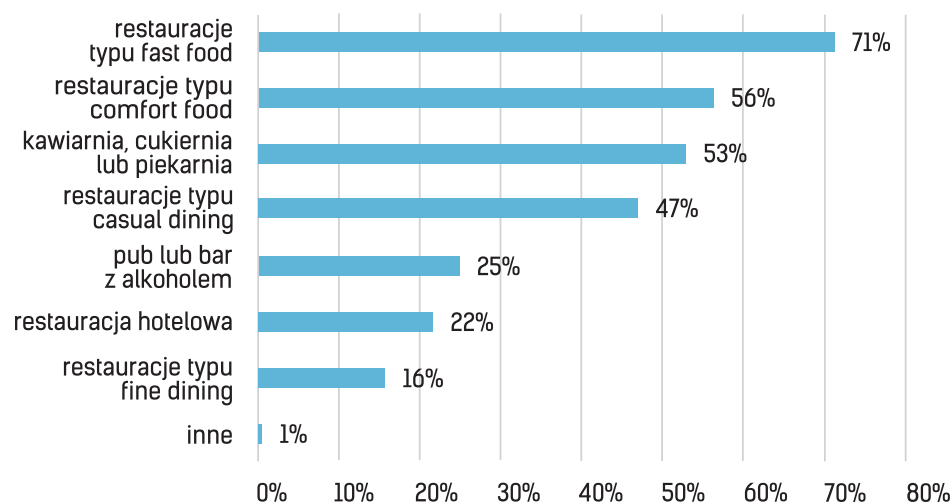
– Wiosna i lato to czas, gdy życie przenosi się na ulice, a wraz z nim rozkwita scena streetfoodowa. Nieodłącznym elementem mobilnych kuchni są orzeźwiające napoje, które gaszą pragnienie i dopełniają smakowite dania. W tym kontekście lemoniada z pigwowca jawi się jako idealny wybór, łącząc unikalne właściwości i wyjątkowy smak. Owoce pigwowca japońskiego to prawdziwa skarbnica witaminy C – kilkakrotnie przewyższają pod tym względem cytrynę. Ta naturalna dawka energii i wsparcia odporności jest niezwykle cenna w cieplejszych miesiącach. Ponadto przetwory z pigwowca charakteryzują się intensywnym, kwaskowo-słodkim aromatem, który doskonale orzeźwia i pobudza zmysły. Nasza lemoniada z pigwowca to esencja lata zamknięta w butelce. Zawiera aż 15 proc. soku z pigwowca, co gwarantuje bogaty smak i aromat tych niezwykłych owoców. Dodatek 7 proc. soku ze słodkich jabłek odmiany szampion idealnie balansuje kwaskowość pigwowca, tworząc harmonijną kompozycję. Delikatne nagazowanie i słodycz naturalnego cukru trzcinowego sprawiają, że nasza lemoniada jest nie tylko orzeźwiająca, ale i wyjątkowo smaczna. To idealny towarzysz letnich festiwali, miejskich spacerów i kulinarnych przygód w stylu

cebula czy kapusta – nie tylko urozmaicają teksturę, ale też równoważą smak cięższych składników. Z kolei dodatki skrobiowe – frytki, nachosy czy różnego rodzaju pieczywo (bułki, pity, tortille) – stanowią bazę wielu streetfoodowych zestawów.

W parze z jedzeniem ulicznym często idą napoje. Dobrze dobrany napój nie tylko gasi pragnienie, ale również podkreśla smak potrawy, równoważy ostrość lub dodaje orzeźwienia po sycącym posiłku.

Jednym z najczęściej wybieranych napojów w kontekście street foodu jest piwo. Jak wskazują dane NielsenIQ, odpowiada za aż 86 proc. całego wypijanego alkoholu w Polsce. Największą popularnością cieszą się piwa jasne o łagodnym smaku, po które sięga 23 proc. respondentów – wynika z badania ABR SESTA. Kolejne 5 proc. respondentów preferuje pilsy, natomiast 4 proc. wybiera lagery. Niemal co trzeci badany (32 proc.) sięga po piwa jasne. Zainteresowanie budzą też piwa smakowe i radlery (14 proc.).

NAJPOPULARNIEJSZE MIEJSCA NA POSIŁEK



Źródło: ARC Rynek i Opinia, 2024

street food – akcentuje Dariusz Zalewski, właściciel marki Kraina Pigwowca.

To właśnie dzięki dodatkom street food jest tak atrakcyjny – pozwalają one tworzyć nieskończoną ilość kombinacji i personalizować posiłek.

OPAKOWANIA: FUNKcjONALNOŚĆ I WYGODA

Nieodłącznym elementem doświadczenia w świecie street foodu są opakowania – wpływają na wygodę, wrażenia wizualne, a coraz częściej również na postrzeganie marki i jej podejścia do kwestii ekologii.

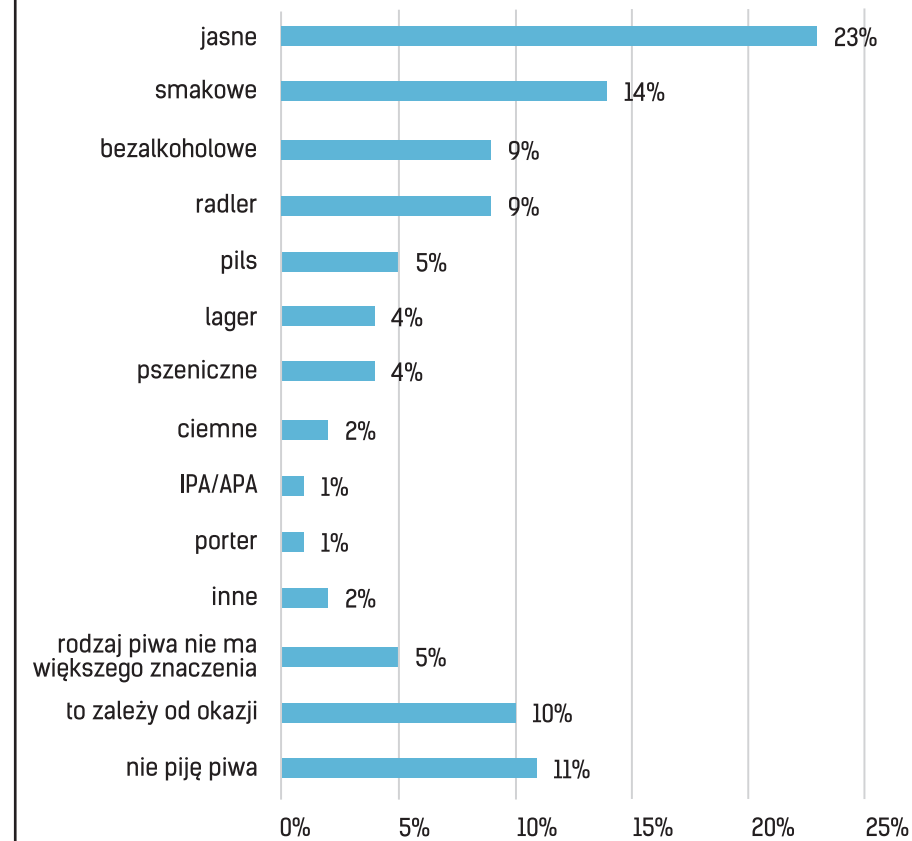
Funkcjonalność to podstawowy wymóg – opakowanie musi być wygodne w użyciu, trwałe i dostosowane do rodzaju potrawy. Musi utrzymać ciepło, nie przeciekać, być łatwe do przenoszenia i umożliwiać spożycie w ruchu – na stojąco, w plenerze, bez konieczności używania sztućców czy talerzy.

Estetyka również ma ogromne znaczenie. Dobrze zaprojektowane opakowanie przyciąga wzrok, buduje rozpoznawalność marki i staje się elementem identyfikacji wizualnej danego food trucka czy stoiska.

Dynamiczny rozwój food trucków i rosnące zainteresowanie jedzeniem ulicznym świadczą o tym, że street food na stałe wpisał się w krajobraz polskiej gastronomii. W najbliższych latach możemy spodziewać się dalszego wzrostu popularności street foodu, a także pojawienia się nowych trendów, takich jak większy nacisk na dania roślinne czy ekologiczne opakowania.

Street food w Polsce to nie tylko jedzenie, ale również kultura i styl życia. Bogactwo

NAJCZĘŚCIEJ WYBIERANE RODZAJE PIWA



Źródło: ABR SESTA, Preferencje piwne Polaków 2024, 2024

smaków, różnorodność kuchni oraz innowacyjne podejście do tradycyjnych potraw sprawiają, że cieszy się coraz większym zainteresowaniem.

Tekst powstał przy współpracy z:



REKLAMA

MAJONEZY SOSY KETCHUPY

35 lat dobrego smaku!

www.bona.lomza.pl

Pralnictwo: NIEWIDZIALNY FUNDAMENT HORECA

Sektor HoReCa to dynamiczna i wymagająca branża, w której każdy detal ma znaczenie. Mówiąc o jakości usług, najczęściej porusza się kwestie obsługi, estetyki wnętrza, jakości jedzenia oraz komfortu pokoi. Tymczasem jednym z kluczowych, choć często pomijanych, obszarów jest pralnictwo.

Pranie w HoReCa to nie tylko pościel hotelowe, choć oczywiście są podstawą. To również ręczniki, zasłony, serwetki, obrusy, a przede wszystkim odzież robocza – fartuchy kelnerskie, bluzy kucharskie, uniformy personelu. Wszystkie te tekstylia mają bezpośredni kontakt z gościem lub z jego jedzeniem. Ich czystość to kwestia nie tylko estetyki, ale i higieny, a nawet bezpieczeństwa. Niedoprawny fartuch czy przybrudzony obrus potrafią zniweczyć najlepsze wrażenie. W dobie wysokiej konkurencji i rosnących oczekiwań klientów, dbałość o tekstylia staje się istotnym elementem wizerunku marki. Dlatego pralnictwo w HoReCa nie powinno być traktowane jako sprawa drugorzędna, ale jako strategiczny obszar zarządzania jakością usług.

CO SIĘ PIERZE W BRANŻY?

Branża HoReCa generuje ogromne ilości tekstyliów, które wymagają regularnego i dokładnego prania. W hotelach to przede wszystkim pościel i ręczniki – podstawowe wyposażenie każdego pokoju, które musi być świeże, pachnące i higienicznie czyste dla każdego nowego gościa. Do tego dochodzą zasłony, narzuty, dywaniki łazienkowe czy szlafroki – wszystkie te elementy także powinny być regularnie prane, by zapewnić gościom komfort i poczucie bezpieczeństwa.

Z kolei w gastronomii pranie to codzienność. Restauracje i firmy cateringowe zużywają ogromne ilości obrusów, serwetek, pokrowców na krzesła czy fartuchów. Do tego dochodzi odzież robocza: bluzy kucharskie, spodnie, zapaski czy czapki, które nie tylko mają wyglądać profesjonalnie, ale przede wszystkim muszą spełniać wymogi sanitarne. Kuchnia to środowisko, w którym łatwo o zabrudzenia, a jednocześnie obowiązują tu wysokie standardy czystości.

Rotacja tekstyliów jest intensywna – w wielu obiektach pranie odbywa się codziennie, często w kilku cyklach. Bez dobrze zorganizowanego zaplecza pralniczego trudno mówić o sprawnym funkcjonowaniu obiektu HoReCa. Czystość nie zna kompromisów.

ZNACZENIE HIGIENY – NIE TYLKO DLA OKA

W sektorze HoReCa czystość to nie tylko kwestia estetyki, to absolutna podstawa budowania zaufania klientów. Goście hoteli i restauracji oczekują nie tylko komfortu, ale też pewności, że miejsce, w którym przebywają i spożywają posiłki, spełnia najwyższe standardy higieniczne. Schludna pościel, nieskazitelnie czyste

ręczniki, bezwonne zasłony czy śnieżnobiałe obrusy są znakiem, że obiekt dba o każdy detal. Czyste tekstylia przekładają się bezpośrednio na postrzeganie jakości usług.

Jednak czystość w HoReCa to coś więcej niż dobry wygląd. To także obowiązek wynikający z przepisów sanitarno-epidemiologicznych. Szczególnie w gastronomii, gdzie kontakt z żywnością wymaga przestrzegania rygorystycznych zasad. Odzież robocza kucharzy i personelu pomocniczego, fartuchy, zapaski – wszystko to musi być regularnie prane i dezynfekowane, aby ograniczyć ryzyko przenoszenia bakterii, wirusów czy innych patogenów. Pranie staje się więc realną barierą ochronną między personelem a gościem, między środowiskiem kuchennym a serwowanym daniem.

Warto podkreślić również rolę pralnictwa w eliminowaniu alergenów, roztoczy i drobnoustrojów, które mogą wywoływać reakcje u bardziej wrażliwych klientów. Profesjonalny proces prania, z odpowiednią temperaturą, detergentami i cyklem dezynfekującym to gwarancja bezpieczeństwa zarówno dla gości, jak i dla samego personelu. Co więcej, odpowiednio dobrane środki i technologie pozwalają zachować jakość tekstyliów na dłużej, zmniejszając ryzyko ich zniszczenia i konieczności częstej wymiany. To również aspekt ekonomiczny, który w dłuższej perspektywie przynosi realne oszczędności.

Z tego powodu pralnictwo w HoReCa nie może być traktowane jako funkcja pomocnicza. To filar systemu jakości i higieny, który wpływa na reputację i bezpieczeństwo całego obiektu. W czasach rosnącej świadomości sanitarnej i wysokiej konkurencji na

Profesjonalne urządzenia pralnicze ASKO Niezawodność i higiena

ASKO Professional oferuje ekskluzywną gamę wysokiej jakości pralek, suszarek bębnowych, szaf suszących, które zapewnią idealne rozwiązanie dla firm z sektora hotelarskiego i restauracyjnego. Te profesjonalne urządzenia, specjalnie zaprojektowane z myślą o różnorodnych wymogach hoteli i restauracji, takich jak terminowość, duża trwałość i opłacalność, zapewnią niezakłócone funkcjonowanie Twojej firmy, niezależnie od tego, czy to butikowy hotel, kawiarnia czy duży ośrodek wypoczynkowy.

PRALKI

Pralki ASKO Professional zapewniają idealne połączenie doskonałej wydajności, wysokiej wytrzymałości i skandynawskiego wzornictwa. Urządzenia zostały wyposażone w szereg elastycznych programów dostosowanych do sektora hotelarskiego. Specjalny program czasowy pozwala zdecydować, jak długo ma trwać pranie. Dzięki przyjaznym dla użytkownika funkcjom zapewniają unikalne rozwiązania spełniające określone potrzeby biznesowe.

SUSZARKI

Suszarki bębnowe ASKO Professional to przyjazne dla użytkownika solidne urządzenia zapewniające dużą ładowność i specjalne programy pozwalające na częste użytkowanie. Nasze suszarki bębnowe w połączeniu z pralkami dostarczają kompletne rozwiązanie pralnicze idealne dla sektora hoteli i restauracji. Suszarki ASKO z systemem czujników wysuszą ubrania w najkrótszym możliwym czasie i przy możliwie najniższym zużyciu energii. To szalenie istotne, szczególnie dla większego biznesu.

SZAFY SUSZĄCE

Szafy suszące ASKO Professional niezwykle funkcjonalne urządzenia, które doskonale uzupełniają profesjonalne rozwiązania pralnicze. Zapewniają delikatne i skuteczne suszenie, chroniąc strukturę tkanin i przedłużając ich żywotność. Dzięki przemyślanej konstrukcji i możliwości zastosowania dodatkowych akcesoriów, idealnie sprawdzają się w miejscach wymagających szybkiego i efektywnego suszenia odzieży oraz obuwia. Uchwyt drzwiowy na rękawiczki zapewnia komfort w chłodniejszych miesiącach, a dedykowana półka pozwala na wygodne suszenie różnych rodzajów butów.

PODSUMOWANIE

Innowacyjne urządzenia pralnicze ASKO łączą niezawodność, efektywność i inteligentne zarządzanie. Dzięki nowoczesnej technologii oraz dedykowanym funkcjom urządzenia ASKO Professional sprawdzają się w każdym środowisku od branży hotelarskiej po urzędy i instytucje. Wprowadzenie urządzeń ASKO Professional do Twojej firmy pozwoli jej działać bez zakłóceń, ekonomicznie i ekologicznie.



ODWIEDŹ ASKO PROFESSIONAL:

<https://pl.asko.com/professional>

SKONTAKTUJ SIĘ Z NAMI:

Jarosław Szewczyk | e-mail: jaroslaw.szewczyk@asko.com

rynku ten aspekt działalności szczególnie zasługuje na uwagę i profesjonalne podejście.

SPRZĘT MA ZNACZENIE

W pralnictwie dla sektora HoReCa sprzęt odgrywa kluczową rolę. Mówimy tu o zupełnie innych wymaganiach niż w przypadku domowego prania. Ilość, częstotliwość, rodzaje zabrudzeń, potrzeba dezynfekcji – wszystko to sprawia, że standardowy sprzęt AGD nie tylko nie wystarczy, ale w praktyce szybko by się zużył i nie spełnił podstawowych wymogów jakościowych.

Profesjonalne pralki i suszarki przemysłowe są projektowane z myślą o intensywnej eksploatacji. Dzienna liczba cykli może sięgać kilkunastu, a czas prania i suszenia musi być jak najkrótszy, by zapewnić płynność pracy. Dlatego urządzenia przemysłowe charakteryzują się dużo większą pojemnością, wyższą mocą i odpornością na zużycie. Co istotne – są również znacznie bardziej energooszczędne. Nowoczesne modele wykorzystują mniej wody, energii i detergentów, co przekłada się na niższe koszty eksploatacji, a jednocześnie spełniają coraz bardziej restrykcyjne normy środowiskowe. Sprzęt przeznaczony dla HoReCa to także zaawansowana technologia. Automatyzacja procesów to już standard – wiele pralek wyposażonych jest w systemy dozujące detergenty, dzięki czemu ilość środków piorących jest precyzyjnie dobrana do rodzaju wsadu i stopnia zabrudzenia. To nie tylko wygoda, ale i gwarancja skuteczności oraz oszczędności.

Równie ważne są specjalne programy higieniczne dostosowane do potrzeb sektora gastronomicznego i hotelarskiego. Pranie w wysokiej temperaturze, długie płukanie, cykle dezynfekujące – wszystko po to, by zapewnić maksymalną czystość i bezpieczeństwo tekstyliów. W gastronomii, gdzie fartuchy i bluzy kucharskie mają kontakt z żywnością, to absolutna konieczność. Warto też wspomnieć o ergonomii i łatwości obsługi. Sprzęt przemysłowy w HoReCa musi być prosty w użyciu, by nawet rotujący personel mógł obsługiwać go bez ryzyka błędów. Intuicyjne panele, możliwość zapamiętywania programów, czytelne komunikaty – to detale, które ułatwiają codzienną pracę.

OUTSOURCING CZY PRALNIA WEWNĘTRZNA?

Decyzja o sposobie realizacji procesu pralniczego w obiektach sektora HoReCa – czy to poprzez outsourcing, czy utworzenie pralni wewnętrznej – powinna być poprzedzona analizą operacyjną, finansową oraz sanitarną. Oba rozwiązania mają swoje zalety i ograniczenia, a ich wybór powinien uwzględniać specyfikę danego obiektu, jego skalę działalności oraz poziom oczekiwanego standardu higieny.

Outsourcing usług pralniczych to rozwiązanie powszechnie stosowane, zwłaszcza przez średnie i duże obiekty hotelowe czy sieci restauracyjne. Jego główną zaletą jest odciążenie personelu oraz brak konieczności inwestowania w specjalistyczny sprzęt i infrastrukturę pralniczą. Firmy zewnętrzne zazwyczaj dysponują profesjonalnym zapleczem technologicznym oraz stosują procedury zgodne z obowiązującymi normami higieny. Minusem tej formy jest jednak ograniczona kontrola nad całym procesem – od momentu odbioru tekstyliów, po sposób ich prania, suszenia i transportu z powrotem do obiektu. Pojawiają się także wyzwania logistyczne oraz ryzyko opóźnień lub niespójności jakościowych.

Z kolei pralnia wewnętrzna daje znacznie większą kontrolę nad jakością prania, terminowością i dostępnością tekstyliów. Pozwala na bieżące reagowanie na potrzeby operacyjne obiektu, wdrażanie własnych procedur higienicznych oraz optymalizację kosztów w dłuższej perspektywie. Jednak wiąże się to z wysokimi kosztami

początkowymi – zakupem przemysłowego sprzętu, dostosowaniem pomieszczeń do wymogów sanitarno-technicznych oraz zatrudnieniem i przeszkoleniem personelu. Jest to rozwiązanie opłacalne głównie dla dużych hoteli, kompleksów wypoczynkowych lub wyspecjalizowanych jednostek gastronomicznych o wysokiej rotacji tekstyliów.

Kryteria decydujące o wyborze modelu pralnictwa powinny obejmować: wielkość i typ obiektu, wolumen tekstyliów podlegających praniu, dostępność zaplecza technicznego, wymogi sanitarno-epidemiologiczne (szczególnie w gastronomii), a także możliwości budżetowe. Dla mniejszych podmiotów outsourcing może być optymalnym rozwiązaniem, natomiast dla dużych operatorów, dążących do maksymalnej kontroli jakości i efektywności – inwestycja we własną pralnię może okazać się strategicznie korzystna.

Pralnictwo w sektorze HoReCa to nie marginalna funkcja operacyjna, ale jeden z kluczowych filarów jakości świadczonych usług. Czyste tekstylia wpływają bezpośrednio na doświadczenie gościa – od pierwszego kontaktu z pościelą w hotelowym łóżku, po obrus w restauracji czy strój kucharza serwującego danie. To właśnie tekstylia – codziennie używane i równie często wymieniane – są nośnikiem standardów, higieny i profesjonalizmu.

Wciąż jednak brakuje świadomości, że jakość pralnictwa ma realny wpływ na wizerunek marki, satysfakcję klienta i bezpieczeństwo sanitarne. Zamiast traktować je jako koszt operacyjny, warto spojrzeć na nie jak na inwestycję – w jakość, powtarzalność usług, dbałość o detale i zgodność z wymogami sanitarnymi. Niezależnie od tego, czy obiekt korzysta z outsourcingu, czy prowadzi pralnię wewnętrzną, niezbędne są odpowiednie procedury, sprzęt i przeszkolony personel.

Pranie w HoReCa to nie tylko kwestia czystości – to strategiczny obszar zarządzania. Im szybciej branża zacznie tak go traktować, tym wyższe będą standardy, a z nimi – zadowolenie gości.



PROF. DR HAB. MARCIN KUREK

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

Wielkie zainteresowanie TARGAMI HORECA TRANSGOURMET I SELGROS

Pierwsza edycja Targów HoReCa Transgourmet i Selgros za nami – wydarzenie przyciągnęło tłumy profesjonalistów z branży gastronomicznej i hotelarskiej, którzy mieli okazję wymieniać doświadczenia, poznawać nowości produktowe oraz uczestniczyć w inspirujących panelach i prelekcjach.

TARGI HoReCa Transgourmet i Selgros to było jedno z najważniejszych wydarzeń branży gastronomicznej w Polsce w tym roku. Podczas imprezy swoją ofertę zaprezentowało 41 kluczowych dostawców zaopatrzenia dla gastronomii, obok gospodarza wydarzenia – Transgourmet i Selgros. Targi odwiedziło ponad 400 gości reprezentujących wszystkie szczeble sektora gastronomicznego – od szefów kuchni i właścicieli restauracji, przez przedstawicieli hoteli i firm cateringowych, po przedsiębiorców zarządzających punktami żywienia zbiorowego. Była to okazja dla klientów do zdobycia cennej wiedzy na temat skutecznego prowadzenia biznesu, odkrycia innowacyjnych rozwiązań oraz szerokiej oferty produktów dla sektora HoReCa oferowanych przez Transgourmet i Selgros.

KULINARNE SHOW

Nie sposób nie wspomnieć o jednej z największych atrakcji targów – efektownych stoiskach ze świeżym mięsem oraz rybami i owocami morza oferowanymi przez Transgourmet i Selgros, które przyciągały uwagę swoją estetyką i jakością prezentowanych produktów.

DYNAMICZNY ROZWÓJ PORTFOLIO MAREK WŁASNYCH

TARGI HoReCa Transgourmet i Selgros były pretekstem do zaprezentowania klientom szerokiej gamy marek własnych dedykowanych gastronomii. Portfolio tych produktów dynamicznie się rozwija, a w ciągu ostatniego roku podwoiła się liczba artykułów marki własnej oferowanych przez Transgourmet i Selgros, produkowanych w Polsce.

Szczególnym zainteresowaniem cieszyły się dwie marki własne, które wyróżnia doskonała wydajność, i idealnie przystosowanie do potrzeb rynku. Transgourmet Economy to najtańsza marka w portfolio stworzona z myślą o tych, którzy w codziennym zarządzaniu kuchnią kierują się ekonomią. W ofercie tej marki znajduje



się ponad 160 produktów bazowych, takich jak oleje, ryże, kasze, makarony, konserwy owocowe i warzywne, jaja, wędliny, mrożonki, chemia gospodarcza i artykuły jednorazowe. Produkty dostępne są w większych, ekonomicznych opakowaniach dopasowanych do potrzeb restauracji i punktów zbiorowego żywienia.

Z kolei marka Topseller oferuje podobną ilość 160 podstawowych artykułów spożywczych i chemii gospodarczej w mniejszych opakowaniach. Obie marki konsekwentnie odpowiadają na potrzeby klientów, którzy poszukują dobrego stosunku jakości do ceny.

– Jesteśmy bardzo zadowoleni z przebiegu pierwszej edycji naszych targów. To wydarzenie było dla nas nie tylko okazją do spotkania z klientami, ale też realnym dowodem na to, jak silna i zaangażowana jest nasza społeczność gastronomiczna. Serdecznie dziękujemy wszystkim partnerom i dostawcom za doskonałe przygotowanie stoisk. Dziękujemy również naszym klientom za tak liczne przybycie i inspirujące rozmowy. Gastronomia to dla nas jeden z kluczowych filarów działalności – dlatego nieustannie inwestujemy w jakość obsługi, kompetencje doradców oraz rozwój marek własnych, które odpowiadają na realne potrzeby rynku – mówi Cezary Furmanowicz, dyrektor marketingu Transgourmet Polska, operatora marek Transgourmet i Selgros.

WIEDZA I INSPIRACJE NA WYCIĄgniĘCIE RĘKI

Część merytoryczna targów również nie zawiodła. Podczas panelu dyskusyjnego z udziałem gości specjalnych: Mateusza Cacka (Sphinx), Emilii Kędzierskiej (Compass Group), Roberta Sowy (N31 restaurant&bar), Jarosława Uścińskiego (Moonsfera, OSSKiC) i Martina Gimeneza Castro (Tuna, Ceviche Bar) poruszono tematy najbliższe codziennemu funkcjonowaniu restauracji i punktów zbiorowego żywienia. Zebrani goście rozmawiali m.in. o roli relacji z dostawcami w kontekście łańcucha dostaw oraz o aktualnych trendach, które kształtują dziś rynek gastronomiczny.

Zainteresowaniem cieszyły się także prelekcje ekspertów. Jedną z nich dotyczyła „menu przyszłości”. Prowadzący, Stanisław Magdij z Akademii Leona Koźmińskiego, podkreślał, jak istotne jest projektowanie menu jeszcze na etapie planowania restauracji – nie tylko w kontekście dań, ale również sezonowości i odpowiedniego doboru sprzętu kuchennego.

Targi HoReCa Transgourmet pokazały jedno – branża potrzebuje przestrzeni do spotkań, wymiany doświadczeń i wspólnego poszukiwania rozwiązań, a to wydarzenie udowodniło, że nawet debiut może zostawić po sobie trwałe ślad i apetyt na więcej.

PROMOCJA



autor: Aleksander Tęcza

Ekspres:

PROFESJONALNE WSPARCIE TWOJEGO LOKALU

Współczesne kawiarnie, restauracje oraz hotele, w których kawa odgrywa istotną rolę w ofercie, muszą być wyposażone w sprzęt, który nie tylko zapewnia wyjątkową jakość naparu, ale także wpływa na efektywność pracy, zadowolenie gości oraz opłacalność biznesu. Oto, na co szczególnie warto zwrócić uwagę przy zakupie nowoczesnych ekspresów, młynków i innych urządzeń.

RODZAJ EKSPRESU: FUNDAMENT KAŻDEJ KAWIARNI

Wiem z doświadczenia, że wybór odpowiedniego sprzętu do parzenia kawy to jeden z kluczowych elementów sukcesu każdego lokalu gastronomicznego. Właściwie dobrane urządzenia mogą diametralnie wpłynąć na jakość serwowanych napojów, tempo obsługi oraz ogólny wizerunek miejsca.

Pierwszą i najważniejszą decyzją jest wybór odpowiedniego typu ekspresu. W profesjonalnych lokalach gastronomicznych najczęściej spotykamy ekspresy ciśnieniowe zarówno kolbowe, jak i automatyczne. Wybór zależy w dużej mierze od charakteru lokalu oraz oczekiwań gości, jednak rzadko zdarzają się kawiarnie, które nie korzystałyby z tego rodzaju sprzętu. Z czego wynika ich popularność?

Ekspresy kolbowe, zarówno manualne, jak i półautomatyczne, to wybór lokali stawiających na jakość i indywidualne podejście do kawy. Umożliwiają one baristom ustawianie espresso poprzez pełną kontrolę nad każdym etapem parzenia, zaczynając od dostosowania ciśnienia, poprzez temperaturę, na czasie ekstrakcji kończąc. To rozwiązanie idealne dla kawiarni, które chcą wyróżniać się najwyższym standardem serwowania napojów, choć wymaga ono zatrudnienia wyszkolonego personelu.



WŁOSKA KLASYKA, KTÓREJ MOŻESZ ZAUFAĆ

Od 1895 roku Arcaffe tworzy kawy, które trafiają do najbardziej wymagających kawiarni i restauracji. Wybierając Arcaffe, stawiasz na jakość, transparentne pochodzenie ziaren i doskonały smak – filiżanka po filiżance.

ARCAFFE ROMA

Subtelna, elegancka mieszanka 100% arabiki z plantacji zrównoważonych. Zbalansowany smak z nutami czekolady, migdałów i suszonych owoców. Idealna do espresso i kaw mlecznych.

ARCAFFE MOKACREMA

Ponadczasowa mieszanka z historią sięgającą 1949 r. Uniwersalna, słodka, z aksamitnym body i nutami karmelu oraz gorzkiej czekolady. Uwielbiana przez baristów i gości. Postaw na smak, który robi różnicę.

Dostępne w ofercie Coffeedesk HoReCa – z pełnym wsparciem, szkoleniami i serwisem. Skontaktuj się z nami i poznaj pełną ofertę: horeca@coffeedesk.pl Sprawdź więcej: arcaffe.coffeedesk.pl

Z kolei ekspresy automatyczne świetnie sprawdzają się w miejscach o wysokiej rotacji gości, gdzie kluczowe znaczenie ma szybkość i powtarzalność przygotowywanych kaw. Dzięki zintegrowanym młynkom i automatycznemu dozowaniu wody oraz temperatury minimalizują ryzyko błędów i gwarantują dobrą jakość nawet przy intensywnym obciążeniu.

Kolejnym rozwiązaniem dla profesjonalistów są ekspresy przelewowe. Czasy, w których przelew budził zdziwienie, już minęły, o czym świadczy powstawanie konceptów serwujących wyłącznie ten rodzaj naparu. W dalszej kolejności można również wskazać metody ręczne, czyli Aeropress, drip czy Chemex. To bardzo ciekawe opcje ułatwiające codzienne funkcjonowanie kawiarni specjality. Warto przemyśleć ich wprowadzenie szczególnie wtedy, gdy możemy liczyć na wykwalifikowaną obsługę, aby ograniczyć ryzyko popełnienia błędu i braku powtarzalności.

Metody ręcznego parzenia sprawdzają się natomiast w przypadku kaw competition, za które zazwyczaj trzeba sporo zapłacić. Oczywiście tego rodzaju napary zyskują na znaczeniu, o czym świadczą coraz częstsze sezonowe akcje. W ich ramach kawiarnię odwiedzają na przykład zawodnicy Mistrzostw Polski Brewers, dzięki czemu goście mogą spróbować kawy, z którą startowali w konkursie. W branży powstaje także coraz więcej miejsc, które oferują w karcie kawę premium. Podstawą dobrego napoju są wysokiej jakości ziarna.

Przy wyborze ekspresu warto zwrócić uwagę na jego wydajność – im większy lokal i większy przepływ gości, tym bardziej wydajne urządzenie będzie potrzebne. Istotna jest również cena, a także łatwość i bliskość serwisu. Ostatecznie jednak to wysokiej klasy ziarna oraz powtarzalna jakość kawy są najważniejszymi wyznacznikami dobrze prosperującego lokalu.

AUTOMATYZACJA: WSPARCIE PRACY BARISTY

Współczesne ekspresy oferują wiele zaawansowanych funkcji, które ułatwiają codzienną pracę. Moim zdaniem zmierzamy w stronę jeszcze większej automatyzacji. To jeden z głównych trendów wyznaczających kierunek rozwoju branży. Włączamy przycisk i kawa gotowa! Połączenie zaawansowanego technicznie sprzętu

z wysokiej jakości ziarnem możemy ograniczyć tzw. błąd ludzki i uzyskać niesamowite efekty. Programowanie temperatury, ciśnienia oraz czasu ekstrakcji pozwala na pełną kontrolę nad każdym etapem procesu parzenia. Wiele modeli posiada także możliwość zdalnego monitorowania parametrów przez aplikację, co pomaga w planowaniu zamówień surowców oraz optymalizacji kosztów operacyjnych.

Jednocześnie wybierając nowoczesne urządzenia, warto pamiętać o prostocie ich obsługi. Nawet najbardziej zaawansowane funkcje nie mogą komplikować codziennej pracy, a serwis i wsparcie techniczne powinny być łatwo dostępne, aby w razie potrzeby szybko przywrócić sprzęt do działania.

MŁYNEK: SERCE KAŻDEGO EKSPRESU

Równie ważne jak ekspres są odpowiednie młynki do kawy. Bez precyzyjnego i równomiernego mielenia nawet najlepszy ekspres nie wydobędzie pełni aromatu z ziaren. Profesjonalne lokale najczęściej wybierają młynki, które zapewniają równomierne mielenie i większą stabilność smaku espresso.

Podczas wyboru młynka kluczowe są dwie cechy: precyzja mielenia oraz jego wydajność. Urządzenie powinno umożliwiać bardzo dokładne dostosowanie grubości mielenia, aby odpowiadać różnym metodom parzenia, a także być wystarczająco szybkie i trwałe, by sprostać intensywnemu użytkowaniu w godzinach szczytu.

AKCESORIA: DETALE MAJĄ ZNACZENIE

Nie można też zapominać o roli drobnych akcesoriów, które wpływają na komfort pracy baristy i jakość napoju. Precyzyjne tampery, szczególnie te automatyczne, solidne dzbanki do spieniania mleka, dokładne wagi czy odpowiednio dobrane filizanki – to wszystko elementy, które choć często niedostrzegalne dla gości, mają ogromne znaczenie.

Wysokiej jakości waga pozwala na precyzyjne dozowanie kawy, co przekłada się na powtarzalność smaku, natomiast profesjonalny dzbanek do mleka umożliwia uzyskanie idealnej pianki do cappuccino czy latte.

Równie ważne są wszelkie niezbędne produkty pozwalające dbać o sprzęt. W kwestii o odpowiedniej konserwacji warto poradzić się

serwisanta lub osoby montującej ekspres, aby poznać całą procedurę czyszczenia.

KOSZTY POCZĄTKOWE A DŁUGOTERMINOWY ZYSK

Zakup profesjonalnego sprzętu do parzenia kawy to inwestycja, która w krótkiej perspektywie może wydawać się kosztowna, jednak w dłuższym okresie przynosi realne korzyści. Urządzenia wysokiej klasy, przy odpowiedniej konserwacji, będą służyć przez wiele lat, zapewniając wysoką jakość serwowanych napojów, sprawną obsługę i minimalizując koszty awarii. Wysoka jakość kawy przekłada się bezpośrednio na satysfakcję gości, ich lojalność i pozytywne opinie, które są bezcenną reklamą dla każdego lokalu gastronomicznego.

Wybór odpowiedniego sprzętu do parzenia kawy w profesjonalnym lokalu gastronomicznym to decyzja, od której w dużej mierze zależy sukces biznesu. Inwestując w nowoczesne, wydajne i niezawodne urządzenia, właściciele kawiarni, restauracji czy hoteli mogą liczyć nie tylko na wysoką jakość kawy, ale także na zwiększenie efektywności pracy i satysfakcji gości.



ALEKSANDER TĘCZA

General Manager
w kawiarni STOR,
współzałożyciel
i roaster
w palarni ROST
Coffee That Cares
w Warszawie

REKLAMA

FRESCO

SERIA X

PROFESJONALNE EKSPRESY
DO KAWY DLA BIUR I HORECA



+48 511 777 200

www.fresco.coffee - platforma zakupowa



Fresco X780

seriax.fresco.coffee

Ergonomia ZA BAREM – NA CO ZWRÓCIĆ UWAGĘ?

Bar barowi nierówny. Niektóre powstają przy ograniczonym budżecie, inne nie były modernizowane od lat, a jeszcze inne są nowoczesne i wyposażone w najnowszy sprzęt i technologie. Jak zaprojektować funkcjonalną przestrzeń barową?

Nowy bar może zostać zaprojektowany przez niedoświadczonego restauratora czy barmana. To stały problem w naszej branży, gdy angażowani są nieodpowiedni ludzie bez pełnego zrozumienia działania restauracji lub baru. Taka przestrzeń może wyglądać pięknie, ale raczej nie będzie tak funkcjonalna, jak w przypadku projektu wykonanego przez profesjonalistę.

Wypożyczenie baru może różnić się w zależności od rodzaju lokalu i budżetu, tak więc potrzeby baru klubowego, baru koktajlowego lub restauracyjnego są inne.

MAGAZYNY I STREFA DOSTAW

Tu należy skupić się na odpowiedniej ilości miejsca zarówno do przechowywania asortymentu, jak i do jego przyjmowania. Dobry projekt przysłuży się zachowaniu porządku, a odpowiednio dobrana ilość i wielkość regałów pozwoli na segregację oraz opis towarów, co zapewnia możliwość lepszej kontroli nad stanami magazynów. Kolejnym ważnym aspektem jest świeżość produktów, czyli dbałość o warunki przechowywania, zapewnienie właściwej temperatury, w tym odpowiednio wentylowanych pomieszczeń czy chłodni, mroźni, lodówek lub zamrażarek. Zbyt mała przestrzeń magazynowa spowoduje nieład na barze głównym, który odbije się na ergonomii pracy lokalu.

BACK BAR

Skryte przed wzrokiem naszych gości miejsce na podręczny zapas wszystkiego, co trzeba uzupełnić na barze głównym podczas serwisu, zaczynając od drobnych rzeczy, takich jak rurki do koktajli czy ręcznik papierowy, po podręczny zapas alkoholi czy schłodzonych napoi, kończąc na szkle. Jeżeli istnieje taka możliwość, dobrym pomysłem będzie stworzenie wydzielonej powierzchni do przygotowania

barowych półproduktów. Blaty robocze z materiału przystosowanego do wykonywanej pracy, na przykład ze stali nierdzewnej, z wydzieloną strefą brudną i czystą, wyposażoną, w zależności od potrzeb, w urządzenia do gotowania sous-vide, indukcję, blender, patelnię, rondle, garnki, a także lodówki i zamrażarki do przechowywania półproduktów czy szkła.

BAR GŁÓWNY

Serce naszego lokalu. Sztuką podczas jego planowania jest zapewnienie pracownikom i gościom możliwości płynnego i wydajnego poruszania się. Obsługa będzie spowolniona, jeśli przejścia będą zbyt zatłoczone, dlatego należy tak zaprojektować przestrzeń, aby umożliwić swobodny przepływ ruchu. Musimy przewidzieć m.in. miejsca siedzące przy barze, miejsce na odbiór napojów, strefę brudną na czyszczenie szkła oraz dostęp do miejsc przechowywania.

Wszystko to musi być starannie zaprojektowane w planie układu lokalu. Ustalenie motywu projektu, który będzie odpowiedni dla Twojej grupy docelowej, także może być ważnym czynnikiem sprawiającym, że goście będą chcieli wracać. Całokształt projektu, na który składa się kolorystyka, oświetlenie czy muzyka, mają wpływ na odczucia naszych gości. Dzieje się to nawet podświadomie. Kolory mogą sprawić, że miejsce będzie wyglądało na większe lub mniejsze. Krzesła, stoły, zasłony, tapicerka, i inne elementy wyposażenia powinny być dobierane tak, aby stworzyć spójny projekt.

KAŻDY CENTYMETR MA ZNACZENIE

W teorii idealna wysokość lady barowej powinna wynosić 110 cm. Z kolei odległość między ladą barową a tylnymi półkami to 130 cm. Szerokość blatu powinna wynosić

od 40 cm do 60 cm w zależności od projektu, a gość powinien mieć około 25 cm przestrzeni między przednią krawędzią baru a miejscem, w którym znajdują się jego kolana w kierunku ściany baru. Te odległości, mimo że książkowe, nie sprawdzą się w każdym przypadku. Dlaczego? Długość lady barowej zależy od liczby barmanów czy założonej liczby gości, których możemy ugościć przy barze. Cały bar powinien być zaprojektowany w celu maksymalnej ergonomii pracy barmana, aby nie musiał pokonywać dużych odległości lub co chwilę się schylać czy odwracać podczas pełnienia obowiązków. I tu przechodzimy do projektowania funkcjonalności baru.

Często właściciele zatrudniają projektanta, który skupia się na estetyce, ale zupełnie nie zna się na praktyce i wymaganiach dotyczących prowadzenia serwisu barowego. Bar jest miejscem, w którym te dwie rzeczy muszą się połączyć, aby uzyskać maksymalną wydajność. Przestrzeń powinna być zaprojektowana tak, aby najważniejsze elementy znajdowały się w odległości jednego lub dwóch kroków od stanowisk barmanów.

WYPOSAŻENIE STACJI BARMAŃSKIEJ

Dobrze zorganizowana stacja barmańska to podstawa sukcesu efektywnego baru. Jednym z kluczowych elementów płynności i ergonomii w pracy barmana jest speed rack – podręczna półka na alkohole, gdzie ustawia się część głównych alkoholi i półproduktów, z których korzystamy podczas serwisu.

Ważne, aby zarówno był łatwy w czyszczeniu, jak i miał właściwe wymiary, dzięki czemu unikniemy przewróconych lub zbitych butelek.

Równie ważne są wanny na lód z warstwą izolacyjną oraz odpływem, co zapobiega topnieniu i pozwala przechowywać jego niezbędną ilość w trakcie serwisu. Często

może być również dzielona, by rozdzielić różne rodzaje lodu czy przechowywać alkohol wymagający utrzymania niższej temperatury.

Ponadto przyda się podręczny organizer na ozdoby lub cytrusy i zioła – najlepiej chłodzony w tylnej części stacji barmańskiej z pokrywką na zawiasie, duży zlew z wbudowanym zraszczem do dynamicznego płukania narzędzi barmańskich, a także strefę przygotowawczą z deską do krojenia przesuwającą się na poręczach – warto wybrać taką, której szuflada ze śmietnikiem w całości wyjeżdża ze stacji, żeby ułatwić barmanowi jej opróżnianie.

Niezbędne są też półki lub lodówka do przechowywania szkła – często w formie chłodzących szuflad. Chłodzenie szkła to, jak podgrzanie talerzy w kuchni, szalenie istotny element serwisu koktajli. Półki na tylnym barze powinny być natomiast dostosowane głębokością i wysokością do butelek, które zamierzamy na nich eksponować. Dwie najniższe kondygnacje powinny znajdować się na takiej wysokości, żeby barman bez problemu mógł sięgnąć znajdujące się na nich butelki. W celu sięgania butelek z wyższych

półek sprawdzi się ergonomiczna drabinka lub podest.

Jako materiał drink rail, czyli wydawki, sprawdzi się stal nierdzewna, aby rozlany przypadkiem drink czy napój nie zalał całego blatu. Dzięki temu rozwiązaniu ciecz zostanie odprowadzona odpływem, a rozkładaną kratkę wydawki łatwo umyjemy.

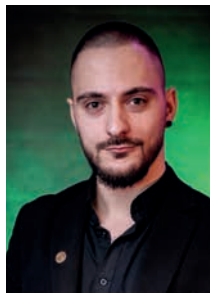
Systemy piwne powinniśmy dopasować do indywidualnego zapotrzebowania naszego baru. Nie wszędzie sprawdzą się duże kegi piwa w wielu rodzajach, czasami wystarczy jeden rodzaj piwa w mniejszej beczce, co pozwoli utrzymać jakość i świeżość produktu. Ważne, by kran znajdował się na odpowiedniej wysokości oraz, żeby wyposażyć stanowisko w kratkę z odpływem i zraszcz, dzięki któremu schłodzimy i oczyścimy szklankę.

Jak wyposażyć strefę brudną? Należy zapewnić profesjonalną zmywarkę oraz odpowiednią ilość miejsca na brudne naczynia czy zapas koszy na szkło. W zmywarkach gastronomicznych bardzo duże znaczenie ma wydajność i optymalnie uzdatniona woda, dzięki której naczynia wychodzą z maszyny wypolerowane i błyszczące. Również

wychładzanie szkła w końcowym procesie mycia jest rozwiązaniem, które usprawni pracę barmana.

Warto też dobrze przemyśleć system lodówek – jak mają otwierać się ich drzwi, czy mają być przesuwne, a może wybrać szuflady – to wszystko zależy od ich umiejscowienia. Pamiętajmy, że liczy się funkcjonalność, co za tym idzie, pojemność takich urządzeń również musi być dostosowana do ilości gości, jaką zamierzamy obsłużyć.

Podsumowując, odpowiedni projekt i dbałość o funkcjonalność to strzał w dziesiątkę w przestrzeni barowej. Ergonomia pracy wzrasta wraz z ilością przemyślanych rozwiązań.



DAMIAN DEPTUŁA

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

REKLAMA

Najwyższej jakości zmywarki.

Całkowicie niezawodne. Ekonomiczne. Ergonomiczne i łatwe w obsłudze.

Sposób NA EFEKTYWNOŚĆ, CZYLI MONOBLOK W KUCHNI

Kuchnie monoblok i wyspy grzewcze to rozwiązania, które coraz częściej się pojawiają w profesjonalnych lokalach gastronomicznych – od restauracji typu fine dining po kuchnie hotelowe i placówki żywienia zbiorowego. Stanowią alternatywę dla tradycyjnych kuchni modułowych, oferując znacznie większą spójność, ergonomię i wydajność pracy. To sprzęt godny uwagi!

Wyobraź sobie profesjonalną kuchnię, która wygląda jak sporych rozmiarów blok ze stali – bez zbędnych szczelin, łączeń, a także przypadkowo ustawionych urządzeń. Wszystko, czego potrzebujesz do gotowania, masz w zasięgu ręki: płyty, piekarniki, chłodziarki, zlew – i to w jednej, spójnej konstrukcji. To właśnie monoblok. A wyspy grzewcze? To centralne stanowiska, wokół których może pracować nawet kilka osób jednocześnie. Stanowią doskonałe rozwiązanie do pracy zespołowej i... do robienia wrażenia na gościach w otwartej kuchni.

Projektowanie tradycyjnej kuchni przypomina niekiedy układanie klocków – każdy element powinien do siebie pasować, aby stworzyć perfekcyjną całość, jednak to nie zawsze jest tak proste, jak mogłoby się wydawać na pierwszy rzut oka. Zaplanowanie przestrzeni wymaga przemyślenia, a ostatecznie może się okazać, że moduły do siebie nie pasują lub, co gorsza, zajmują zdecydowanie zbyt dużo cennego miejsca.

W monobloku wszystko jest zgrane, dopasowane i szczelne. To praktyczne rozwiązanie, które wspiera ergonomię pracy oraz dbałość o zachowanie najwyższych standardów higieny. Mniej zakamarków oznacza zarazem mniej czyszczenia. Ponadto taki rodzaj urządzeń wygląda jak prosto z katalogu – żadnych kabli, chaosu, wyłącznie stal nierdzewna. Ta kompleksowa konstrukcja zapewnia także możliwość personalizacji – może być wykonana z dodatkiem szkła czy ceramiki, które podkreślają jej estetykę i trwałość. Z kolei wyspy grzewcze to centralne stanowiska gotowania umożliwiające efektywną pracę kilku kucharzy z każdej strony urządzenia.

W praktyce gastronomicznej takie rozwiązania przynoszą szereg wymiernych korzyści. Przede wszystkim przyspieszają i usprawniają pracę zespołu. Zintegrowana przestrzeń skraca dystans, jaki musi pokonać szef kuchni, co wpływa bezpośrednio na tempo przygotowywania i wydawania dań.

Ergonomia monobloka, w tym stała wysokość robocza oraz brak ostrych krawędzi i wystających elementów, znacząco zwiększa bezpieczeństwo pracy. W przypadku wysp grzewczych dochodzi także aspekt współpracy i lepszej komunikacji w zespole – kucharze mogą pracować naprzeciwko siebie, co ułatwia organizację zadań.

Choć inwestycja w kuchnie typu monoblok lub wyspę grzewczą wiąże się ze znacznym kosztem, to w dłuższej perspektywie może okazać się bardzo opłacalna. Nowoczesne technologie zastosowane w tego typu

urządzeniach pozwalają na zmniejszenie zużycia energii, wody, a także ograniczenie strat ciepła. Mniejsze koszty eksploatacji i serwisu oraz poprawa jakości pracy zespołu przekładają się na wyższą jakość usług.

Monobloki i wyspy szczególnie dobrze sprawdzają się w lokalach, które stawiają na jakość i estetykę. Ich ogromną zaletą jest możliwość pełnej personalizacji. Tego typu kuchnie można zaprojektować na miarę, uwzględniając konkretne menu, styl pracy zespołu, a nawet indywidualne przyzwyczajenia szefa kuchni.

Z punktu widzenia eksploatacji monobloki charakteryzują się trwałością i łatwością konserwacji. Gładkie powierzchnie i brak łączeń ułatwiają czyszczenie, a zastosowanie wysokiej jakości materiałów sprawia, że urządzenia te mogą służyć bezawaryjnie przez wiele lat.

Warto również zaznaczyć, że kuchnie tego typu wpisują się w ideę zrównoważonego rozwoju. Dlaczego? Odpowiedź na to pytanie nie wymaga namysłu – wszystko dzięki zastosowaniu energooszczędnych systemów grzewczych, zoptymalizowanego przepływu ciepła oraz obniżonej emisji do otoczenia, co pozwala na ograniczenie śladu węglowego i zmniejszenie kosztów klimatyzacji w kuchni.

Kuchnie monoblok i wyspy grzewcze to nie tylko nowoczesny trend, ale i przemyślane, a jednocześnie przyszłościowe, rozwiązanie dla lokali gastronomicznych, które stawiają na jakość, funkcjonalność i efektywność. Choć początkowy koszt inwestycji może być wysoki, korzyści zarówno ekonomiczne, jak i organizacyjne czynią ją opłacalnym wyborem na lata.



GRANER
BE ONE STEP AHEAD

TOPOWY PRODUCENT URZĄDZEŃ
CHŁODNICZYCH I GASTRONOMICZNYCH
DLA RYNKU HORECA

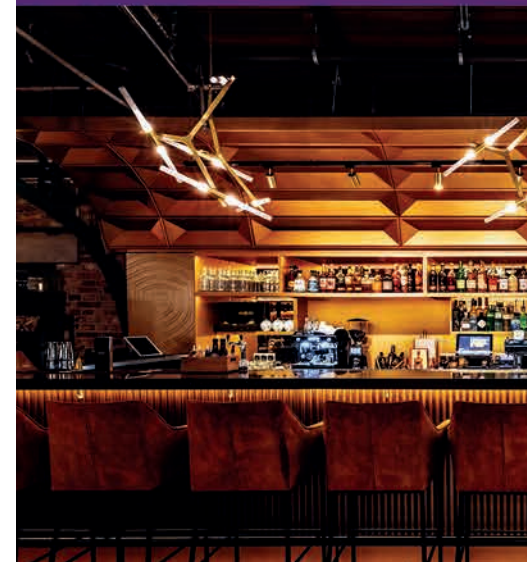


PRODUKCJA
URZĄDZEŃ
CHŁODNICZYCH
I MEBLI ZE STALI
NIERDZEWNEJ

KOMPLEKSOWE
REALIZACJE



PROJEKTOWANIE
TECHNOLOGII
KUCHENNEJ



BARY

GRANER

ul. Działkowa 6, Zabierzów
e: biuro@graner-ice.pl
www.graner.pl

Odwiedź nas na: [f](#) [i](#) [in](#)

Zwolnienie

DYSCYPLINARNE, A WIĘC JUŻ TUTAJ NIE PRACUJESZ!

Pracując przez ponad dziesięć lat z przedsiębiorcami, zaledwie kilka razy zdarzyło mi się przygotowywać do wręczenia zwolnienie w trybie art. 52 Kodeksu pracy. Dlaczego? Bo zwolnienie dyscyplinarne czy też zwolnienie bez zachowania okresu wypowiedzenia jest daleko idącym środkiem, który powinien być stosowany bardzo rozważnie.

To rozwiązanie możemy stosować wtedy, kiedy mamy do czynienia ze szczególnymi przewinieniami pracownika. Przed jego wręczeniem zawsze powinniśmy dokładnie przeanalizować czy nasze stanowisko obroni się w sądzie. Bo wręczone przez nas wypowiedzenie bardzo często takiej ocenie zostanie poddane.

PRZESŁANKI DO WRĘCZENIA ZWOLNIENIA DYSCYPLINARNEGO

Nikomu nie muszę tłumaczyć, że zwolnienie dyscyplinarne dotyczy wyłącznie najcięższych przewinień naszego pracownika. Jakich? Kodeks pracy przesłanki te określa dość opisowo, nie precyzując szczegółowo, jakie zachowania pracownika mogą skutkować wręczeniem mu oświadczenia o zwolnieniu dyscyplinarnym. Nie może to dziwić, nikt nie byłby w stanie spisać zamkniętego katalogu przesłanek zastosowania zwolnienia dyscyplinarnego – mnogość stanów faktycznych, która może nas tutaj zaskoczyć, jest w zasadzie nieskończona.

Tak więc z Kodeksu pracy dowiemy się, że pracodawca może rozwiązać umowę o pracę bez wypowiedzenia z winy pracownika w razie ciężkiego naruszenia przez pracownika podstawowych obowiązków pracowniczych, popełnienia przez pracownika w czasie trwania umowy o pracę przestępstwa, które uniemożliwia dalsze zatrudnianie go na zajmowanym stanowisku, jeżeli przestępstwo jest oczywiste lub zostało stwierdzone prawomocnym wyrokiem bądź zawinionej przez pracownika utraty uprawnień koniecznych do wykonywania pracy na zajmowanym stanowisku.

Ostatnia z przesłanek nie budzi wątpliwości – jeżeli Twój pracownik pracuje jako kierowca i zostaje odebrane mu prawo jazdy, gdyż w trakcie wyrywkowej kontroli drogowej został złapany za jazdę na podwójnym gazie, oczywiste jest, że jako pracodawca masz prawo zwolnić go dyscyplinarnie.

Podobnie oczywista wydaje się druga przesłanka – jeżeli się okazuje, że Twój pracownik od dawna Cię okradł i uda Ci się to w końcu udowodnić, bo się przyznał, złapałeś go na gorącym uczynku bądź został wydany prawomocny wyrok potwierdzający popełnienie takiego przestępstwa. Pamiętaj jednak, że przesłanka ta dotyczy wyłącznie przestępstw, a nie wykroczeń (wówczas możemy mówić co najwyżej o ciężkim naruszeniu podstawowych obowiązków pracowniczych) i to popełnionych w trakcie

trwania umowy o pracę i tylko takich, popełnienie których uniemożliwia dalsze zatrudnianie pracownika na zajmowanym stanowisku. Jednocześnie przestępstwo to nie musi być popełnione w miejscu pracy i na szkodę pracodawcy – możesz zwolnić pracownika dyscyplinarnie również wtedy, kiedy przykładowo dowiesz się, że Twój kelner czy kelnerka okradła swojego sąsiada – zdarzenie to może spowodować utratę zaufania.

Najpojemniejszą kategorię przewinień, które mogą się stać podstawą zwolnienia dyscyplinarnego, stanowi pierwsza przesłanka, zgodnie z którą możesz zwolnić pracownika bez zachowania okresu wypowiedzenia zawsze wtedy, kiedy dopuści się on ciężkiego naruszenia podstawowych obowiązków pracowniczych. Do typowych obowiązków należą: obowiązek zachowania trzeźwości czy obowiązek wykonywania poleceń przełożonych. Podstawą wypowiedzenia dyscyplinarnego może być również samowolne opuszczenie stanowiska pracy, przywłaszczenie mienia pracodawcy czy używanie określeń uwłaczających czci i godności pracodawcy oraz współpracowników, podobnie jak naruszenie zakazu konkurencji czy tajemnicy przedsiębiorstwa pracodawcy. Taką przyczyną może być również niewłaściwe korzystanie ze zwolnień lekarskich, jeżeli Twój pracownik zamiast się kurować remontuje bądź baluje, opóźniając swój powrót do pracy, a także przypadki mobbingu czy molestowania wśród współpracowników.

Wspólną cechą wszystkich wymienionych przypadków musi być jednak wina pracownika. Zawsze, kiedy się zastanawiasz, czy zwolnić pracownika bez zachowania okresu

wypowiedzenia, musisz pamiętać, że do jego złożenia uprawnia Cię tylko stwierdzenie, iż na podstawie wszystkich znanych Ci okoliczności zachowanie pracownika odznaczało się znacznym stopniem jego winy.

W innym przypadku – dotyczy to wszystkich przesłanek – jeżeli nie masz pewności co do tego czy spełnione są przesłanki do zwolnienia dyscyplinarnego, warto rozstać się z pracownikiem, wręczając mu wypowiedzenie z zachowaniem okresu wypowiedzenia bądź podpisując porozumienie o rozwiązaniu umowy za porozumieniem stron.

WYMAGANIA FORMALNE

Skoro już wiesz, jakie mogą być przesłanki wręczenia pracownikowi zwolnienia dyscyplinarnego, powinieneś także wiedzieć, jakie są wymagania formalne, które musisz spełnić, aby zwolnienie to było skuteczne pod względem prawnym.

Po pierwsze musisz pamiętać, iż rozwiązanie umowy o pracę bez wypowiedzenia możliwe jest tylko w terminie pierwszego miesiąca, od kiedy dowiedziałeś się o okoliczności uzasadniającej takie rozwiązanie umowy.

Po drugie, jeżeli działają u Ciebie związki zawodowe, decyzja o zwolnieniu dyscyplinarnym musi zostać z nimi skonsultowana.

Po trzecie wypowiedzenie dyscyplinarne powinno być wręczone pracownikowi na piśmie, w którym precyzyjnie musisz wskazać powód rozwiązania umowy w tym trybie oraz zawrzeć pouczenie o przysługującym pracownikowi prawie odwołania się do sądu pracy.

ODWOŁANIE DO SĄDU PRACY

To właśnie możliwość odwołania się do sądu pracy najczęściej odwołuje pracodawców od pomysłu dyscyplinarnego zwolnienia pracownika. Tajemnicą polszynela jest, że sądy pracy częściej wspierają pracowników niż pracodawców.

A idąc tym tropem, drobiazgowo analizują każdy przypadek rozwiązania umowy o pracę bez zachowania okresu wypowiedzenia i oceniają, czy na pewno mamy w tym wypadku do czynienia ze znacznym stopniem winy pracownika, czy też rażącym naruszeniem jego obowiązków pracowniczych. Ryzyko zakwestionowania złożonego przez Ciebie pracownikowi wypowiedzenia bez zachowania okresu wypowiedzenia wiąże się zaś z tym, iż pracownik zostanie przywrócony do pracy, a na jego rzecz zostanie zasądzone wynagrodzenie za czas pozostawania bez pracy bądź stosowne odszkodowanie.

Jak widzisz, zwolnienie dyscyplinarne, choć jest rozwiązaniem skutecznym i w niektórych wypadkach trudno uniknąć jego wręczenia pracownikowi, powinno być stosowane z dużą rozważą i ostrożnością.

Orzecznictwo zarówno sądów powszechnych, jak i Sądu Najwyższego jest bardzo rygorystyczne, a sądy surowej ocenie poddają to, czy okoliczności danej sprawy uzasadniają zwolnienie w trybie art. 52 Kodeksu pracy. Dlatego jako pracodawca musisz rozważyć, czy lepiej mieć mocne argumenty do zwolnienia pracownika z zachowaniem okresu wypowiedzenia, czy też zastosować zwolnienie dyscyplinarne nawet wtedy, gdy jest ono oparte na chybliwych podstawach.



MARTA KOSECKA

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

**SIRH+
BOCUSE D'OR
POLAND 2025**

Kulinarne Wydarzenie Roku



6. 11. 2025

32. Międzynarodowe Targi Wyposażenia Hoteli i Gastronomii

HORECA
Gastro | Hospitality | Sweet



www.bocusedorpoland.pl

autor: Tomasz Ziętkiewicz

Imprezy plenerowe – CZAS, START!

zdj. depositphotos.com

Przygotowanie wesela na świeżym powietrzu oraz zaopatrzenie festiwalu, w którym udział bierze tysiące osób. Co łączy te dwa wydarzenia? Przygotowanie zaplecza gastronomicznego i oferty pod chmurką, czyli wyzwanie, któremu sprostają tylko profesjonaliści.

Długo, a przede wszystkim coraz cieplejsze wieczory służą częstszemu przebywaniu na świeżym powietrzu. Spacerujące nad jeziorem rodziny, przechadzające się w pobliżu brzegu rzeki pary zakochanych, tętniące życiem centra zarówno dużych, jak i mniejszych miast to najlepszy dowód na to, że wszystko budzi się do życia. Nie tylko przyroda, ale również my – jesteśmy pobudzeni, bardziej nam się chce. Otwiera się coraz więcej stanowisk gastronomicznych. To już nie tylko wypełnione do ostatniego krzesła ogródki, lodziarnie, budki z goframi oraz mobilne punkty, jak rowery gastronomiczne proponujące kawę i orzeźwiające napoje – towarzyszące nam w trakcie długich wędrówek – ale także food trucki, do których ustawiają się coraz dłuższe kolejki.

Wiosna zawsze jest nowym otwarciem, jednak patrząc za okno można się zastanawiać, czy jesteśmy jeszcze w stanie wyróżnić tę porę roku w Polsce. Lato przenika się wiosną, a gastronomia robi, co może, by odpowiadać na potrzeby tej dynamicznie zmieniającej się rzeczywistości. Branża, która stara się być niezwykle elastyczna, musi pamiętać, że jej zadania nie zamykają się na lokal i jego okolice. Wiosna i lato to start sezonu zorganizowanych eventów plenerowych, które nie mogą się obyć bez zaplecza gastronomicznego. Jak przygotować się na tego typu imprezy i co zrobić, by wymagania uczestniczących w nich osób zostały zaspokojone?

EVENT W RYTMIE MUZYKI

Organizacja imprezy plenerowej to spore wyzwanie. Przygotowanie cateringu na świeżym powietrzu to wymagające zadanie, ponieważ wszystkie jego elementy muszą być dopracowane w każdym szczególe. Eventy plenerowe wymagają zatrudnienia wykwalifikowanej, umiejętnie zarządzającej obsługą gości oraz umiejącej poradzić sobie w sytuacjach kryzysowych kadry. Warto postawić tutaj na doświadczonych kelnerów, którzy będą opanowani i w razie jakichkolwiek problemów sami zatroszczą się o ich rozwiązanie.

Nawet najbardziej wykwalifikowana kadra nie będzie w stanie uratować imprezy, jeśli serwowane dania będą poniżej założonej jakości. Stąd też niezwykle ważną częścią przygotowań eventów na świeżym powietrzu jest sprzęt, na którym pracujemy bądź w którym znajdują się gotowe dania. Mowa tutaj chociażby o bemarkach. Rzecz jasna pyszne jedzenie, świetna obsługa kelnerska,

a w dodatku obecność wysokiej klasy trunków to podstawa zorganizowanych imprez, jak wesela, komunie czy spotkania firmowe realizowane pod chmurką. Tego typu okazje do świętowania rządzą się swoimi prawami. Stoły muszą być elegancko nakryte. Nie bez znaczenia są też krzesła czy namiot, w którym najczęściej zasiada się do stołów. Przy okazji wesel warto też postawić na odpowiednie oświetlenie najważniejszych miejsc na przykład stołu, przy którym zasiadą nowożeńcy.

Nie zapominajmy również o muzyce i instalacji odpowiednich systemów nagłośnieniowych. Muzyka w trakcie wesela ma wprowadzać gości w romantyczny nastrój, idealnie współgrać z naturalnym otoczeniem, jednocześnie nie zagłuszając rozmów prowadzonych przy stołach. W przypadku zorganizowanych eventów firmowych może wyglądać to już nieco inaczej – muzyka będzie bardziej zróżnicowana, dzięki czemu stworzy idealne tło do dyskusji wśród współpracowników.

ZAPLECZE SPRZĘTOWE A LOKALIZACJA

Zupełnie inną kategorią wydarzeń są festiwale, koncerty czy pikniki. W tych przypadkach kluczowe jest przygotowanie strefy gastronomicznej, która zdoła obsłużyć naprawdę dużą liczbę uczestników eventu. Przy organizacji tego typu wydarzeń podstawowa zasada to zróżnicowanie. Oferta musi być dostosowana odpowiednio do wieku gości biorących w niej udział. Nieco inaczej będzie wyglądać strefa w przypadku festynów rodzinnych, zupełnie różniąc się od tej, którą spotkamy na juwenaliach czy festiwalach. Niemniej jednak w obu przypadkach równie istotne jest wygospodarowanie odpowiednio dużej przestrzeni na rozstawienie mobilnych punktów gastronomicznych, stanowisk do

grillowania, miejsc, do których stać będzie długa kolejka po złoty trunek nalewany „z kija”, a także przestrzeni dla sprzętu do przechowywania i serwowania napojów.

Niezależnie od rodzaju imprezy, niezwykle ważnym czynnikiem jest dostosowanie sprzętu do specyfiki lokalizacji. Zupełnie inne wyposażenie będzie potrzebne do zaopatrzenia imprezy na plaży, a inne do tej organizowanej w parku. To, czego nie może zabraknąć w wyposażeniu przy eventach na świeżym powietrzu, to mobilne kuchnie i grill. Decydując się na konkretny sprzęt, należy zwrócić uwagę na jego mobilność oraz rodzaj zasilania, a także wielkość rusztu czy powierzchni roboczej. Nie bez znaczenia są chłodzarki i lodówki, które muszą być przede wszystkim przenośne. W ich przypadku istotne są: pojemność, zdolność chłodzenia oraz łatwość transportu. Z drugiej strony barykady znajdują się z kolei urządzenia do podgrzewania potraw, takie jak bemarky zapewniające równomierne podgrzewanie gotowych dań. Podobnie rzecz ma się z termosem gastronomicznym, który swoje zastosowanie będzie miał zarówno w przypadku wesel, jak i koncertów czy pikników.

SOLIDNOŚĆ I BEZPIECZEŃSTWO

Organizując duże eventy plenerowe, jak festiwale, nie zwracamy aż tak bardzo uwagi na naczynia. W zdecydowanej większości są one jednorazowe. Natomiast w przypadku imprez o charakterze bardziej formalnym zarówno naczynia, jak i sztucce robią różnice, dlatego zdecydowanie lepiej wybrać eleganckie oraz solidne propozycje, które idealnie dopełnią wysokiej klasy zastawę stołową i dodadzą powagi wydarzeniu. Szkło i talerze, z których korzystać będą goście, muszą być funkcjonalne, ale przy tym nie odbiegać jakością od pozostałych elementów znajdujących się na stole i w jego otoczeniu.

Z kolei w przypadku imprez typu festyny czy koncerty zdecydowanie odradza się szklaną zastawę, tutaj, przede wszystkim ze względów bezpieczeństwa, zdecydowanie przeważają jednorazowe produkty. Odnosząc się do bardziej formalnych imprez, należy również podjąć decyzję dotyczącą jakości stołów bufetowych. Te powinny być solidne i stabilne, z możliwością łatwego dostępu do potraw ze wszystkich stron. Dobrze byłoby, gdyby przenośne bary cechowała funkcjonalność i estetyczne wykonanie. Mile widziane będą ekspozytory na desery oraz monoporcje – tworzące słodki stół – a także fontanny czekoladowe. W ich okolicy powinny znaleźć się – dostosowane do liczby gości, którą będą w stanie obsłużyć – ekspresy do kawy. Ważne, aby były wielofunkcyjne, a co za tym idzie, aby sprzęt mógł przygotować kilka rodzajów kawy i nie tylko.

Mimo że zorganizowane imprezy plenerowe odbywają się w trakcie cieplejszych dni, wieczory nadal bywają chłodne, dlatego warto pamiętać o ogrzewaniu. Jak je zapewnić? Zaopatrując się w dmuchawy ciepłego powietrza, grzejniki na podczerwień lub grzejniki gazowe. Większość z nich jest estetyczna, bezpieczna oraz łatwa w obsłudze i przenoszeniu. W przypadku imprez takich jak wesela czy komunie nie bez znaczenia jest wspomniana kadra kelnerska. Jak jej pomóc? Gwarantując ułatwienie w postaci wózków kelnerskich. Taki sprzęt jest nieoceniony w sytuacji, gdy do obsłużenia jest więcej osób. Wózki powinna cechować stabilność, zwrotność i łatwość w manewrowaniu, dzięki czemu potrawy w szybki sposób zostaną dostarczone z kuchni na stół.

W PROSTOCIE SIŁA

Im większe wydarzenie, tym większe wyzwanie. Można się zgodzić z tym stwierdzeniem, jednak czy koncert na tysiące osób zawsze jest trudniejszym do zaopatrzenia z punktu gastronomicznego eventem niż wesele na sto gości? Wszystko zależy od tego, jak bardzo wymagające

osoby zasiadają przy weselnym stole – to raz, a dwa – przy okazji takiej uroczystości nie podamy raczej piwa z nalewaka, kielbasy z grilla czy grochówki. Te propozycje utożsamiamy z masowymi imprezami, gdzie częściej stawia się na ilość, co może być zgubne. Nikt nie chciałby odpowiadać za zatrucie jednego gościa, tym bardziej w przypadku, gdy może ono dotknąć tysięcy osób. Serwując nawet najbardziej powszechne propozycje, nie można zapominać o ich jakości.

O ile w przypadku jubileuszy, wesel czy spotkań firmowych na świeżym powietrzu menu może być bardziej zróżnicowane i ustalane zgodnie z wolą gości, o tyle imprezy masowe to oferta ogólna, która w większości takich eventów wygląda naprawdę podobnie. Czego nie może w niej zabraknąć poza wspomnianą kielbasą z grilla, piwem czy zupami? Oczywiście grillowanej karkówki, kaszanki, piersi z kurczaka, szaszłyków – wege oraz mięsno-warzywnych, skrzydełek z kurczaka, a nawet oscypka podawanego z żurawiną. Ponadto w ofercie znajdziemy zazwyczaj hot doga, burgera, zapiekankę, kebab, frytki, nuggetsy, stripsy, a ze słodkich przyjemności: lody, gofry czy watę cukrową. Może to niezbyt wyszukane propozycje, jeszcze łatwiejsze do przygotowania, ale czy to powód, żeby iść na łatwiznę i nie zwracać uwagi na to, co się serwuje. Absolutnie nie, tym bardziej że w trakcie tak ogromnych wydarzeń produkty te cieszą się ogromną popularnością wśród ich uczestników.

Organizując eventy plenerowe – czy to większe, czy bardziej kameralne – warto postawić na firmy cateringowe, które cieszą się dobrą opinią, gwarantując pełne wyposażenie oraz są zawsze do dyspozycji. Impreza – czas, start!

Muzyka w restauracji: TWÓJ SEKRETNY SKŁADNIK SUKCESU

Konkurencja w branży gastronomicznej nie rozgrywa się wyłącznie na poziomie menu. Klienci wybierają restauracje na podstawie całościowego doświadczenia – atmosfery, obsługi, wystroju, a także... muzyki. Ta ostatnia, choć często niestety bagatelizowana, okazuje się kluczowym elementem wpływającym na nastrój, decyzje zakupowe i czas spędzany w lokalu.

MELODIE, KTÓRE SMAKUJĄ

Aromaty, faktura i smak dań – wszystko to, co w pierwszej kolejności kojarzy nam się z potrawami w restauracjach, może być wzmocnione jakościową muzyką.

Takie niezapomniane, multisensoryczne doświadczenia potwierdzają badania. Według raportu MRC Data „Background Music: the Untapped Promotional Avenue for Music” aż 81 proc. klientów zauważa muzykę w restauracjach, a ponad połowa przywiązuje dużą wagę do jej rodzaju. Co więcej, gdy klienci mają do wyboru dwa podobne lokale, w 72 proc. przypadków wybiorą ten, w którym rozbrzmiewa przyjemna muzyka – nawet jeśli ceny są tam nieco wyższe.

Z kolei zespół z Uniwersytetu w Oksfordzie pod przewodnictwem profesora Charlesa Spence’a udowodnił, że muzyka ma realny wpływ na percepcję smaku. Ci naukowcy wprowadzili zarazem koncepcję „Sonic Seasoning”, która polega na świadomym dopasowywaniu muzyki do potraw w sposób wzmacniający kulinarne wrażenia.

Według podobnej koncepcji japoński kompozytor Ryuichi Sakamoto opracował specjalną playlistę dla nowojorskiej restauracji

Kajitsu, specjalizującej się w kuchni Zen Shojin. Muzyka – subtelne kompozycje fortepianowe i ścieżki filmowe – idealnie się wkomponowała w estetykę lokalu, nie dominując nad jedzeniem, lecz subtelnie je uzupełniając. Efekt? Zadowoleni goście i wyższe oceny restauracji.

Dane zarazem potwierdzają, że nie każda muzyka działa jednakowo. Kluczowe znaczenie ma dopasowanie repertuaru do wizerunku restauracji. Badanie przeprowadzone przez Soundtrack Your Brand i HUI Research pokazało, że lokale, w których grano muzykę zgodną z marką (np. włoskie przeboje w lokalu z tokańską kuchnią), odnotowały wzrost sprzedaży aż o 9,1 proc.

DLACZEGO WARTO ŚWIADOMIE ZARZĄDZAĆ MUZYKĄ W LOKALU?

Znaczenie muzyki dla samopoczucia i motywacji psychologowie tłumaczą wpływem dźwięków na układ limbiczny mózgu, który odpowiada za emocje i podejmowanie decyzji. Dlatego odpowiednio dobrane utwory mogą poprawić nastrój klientów restauracji, zachęcić ich do zamówienia deseru lub drugiego kieliszka wina, a nawet skłonić do wydłużenia pobytu w restauracji.

JAKA ZATEM POWINNA BYĆ PLAYLISTA DLA RESTAURACJI?

- Dopasowana do marki – warto, by oddawała charakter kuchni (np. jazz w eleganckiej restauracji francuskiej, muzyka chillout w nowoczesnym bistro).
- Spójna z atmosferą – korzystnie, jeżeli wspiera nastrój, który chcemy wykreować (spokój, energia, romantyzm).
- Elastyczna – dobry zestaw melodii zmienia się w zależności od pory dnia i dynamiki ruchu w lokalu.

MUZYKA JAKO INWESTYCJA, NIE KOSZT

Warto zmienić podejście do muzyki w restauracji: nie jako dodatkowego kosztu, lecz jako strategicznego narzędzia budowania marki, zwiększania sprzedaży i poprawy doświadczenia klienta. Dobrze dobrana muzyka to inwestycja, która realnie się opłaca – zarówno w postaci większych rachunków, jak i lojalności gości.

Bo w gastronomii liczy się nie tylko to, co serwujesz na talerzu – ale też to, co rozbrzmiewa w tle.

Owoce morza: SMAK, KTÓRY INSPIRUJE

Owoce morza od lat zajmują wyjątkowe miejsce w światowej gastronomii. Ich popularność nie jest dziełem przypadku! To wynik nie tylko ich walorów smakowych, ale także licznych możliwości kulinarnych. Nic dziwnego – stanowią idealne tło zarówno dla kuchni tradycyjnej, jak i nowoczesnej.

W RÓŻNORODNOŚCI SIŁA

Począwszy od małych bistro, poprzez restauracje wyróżnione gwiazdkami Michelin – owoce morza pojawiają się w menu jako wyraz najwyższej jakości i dbałości o szczegóły. Prawdziwy rarytas! Od lat rozpalają wyobraźnię zarówno szefów kuchni, jak i... filmowców. Wystarczy przypomnieć sobie kilka europejskich produkcji, by przywołać obrazy eleganckich stołów suto zastawionych homarami, ostrygami czy fantazyjnie ułożonymi krewetkami.

Można pomyśleć, że to właśnie miłość do jedzenia ukazana w tak wielu kadrach sprawiła, że owoce morza uchodzą dziś za symbol luksusu oraz kulinariów pierwszej wody. Dla wielu szefów kuchni są one źródłem nieustającej inspiracji. Każdy gatunek i każda technika obróbki otwierają nowe możliwości kulinarnej ekspresji.

Krewetki, małże, ostrygi, kalmary, łosoś, tuńczyk, ale też mule, langusty, kraby królewskie czy przegrzebki – wachlarz możliwości jest ogromny. W zależności od kultury kulinarnej owoce morza mogą przybierać przeróżne formy, począwszy od ceviche w Ameryce Łacińskiej, na japońskim sashimi kończąc. To produkt, który oferuje szefom kuchni poszukującym nowych doznań świetną okazję do eksperymentowania z regionalnymi odmianami na przykład japońskimi małżami surf clam czy śródziemnomorskimi langustynkami. Dzięki temu potrawy z owocami morza są nie tylko uniwersalne, ale też bez trudu można dopasować je do lokalnych tradycji i sezonowości.

TECHNIKI WYDOBYWANIA SMAKU

W pracy z owocami morza liczy się przede wszystkim subtelność i precyzja. Ich delikatne mięso wymaga odpowiedniego traktowania, dlatego tak popularne są metody, które zachowują naturalny smak i teksturę, jak gotowanie na parze, blanszowanie czy krótkie grillowanie. Dodatek świeżych ziół, oliwy, cytrusów lub masła podbija smak dania, nie dominując smaku.

Coraz częściej na znaczeniu w świecie kulinariów zyskują też nowoczesne techniki. W tym przypadku sprawdza się fermentacja (na przykład kimchi z dodatkiem krewetek), marynowanie w stylu escabeche czy wędzenie na zimno. Umiejętne podejście do produktu sprawia, że klasyczne składniki zyskują nowe oblicze i stają się bardziej wyraziste.

KLASYKA, KTÓRA ZACHWYCA

Myśląc o owocach morza, nie sposób pominąć tego, co znane i lubiane. Istnieją dania, które od lat nie wypadają z menu

Smaki prosto z morza. Dobry haczyk w Twoim menu!

Ryby i owoce morza to morze... możliwości dla restauracji, hoteli, cateringów, smażalni. Przekonaj się o tym dzięki ofercie Bidfood.

Mamy dla Ciebie:

- Szeroki wybór owoców morza
- Popularne i niszowe ryby do każdego menu
- Zespół specjalistów, którzy o owocach morza i rybach wiedzą wszystko
- Wskazówki i receptury szefów kuchni



Owoce morza
• kraby • raki • langustynki • krewetki • kalmary • małże • ośmiornice



ZESKANUJ KOD
I POBIERZ PEŁEN
INSPIRACJI KATALOG
„OWOCE MORZA”

Bidfood
więcej niż foodservice

nie tylko ze względu na tradycję, ale też na ich niezmienną jakość. Włoskie risotto z owcami morza, spaghetti alle vongole podlane białym winem z dodatkiem czosnku, aromatyczna paella z krabami i kalmarami czy zupa bouillabaisse pachnąca anyżem i pomidorami – to potrawy, które przetrwały próbę czasu i do dziś zachwycają smakoszy na całym świecie. Na czym polega ich sukces? Ich siła tkwi w prostocie: świeże składniki, odpowiedni balans smaków i perfekcyjna technika przygotowania. Są też znakomitą punktem wyjścia do twórczych reinterpretacji oraz odtwarzania ich w nowej, całkowicie autorskiej odsłonie. Dlaczego nie?

Oczywiście warto także przyjrzeć się nieco rzadziej spotykanym owocom morza. One również są godne uwagi szefów kuchni, którzy poszukują pomysłu na odświeżenie karty. Mimo że większość restauracji opiera się na klasycznych gatunkach, warto poświęcić chwilę, aby poznać kolejne skarby prosto z mórz i oceanów. Małże św. Jakuba, znane również jako przegrzebki, zaskakują delikatną strukturą i słodkawym smakiem, ośmiornica, wcześniej niedoceniana, teraz króluje w daniach typu fusion, udowadniając, że prawdziwe kulinarne rzemiosło opiera się na umiejętnym doborze smaków. Mięsista żabnica, choć z pozoru nie zachęca wyglądem, idealnie nadaje się do smażenia, duszenia lub sous-vide, a jej białe mięso jest jędrne i smaczne.

SEZONOWOŚĆ I DOBÓR SKŁADNIKÓW

Wiosna i lato to czas lekkich, orzeźwiających dań. Krewetki z miętą i cytrusami, ceviche z przegrzebkami czy sałatki z grillowanymi kalmarami to pozycje z menu, które przyciągną uwagę gości. Zimą i jesienią natomiast pojawiają się cięższe, sycące kompozycje – duszone ryby z białym winem i czosnkiem, ośmiornica w czerwonym winie, zapiekane mule z masłem czosnkowym.

Sezonowość wpływa nie tylko na smak, ale i na opłacalność zakupu produktów oraz ich jakość. Pamiętajmy, że świadomy dobór składników to też sposób na budowanie lojalności gości,

którzy wracają, by spróbować nowości dostosowanych do pory roku.

Owoce morza to także szerokie pole do popisu dla wielbicieli innowacyjnych połączeń.

Nowoczesna

kuchnia uwielbia kontrasty i zabawę teksturami. Owoce morza doskonale komponują się z nieoczywistymi składnikami jak purée z mango, pianki z yuzu, kiszonki z buraka, żel z marakui czy sosy z fermentowanych owoców. Takie zestawienia, choć bywają ryzykowne, potrafią stworzyć niezapomniane doświadczenie kulinarne. Tatar z tuńczyka z granatem i jalapeño, przegrzebki z mussem z topinamburu i truflą czy ośmiornica na emulsji z czarnego czosnku – to przykłady nowoczesnych kulinarnych kreacji, które nawiązują do tradycji, ale przełamują ją eksperymentalnym twistem. To podejście, które się opłaca, bo każdy znajdzie coś dla siebie.

SZYBKO, ŚWIEŻO, ZE SMAKIEM

Owoce morza to produkty wymagające szczególnego traktowania nie tylko podczas transportu, ale także przechowywania. Kluczem do sukcesu jest ich świeżość, która bezpośrednio przekłada się na jakość serwowanego dania. Należy wziąć zatem pod uwagę, że

wymagają chłodzenia w odpowiednich temperaturach, szybkiego przetwarzania i często również specjalistycznego sprzętu na przykład akwarium na żywe ostrygi. Każdy etap przygotowania dań na bazie owoców morza, poczynając od momentu połowu, poprzez przyrządzenie, na sposobie podania skończywszy, musi być zaplanowany z chirurgiczną precyzją. To zarówno wyzwanie, jak i dowód profesjonalizmu w restauracyjnej kuchni.

Jednym z najczęstszych błędów jest obróbka cieplna – owoce morza łatwo stają się gumowate, suche, a nawet zbyt intensywne w smaku. Drugi grzech to zbyt mała dbałość o świeżość. Wystarczy kilka godzin za długo w chłodni, by mięso straciło jędrność i zapach. Trzecim zagrożeniem może być brak spójności. Co to oznacza? Chodzi o zestawianie zbyt intensywnych przypraw z delikatnymi składnikami i ryzyko zdominowania potrawy. Kluczem do sukcesu jest umiar i szacunek do produktu, na który składa się m.in. estetyka serwowania.

W profesjonalnej gastronomii, szczególnie w kuchni fine diningowej, gdzie owoce morza są częstym bywalcem, każdy detal ma znaczenie. Owoce morza dają ogromne możliwości estetyczne – często wystarczy zachować ich naturalny kształt i kolor, aby podnieść walory dekoracyjne dania.

Krewetki ułożone na muszlach, ostrygi z perłową pianą z wina musującego, małże z emulsją z pietruszki i jadalnymi kwiatami – to nie tylko dania, ale małe dzieła sztuki. Prezentacja talerza powinna odzwierciedlać elegancję i świeżość składników.

TRENDY A ODPOWIEDZIALNOŚĆ

Współczesna gastronomia stawia na różnorodność zarówno w formie, jak i pochodzeniu. Wysokiej jakości owoce morza coraz częściej pojawiają się w menu z informacją o ich źródle.

Ostatecznie chodzi nie tylko o smak, ale i świadomość. Goście oczekują, że restauracje będą wybierać produkty odpowiedzialnie, co w wielu przypadkach oznacza rezygnację z zagrożonych gatunków na rzecz tych z certyfikatem MSC/ASC czy z lokalnych połowów. To podejście może nie tylko podnieść jakość oferty, ale również wzmocnić wizerunek lokalu jako miejsca świadomego ekologicznie. Z tego powodu restauracje coraz częściej współpracują z lokalnymi rybakami i hodowcami, co daje dostęp do świeżych, sezonowych składników, a zarazem tworzy silne relacje w ramach społeczności.

System zmywania butelek od Winterhalter. Czystość i bezpieczeństwo



Woda we własnych butelkach lub karafkach. Napełniane z dozownika wody. Coraz więcej gastronomów serwuje swoim gościom wodę właśnie w taki sposób – dlatego potrzebują oni rozwiązania w zakresie zmywania. Firma Winterhalter opracowała takie rozwiązanie. Dzięki koszowi na butelki i specjalnemu adapterowi każda zmywarka serii

UC staje się systemem zmywania butelek. Za pomocą specjalnej dyszy woda jest wtryskiwana bezpośrednio do butelki – zapewnia to certyfikowane bezpieczeństwo higieniczne zgodnie z DIN SPEC 10534. Ponadto we wszystkich zmywarkach serii UC można w każdej chwili zainstalować kosz na butelki. Sprawdź ofertę wynajmu zmywarek marki Winterhalter na: wynajmijzmywarke.pl

BRACIA KORAL

Marka premium BRACIA KORAL – lodów na prawdziwej polskiej śmietance i najlepszych składnikach – w sezonie 2025 stawia na dwa nowe oryginalne smaki: Cinnamon Roll i Popcorn z sosem karmelowym. Aromatyczne, kremowe lody Cinnamon Roll z lekko korzenną nutą inspirowane są smakiem popularnych cynamonowych bułeczek, a Popcorn z sosem karmelowym to wyjątkowo chrupiące doświadczenie dla klientów ceniących zaskakujące, wykwintne połączenia smakowe. Nowości dołączyły do szerszej oferty lodów na gałki BRACIA KORAL, wśród których znajdują się m.in. takie smaki, jak: tarta cytrynowa, śmietanka z wiśniami i sosem wiśniowym, bakalia, czekolada, truskawka, słony karmel, beza z sosem truskawkowym, mascarpone z malinami, owocowe sorbety i inne. Pełen Katalog HoReCa BRACIA KORAL wraz z propozycjami podania deserów dostępny jest do pobrania na stronie: www.braciakoral.pl



Witryna COSMO 2.0 – idealnie transparentna

Stworzona w celu zapewnienia perfekcyjnej ekspozycji, linia COSMO 2.0 to odpowiedź na potrzeby nowoczesnych piekarni i cukierni. Szyby zespolone na ramce szklanej zapewniają idealną transparentność

na łączeniu szyby frontowej i górnej. Możliwość tworzenia ciągów tunelowych, a także wybór kilku modułów wymiarowych pozwalają na łatwe dopasowanie urządzeń do wielkości lokalu i indywidualnych potrzeb. Witryna daje także możliwość personalizacji barwy oświetlenia LED, dzięki czemu ekspozycja może być jeszcze bardziej atrakcyjna i dopasowana do charakteru lokalu. Otwierana szyba frontowa ułatwia obsługę oraz utrzymanie czystości, czyniąc COSMO 2.0 idealnym rozwiązaniem dla tych, którzy cenią sobie estetykę, funkcjonalność i najwyższą jakość ekspozycji.



EDIT Work Uniforms – elegancka odzież robocza dla HoReCa

Firma EDIT Work Uniforms specjalizuje się w produkcji wysokogatunkowej odzieży roboczej. Jej klientami są przedsiębiorcy zwracający uwagę na wysokie standardy. Filozofia jakości przewodzi EDIT Work Uniforms od ponad 20 lat, co przekłada się na zdecydowanie na dogłębne poznanie potrzeb rynku HoReCa. Oferowane uniformy spełniają najbardziej wygórowane normy jakościowe i estetyczne, dlatego też personel klientów znacznie wyróżnia się na tle swojej konkurencji. Jeżeli zależy Ci na znalezieniu rzetelnego partnera, który zapewni profesjonalne doradztwo, indywidualne wzornictwo i atrakcyjne ceny, skontaktuj się z przedstawicielami EDIT Work Uniforms.

Więcej informacji na: www.editubrania.pl, tel. 508 232 804, e-mail: info@editubrania.pl lub lilianaczarnecka@wp.pl



Mahlkönig E80S GbW – młynek, który myśli za baristę

Do najbardziej wymagających lokali trafia prawdziwa rewolucja – Mahlkönig E80S GbW, profesjonalny młynek do espresso łączący niesamowitą wydajność z precyzją wagi laboratoryjnej. Dzięki technologii Grind-by-Weight doza kawy jest ważona w czasie rzeczywistym w trakcie mielenia, co eliminuje potrzebę dodatkowego ważenia i gwarantuje powtarzalność każdej porcji. Dodatkowo opatentowana funkcja Disc Distance Detection pozwala na dokładne ustawienie żaren, a system automatycznego rozpoznawania portafiltera przyspiesza i usprawnia pracę baristy. Mahlkönig E80S GbW to połączenie technologii, niezawodności i najwyższej jakości wykonania – stworzony z myślą o nowoczesnych kawiarniach, gdzie liczy się każda sekunda i każdy gram. Dostępny na: b2b.coffeedesk.pl



Pralka WMC8947PI.S od ASKO

ASKO wierzy, że profesjonalizm zaczyna się od niezawodnych rozwiązań, które spełniają najwyższe standardy jakości i wydajności. Pralka WMC8947PI.S z linii profesjonalnej została zaprojektowana z myślą o intensywnym użytkowaniu w wymagających środowiskach. Wyposażona w unikalną konstrukcję Quattro Construction™ gwarantuje stabilność nawet przy wirowaniu 1400 obr./min. Dzięki drzwiom Steel Seal™ i 50 programom – w tym 10 do stworzenia na własne potrzeby – zapewnia najwyższy poziom higieny i elastyczności. Bęben o pojemności 80 l mieści aż 9 kg wsadu, a niezawodny silnik BLDC zapewnia skuteczne pranie. Pralki ASKO – stworzone z myślą o Twojej firmie.



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

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

Nowe ostre sosy od BONY – odpowiedź na potrzeby rynku

Wychodząc naprzeciw rosnącemu zapotrzebowaniu rynku gastronomicznego na wyraziste, pikantne smaki, Zakłady Spożywcze BONA wprowadziły do swojej oferty trzy nowe sosy:

- Sos ostry salsa – intensywny i aromatyczny, idealny do dań tex-mex, burgerów, wrapów oraz jako baza do marynat.
 - Sos pikantny paprykowy – głęboki smak papryki z wyrazistą nutą ostrości, doskonały do kanapek, zapiekanek, mięs z grilla czy frytek.
 - Sos słodko-ostry chilli do kurczaka – balans słodczy i ostrości, który świetnie komponuje się z daniem z drobiu, potrawami azjatyckimi oraz jako dodatek do przekąsek.
- Nowe sosy BONA to odpowiedź na oczekiwania klientów szukających smaków, które pobudzą kubki smakowe i wyróżnią każde danie. Pikantna rewolucja w kuchni zaczyna się tutaj! Postaw na smak, który zostaje w pamięci – i na talerzu. Sprawdź nowe sosy już dziś i pozwól swoim daniom zyskać zupełnie nowy, ognisty charakter! Więcej informacji na: www.bona.lomza.pl



MySpritz w wersji bezalkoholowej

MySpritz Zero to bezalkoholowa wersja kultowego włoskiego aperitivo, który od lat cieszy się ogromną popularnością na całym świecie. To idealny wybór na wiosenne i letnie dni – lekki, orzeźwiający, musujący, stworzony do delektowania się w ogródkach, beach barach, na tarasach czy przy basenie. MySpritz Zero zachowuje wszystkie kluczowe cechy klasycznego Spritza – świeżość, lekko gorzkawy smak i elegancki charakter – ale w wersji bezalkoholowej, stworzonej z myślą o tych, którzy chcą unikać alkoholu, nie rezygnując z przyjemności. To świetna alternatywa dla kierowców, kobiet w ciąży lub po prostu dla wszystkich, którzy stawiają na lżejszy styl życia. MySpritz to prawdziwie włoska jakość i smak – teraz dostępne dla każdego. Zamów na: e-bidfood.pl



Nareszcie... chrupnij indyka!



Postaw na jakość swoich dań! 35 lat zaangażowania i doświadczenia w pracy z mięsem z indyka PMiW Łukosz kierują pod brandem Meat Appetit w jakość, oryginalność i innowacyjność segmentu convenience. Firma gwarantuje:

- Jakość surowca potwierdzoną certyfikatami (BRC, IFS).
- Wsparcie handlowe i marketingowe.
- Doradztwo, szkolenia, pomoc.

Wśród dostępnych produktów znajdują się m.in. mrożone, panierowanie stripsy z piersi indyka (delikatne i lekko pikantne), popularny kotlet szwajcarski o idealnym połączeniu fileta z indyka, plastra wędliny z indyka i sera oraz nuggetsy uwielbiane nie tylko przez najmłodszych. Produkty wyróżniają się chrupką panierką, apetycznym jasnym przekrojem i wysoką mięsnością (nie mniejszą niż 76 proc.). Idealnie sprawdzą się w menu hotelowym, restauracjach, obszarze street food czy cateringach. Ich oferta dostępna jest u najważniejszych dystrybutorów branży HoReCa. Produkty od PMiW Łukosz to potwierdzona jakość dla profesjonalnej kuchni. Pracuj z najlepszymi!

Poczuj orzeźwiającą moc pigwowca!

Szukasz idealnego napoju na wiosenne i letnie dni? Odkryj wyjątkową lemoniadę z Krainy Pigwowca! To prawdziwa eksplozja smaku i orzeźwienia, która zachwyci Twoich gości. Jej sekretem jest wysoka zawartość naturalnego soku z pigwowca – aż 15 proc. Te niezwykle owoce to prawdziwa skarbnica witaminy C i polifenoli. Dzięki nim napój nie tylko gasi pragnienie, ale także dodaje energii i wspiera naturalną odporność. Połączenie intensywnego, kwaśnego aromatu pigwowca z subtelną słodyczą jabłek odmiany szampion (7 proc. soku) tworzy niepowtarzalną kompozycję smakową. Delikatne nagazowanie i słodycz naturalnego cukru trzcinowego dopełniają całości, czyniąc lemoniadę niezwykle rześką i aromatyczną. Wyróżnij swoją ofertę! Lemoniada marki Kraina Pigwowca przyciągnie uwagę gości poszukujących unikalnych i naturalnych smaków. Idealna do restauracji, kawiarni, food trucków i wszelkich punktów gastronomicznych.



Muzyka w restauracji pomoże Ci zarobić! Odkryj kampanię ZAiKS-u

Znana i lubiana, czyli licencjonowana, muzyka podnosi satysfakcję klientów i wpływa na decyzje zakupowe. „Darmowa” nie przynosi takich rezultatów, a czasem wręcz szkodzi wizerunkowi marki. Mówi o tym kampania Stowarzyszenia Autorów ZAiKS – Muzyka Napędza Biznes. Czy wiesz, że 79 proc. osób zwraca uwagę na muzykę w lokalach, a odpowiednio dobrane utwory mogą zwiększyć przychody o 20 proc. i wydłużyć czas obecności klientów o 30 proc.? Marki, które stosują muzykę zgodną ze swoją tożsamością, są zapamiętywane 96 proc. częściej niż te, które tego nie robią! Kampania ZAiKS-u Muzyka Napędza Biznes pokazuje, że właściwie dobrane brzmienia zwiększają o ponad 50 proc. szanse na zakupy, polecenia i powroty klientów. Więcej informacji znajdziesz na: online.zaiks.org.pl oraz muzykadlabiznesu.pl



Nowość w ofercie Transgourmet Foodservice i Selgros HoReCa: dynia w kostce

Transgourmet Economy rozszerza swoją ofertę o dynię w kostce 2,5 kg – produkt, który idealnie sprawdzi się w każdej profesjonalnej kuchni. To wygodne i uniwersalne rozwiązanie dla szefów kuchni poszukujących składników wysokiej jakości, oszczędzających czas bez kompromisu w smaku. Drobnopokrojona dynia to doskonała baza do przygotowania aksamitnego purée, sezonowej zupy krem czy dodatków do dań głównych. Aby podkreślić jej naturalną słodycz i intensywny aromat, wystarczy upiec ją przed dalszą obróbką – pieczenie wydobywa głębię smaku i nadaje potrawom wyjątkowy charakter. Produkt jest już dostępny w ofercie Transgourmet Foodservice oraz Selgros HoReCa.



Seria X od Fresco – gdzie nowoczesność spotyka smak

Poznaj serię X od Fresco – perfekcyjne połączenie innowacyjnej technologii i najlepszych rozwiązań technicznych zamkniętych w futurystycznych obudowach. Ekspresy Fresco to przede wszystkim łatwość obsługi i szybkość działania połączone z niezwykłą wydajnością. Spełniają swoją misję nawet w najbardziej wymagających sytuacjach. Szeroka oferta ekspresów automatycznych pozwoli Ci znaleźć urządzenie do każdych warunków, zapewniając wydajność od 80 do nawet 420 kaw dziennie! Fresco to synonim najwyższej jakości urządzeń i pełnego wsparcia posprzedażowego obejmującego 2-letnią gwarancję z wysokim limitem zrobionych kaw i ogólnopolską sieć autoryzowanych serwisów. Zobacz więcej na: www.seriax.fresco.coffee



Syrve – inteligentne oprogramowanie z wizją przyszłości

Misją Syrve jest tworzenie wyjątkowych, godnych zaufania technologii, które pozwalają firmom z branży gastronomicznej uwolnić się od rutynowych zadań i zyskać przewagę biznesową. Syrve wprowadza nowoczesne rozwiązania dla wieloletnich wyzwań – prostsze, łatwiejsze i inteligentniejsze niż kiedykolwiek wcześniej – dając klientom narzędzia, których potrzebują, aby działać z pewnością siebie. Syrve ma wizję – widzi przyszłość, w której klienci cieszą się naprawdę niesamowitym doświadczeniem i mogą skupić się na tym, co robią najlepiej. Bez względu na to, gdzie są i jak działają. Aby ta wizja stała się rzeczywistością, należy przełamać bariery, łącząc pracę sali, zaplecza kuchennego i biura w jeden wspólny cel. Skoncentruj się na swoim biznesie. Syrve poprowadzi Twoją działalność w nowy, efektywny sposób. Inteligentne oprogramowanie dla branży gastronomicznej od Syrve daje Ci przewagę.



Lepszy skład, lepsze zyski – mieszanki LYKKE do lodów soft i twist

Jak wyróżnić się spośród powstających na każdym rogu ulicy punktów z lodami włoskimi lub amerykańskimi? Serwując coś, czego nie mają inni – lody o lepszym składzie i autentycznym smaku. Mieszanki LYKKE powstają na bazie pełnego mleka, bez dodatku tłuszczów roślinnych, syropu glukozowo-fruktozowego i sztucznych barwników. Zamiast tego – żywność barwiąca, tj. ekstrakt z buraka, czy beta-karoten. Efekt? Lody o głębokim, szlachetnym smaku – i dokładnie tego oczekuje dzisiejszy klient. To idealne rozwiązanie dla miejsc, które chcą serwować lody premium bez skomplikowanej logistyki czy szkoleń personelu. Proszek LYKKE wystarczy zmieszać z wodą, a następnie przelać masę do urządzenia. LYKKE oferuje klasyczne smaki: śmietankowy, waniliowy, truskawkowy, czekoladowy oraz jagodowy. Można je dowolnie łączyć, modyfikować, podawać z dodatkami, w deserach, na gofrach lub w formie milkshake’ów.



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

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

Poland 100 Best RESTAURANTS AWARDS 2025

7 kwietnia 2025 roku, po raz pierwszy na Dolnym Śląsku, w Pałacu Brunów odbyła się gala Poland 100 Best Restaurants Awards połączona z premierą XIV edycji Przewodnika Poland 100 Best Restaurants.

W wydarzeniu wzięło udział ponad 250 właścicieli i szefów kuchni restauracji, które znalazły się na liście Poland 100 Best Restaurants 2025.

Wszystkie restauracje zostały uszeregowane według „Poland 100 Best Restaurants Score” na podstawie przewodników i recenzji online. Nagrody przyznano w pięciu grupach: jeden widelec, dwa widelce, AWARD OF EXCELLENCE – 3 widelce, BEST OF AWARD

OF EXCELLENCE – 4 widelce oraz GRAND AWARD – 5 widelców.

Najlepszą Restauracją w Polsce 2025 roku została krakowska restauracja Filipa 18 Food Wine Art. Z kolei tytuł Najlepszej Karczmy przypadł Karczmie u Walusia w Krynicy-Zdrój.

Ponadto przyznano nagrody specjalne. Szefem Kuchni Roku został Paweł Stawicki, a Szefem Kuchni Jutra Krzysztof Łosiewicz. Kucharzem Odkryciem Roku ogłoszono Jakuba Łyska. Za Kreowanie Polskich Przepisów

w Nowej Odsłonie nagrodzono Annę Strażyńską, natomiast Za Krzewienie Sztuki Kulinarnej został wyróżniony Marcin Soból. Tytuł Osobowości Roku uzyskał Marcin Budynek.

O podniebienia podczas gali zadbali: szef kuchni Pałacu Brunów Mateusz Szpytma, szef kuchni restauracji Scoria Paweł Stawicki oraz szef kuchni restauracji Boreczna Tomasz Czarnecki.

Pełna lista laureatów jest dostępna na stronie www.poland100bestrestaurants.pl.

zdj. Marcin Kaźmieruk

Gastrotargi SMAKKi ZA NAMI!

W dniach 9-10 kwietnia 2025 roku Warszawa stała się centrum innowacji i inspiracji dla sektora HoReCa. Trendy, technologie, nowe smaki – tego doświadczyliśmy podczas III edycji targów.

Gastrotargi SMAKKi połączyły się z targami WorldFood Poland. Wydarzenie było okazją do spotkań ekspertów oraz dostawców technologii i rozwiązań dla sektora HoReCa.

W ramach targów odbyły się liczne konkursy, w tym Mistrzostwa Polski Latte Art, Cup of Poland, Street Food MASTERS, a także konkurs kuchni roślinnej Złoty Karczoch, w którym zwyciężył Paweł Trzaskowski – szef kuchni Daidokoro Konstancin-Jeziorna.

– Przygotowałem „Beji sushi”, czyli vege sushi. Cztery różne kawałki sushi: kaburamaki ze szparagami i serkiem na bazie kokosa owinięte w marynowanego pomidora i topping z żelu aloesowego, kaburamaki z czarnym ryżem, brokułami w tempurze, yuzu kosho owinięte w paprykę „kombu jime”, temari sushi z kremem tofu, bazylią, orzechami włoskimi owinięte w awokado z solą

wasabi oraz inari sushi ze smażonym tofu, edamame, pietruszką, sansho, olejem sezamowym i tykwą. Bardzo pozytywne wrażenia po konkursie. Miło, profesjonalnie, super team – mówi Paweł Trzaskowski, zdobywca statuetki.

Jak zapowiadają organizatorzy, kolejna edycja Gastrotargów SMAKKi odbędzie się w dniach 14-16 kwietnia 2026 roku.

Chefs en Or – ZNAMY ZWYCIĘZCĘ!

W czwartek, 24 kwietnia 2025 roku, w Instytucie Kulinarным Transgourmet w podwarszawskim Mysiadle odbył się finał konkursu Chefs en Or. Poznajcie laureatów!

Zadaniem uczestników było przygotowanie autorskiego dania z kaczką w roli głównej. Najlepsi młodzi kucharze podczas wielkiego finału musieli wykazać się znajomością technik kulinarnych, kreatywnością, oraz umiejętnością pracy pod presją czasu. Pierwsze miejsce zajęła Natalia Kalenik z Zespołu Szkół Gastronomicznych w Białymstoku. Przygotowała pieczoną

kaczkę w korpusie z żelką i salsą buraczną. Na drugim stopniu podium uplasował się Kornel Byzdra – reprezentant Zespołu Szkół Gastronomiczno-Hotelarskich w Bydgoszczy. Trzeci na podium był Iwo Nowacki z Zespołu Szkół Przemysłu Spożywczego w Kielcach. – Cieszę się, że coraz więcej młodych osób zgłasza się do konkursu

Chefs en Or, bo to jeden z najlepszych konkursów w Polsce. Prace były higienicznie czyste, co przełożyło się na smak potraw – wybór zwycięzców nie był łatwy, bo wszystkie dania były naprawdę bardzo smaczne. Różnice w punktacji między pierwszymi trzema miejscami były minimalne, decydowały detale – podsumowuje Bartosz Peter. Gratulujemy!

zdj. Małgorzata Marylewska



Bitwa na drobiowe

SMAKI IV: WALKA O PUCHAR ROZSTRZYGNIĘTA!

W dniach 8-10 kwietnia 2025 roku w Instytucie Kulinarnym Transgourmet w Mysiadle k. Warszawy odbył się wielki finał Bitwy na drobiowe smaki IV. Poznaliśmy Mistrzów Drobiowego Smaku!

Bitwa na drobiowe smaki IV: Walka o puchar to ogólnopolski konkurs kulinarny kierowany dla uczniów klas ponadpodstawowych o profilu gastronomicznym. Jego celem jest rozwijanie umiejętności kulinarnych oraz kreatywności uczniów, zachęcenie ich do korzystania z mięsa drobiowego w codziennej diecie oraz promowanie polskiego drobiu.

Czwarta edycja konkursu uzyskała nową formułę. Spośród nadesłanych zgłoszeń

wyłoniono 36 zespołów, które zmierzyły się w trzech rundach eliminacyjnych. Wstępna selekcja uczestników polegała na ocenie nadesłanych przepisów wraz ze zdjęciami przygotowanych potraw w ramach zgłoszenia konkursowego. Zwieńczeniem konkursu był wielki finał, w którym młodzi kucharze zawalczyli o Puchar Bitwy na drobiowe smaki.

Zwycięzcami czwartej edycji Bitwy zostali Maria Solińska i Hubert Hyzopski

z Zespołu Szkół nr 6 im. Macieja Rataja w Elku. Na drugim stopniu podium stanęła drużyna w składzie: Wiktor Wołczyk i Iwo Nowacki z Zespołu Szkół Przemysłu Spożywczego w Kielcach. Trzecie miejsce zajęli Dawid Oświecimski i Błażej Zieliński z Zespołu Szkół Gastronomicznych im. Febronii Gajewskiej-Karamać w Gorzowie Wielkopolskim.

Gratulujemy!

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 ALKOHOLIZMOWI.



Vera Pizza Napoletana

CHAMPION POLAND 2025: WYNIKI

W dniach 14-15 kwietnia 2025 roku odbyły się polskie eliminacje do międzynarodowego konkursu Vera Pizza Napoletana Champion 2025. W tym czasie stolicą pizzy neapolitańskiej zostały Gliwice. Kto będzie reprezentował Polskę w światowym finale w Neapolu?

Rywalizacja odbyła się w dwóch kategoriach – udział w konkursie wzięli zarówno profesjonaliści, jak i amatorzy.

Zwyciężył Mateusz Wrosz. To właśnie on będzie miał szansę reprezentować nasz kraj podczas finału, który rozegra się już we wrześniu w Neapolu. Na drugim stopniu podium uplasował się Jan Kutyla, natomiast trzecie miejsce zajęli ex aequo Adrian Pijet

i Piotr Szatyłowicz. Wyróżnienie za czwarte miejsce odebrał z kolei Jakub Kwaśniewski.

Najlepszy wśród amatorów okazał się Patryk Choraży. Jako zwycięzca w swojej kategorii także uzyskał przepustkę do wielkiego finału we Włoszech. Drugie miejsce zajął Oskar Jarecki, a trzecie Marcin Bartocha. Wyróżnienie otrzymał Mateusz Sitek.

W jury zasiadała delegacja AVPN z Neapolu, w tym prezydent stowarzyszenia Antonio Pace, co było gwarantem wysokiego poziomu oceniania.

– Zaprezentowaliście bardzo wysoki poziom umiejętności pracy z pizzą! Jesteśmy dumni z tak dobrej prezentacji Waszych możliwości! – podsumowują organizatorzy. Gratulujemy!

ALASKA SEAFOOD



CZAS NA ZMIANĘ- WYBIERZ ALASKA SEAFOOD

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



Dowiedz się więcej na:

WWW.ALASKASEAFOOD.EU

