

Szef Kuchni

MAGAZYN BRANŻY GASTRONOMICZNEJ



**Gotując, trzeba
mieć pomysł**

ROZMOWA Z BARTŁOMIEJEM PAWLIKOWSKIM

SZTUKA DEGUSTACJI

KUCHNIA AMERYKAŃSKA

MAGIA ŚWIĄT



69% BURGERSA TO BUŁKA*

NIECH BĘDZIE NAJLEPSZA!



Cebulak
Burger

SMAK TRADYCJI W KAŻDYM KĘSIE

*Na bazie pomiaru wysokości 100 różnych burgerów dostępnych na rynku



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

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

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

www.schulstadbakerysolutions.pl

NA DOBRY POCZĄTEK...

W Polsce jak grzyby po deszczu wyrastają konkursy kulinarne, począwszy od lokalnych festiwali smaku, przez regionalne turnieje, na ogólnopolskich finałach skończywszy. W niemal każdej części kraju znajdziemy wydarzenia, gdzie na pierwszy plan wysuwa się smak, kreatywność i umiejętności techniczne kucharzy. Czy to w miasteczkach, gdzie odbywają się kameralne festiwale kulinarne, czy na wielkich scenach, gdzie profesjonaliści walczą o tytuł najlepszego z najlepszych – wszędzie widać, że kochamy dobre jedzenie i doceniamy sztukę tych, którzy je tworzą.

Rywalizacja dotyczy zarówno gotowania na najwyższym poziomie, jak i umiejętności łączenia tradycji z nowoczesnością, odkrywania zapomnianych przepisów czy tworzenia autorskich dań prezentowanych przez młodych adeptów sztuki kulinarnej.

Wydawać by się mogło, że świat konkursów kulinarnych to niekończący się spektakl kreatywności i ambicji, w którym szefowie kuchni z entuzjazmem mierzą się z wymagającymi zadaniami. Jednak, ku zaskoczeniu wielu, nawet w tym świecie zdarzają się przerwy, jak w przypadku jednego z najważniejszych konkursów kulinarnych w Polsce, który w tym roku został zawieszony, pozostawiając po sobie ciszę i pytania o przyszłość.

Najnowsze wydanie poświęcamy Bartłomiejowi Pawlikowskiemu – zwycięzcy 22. edycji Kulinarnej Pucharu Polski, szefowi kuchni restauracji Stanica Łowiecka „Kniejówka” w Ownicach. Jego kulinarna podróż, pełna pasji i determinacji, pokazuje, że mimo chwilowych przestojów w gastronomicznym świecie, talent zawsze znajdzie drogę na szczyt.

Drodzy Czytelnicy, listopad to idealny czas, by zaprosić Was do świata rozgrzewających smaków. Zanurcie się w aromatycznym zapachu kawy i herbaty. Chłodniejsze dni skłaniają do odwiedzania przytulnych lokali, które już za moment rozbłyśną milionem światła.

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:
ZUZANNA WÓJT
Z.WOJT@SZEK-KUCHNI.COM.PL

REDAKTOR PRZEWODZĄCA:
ZUZANNA WÓJT
Z.WOJT@SZEK-KUCHNI.COM.PL

REDAKTORZY:
JOANNA DZIEDZIC, EWA MRÓZ,
TOMASZ ZIĘTKIEWICZ

WSPÓŁPRACA:
MIROSLAW CIOLAK, MARTA KOSECKA,
CEZARY NOWAK, PRZEMYSŁAW
SIERADZKI, ALEKSANDER TĘCZA,

JAROSŁAW UŚCIŃSKI, AGATA WOJDA,
JAROSŁAW WYRWISZ

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:
KAROLINA CZABARA

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

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

**BEZPŁATNY MIESIĘCZNIK DLA
BRANŻY GASTRONOMICZNEJ**



NAKLAD:
10.000 EGZEMPLARZY



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



14



18



40



6

STREFA SZEFA

- 11** Zraz z jelenia – przepis
- 12** Przepis na spotkanie branży – felieton Agaty Wojdy
- 14** Czwarta fala kawy i herbaty
- 17** Rozgrzewające napoje w okresie jesienno-zimowym – poznaj ofertę Orbico
- 18** Magia świąt: catering na świąteczny stół
- 21** Kongres Szefów Kuchni i Restauratorów: inspiracje, które pozostaną z nami na długo
- 22** Sztuka degustacji

STREFA MENEDŻERA

- 24** Dobry start to perspektywa sukcesu w przyszłości – rozmowa z Anną Paprocką, Kierowniczką Projektu Akademii Mistrzów Smaku by Belvedere
- 27** Chłodziarki do wina marki ASKO
- 28** Piece na każdą potrzebę
- 32** Czy tzw. Lex Kamilek dotyczy również restauracji?

STREFA SMAKU

- 34** Alkohole – degustacja w wersji premium

- 38** Sposób na mrożonki

- 39** Polska wieprzowina jest produktem dla każdego

- 40** Kuchnia amerykańska, czyli kulinarne zjednoczenie

- 44** Tortelli z dynią i amaretti – przepis

- 45** Nowości

WYDARZENIA

- 48** Kongres Szefów Kuchni i Restauratorów za nami! / Poznaliśmy laureatów AIG PRIX 2024

- 49** Trophée Mille Polska 2024 – znamy wyniki

TEMAT NUMERU

- 6** Gotując, trzeba mieć pomysł – rozmowa z Bartłomiejem Pawlikowskim, zwycięzcą 22. edycji Kulinarne Pucharu Polski, szefem kuchni restauracji Stanica Łowiecka „Kniejówka” w Ownicach

- 50** Rozstrzygnięcie konkursu Czas na rybę! / Znamy zwycięzcę finału World Class w Szanghaju

Gotując, TRZEBA MIEĆ POMYSŁ

Zdobywając upragnioną statuetkę, spełnił wieloletnie marzenie. O przepisie na wygraną w konkursach kulinarnych, inspiracjach, które kształtują kulinarne wybory oraz maksymalnym wykorzystaniu produktu rozmawiamy z Bartłomiejem Pawlikowskim, zwycięzcą 22. edycji Kulinarne Pucharu Polski, szefem kuchni restauracji Stacja Łowiecka „Kniejówka” w Ownicach.

Jest Pan zwycięzcą tegorocznej odsłony Kulinarne Pucharu Polski. Co okazało się Pana przepisem na sukces?

Przede wszystkim dobra organizacja. Udział w konkursach kulinarnych wiąże się z zaplanowaniem działań zgodnie z regulaminem. Każdy z nich rządzi się swoimi prawami. Każdy z nich ma inny temat i inną pracę do wykonania i trzeba się do tego dostosować. Umiejętność planowania, analizy i organizacji jest, moim zdaniem, niezbędna tak samo jak improwizacja, przydaje się w momencie, kiedy praca nie idzie zgodnie z planem. Podczas startu dochodzi stres, nerwy i nawet najdoskonalszy plan wymaga wtedy szybkiej korekty.

Równie ważne okazało się przykładanie wagi do szczegółów. Rozmawiając z jury, usłyszałem, że zwrócono uwagę na to, w jaki sposób przyrządziliśmy tartaletkę, która została wypieczona, a następnie starta na tarce, aby nadać jej kształt. Dostrzeżono także wpływ zastosowania odpowiedniej temperatury do kaczki.

Przemyślenie podejścia, poukładanie sobie etapów pracy w głowie, przygotowując się do startu, jest kluczem.

Do startu w KPP przystąpił Pan z Marcinem Klóską. W jaki sposób nawiązaliście współpracę?

Marcin był moim praktykantem w gorzowskiej restauracji Poczta 13, którą otwierałem blisko dziesięć lat temu. Po praktyce trafił do mnie na kuchnię, jednak jakiś czas później nasze drogi rozeszły się na chwilę, bo zmieniłem pracę. Przeszedłem do Stacji Łowieckiej „Kniejówka”, ale cały czas byliśmy w kontakcie i dzięki temu postanowiliśmy pojechać na Mistrzostwa Polski w Dzikizynie. Mimo że nie pracowaliśmy w jednym miejscu, po wygranej w tym konkursie obiecałem Marcinowi, że na Kulinarne Puchar Polski też pojedziemy razem.

Zgrany duet to podstawa.

Większość konkursów kulinarnych opiera się na pracy w duetach. Wiadomo, że szef zespołu ma trochę więcej do powiedzenia, zorganizowania oraz odpowiedzialność jest większa, ale nie zapominajmy, że szef nie może obyć się bez pomocnika. Tak samo jest w zespołach restauracyjnych – szef kuchni jest twarzą restauracji, próbuje wszystko spiąć, ale bez dobrego zespołu niczego nie zrobi.

Jak wyglądały Wasze przygotowania do KPP?

Ogromnym plusem okazał się sposób funkcjonowania Stacji, która działa tylko w soboty i niedziele. W pozostałe dni

kuchnia jest zamknięta, co dało nam możliwość trenowania.

Pierwszy okres w ramach przygotowań do startu w Kulinarne Pucharze Polski, około dwóch czy trzech tygodni, poświęciliśmy głównie na dopracowanie dań. Składaliśmy bardzo dużo wariantów.

Znając temat tegorocznej edycji, od razu wiedziałem, jakie danie główne chciałbym zrobić. Problemem okazała się przystawka wymagająca dłuższego przemyślenia. Tak naprawdę opracowanie receptury zajęło najwięcej czasu.

Następnie, gdy zgodnie stwierdziliśmy, że dania są w porządku, zostawiliśmy sobie zapas czasu przed pierwszą próbą, aby upewnić się, że niczego nie zmieniamy. Gdy zaczęliśmy próby, utwierdziliśmy się w przekonaniu, że założenia były słuszne, a dania na podstawie opracowanych receptur okazały się doskonale przemyślane. Przede wszystkim wszystkie działania są dobrze rozłożone czasowo. Mając pewność, że damy radę wykonać wszystkie elementy w określonym czasie, przystąpiliśmy do pełnych treningów, czyli wykonania wszystkich dań od podstaw, a także doskonaliliśmy umiejętność przygotowania poszczególnych elementów.

W ramach przygotowań mieliśmy także okazję wziąć udział w kolacji degustacyjnej, podczas której podaliśmy gościom dania, w których pojawiały się elementy inspirowane tymi opracowanymi na konkurs. Kolacja dała możliwość przygotowania wielokrotnie elementów, z których składały się nasze konkursowe potrawy. Każda próba trwała trzy i pół godziny, nie licząc przygotowań, w tym



odważenia prawie stu osiemdziesięciu produktów, oraz sprzątania. Biorąc to pod uwagę, czas trwania pełnej próby wynosił blisko dziesięć, niekiedy jedenaście, godzin.

Czy dzięki skrupulatności udało się Wam uniknąć potknięć?

Nie powiedziałbym, że uniknęliśmy potknięć, ale dzięki skrupulatności i organizacji zminimalizowaliśmy konsekwencje, jakie mogłyby wynikać z popełnionych błędów – te są zawsze podczas konkursu, jednak „wygrywa ten, kto zrobi ich najmniej”. Drugą sprawą była obrona przeze mnie taktyka. Uważam, że w przypadku gotowania przez trzy i pół godziny pod presją czasu, w nieustannym skupieniu, konieczne jest rozplanowanie poszczególnych działań. Wiadomo, na co dzień bywa tak, że w restauracji gotujemy nawet przez cały dzień, jednak sytuacja podczas konkursu kulinarnego jest nieco inna. Trzeba pamiętać o wielu rzeczach, unikać dekoncentracji, do tego dochodzi ocena jury.

W osiągnięciu pełnego skupienia pomogło nam zaplanowanie pracy w taki sposób, aby jak najwięcej elementów przygotować w ciągu dwóch godzin od startu. Im dłużej trwa konkurs, tym mniej siły i łatwiej popełnić błąd. Po serwisie pierwszej przystawki, gdy do końca zostało półtorej godziny, byliśmy o wiele mniej obciążeni niż dwie godziny wcześniej.

Co zainspirowało Pana do przygotowania zwyczajnych dań?

Uwielbiam stare przepisy kulinarne przekładać na własną filozofię. Jestem również wielbicielem sprawdzonych produktów.

Na przystawkę zrobiliśmy gulasz, bo kojarzy się z polską kuchnią, jednak jego podstawą była wątróbka. Do tego była owsianka, która zazwyczaj jest podawana na słodko, a my zaproponowaliśmy jej wytrawną wersję z oscypkiem, która została wykończona francuskim klasykiem – sosem madera.

Gdy dowiedziałem się, że produktem obowiązkowym w daniu głównym ma być kaczka, byłem świeżo po warsztatach wędzarniczych. Przygotowałem pierś z kaczki w muślinie. Do tego

była kaszanka, wykorzystaliśmy też wątróbkę, która była jednym z produktów obowiązkowych w przystawce. Kolejnym elementem było udko z kaczki podane w formie przypominającej kiełbasę lub roladę

w muślinie z dodatkiem lubczyku i czosnku. Zostało uparowane, a następnie usmażone.

Jako dodatek zaserwowaliśmy kapustę zasmażaną. To smak przywołujący na myśl wspomnienia domu i obiadu u babci, która często podawała ją z koperkiem. Zależało nam na uzyskaniu efektu prostej kuchni, która stanowi dopełnienie skomplikowanego dania.

Kolejnym ukłonem w stronę polskich smaków w naszym daniu głównym był pączek. Został nafaszerowany musem z borowików i obłany lukrem na bazie sosu demi glace ze śliwowicą, bo jednym z tematów była także polska nalewka. Ten rodzaj trunku również kojarzy mi się z naszymi klasycznymi smakami. Całość została wykończona sosem z kiszzonej kapusty. Mimo że wśród produktów obowiązkowych była kapusta słodka, z miłości Polaków

do fermentacji, postawiliśmy na sos przyrządzony z bulionu z kaczki i soku z kiszzonej kapusty. Moim zdaniem udało nam się pobawić koncepcją, nie serwując klasycznego demi glace. Oplaciło się!

Jednym z motywów przewodnich 22. edycji Kulinarne Pucharu Polski był trend zero waste.

Zależało nam na maksymalnym wykorzystaniu produktu, aby pokazać, że danie wpisuje się w ideę zero waste, która odgrywała ważną rolę podczas tegorocznej rywalizacji w konkursie. W efekcie wykorzystaliśmy kaczkę w stu procentach, zaczynając od korpusu, poprzez udka, na skórkach kończąc. Nie zmarnowaliśmy nawet kaczego smalcu, który został nam po przyrządzeniu przystawki – wykorzystaliśmy go do usmażenia mięsa.

Pamiętajmy jednak, że gotując w ten sposób, trzeba mieć pomysł. Po pierwsze, musimy wiedzieć, co chcemy ugotować, a po drugie musimy uwzględnić aspekty, takie jak sprzęt, który będziemy mieli do dyspozycji, a także ilość czasu, który będziemy mogli poświęcić obróbce poszczególnych produktów.

Nasz pomysł opierał się w głównej mierze na przemyślanym użyciu narzuconych składników, aby nie dokładać zbyt wielu dodatkowych produktów, których nie byłibyśmy w stanie całkowicie wykorzystać. A przecież właśnie o to chodzi w zero waste! Mając obowiązek użycia gruszek, staraliśmy się nie wyrzucać nawet obierek, dlatego ugotowaliśmy z nich „kompot”, a następnie wykorzystaliśmy jako podstawę pod zalewę octową do gruszek. W ten sposób przygotowaliśmy wykończenie przystawki.

To rozsądne podejście. Co okazało się największym wyzwaniem, z którym musiał zmierzyć się Pan w trakcie konkursu?

Największym wyzwaniem dla mnie była presja, którą sobie narzuciłem, aby dać z siebie jak najwięcej, żeby pokazać swoje dobre strony, nie zawieść zaufania właścicieli restauracji i pokazać się w dobrym świetle.

Jeśli chodzi o inne wyzwania, to w pewnym momencie zastanawiałem się, czy wydatka wyszła ciepła. Wychodząc z boks, nie byłem tego pewny. Na szczęście potknięcie zostało uratowane dzięki odpowiedniej organizacji i opanowaniu zdenerwowania. To przydatne umiejętności, których nauczyłem się, biorąc udział w licznych konkursach kulinarnych.

DODAJE BLASKU

CHWILOM



KOLEKCJA AVANT-GARDE

Odkryj kieliszki do szampana z bestsellerowej kolekcji Avant-Garde. Ich wyjątkowy kształt przyciąga wzrok i zachwyca. Natomiast niezwykłą przejrzystość i trwałość zapewnia im bezołowiowy kryształ Crystalline, z którego zostały wykonane. Wyjątkowa kolekcja nie tylko na wyjątkowe okazje.



Sklep HoReCa



zdj. Karolina Czabara

Innym sporym wyzwaniem okazało się opracowanie receptury przystawki. O ile z daniem głównym nie było problemu, o tyle przystawka wymagała kreatywności i zrozumienia smaków. Wszystko przez czekoladę, która w połączeniu z wątróbką mogłaby przekreślić nasze szanse na podium. Na pierwszy rzut oka to składniki, które do siebie nie pasują, to była największa trudność. Szukając rozwiązania, wpadłem na pomysł, aby przygotować ciastko. Zrobiliśmy wytrawną markizę z parfait z wątróbki i konfiturą z malin. Połączenie okazało się strzałem w dziesiątkę.

Jakie znaczenie mają dla Pana konkursy kulinarne?

Konkursy kulinarne dla mnie, jako chłopaka pochodzącego z Gorzowa, były oknem na świat, które pozwoliło mi zobaczyć, jak wygląda branża i co można osiągnąć. W tamtych czasach, w moich rodzinnych stronach brakowało restauracji na wysokim poziomie.

Konkursy były odskocznią najpierw od szkoły, a później od pracy. Biorąc udział, miałem okazję przełożyć na talerz wizję, której nie mogłem nigdzie zrealizować, a bardzo chciałem się nią podzielić.

Chciałem również sprawdzić, na jakim jestem etapie w porównaniu z osobami z branży, które pracują w restauracjach w większych miastach.

Jednym z moich marzeń, które narodziło się, gdy miałem szesnaście lat i pojechałem z wycieczką szkolną na targi Polagra, było wzięcie udziału w Kulinarным Pucharze Polski. Udało się! Nie sądziłem, że będę miał okazję stanąć na pierwszym stopniu podium. Otrzymanie statuetki to dla mnie ogromna satysfakcja.

Jak wyglądały Pana początki w branży?

Zacząłem od pracy w przydrożnym zajeździe, gdzie organizowano wesela. To była typowo wakacyjna praca. Pierwsze poważniejsze doświadczenia zdobyłem podczas praktyk w gorzowskim hotelu Qubus, gdzie poznałem Dawida Szkudlarkę, który był moim mentorem. Tak zaczęła się przygoda w hotelu Fado. Dawid przyjął mnie najpierw na stanowisko pomocy kuchennej, a następnie na stanowisko kucharza. Jednym z największych zwrotów w mojej karierze, który udowodnił mi, że gastronomia to branża wymagająca pokory, był sezon spędzony w pracy nad morzem. Wracając do Gorzowa, trafiłem do Folwarku Folińscy, gdzie ponownie spotkałem Dawida. Przepracowałem prawie cztery lata, a następnie dostałem propozycję otwarcia restauracji Poczta 13. Nabrałem tam najwięcej dojrzałości kulinarnej.

Obecnie jestem szefem kuchni w Stacji Łowieckiej „Kniejówka”. Podjęcie pracy w tym miejscu zmotywowało mnie, by po przerwie od udziału w konkursach ponownie się sprawdzić.

Jakie są Pana dalsze plany zawodowe? Czy jeśli będzie taka możliwość, będzie Pan bronił tytułu „Najlepszego z Najlepszych”?

Zdecydowanie! Myślałem o tym, że jeśli wygram Kulinarny Puchar Polski, to spróbuję sił w Bocuse d'Or. Przede mną czas pełen wyzwań i pracy nad realizacją kolejnych marzeń.

Spróbuję sił w prowadzeniu warsztatów kulinarnych, zastanawiam się też nad stworzeniem swojego miejsca w sieci, aby dzielić się kulinarną pasją!

BARTŁOMIEJ PAWLIKOWSKI

zwycięzca 22. edycji Kulinarного Pucharu Polski, szef kuchni restauracji Stacja Łowiecka „Kniejówka” w Ownicach

autor: Bartłomiej Pawlikowski

Zraz Z JELENIA

Zraz:

- 600 g udźca z jelenia
- 150 g cebuli
- 100 g marchwi
- 50 g korzenia pietruszki
- 50 g selera
- 50 g pora
- 15 g grzybów suszonych
- 30 g czosnku
- liść, ziele

Mušlin:

- 150 g czystego mięsa bez włókien z udźca jelenia
- 90 g śmietanki 36 proc.
- 30 g białka
- 2 proc. soli na całą masę

Wykończenie zraza:

- 300 g cebuli
- 100 g wędzonego masła
- 80 g mąki pszennej do beszamelu
- 100 g mąki do panierki
- 150 g wywaru z gotowania jelenia
- 150 g panko
- 4 jaja

Purée ziemniak:

- 1,5 kg ziemniaków mączystych
- 200 g masła
- 100 g mleka
- 20 g soli

Duszone pieczarki:

- 600 g pieczarek
- 200 ml demi glace
- 150 g szalotki
- 60 g cienkiego szczypioru

Olej szczypiorkowy:

- 150 ml oleju
- 75 g pietruszki
- 75 g szczypioru
- 30 g szpinaku

Wykończenie:

- 100 ml oleju szczypiorkowego
- 80 g musztardy francuskiej
- 100 g demi glace z dziczyzny
- 50 g masła
- 30 g sosu madery
- koper do dekoracji

Sposób przygotowania:

Zraz:

1. Udziec zasalamy na sucho na 24 godziny solą peklową w proporcji 20 g na 1 kg mięsa. Gotujemy z warzywami i przyprawami w szybkowarze przez godzinę.

Po ugotowaniu dzielimy na włókna, wywar cedzimy.

2. Cebulę smażymy, podlewamy wywarem z gotowania jelenia, gotujemy do miękkości i łączymy z mięsem.

3. Z wędzonego masła przygotowujemy beszamel. Rozprowadzamy wywarem z jelenia, następnie łączymy z uduszonym mięsem i cebulą. Formujemy równe walce, chłodzimy.

Mušlin:

1. Czyste mięso z jelenia mielimy dwukrotnie na drobnych oczkach. Chłodzimy, następnie miksujemy z dodatkiem białka.

2. Kiedy mięso połączy się z białkiem dodajemy śmietankę 36 proc. i mieszamy. Przygotowany muślin doprawiamy solą i przekładamy do rękawa cukierniczego.

Wykończenie zraza:

1. Na rozłożoną folię spożywczą nakładamy równą warstwę muślinu, następnie układamy uformowane mięso oraz beszamel.
2. Całość zawijamy, pakujemy próżniowo i gotujemy sous-vide w temperaturze 70°C przez 30 min, chłodzimy.
3. Ugotowane zrazy panierujemy w mące, jajku i panko, następnie smażymy na głębokim tłuszczu, porcjujemy i podajemy, układając musztardę francuską na górze.

Purée ziemniak:

1. Ziemniaki pieczemy w temperaturze 180°C do miękkości, następnie przecinamy je w pół i przecieramy przez sito.
2. Dodajemy 150 g ciepłego mleka oraz 200 g zimnego masła na 1 kg ziemniaków. Doprawiamy 20 g soli na 1 kg ziemniaków.

Duszone pieczarki:

1. Pokrojoną w kostkę szalotkę szklimy, ściągamy z patelni, wrzucamy pokrojone w plastry pieczarki i smażymy na dużym ogniu.
2. Pieczarki podlewamy demi glace i dodajemy szalotkę. Redukujemy do uzyskania gęstej konsystencji, aby demi glace pokrył pieczarki.
3. Doprawiamy solą i pieprzem. Na koniec dodajemy szczypiorek.

Wykończenie:

1. Demi glace wykańczamy masłem i redukcją z madery.

zdj. Bartłomiej Pawlikowski



autor: Agata Wojda

Przepis NA SPOTKANIE BRANŻY

Wkroczyliśmy w intensywny czas konferencji, targów i kongresów. Szefowie kuchni spotykają się, wymieniają zarówno przemyślenia, jak i najnowsze wiadomości z branży. To czas, który warto mądrze wykorzystać!

Miałam ostatnio sposobność uczestniczenia w dwóch dużych branżowych wydarzeniach – targach zorganizowanych w Warszawie. Wnikliwie i z zaangażowaniem przyjrzałam się zaprezentowanej ofercie. Mam duży szacunek do pracy włożonej w organizację.

Doceniam i zauważam, że dobór tematów poruszanych na kolejnych edycjach spotkań branży ewoluuje, ale pewne zagadnienia ciągle są aktualne i powracają zgodnie z potrzebami rynku. Szczególnie sprawy pozyskiwania pracowników i umiejętności międzypokoleniowej współpracy.

Uczestnicy, którzy gromadzą się na widowni, oczekują realnych informacji od zaproszonych gości, dobranych przez organizatorów według klucza osiągnięcia sukcesu, rozgłosu czy popularności w danej dziedzinie. Mam wrażenie, że coraz bardziej potrzebują konkretnych informacji i rozwiązań, a zdecydowanie mniej blasku gościa przemawiającego na scenie. Osobiście lubię odkrywać nowe

nazwiska odnoszące przeróżne sukcesy np. w kwestii ekologii. Wielkie miasta, turystyczne miejsca, małe miejscowości, przydrożna gastronomia, hotelarstwo czy sieci gastronomiczne mają bardzo odmienne formuły działania. Myślę, że tak samo zróżnicowana jest widownia i jej zapotrzebowanie na przydatne informacje. Do tego mnóstwo zagadnień i tematów, które dotyczą całej branży gastronomicznej. Byłoby najlepiej, gdyby panele tematyczne można było silnie oprzeć na informacjach od organizatora, kto zarejestrował się jako uczestnik konferencji. Nawet jeśli wykorzystamy to za rok.

Oczywiście, że spotkanie ograniczone czasowo nie rozwiąże wszystkich wątpliwości szefów kuchni czy restauratorów, ale mam wrażenie, że ze sceny słyszymy coraz mniej przydatnych dla nas, pracodawców i pracowników, podpowiedzi skutecznych rozwiązań. Bardzo ważnym zagadnieniem każdego panelu na konferencji jest dobór gości względem zaproponowanego tematu. To powinni być ludzie mogący pochwalić się osiągnięciami, wyjątkowi w zdobywaniu doświadczenia, chętni szczerze opowiedzieć o własnym sukcesie i gotowi do pomocy w rozwiązaniu problemów. Od moderatora oczekuję wnikliwej wiedzy na temat działalności panelistów i pytań zadanych tak, aby pokazać sedno tego doświadczenia. Dla jasności napiszę, że to się czasami zdarza. Współpracować muszą obie strony, prowadzący powinien zadawać przygotowane pytania, a gość powinien szczerze na nie odpowiadać, bo zakładam, że uczestniczy w danym spotkaniu nie tylko po to, aby się pochwalić.

Mam wrażenie, że formuła rozmawiania o banałach już się skończyła. Pojawiamy się na konferencjach, pragnąc znaleźć zarówno inspiracje, jak i rozwiązania wynikające z takich właśnie paneli. Tematy spotkań są bardzo dobrze przygotowane, bo dotyczą aktualnych spraw i zagadnień. Dobór gości też jest raczej adekwatny. Wątpliwości pojawiają się czasami względem prowadzenia podsumowującej rozmowy.

Myślę, że formuła pytań od publiczności zostawiona na ostatnie dziesięć minut powoli dobiega końca. Spontaniczne reagowanie publiczności na wypowiedzi panelistów w trakcie jednego z takich spotkań pokazały, że może to czas na wprowadzenie również formuły dłuższych dyskusji z realnym udziałem publiczności. Zaryzykuję stwierdzenie, że ma ona wnikliwsze pytania, surowsze i konkretniejsze uwagi, realne problemy i wie, po jaką podpowiedź przyjechała. Skoro ekspert jest gotowy do rozmowy, może właśnie tak powinno to dziś wyglądać. Żywiołowo, naturalnie, ekspercko i szczerze. Rozmowa mogłaby stać się panelem dyskusyjnym z udziałem publiczności poprowadzonym przez moderatora.

Tego rodzaju spotkania na żywo to w zasadzie jedyna szansa na realną konfrontację doświadczeń. Internetowe dyskusje są zachwaszczone brakiem kultury. Tu powstaje możliwość podzielenia się wiedzą w rozmowie na wiele głosów i jestem pewna, że nikt tak jak publiczność nie wyciągnie z gości najsensowniejszych odpowiedzi na bardzo konkretne pytania, przydatne nam wszystkim.

Zależy mi na merytorycznych konferencjach branżowych, które są nie tylko cyklicznym, dążącym do jubileuszu i rekordów lat organizowania wydarzeniem, a mogą przyczynić się do zaproponowania przydatnych rozwiązań. Nie chciałabym też odnosić wrażenia, że organizator zrealizował po prostu plan, bez refleksji, co poszło nie tak. Istotne jest, żeby wyciągać wnioski prawie natychmiast, aby wiedzieć, co warto poprawić.

Jestem mile zaskoczona, że pojawiają się wydarzenia skierowane dla różnych gałęzi gastronomii np. fastfoodowej. To cenne, nawet jeśli nie planuję w nich uczestniczyć. Zbyt późno pojawiają się zagadnienia związane z młodym a częstym bywalcem lokali gastronomicznych, który narzuca nowe zaskakujące trendy. Warto je wylapywać i omawiać, póki trwa ich czas (przykładowo renesans kuchni włoskiej w nowych interpretacjach, rosnący trend ograniczenia spożywania alkoholu i stawianie na dostępne bezalkoholowe alternatywy).

Na konferencjach brakuje mi zaproszonych i przyprawionych przez wychowawców uczniów szkół gastronomicznych, ich czynnego udziału w dyskusjach oraz

zainteresowania podczas wsłuchiwania się w wystąpienia swoich potencjalnych pracodawców. Organizatorzy zapewniają, że informują placówki szkolne o możliwości uczestniczenia, zatem misją pedagogów powinno być skuteczne wdrożenie tego typu edukacji. Nam, prelegentom, byłoby milej na sercu widzieć takie audytorium i odpowiedzieć na pytania lub podjąć międzypokoleniową dyskusję.

Brakuje mi też szerszej oferty stanowisk branżowych, aczkolwiek rozumiem, że nie jestem adresatem wielu z nich. Dużo tu masowej produkcji czy technicznych rozwiązań – za mało, w moim odczuciu, odkryć, rzemieślników, pasjonatów produktu. Takich łatwiej spotkać w regionalnych oddziałach i na zdecydowanie mniejszych targach ukierunkowanych np. na tematy ekologiczne.

Formuła rozmawiania o banałach już się skończyła. Pojawiamy się na konferencjach, pragnąc znaleźć zarówno inspiracje, jak i rozwiązania

Być może warto urozmaicić także formułę pokazów kulinarnych, rozbudowując je w kierunku możliwości dzielenia się uwagami, poradami. Warto, abyśmy zapewnili widzom szansę na realne uczestnictwo w pokazie poprzez zadawanie pytań, a także rozwijanie wątpliwości pod okiem eksperta.

Roczny grafik spotkań branży gastronomicznej na terenie kraju jest imponujący. Czas pozwala mi na kompromisowe wybranie tych, na które mam najbliższą. Chciałabym jednak poczuć, że ominęło mnie kilka takich, na których w kolejnych edycjach bezwzględnie zechcę być.



AGATA WOJDA

szef kuchni w bistro Ferment Dom Sadyba w Warszawie



autor: Aleksander Tęcza

Czwarta fala

KAWY I HERBATY

Gdy dni stają się krótsze, a chłodne wieczory zachęcają do spędzania czasu w przytulnych kawiarniach, kawa i herbata stają się obowiązkowymi punktami menu. To propozycje na sezon jesienno-zimowy, które zarówno rozgrzewają, jak i tworzą niezwykły klimat do wspólnego spędzania czasu przy aromatycznym napoju.

Obecnie coraz częściej patrzymy na kawę przez pryzmat plantacji. Możemy traktować ją zatem jako produkt rolny. Ziarna kawy, podobnie jak winogrona do produkcji wina, powinny być wysokiej jakości. Przy wyborze najważniejsza powinna być transparentność i znajomość ich pochodzenia. Podejmując decyzję o zakupie konkretnej odmiany do swojego lokalu, warto sprawdzić, jak wygląda łańcuch dostaw. Dobra kawa w tym kontekście oznacza coś więcej niż tylko smaczny napój o głębokim aromacie. To przede wszystkim „etyczna” kawa, czyli ziarna pozyskane z poszanowaniem nie tylko pracowników, ale i środowiska. Wzrost popularności takiego podejścia stanowi zapowiedź czwartej fali w świecie kawy.

Zagadnieniem, które od kilku lat stanowi synonim najlepszych ziaren, jest kawa specjality. Jednym z podstawowych założeń tego rodzaju kawy jest utrzymanie jak najwyższej jakości od sadzonki do filiżanki. Co to oznacza? W pozyskanie wysokiej klasy ziaren angażują się wszystkie osoby tworzące łańcuch dostaw, począwszy od farmerów, eksporterów, importerów, na palarniach skończywszy. Wspólna dbałość o ziarna na każdym etapie powoduje, że produkt

trafiający najpierw do palarni, a następnie do kawiarni jest najwyższej jakości. Dzięki temu możemy wydobyć jego potencjał, podkreślając naturalne walory zamknięte w ziarnie.

Pozyskanie jakościowych ziaren to jednak dopiero początek. Parzenie kawy to sztuka, która opiera się na manipulowaniu czynnikami mającymi wpływ na finalny napar. Wśród nich warto wskazać jakość i temperaturę wody, grubość przemiału, dozę kawy użytą na określoną ilość wody, a także wszelkie czynności, którym poddajemy kawę w celu uzyskania konkretnego efektu. Równie ważny jest dobór metody parzenia i inne aspekty, które należy uwzględnić, aby przygotowana przez nas kawa spełniła oczekiwania gości. Istotne znaczenie odgrywa ponadto stopień wypalenia, który wpływa

na ich ekstraktywność. Im ciemniej palona kawa, tym bardziej ekstraktywna, czyli tym łatwiej wypluć zamknięte w niej substancje. Ciemny stopień wypalenia idealnie sprawdzi się w przypadku metod ciśnieniowych. Kolejnymi istotnymi czynnikami są kraj pochodzenia i profil smakowy, który może nakierować nasze zmysły na sposób odczuwania smaku konkretnej kawy. Oczywiście czerwone jabłko na paczce nie oznacza, że będziemy czuli sok jabłkowy, chodzi raczej o zasugerowanie poziomu kwasowości. Z kolei mleczna czekolada stanowi sugestię, że kawa będzie miała nieco słodsze wykończenie.

Piękno pracy z kawą polega na tym, że każda, nawet najmniejsza, zmiana parametrów wiąże się z możliwością uzyskania różnych rezultatów. Wszystkie propozycje dostępne w kawiarni bazują na określonych przepisach, wobec tego żaden napój nie powstaje przez przypadek. Kluczową rolę odgrywa powtarzalność, podejście i kreatywność baristy.

Wzrost zainteresowania alternatywnymi metodami parzenia w ostatnich latach sprawił, że kawa specjality przestała być niszą. To obecnie globalny trend. Nikogo nie dziwi już dostępność przelewu, który w wielu kawiarniach stał się niemal tak samo popularny jak inne rodzaje kawy. Na rynku nie brakuje nowinek. Moją uwagę zwróciły ostatnio półimmersyjne metody, czyli specjalistyczne drippery pozwalające na zatrzymanie przepływu kawy przez filtr. Możliwość zamknięcia drippera pozwala uzyskać słodsze, a do tego bardziej kompleksowe napary.

Czym powinna charakteryzować się karta napojów gorących, opracowana z naciskiem na przeżycia gościa? Bariści dokładają starań, aby wychodzić naprzeciw oczekiwaniom konsumentów,

przygotowując kawy, które cieszą się ich zainteresowaniem. Na szczęście skończyła się era, w której niektórzy bariści odmawiali robienia americano, uważając je za gorszy typ napoju. W menu powinno znaleźć się miejsce zarówno na klasykę, w tym kawy na bazie espresso, jak i na alternatywy oraz szybkie przelewy, które stanowią idealną propozycję napojów zamawianych na wynos ze względu na błyskawiczny czas przygotowania.

Pamiętajmy jednak, że najlepiej postawić na krótkie, przemyślane menu zawierające napoje, których jesteśmy w stu procentach pewni. Lepiej przygotować dwa rodzaje specjalnego latte, które będzie dopracowane do perfekcji, niż uwzględnić w karcie kilka podobnych rodzajów kawy różniące się wyłącznie dodatkiem określonego syropu. Mniej w tym przypadku znaczy więcej.

Jaką rolę odgrywają w tym kontekście trendy? Nie da się ukryć, że sukces kawiarni czy restauracji serwującej wysokiej jakości kawę i herbatę na miarę 2024 roku opiera się w głównej mierze na ich doświadczeniu i świadomości, czego poszukują goście. Jednym z najsilniejszych trendów są obecnie różnego rodzaju dodatki do kawy oraz

REKLAMA

Saquella
tradycja włoskiego espresso od 1856 roku

SAQUELLA caffè

GOURMET FOODS

GRAN MISCELA BAR
CAFFÈ IN GRANI

SAQUELLA caffè

GRAN CRU
L'ESCLUSIVO

SAQUELLA caffè

Kawa ziarnista **Kawa mielona** **Kawa w kapsułkach** **Kawa ziarnista**

Kawa w portfolio Gourmet Foods:



pełna gama formatów:
kawa ziarnista,
mielona, kapsułki



wsparcie techniczne
i szkolenia dla zespołu



urządzenia, porcelana,
akcesoria i dodatki
spożywcze



różnorodne mieszanki
wpisujące się
w oczekiwania gości



Poznaj całą
gamę włoskich
kaw Saquella

portfolio.gourmetfoods.pl



przyciągająca uwagę oferta sezonowa. Zdecydowana większość kawiarni specjality ma w karcie pumpkin spice latte, czyli klasyk dla fanów typowo jesiennych smaków na chłodne dni. Nie sposób pominąć także syropów, również tych domowych, które dodają kawie kraftowego sznytu.

Co ciekawe trendem zauważalnym szczególnie w gronie gości będących miłośnikami kawy obeznanymi w jej tajnikach jest także poszukiwanie nietypowych propozycji, począwszy od kaw fermentowanych z owocami, na rzadkich odmianach ziaren skończywszy.

Rosnące zainteresowanie gości budzi również kawa bezkofeinowa. Coraz więcej kawiarni oferuje różne rodzaje decafu. Uwzględnienie minimum jednej kawy tego typu pozwoli stworzyć kompleksowe menu.

Mówiąc o kawie, nie można pominąć kwestii mleka i napojów roślinnych, szczególnie napoju owsianego i napoju na bazie grochu. Warto podkreślić, że stały się one normą i nie wzbudzają już kontrowersji, dlatego nie powinniśmy pobierać za nie dodatkowej opłaty, a różnicę w cenie w porównaniu do mleka krowiego powinniśmy uwzględnić w cenie napoju. Niech 2025 będzie rokiem odejścia od dopłat do napojów roślinnych!

Na szczególną uwagę w kawiarniach zasługuje również herbata, która często jest niedoceniana. W ostatnich latach jej popularność znacząco wzrosła, a różnorodność dostępnych rodzajów i metod parzenia przyciąga coraz szerszą grupę miłośników tego napoju. Kawiarnie zaczynają oferować nie tylko klasyczne czarne czy zielone herbaty, ale także szeroki wachlarz herbat ziołowych, owocowych i przede wszystkim matche!

Napary herbaciane mogą być doskonałą bazą do kreatywnych kompozycji zwłaszcza gdy połączy się je z sezonowymi dodatkami. Na

przykład zimowa wersja rooibosu z malinami, pigwą czy imbirem może stać się ulubionym napojem gości w chłodne dni. Podobnie napary na bazie matchy, które zachwycają nie tylko smakiem, ale i wyglądem, co czyni je idealnym wyborem dla osób poszukujących czegoś wyjątkowego.

Coraz więcej kawiarni tworzy dedykowane menu herbaciane, które pozwala na eksperymentowanie z różnymi metodami parzenia. Oferowanie herbaty w różnych formach, począwszy od tradycyjnych filiżanek, poprzez nowoczesny, estetyczny serwis z dodatkami, może przyciągać różnorodne grupy klientów. W ten sposób herbata staje się prawdziwym doświadczeniem dla zmysłów.

Na znaczeniu cały czas zyskuje herbata premium. Wysokiej jakości herbaty są traktowane z takim samym szacunkiem jak kawa specjality. Goście coraz częściej poszukują nie tylko smaku, ale także wyjątkowych doświadczeń związanych z herbatą, takich jak możliwość degustacji rzadkich odmian czy nauka o ich pochodzeniu. Wszystkie te elementy sprawiają, że herbata w kawiarniach przestaje być jedynie dodatkiem, a staje się ważnym elementem oferty, który może przyciągnąć różnorodnych gości. W połączeniu z wysokiej jakości kawą, może stać się kluczem do sukcesu kawiarni, która chce wyróżnić się na tle konkurencji.

Podsumowując, kawa i herbata to napoje, których nie może zabraknąć w menu na sezon jesienno-zimowy. Opracowując menu, należy zwracać uwagę zarówno na jakość ziaren, jak i etyczne aspekty ich pozyskiwania. Proces parzenia kawy, w tym uwzględnienie alternatywnych metod parzenia, może być prawdziwą sztuką, w której drobne zmiany wpływają na smak napoju. Karta powinna odpowiadać na oczekiwania i preferencje gości. Kawa bezkofeinowa, napoje roślinne i sezonowe dodatki, a także rosnące zainteresowanie herbatą szczególnie w kontekście tworzenia kreatywnych naparów, to trendy, które wpływają na atrakcyjność oferty i wymierny zysk.



ALEKSANDER TĘCZA

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

Rozgrzewające napoje w okresie jesienno-zimowym

– POZNAJ OFERTĘ ORBICO



Gdy za oknem spada temperatura, szukamy sposobów na rozgrzanie się i wprowadzenie do codzienności odrobiny przytulnego ciepła. Zima to zatem idealny czas, by sięgnąć po napoje, które nie tylko rozgrzeją nasze ciało, ale także dostarczą nam niepowtarzalnych smaków i aromatów. Orbico, jako wiodący dystrybutor na rynku polski ponad 50 światowych marek, posiada w swojej ofercie wysokiej jakości kawy i herbaty, będące klasycznymi oraz sprawdzonymi propozycjami na mroźne poranki i długie wieczory.

PORANKI PEŁNE ENERGII

Kawa to nieodłączny element codzienności wielu z nas, a zima to dobry moment na to, by wzbogacić jej smak o aromatyczne przyprawy, które dodadzą intensywności i rozgrzeją nas od środka.

W ofercie Orbico znajdziemy produkt, który można komponować na wiele sposobów – mowa o autentycznej włoskiej kawie Lavazza. Marka oferuje zarówno mieszanki kaw o intensywniejszym profilu sensorycznym, takie jak Brasile Blend z linii La Reserva de Tierra czy Super Crema z linii Classic Collection, jak i te o delikatniejszym charakterze, jak Galleria Milano z linii Tales of Italy. W przypadku tej

ostatniej owoce kawowca zbierane są później, co nadaje kawie zdecydowanie więcej słodyczy. Galleria Milano wyróżnia się aromatycznymi nutami miodu i suszonych owoców.

Propozycją rozgrzewającego napoju na chłodne poranki, która szczególnie zasługuje na uwagę, jest połączenie kawy z dyniowym purée, białą czekoladą, korzennymi przyprawami i owsianym napojem roślinnym. Dla fanów jeszcze większej słodyczy całość można udekorować bitą śmietaną.

Marka, która istnieje na rynku od 1895 roku, posiada jedną z największych sieci szkolenia kawowego – Lavazza Training Center, która obecnie liczy 54 biura na świecie. To miejsce



przeznaczone zarówno dla profesjonalistów, jak i miłośników kawy, w którym przeżyjecie prawdziwe smakowe doznania. W Polsce Lavazza Training Center znajduje się w Warszawie, gdzie do Waszej dyspozycji są doświadczeni i certyfikowani Trenerzy Lavazza.

WIECZORY PEŁNE CIEPŁA

Herbata, będąca w pełni naturalnym produktem, oferuje szeroki wachlarz korzyści zdrowotnych, idealnie wpisując się w jesienno-zimowy klimat oraz współczesne trendy żywieniowe.

Orbico, posiadające w swojej dystrybucji markę Lipton, zapewnia bogaty asortyment



herbat – od klasycznej czarnej, poprzez orzeźwiająca zieloną, po owocowe mieszanki pełne soczystych nut.

Wykorzystując zieloną herbatę zawierającą flawonoidy, pobudzającą teinę oraz wspomagającą l-teaninę, jesteśmy w stanie przygotować idealny rozgrzewający napój – wystarczy, że dodacie do niej jedną pałeczkę cynamonu, sok z cytryny, jedną-dwie łyżeczki miodu kwiatowego, małą szczyptę kurkumy i gotowe!

W portfolio marki znajdziemy także Lipton Forest Fruit, z której można przygotować „Leśną Rozgrzewkę”. Herbatę możemy połączyć z syropem jagodowym, plasterkiem imbiru i limonki oraz liśćmi kaffiru, tworząc wyjątkową, rozgrzewającą kompozycję smakową.

Niezależnie od tego, czy wybierzemy intensywne espresso, delikatne latte czy aromatyczną herbatę z dodatkiem miodu i cytryny, każda z tych propozycji sprawdzi się idealnie w sezonie jesienno-zimowym. W poszukiwaniu inspiracji oraz profesjonalnego doradztwa związanego z kawą i herbatą zapraszamy do kontaktu z Orbico Polska. Jako zaufany partner dla branży HoReCa, oferujemy pełen zakres usług – od kompleksowych rozwiązań biznesowych dopasowanych do indywidualnych potrzeb, przez doradztwo i szkolenia, po produkty z segmentu kawy i herbaty. Orbico to biznesowy partner z wyboru.

www.orbico.com/pl/pl
info.pl@orbico.com

PROMOCJA



autor: Mirosław Ciołak

Magia świąt: CATERING NA ŚWIĄTECZNY STÓŁ

Okres przedświąteczny to czas intensywnych przygotowań. Szefowie kuchni mierzą się z wyzwaniami, które wymagają precyzyjnego planowania i elastyczności. Święta Bożego Narodzenia to tradycja przekazywana z pokolenia na pokolenie. Nie bójmy się jej pielęgnować!

W okresie przedświątecznym lokale gastronomiczne stają przed wieloma wyzwaniami, aby odpowiednio przygotować ofertę cateringu na święta. Kluczowe jest zrozumienie potrzeb gości, a także zadbanie o jakość serwowanych potraw. Oczywiście nie może zabraknąć świątecznej atmosfery.

Podstawą sukcesu jest aktualizacja świątecznego menu. Tradycyjne potrawy wigilijne, takie jak barszcz z uszkami, karp w przeróżnych odsłonach czy pierogi z kapustą i grzybami to klasyka, propozycje, których po prostu nie może zabraknąć w ofercie. Goście coraz częściej oczekują jednak czegoś więcej – współczesna gastronomia to nie tylko tradycja, ale i nowoczesność, dlatego warto wzbogacić menu o ciekawe interpretacje klasycznych dań lub regionalne specjały, które mogą okazać się przyjemną odmianą.

Rolada z kaczki faszerowana figą i suszonymi pomidorami lub musem śmietankowym, pasztet z zielonym pieprzem i żurawiną, pierożki ze szpinakiem i serem camembert, karp w śmietanie z cebulką czy cannelloni z wędzonego łosia. To tylko niektóre propozycje, które sprawdzą się w roli dań do bożonarodzeniowego cateringu.

Obecnie na restauracyjnych stołach widać także nowe trendy w serwowaniu dań. W menu coraz częściej pojawiają się przekąski w postaci kanapeczek, tapasów lub finger foodów.

Uniwersalny przepis na sprytne przemycenie świątecznych smaków do nowatorskich dań nie istnieje, każdy kucharz może je zinterpretować na swój sposób. Ważne, aby nie zapomnieć, za co kochamy świąteczne potrawy i na bazie tej wiedzy opracować ofertę cateringową z nowinkami.

Nieodzownymi elementami świąt w kuchni są aromatyczne przyprawy, owoce, które sprawdzą się zarówno do dań mięsnych, jak i deserów, a także ryby. Na stołach króluje karp, ale to nie powód, aby nie spróbować czegoś nowego i podać naszym gościom inną rybę.

Dobrze jest również pomyśleć o wegetariańskich i bezglutenowych opcjach, aby każdy z zaproszonych gości mógł bez problemu zająć się świątecznymi rarytasami. Brak takiej oferty może wykluczyć część potencjalnych klientów.

Catering wigilijny to doskonale rozwiązanie zarówno dla osób, które nie mają czasu na samodzielne przygotowanie dań, jak i dla tych, którzy preferują świętowanie przy daniach prosto z restauracji. Zamówienie cateringu to wygoda, począwszy od planowania menu, poprzez tworzenie listy zakupów, na przyrządaniu dań i sprzątaniu kuchni skończywszy. Nic dziwnego, że to opcja ciesząca się wśród naszych gości coraz większym zainteresowaniem. Catering na świątecznym stole to również rozwiązanie, które pozwala uniknąć marnowania jedzenia. Święta Bożego Narodzenia to czas, gdy nasze stoły prawie uginają się od ilości przyrządzonych potraw. Niestety przygotowanie zbyt dużej ilości jedzenia oznacza, w większości przypadków, że znaczna część wylądzuje w koszu. Marnowanie jedzenia i nieumiejętność wykorzystania pozostałej jego ilości to ogromny problem, który obserwujemy zwłaszcza podczas tego typu okazji. Korzystając z cateringu, goście zamawiają tyle, ile potrzebują, dzięki czemu nic się marnuje.

Opracując menu cateringowe, należy zadbać o dobrą organizację pracy. Odpowiednie zarządzanie zasobami i zespołem to podstawa w gorączkowym okresie przedświątecznym. Zwiększona liczba zamówień wymaga precyzyjnego planowania dostaw, odpowiedniego zaopatrzenia oraz sprawnej pracy całego zespołu. Chaos w kuchni czy przy obsłudze gości może skutkować negatywnymi opiniami, dlatego przygotowania warto rozpocząć, dbając o to, by każdy członek zespołu znał swoje obowiązki i potrafił radzić sobie z presją. Szkolenia personelu dotyczące świątecznego menu oraz obsługi dużych grup gości mogą okazać się kluczowe w zapewnieniu płynności działania restauracji.

Warto, abyśmy pamiętali, że im wcześniej rozpoczniemy przygotowania do świąt, tym sprawniej poradzimy sobie w intensywnym okresie i unikniemy przedświątecznej gorączki. Swoje przygotowania dzielę na etapy. Zapisuję, robię listy zakupów i produktów, dzięki czemu wszystko powinno pójść zgodnie z planem. W tym przypadku nie unikniemy, jako szefowie kuchni, logistyki i planowania. Dbając o różne sprawy wcześniej, unikniemy nadmiernego zmęczenia i zaoszczędzimy czas.

Oprócz cateringu do domu, wiele restauracji staje przed wyzwaniem organizacji firmowych spotkań wigilijnych. Biznesowe spotkania przy świątecznym stole to wyjątkowa okazja dla lokalu, by zaprezentować się od najlepszej strony. W tym przypadku ważna jest nie tylko jakość serwowanych dań, ale i stworzenie odpowiedniej atmosfery, która wprowadzi gości w magiczny nastrój świąt. Świąteczne dekoracje, takie jak eleganckie dekoracje na stołach, migoczące światełka czy tematyczne obrusy i serwetki, mogą wpłynąć na odbiór spotkania.

Restauracja powinna zadbać także o odpowiednią organizację przestrzeni – ustawienie stołów w taki sposób, aby zapewnić komfort rozmowy ma ogromne znaczenie dla atmosfery podczas firmowych kolacji wigilijnych. Nastrojowa muzyka w tle czy świąteczny zapach cynamonu, goździków i pomarańczy dopełnią całości, sprawiając, że kolacja stanie się niezapomnianym wydarzeniem.

Nie mniej istotna jest logistyka związana z rezerwacjami i obsługą gości. W okresie przedświątecznym liczba zamówień rośnie lawinowo, dlatego dobrym rozwiązaniem jest zachęcanie klientów do wcześniejszych rezerwacji. Dobre planowanie i przemyślane działania logistyczne są niezbędne, aby sprawnie zarządzać zarówno cateringiem, jak i rezerwacjami na miejscu. Oczywiście kluczowa jest też odpowiednia komunikacja. Elementami, które pomogą ułatwić zarządzanie rezerwacjami w tym intensywnym czasie jest przypomnianie o terminach, propozycje gotowych zestawów świątecznych, a także promocje dla gości

rezerwujących catering z wyprzedzeniem. Pracownicy restauracji powinni być dobrze poinformowani o ofercie i gotowi na obsługę większych grup gości, co wymaga odpowiednich szkoleń i przygotowań.

Warto również rozważyć stworzenie specjalnych pakietów cateringowych, które uproszczą proces wyboru menu dla klientów biznesowych. Gotowe zestawy, w których znajdują się zarówno tradycyjne, jak i nowoczesne dania, mogą ułatwić decyzję o zamówieniu, zwłaszcza wśród firm, które poszukują odpowiedniego lokalu do organizacji spotkania wigilijnego. Jeśli restauracja ma taką możliwość, w ramach takich pakietów może zaoferować nie tylko catering, ale także możliwość wynajmu przestrzeni na wyłączność, a nawet obsługę kelnerską. Tego typu kompleksowa oferta jest atrakcyjna dla gości, ponieważ eliminuje konieczność angażowania się w logistykę wydarzenia.

Promocja oferty cateringowej również odgrywa istotną rolę. Warto postawić na media społecznościowe, dzięki którym dotrzemy do większej liczby potencjalnych gości zarówno indywidualnych, jak i biznesowych, którzy chętnie skorzystają z naszej oferty świątecznej. Organizowanie świątecznych wydarzeń lub specjalne promocje dla firm mogą przynieść długofalowe korzyści w postaci lojalnych klientów.

Krótko mówiąc, przed nami intensywny czas wyzwań. Sukces cateringu świątecznego zależy od wielu czynników, począwszy od zrozumienia oczekiwań gości, poprzez dopracowane menu, aż po doskonałą organizację pracy i komunikację. Zaplanowana oferta, dbałość o szczegóły i odpowiednie podejście do gości nastawionych na kulinarne doświadczenia sprawia, że nie tylko będziemy w stanie zaspokoić potrzeby świąteczne naszych gości, ale także zyskamy ich zaufanie. Niech święta Bożego Narodzenia przyniosą Wam wiele szczęścia, wiary i nadziei, a miłość i pomyślność niech będzie z Wami w każdym dniu nadchodzącego Nowego Roku!



**MIROSLAW
CIOŁAK**
szef kuchni
restauracji Siesta
w Hotelu Red***
w Ostrowcu
Świętokrzyskim



Kongres Szefów Kuchni i Restauratorów: INSPIRACJE, KTÓRE POZOSTANĄ Z NAMI NA DŁUGO

Kongres Szefów Kuchni i Restauratorów, który odbył się 8 października w Warszawskim Centrum EXPO XXI, po raz kolejny stał się miejscem spotkań liderów branży gastronomicznej. Ponad 2000 odwiedzających – kucharzy, restauratorów i ekspertów kulinarnych – zebrały się, by wymieniać się doświadczeniami, zdobywać nowe umiejętności i czerpać inspiracje z pokazów na żywo. Głównymi tematami wydarzenia były kuchnia włoska, zarządzanie restauracją oraz znaczenie dobrze dobranych produktów w budowaniu sukcesu gastronomicznego.

Spośród 106 stoisk wystawców szczególnym zainteresowaniem zgromadzonych gości cieszyła się strefa Transgourmet Foodservice i Selgros HoReCa, która oferowała przegląd najnowszych trendów w branży gastronomicznej. Dużą uwagę szefów kuchni i restauratorów przyciągała marka Transgourmet Economy, coraz popularniejsza w branży gastronomicznej. Produkty tg Economy – dostępne w dużych, ekonomicznych opakowaniach – swoją wydajnością i niską ceną doskonale odpowiadają na potrzeby gastronomii. Odwiedzający stoisko mogli przekonać się o tym na własne oczy w trakcie pokazów live cooking, prowadzonych przez ekspertów Instytutu Kulinarного Transgourmet. Pokazały one, że produkty marki tg Economy z powodzeniem mogą służyć jako baza zarówno do dań prostych i podstawowych, jak i tych bardziej wyrafinowanych. – Kuchnia to miejsce, gdzie liczy się precyzja, sprawna organizacja i cena. Nasze produkty, szczególnie te z linii tg Economy, zaprojektowane są tak, by wspierać szefów kuchni w codziennych wyzwaniach – od zarządzania czasem

po optymalizację kosztów. Możliwość zaprezentowania ich podczas Kongresu w realnych warunkach pracy pokazuje, że świetnie sprawdzają się w każdej profesjonalnej kuchni. Reakcje uczestników tylko potwierdzają, że nasze rozwiązania odpowiadają na realne potrzeby branży gastronomicznej – powiedział Bartosz Peter, ekspert kulinarny Instytutu Kulinarного Transgourmet, który poprowadził inspirujące pokazy gotowania.

DYNAMICZNY ROZWÓJ TRANSGOURMET I SELGROS

W tym roku Transgourmet Polska szczególnie zaakcentował swoje inwestycje w nowe obiekty: magazyn Transgourmet w Gliwicach oraz halę Selgros w Lubinie, które przyspieszyły procesy dostaw i poprawiły jakość obsługi klientów z branży HoReCa w południowo-zachodniej Polsce. Dzięki tym modernizacjom znacząco przyspieszono dostawy i podniesiono jakość obsługi klientów z branży HoReCa w południowo-zachodniej Polsce. Te inwestycje pozwoliły firmie być jeszcze bliżej swoich klientów, oferując pełne



wsparcie oraz bogaty asortyment produktów dostosowanych do ich potrzeb.

Szczególnie duży nacisk położono na zrównoważoną gastronomię, redukcję odpadów żywnościowych i efektywne zarządzanie kosztami – kluczowe tematy, które kształtują współczesną branżę HoReCa. Dzięki takim wydarzeniom jak Kongres Szefów Kuchni i Restauratorów, Transgourmet i Selgros mogą na bieżąco dostosowywać swoją ofertę do potrzeb dynamicznie zmieniającej się branży. Firma nie tylko dostarcza produkty, ale także tworzy przestrzeń dla wymiany wiedzy i współpracy, co jest kluczowe w dążeniu do sukcesu w gastronomii.



zdj. depositphotos.com

autor: Przemysław Sieradzki

Sztuka DEGUSTACJI

Menu degustacyjne odgrywa kluczową rolę w kształtowaniu doświadczeń kulinarnych. To wyjątkowa forma serwowania potraw, która pozwala gościom na spróbowanie różnorodnych smaków w trakcie jednego posiłku. Dzięki menu degustacyjnemu goście mają szansę na odkrywanie bogactwa smaków i tekstur, co czyni każdą wizytę w lokalu niezapomnianym przeżyciem.

Menu degustacyjne ma na celu zaprezentowanie kulinarnej wizji szefa kuchni oraz jego umiejętności. Każde danie jest starannie skomponowane, aby współgrało z pozostałymi elementami menu, tworząc opowieść lub przyjemne połączenie smaków. To nie tylko rozkosz dla podniebienia, ale także prawdziwa uczta dla oczu.

Podróżując i odwiedzając różne restauracje, zauważyłem, że nie ma jednego sprawdzonego przepisu na degustację. Obecnie obowiązuje kilkanaście różnych stylów, począwszy od krótkich degustacji składających się z pięciu dań, poprzez degustacje, podczas których można spróbować od dwudziestu trzech do nawet dwudziestu ośmiu dań. Liczba zależy w głównej mierze od zamysłu szefa kuchni, dostępności produktów, a także historii, którą chcemy opowiedzieć serwując poszczególne kompozycje. To kwestia indywidualna. Jednocześnie warto pamiętać, że ważną kwestią jest to, żeby nasi goście wychodzili po degustacji najedzeni, ale nie przejeżeni. Zbyt duża ilość jedzenia sprawi, że zamiast skupić się na wspomnieniu niesamowitej, czarującej kolacji, będą myśleli tylko o tym, jak bardzo są najedzeni.

Osobiście preferuję serwowanie między pięć a siedem dań, nie licząc dodatkowych rzeczy, takich jak małe poczęstunki słone i słodkie oraz selekcję pieczywa i masła.

Moim zdaniem drugą kwestią, którą trzeba wziąć pod uwagę, podając gościom dania, jest zachowanie różnorodności smaków, tekstur i produktów, ale z zachowaniem harmonii całego menu. Mając do dyspozycji różne produkty, unikajmy mocnych przeskoków z dania na danie np. z słodkiego foie gras w mocne smaki rybne. Uważam, że zbyt duża rozbieżność między smakami może nie dać nam oczekiwanego efektu. Zaprzepaścimy potencjał produktów, często drogich i rzadko występujących, a goście nie będą w stanie czerpać pełni satysfakcji z degustacji.

Kolejną kwestią jest przekaz, jaki ma nieść nasza degustacja. Czy jej celem jest pokazanie sztandarowych pozycji tak, żeby goście z przyjemnością wrócili skosztować ich ponownie w formie à la carte? Czy chcemy, jako szefowie kuchni, zabrać gości w opowieść po regionie, emocjach lub przeżyciach kucharza?

Bardzo ważną rolę odgrywa także prezentacja dań i sposób ich podania. Estetyka potrafi wzbogacić całe doświadczenie, czyniąc je bardziej satysfakcjonującym. To pierwszy kontakt gościa z potrawą, a więc to moment, gdy budzi się wstępne nastawienie. Oczywiście im danie ładniejsze, tym szybciej wzrastają oczekiwania co do jego smaku, dlatego pytanie, które nie raz można wtedy usłyszeć, czy smakuje tak samo dobrze, jak wygląda, nikogo nie dziwi.

Planując menu degustacyjne, należy wziąć pod uwagę typ gości, dla których będziemy gotować. Inne dania sprawdzą się na uroczystą kolację rodzinną, a inne podczas romantycznej randki czy o wiele bardziej formalnego spotkania biznesowego. Ważne, żeby w takich przypadkach poznać potrzeby gości, zrobić rozeznanie, czego oczekują od nas czy spróbować uzyskać informację, jakie są ich ulubione produkty. To podejście, które sprawdzi się szczególnie w degustacjach, które są spersonalizowane. Jeszcze inaczej wygląda sytuacja, kiedy weźmiemy pod uwagę np. degustacje sylwestrowe, andrzejkowe. Tutaj chodzi przede wszystkim o zabawę. Goście z pewnością docenią nie tylko doskonałe jedzenie, ale i dobór odpowiedniego alkoholu, który podkreśli smak dań, nie wpływając negatywnie na całokształt doświadczenia. Natomiast walentynki to idealny moment na trochę lżejsze degustacje, żeby goście po kolacji mieli jeszcze ochotę spędzić czas w restauracji na rozmowie, a także degustacji wina.

Myślę, że warto wziąć pod uwagę także preferencje gości, którzy nie jadają mięsa. Aby pogodzić wegetarian, peskatarian i wegan, opracowaliśmy w Giewoncie menu wegańskie, dzięki czemu goście z poszczególnych grup oraz uczuleni na laktozę mogą zjeść u nas posiłek, który jest przygotowany kompletnie.

Poza tym podczas degustacji korzystamy z produktów sezonowych. Jesienią i zimą, zwłaszcza w okresie zbliżających się świąt Bożego Narodzenia, warto postawić na smaki, które nawiązują do tego szczególnego czasu w roku i są lubiane lub wyczekiwane przez gości. W sezonie jesienno-zimowym nie powinno zatem zabraknąć grzybów, dyni, jabłek czy śliwek. Dzięki konkretnym daniom czy składnikom bez trudu możemy przenieść gości do pozytywnych wspomnień związanych ze świątecznym stołem i naszymi pięknymi tradycjami.

Pamiętając o smacznych daniach, weźmy pod uwagę, że wyjątkowe doświadczenia kulinarne można zapewnić gościom także poprzez dbałość o odpowiednie dekoracje, meble, zastawę, a nawet oświetlenie. Wszystkie te rzeczy mają wpływ na to, jaki będziemy odczuwać komfort i w jakim stopniu pozwoli nam to rozluźnić się podczas degustacji. Przecież właśnie po to chodzimy do najlepszych restauracji, często wyróżnionych przez słynny Czerwony Przewodnik. Relaks połączony z rozrywką, trochę jak w teatrze. Jeśli będziemy mieć wygodne fotele, dobre oświetlenie, a dania zostaną podane na eleganckiej zastawie, to z większym komfortem oddamy się temu, co dzieje się na scenie, którą w przypadku restauracji są talerze, a aktorami kelnerzy, którzy dbają o to, żeby goście mogli w 100 proc. czerpać z czasu spędzonego w lokalu. Ostatecznie nie

ma rzeczy, która byłaby tu najistotniejsza, wszystko musi się wzajemnie dopełniać, jak puzzle, które osobno nic nie tworzą, ale złożone dają nam piękny efekt.

Tak dobrane dodatki i elementy tworzą harmonię, która cieszy oko. Dużą rolę odgrywają także media społecznościowe, pozwalając gościom już na wstępie określić, czy są zainteresowani tym, co gotujemy. Dzięki temu unikamy ryzyka zawiedzenia się tym, że podczas pierwszej wizyty w restauracji nie możemy znaleźć niczego dla siebie. Media społecznościowe mogą stać się zatem ważnym elementem budowania wizerunku restauracji i reklamy.

Podsumowując, opracowanie menu degustacyjnego, które zachwyci gości to sztuka, która powinna być przemyślana pod każdym kątem. Staram się poprzez nią zabrać gości w podróż. Ogromną satysfakcją sprawi mi możliwość przekazania emocji, które towarzyszą mi w momencie tworzenia dania. Mimo że nie jestem w stanie każdego z gości zabrać do naszego ogrodu, który w zależności od sezonu ma inny wygląd, zapach czy kolor, to poprzez danie symbolicznie mogę zaprezentować, to, co wcześniej z niego przywozłem i na swój sposób przyrządziłem.



PRZEMYSŁAW SIERADZKI
szef kuchni
restauracji Giewont
w Kościelisku

autor: Zuzanna Wójt

Dobry start

TO PERSPEKTYWA SUKCESU W PRZYSZŁOŚCI

Gastronomia była jej pisana. O tworzeniu projektu, który kreuje przyszłość utalentowanych adeptów sztuki kulinarnej, znaczeniu różnic międzypokoleniowych i wspieraniu młodych kucharzy rozmawiamy z Anną Paprocką, Kierownikiem Projektu Akademii Mistrzów Smaku by Belvedere.

Jak narodził się pomysł na stworzenie Akademii Mistrzów Smaku by Belvedere?

Pomysłodawczynią Akademii jest Prezes Belvedere Gourmet Group, Elżbieta Nitsze, której wizją na dalszy rozwój firmy było stworzenie projektu skierowanego do uczniów szkół gastronomicznych. Warto dodać, że wszystko zaczęło się po pandemii, która dała w kość całej branży gastronomicznej. To był trudny czas. Panowała stagnacja zarówno finansowa, jak i mentalna. Koncepcja akademii kulinarnej, która wspiera młodych ludzi na początku kariery zawodowej, zrodziła się w celu ponownego tchnięcia ducha w gastronomię.

Zostałam zaproszona do projektu, po to, aby ideę i wizję po prostu zrealizować i wcielić w życie. Dopiero po zakończeniu I Edycji dowiedziałam się od kolegów z branży, że nie wierzyli, że w przeciągu pół roku uda się stworzyć od zera Akademię o zasięgu ogólnopolskim i merytorycznym charakterze. Dobrze, że w życiu nie jestem realistką, a raczej pasjonatką, która zapalała tą samą wizją co pomysłodawczyni. Jednym z podstawowych założeń był ogólnopolski zasięg. Po drugie chcieliśmy, aby Akademia zrzeszała najlepszą kadrę nauczycielską, profesjonalnych trenerów kulinarnych, ekspertów merytorycznych i najzdolniejszą młodzież z całej Polski, której możemy zapewnić szansę na naukę i rozwój.

To ambitny plan. Jak udało się go zrealizować?

To przede wszystkim zasługa przekonania, że jesteśmy firmą, która może poprowadzić ten projekt na wysokim poziomie, gromadząc rzeszę uczestników i odbiorców. Był entuzjazm i pozytywna energia. Oczywiście na początku nie brakowało również wyzwań. Organizacja I Edycji Akademii wiązała się nie tylko z mnóstwem pracy, ale i pomysłów, na których bazie powstawały kolejne koncepcje wymagające weryfikacji, aby wybrać najlepsze z nich. Było mnóstwo spotkań i podróży, tak aby osobiście porozmawiać, a następnie sprawić, aby nasza idea stała się również ideą innych osób. Z takim nastawieniem zwiedziłam na początku prawie całe województwo mazowieckie (śmiech), jeżdżąc od szkoły do szkoły, od firmy do firmy. Zdarzało się napotykać opór czy niedowierzanie, że będzie to darmowa nauka bez ukrytych kosztów dla uczestnika. Trudne było również sprzedanie wizji, a nie

gotowego produktu. Okazało się jednak, że wśród nas są osoby z poczuciem misji, które chcą inwestować swój czas i energię w rozwój polskiej gastronomii. Zrobiliśmy to wspólnie! Pierwsza odsłona Akademii Mistrzów Smaku by Belvedere okazała się sukcesem, dlatego nie wahaliśmy się przed kontynuowaniem projektu. O skali przedsięwzięcia świadczy fakt, że obecnie jesteśmy już w trakcie III Edycji Akademii. Staramy się, aby każda odsłona przynosiła ze sobą nowe pomysły i inspiracje.

Co jako kierownik projektu brałaś pod uwagę, przygotowując I Edycję Akademii Mistrzów Smaku by Belvedere?

Zaczęłam od sprawdzenia, jak wygląda organizacja takich przedsięwzięć na rynku zagranicznym i w Polsce. Byłam ciekawa, jakie są możliwości i na co warto zwrócić uwagę. Okazało się, że na polskim rynku brakuje tego typu inicjatyw. Z kolei zagraniczne akademie w większości przypadków opierają się na zasadach podobnych do tych, które można spotkać na uniwersytetach. Do tego nauka w nich jest odpłatna. Jednym z głównych założeń Akademii Mistrzów Smaku by Belvedere było zapewnienie darmowego wsparcia dla młodych adeptów sztuki kulinarnej, którzy są ambitni, chcą się rozwijać i wiążą swoją przyszłość z gastronomią. Nie chcieliśmy selekcjonować ich na tych, którzy będą w stanie zapłacić za naukę i na tych, których z udziału w projekcie wykluczą możliwości finansowe. Nie ukrywam, że takie podejście sprawia, że nasz koncept jest unikatowy.

Ważnym etapem organizacji było zapoznanie się z systemem nauczania w szkołach gastronomicznych. Chciałam przekonać się, jak obecnie wygląda stan polskiej szkoły i zrozumieć, z jakimi problemami mierzą się na co dzień dyrektorzy, nauczyciele, a także uczniowie. Nie przypuszczałam, że w szkołach gastronomicznych największym problemem jest dostęp do produktów wynikający najczęściej z ograniczonych środków. Młodzi ludzie zazwyczaj sami finansują zakup składników na zajęcia, co wiąże się zarówno z barierą finansową, jak i ograniczonym dostępem do wielu rzadziej spotykanych, często droższych, produktów. W takiej sytuacji trudno się dziwić, że częstym tematem zajęć są warzywa okopowe. Są tanie i łatwo dostępne. Kolejną barierą jest przestarzały system edukacji. Młodzi ludzie uczą się starych zasad, nie poznając nowych trendów i technik.

Na czym opiera się innowacyjność programu Akademii?

To przekrojowy program, w którym znalazło się szerokie spektrum tematów, technik i produktów. Uczniowie mają do dyspozycji nawet drogie, trudno dostępne składniki, które sprowadzamy na życzenie trenerów, aby zajęcia były jak najlepsze i w jak największym stopniu prezentowały potencjał wykorzystanych produktów. Współpracujemy z ekspertami zorientowanymi w nowinkach i trendach. To trenerzy mogący pokazać naszym studentom, jak wygląda nowoczesne gotowanie, którego brakuje w szkolnej podstawie programowej. Ponadto staramy się, aby każde warsztaty były bogate w wiedzę z pogranicza gastronomii i zarządzania, marketingu oraz wizerunku, czyli budowania marki osobistej. Przygotowanie tego programu nie byłoby możliwe, gdyby nie godziny rozmów z kreatywnymi ludźmi, którzy podsuwali nam różne pomysły.

Co należy zrobić, aby zostać studentem Akademii? Na czym polega rekrutacja?

To proces złożony z kilku etapów. Na początku nawiązujemy współpracę ze szkołami, które rekomendują uczniów typowanych na potencjalnych studentów Akademii. Po przyjęciu zgłoszeń od konkretnych kandydatów, przychodzi pora na zadanie egzaminacyjne online, dzięki któremu możemy ich trochę lepiej poznać.

Celem kolejnego zadania jest sprawdzenie kreatywności. W tym roku zadaniem było udzielenie odpowiedzi na pytanie, co kandydat ugotowałby dla Gordona Ramsaya. Uczniowie podchodzili do tego w różny sposób. Niektórzy opierali koncepcję dania na chęci zaprezentowania Gordonowi polskich smaków, natomiast inni zmierzali się z fine diningiem, aby zaskoczyć brytyjskiego szefa kuchni. W tym etapie ocenie podlega także

filmowanie procesu przyrządzania dania oraz efekt finalny na talerzu.

Osoby, które otrzymają największą liczbę punktów, są zapraszane do ostatniego etapu, czyli egzaminu składającego się z części ustnej i pisemnej. Część ustna to sprawdzenie wiedzy kandydata przez jury, w którym zasiadają trenerzy i eksperci, natomiast część pisemna weryfikuje wiedzę szkolną. To szeroko zakrojony proces, ponieważ chcemy sprawdzić czy kandydaci mają podstawy wiedzy gastronomicznej i czy na tej bazie możemy rozwijać ich talent.

Możesz zdradzić, czym zaskoczy nas III Edycja?

Nie zabraknie świeżych pomysłów i nowości. W tym roku akademickim odwiedzi nas szef kuchni z Norwegii, Christopher Haatuft, którego restauracja Lysverke otrzymała gwiazdkę Michelin. Wcieli się w rolę trenera i opowie naszym studentom, na co należy zwracać uwagę, chcąc myśleć o zdobyciu gwiazdki.

Do tej pory jedynie zwycięzca miał szansę wziąć udział w szkoleniu



zdj. Akademia Mistrzów Smaku by Belvedere

prowadzonym przez gwiazdkowego szefa kuchni, które było jedną z nagród dla najlepszego studenta. W tym roku dajemy taką szansę wszystkim uczestnikom cyklu warsztatowego, aby jeszcze bardziej zafascynować ich gotowaniem i zachęcać do rozwijania kariery gastronomicznej.

Wiele osób twierdzi, że obecnie trudno o młode osoby chętne do pracy w gastronomii. Jaka jest Twoja diagnoza sytuacji?

Oczywiście, jak w każdej grupie, wśród przedstawicieli młodego pokolenia można dostrzec zarówno osoby, które wyróżniają się i są zaangażowane, jak i takie, które są średnio lub słabo, ponieważ nie mają predyspozycji do pracy w tej branży.

Obserwując kandydatów na studentów Akademii, od pierwszych chwil widać, dla kogo z nich gotowanie jest prawdziwą pasją. To niesamowite, kiedy widzi się młodego człowieka podczas pierwszych i ostatnich zajęć, kiedy można dostrzec wyraźny progres. To rozwój widziany z perspektywy dziesięciu miesięcy.

Młodzi adepci kulinariów to przyszłość polskiej gastronomii. Dajmy im szansę, wspierając w drodze do przyszłej kariery.

Jaką rolę odgrywają w tym różnice międzypokoleniowe?

Myszę, że musimy nauczyć się pracować z młodszym pokoleniem. Różnice międzypokoleniowe przypominają nam, że nie powinniśmy myśleć schematami i próbować na siłę dostosować młodych ludzi do tego, co było kiedyś. Takie rozwiązanie nie przyniesie korzyści żadnej ze stron. W tej sytuacji potrzeba kompromisu.

Młodsze pokolenie ceni przede wszystkim work life balance, czyli równowagę między pracą a życiem prywatnym. Pokolenie Z odrzuca tym samym przystosowanie się do pracy po kilkanaście godzin dziennie. To zmiana podejścia, która wymaga od nas, starszego pokolenia, sporo nauki, pracy i zrozumienia wobec młodych ludzi.

Taka postawa budzi zdziwienie szczególnie starszych osób, dla których normą była praca po dwanaście czy nawet piętnaście godzin na dobę. Nic dziwnego, że wiele osób zarzuca pokoleniu Z roszczeniowość. Moim zdaniem to w głównej mierze kwestia zmiany myślenia oraz postrzegania pracy, życia i własnych oczekiwań. Jeśli uda nam się nawiązać nić porozumienia międzypokoleniowego, będziemy mogli współpracować bez przeszkód. Punktem wyjścia powinna być otwartość. Dzięki temu będziemy mogli nauczyć się od młodszego pokolenia kreatywności i świeżego spojrzenia na niektóre kwestie, a młodzi ludzie będą mogli czerpać z naszego doświadczenia.

Ja wśród studentów Akademii spotykam pasjonatów gastronomii, dla których jest to sposób na życie. Dlatego mój obraz może być jedynie pozytywnie wypaczony (śmiech). Jak nazwać kogoś, kto wyjeżdża po szkole, aby w nocy przejechać pół Polski i dotrzeć rano na warsztaty Akademii, a później nie narzeka, ale dziękuje, że może tu być. Co można powiedzieć o osobie, która ma osiemnaście lat i tworzy już samodzielnie biznes, zatrudnia inne osoby na kuchni i cyklicznie wykonuje cateringi dla stu pięćdziesięciu osób albo o młodym człowieku, który jest tak zdolny, że szef kuchni wprowadza jego danie do karty, podpisując je jego imieniem i nazwiskiem. To dodaje mi energii i pokazuje, że warto zrobić wszystko, aby wspomagać ich rozwój w karierze.

Jakie działania mogliby podjąć doświadczeni szefowie kuchni oraz restauratorzy, aby wspierać i motywować młode talenty?

Wiele zależy od indywidualnych predyspozycji i podejścia szefa kuchni, natomiast warto mieć świadomość, że młodzi ludzie to

zarówno potencjalni pracownicy, jak i goście restauracji. Nie możemy się na nich zamykać.

Jakie, Twoim zdaniem, cechy i umiejętności powinni mieć młodzi ludzie, którzy myślą o karierze w branży gastronomicznej?

Powinni być przede wszystkim głodni wiedzy. Najlepiej, aby pozyskiwali ją z różnych źródeł i mieli otwartą głowę na wszystkie możliwe doświadczenia. Ponadto nie zaszkodzi trochę pokory i świadomość, że dobry start w karierze to perspektywa sukcesu w przyszłości. Warto mieć autorytety kulinarne, które mogą stanowić inspirację.

Gastronomia to wymagająca branża, dlatego znaczenie mają też pracowitość i samozaparcie. Ogromną rolę odgrywa także pasja, bez której nie sposób odnieść sukcesu.

Czy gastronomia to branża, z którą od zawsze było Ci po drodze?

Było mi to pisane (śmiech). Jestem z Warszawy, dlatego jako dziecko często spacerowałam po Łazienkach Królewskich. Mimo że restauracja Belvedere była jednym z punktów, które zazwyczaj mijałam z rodziną podczas spaceru, w tamtym czasie była ona dla mnie niedostępna. Jednym z moich marzeń z dzieciństwa było odwiedzenie tego miejsca.

Początek zainteresowania gastronomią wiąże się w moim przypadku z kolejnym marzeniem, jakim było odwiedzenie Atelier Amaro, pierwszej polskiej restauracji wyróżnionej przez Przewodnik Michelin. Będąc na studiach, wymyśliłam sobie, że odłożę pieniądze i wybiorę się tam na specjalną kolację urodzinową. Co było pomysłem dość nietypowym wśród moich rówieśników (śmiech). Chciałam zobaczyć, na czym polega i jak smakuje kuchnia molekularna szefa Amaro. Czytanie informacji na ten temat przestało mi wystarczać. Chciałam po prostu pójść tam i doświadczać. Do dzisiaj pamiętam jadalną ziemię i ogródek z warzywami. To było moje pierwsze tego typu osobiste doświadczenie kulinarne, które otworzyło mi głowę. Nastąpił moment przełomowy, który uświadomił mi, że gastronomia może być moim pomysłem na siebie.

ANNA PAPROCKA

Kierownik Projektu Akademia Mistrzów Smaku by Belvedere

Chłodziarki do wina

MARKI ASKO

Wino to subtelny i dość wymagający trunek. Na jego smak, aromat oraz kolor wpływa zarówno nasłonecznienie, wilgotność powietrza, jak i temperatura. Jak przechowywać wino, aby zachować jego wszystkie walory? ASKO odpowiada, prezentując chłodziarki do wina inspirowane Skandynawią.

Brak unormowanej temperatury, zbyt intensywne światło słoneczne czy niedostateczna wilgotność mogą sprawić, że jedynym rozwiązaniem będzie przechowywanie wina na kuchennym blacie albo w lodówce. Żadna z tych propozycji nie jest trafiona. Dlaczego? Brak stałej temperatury oraz ciągle otwieranie i zamykanie lodówki nie sprzyjają leżakowaniu.

Wino powinno być przechowywane w zaciemnionym miejscu. Zbyt intensywne oświetlenie sprawia, że traci kolor, starzeje się oraz wytrąca się w nim siarka, a co za tym idzie nieprzyjemny smak. Należy pamiętać, że sposób przechowywania zależy przede wszystkim od rodzaju trunku, a temperatura przechowywania wina nie powinna przekraczać 20°C. Wino czerwone powinno leżakować w temperaturze 15-18°C. W nieco niższej temperaturze przechowujemy wino białe (10-15°C), a w najniższej wino różowe (9-10°C). Wilgotność powietrza powinna wynosić około 70 proc., aby nie dopuścić do pojawienia się pleśni na korku lub utlenienia się wina.

Optymalne warunki przechowywania i dojrzewania zapewniają trunkowi specjalistyczne chłodziarki do wina, czyli winiarki. Firma ASKO, skandynawski producent wysokiej klasy urządzeń AGD, stworzyła gamę chłodziarek na wino, aby pielęgnacja i przechowywanie każdej kolekcji win stało się łatwe i przyjemne. Wolnostojące chłodziarki na wino ASKO są przeznaczone do przechowywania większych kolekcji. Winiarka jednostrefowa może pomieścić do 261 butelek, a trzystrefowa do 190 butelek.

Szereg zaawansowanych funkcji zapewnia idealne warunki do przechowywania wina. Wśród nich warto wymienić: filtrowanie powietrza czystym węglem drzewnym, monitorowanie wilgotności, optymalne



warunki oświetleniowe, szklane drzwi chroniące przed promieniowaniem UV, a także wysokiej jakości kompresor zapewniający stałą temperaturę w każdej strefie i brak wibracji, dzięki czemu butelki mogą spokojnie leżakować.

Chłodziarki na wino ASKO zostały zaprojektowane tak, aby zwracały na siebie uwagę. Posiadają wydzieloną strefę do serwowania wina z miejscem na korkociąg i kieliszki. Funkcjonalna elegancja, nowoczesne wzornictwo i technologia winiarek ASKO zostały docenione przez jury prestiżowego konkursu iF DESIGN AWARD, które w 2021 roku przyznało produktowi nagrodę iF GOLD AWARD.

Firma ASKO znalazła także sposób na inteligentne zarządzanie kolekcją win. Urządzenia ASKO są zintegrowane z aplikacją Vivino, która zapewnia dostęp do obszernej bazy danych, dzięki której

można zidentyfikować każde wino. Jak działa aplikacja? Interfejs użytkownika jest wyposażony w kamerę, która skanuje etykiety butelek, korzystając z bazy danych zawierającej 12 mln pozycji. Po identyfikacji wino można dodać do inwentarza wraz z najważniejszymi informacjami.

Z kolei dzięki aplikacji Connect Life wszystkie funkcje chłodziarki są dostępne za pośrednictwem smartfona. Oznacza to, że zmiana wybranych ustawień lub przeszukiwanie zapasów może odbywać się w wygodny sposób, w dowolnym miejscu. Podłączenie aplikacji do bazy danych Vivino sprawia, że świat informacji na temat degustacji, przechowywania, gotowości do spożycia jest na wyciągnięcie ręki. Aplikacja umożliwia dodawanie również notatek do butelek – aby łatwo przypomnieć sobie, kto je nam podarował lub podczas jakiej uroczystości powinny zostać otwarte.

STREFA MENEDŻERA

Piece NA KAŻDĄ POTRZEBĘ

Obecnie w profesjonalnej gastronomii nie można sobie wyobrazić pracy bez stosowania pieców. Są to aparaty grzewcze, które służą nie tylko do prowadzenia procesu pieczenia, ale również innych obróbek kulinarnych.

W ujęciu fizycznym pieczenie polega na ogrzewaniu potrawy w warunkach gorącego powietrza (zazwyczaj w zakresie temperaturowym 150-250°C) lub kombinacji gorącego powietrza z parą wodną. W piecach transfer ciepła do produktu następuje w wyniku konwekcji i wnikaną przez tak zwaną warstwę przyścienną (zimną) okalającą produkt. I właśnie ta warstwa w głównej mierze stanowi barierę dla wnikanego strumienia ciepłego. Inżynierowie projektujący nowoczesne piece gastronomiczne doskonale wiedzą, że aby zintensyfikować proces wymiany ciepła nie należy zwiększać temperatury, w której prowadzony jest proces pieczenia, ale poprzez wymuszony obieg powietrza, który wpływa na zwiększenie współczynnika wnikaną ciepła, dzięki czemu ciepło szybciej i w większym stopniu może być dostarczane do powierzchni produktu.

W praktyce, w zakładach gastronomicznych używa się zarówno pieców wykorzystujących zjawisko konwekcji swobodnej, np. w piekarnikach, piecach do pizzy, jak i konwekcji wymuszonej – w piekarnikach z wymuszonym obiegiem, piecach konwekcyjnych i konwekcyjno-parowych, piecach uderzeniowych oraz piecach konwekcyjno-mikrofalowych.

– Aby zadbać o efektywność energetyczną i ochronę środowiska, warto rozważyć rozwiązania oparte na nowoczesnych technologiach, takie jak iCombi Pro oraz iVario Pro. iCombi Pro to piec konwekcyjno-parowy, który automatycznie dostosowuje parametry gotowania, minimalizując zużycie energii, wody i surowców. Funkcje, takie jak zarządzanie cyrkulacją powietrza oraz inteligentna kontrola temperatury pozwalają na osiągnięcie doskonałych wyników przy mniejszym nakładzie energetycznym. Z kolei iVario Pro to innowacyjne urządzenie do smażenia, gotowania i duszenia, które dzięki precyzyjnej kontroli temperatury oraz szybszemu nagrzewaniu znacząco redukuje zużycie energii i emisję CO2. Oba urządzenia pozwalają na wielofunkcyjność i szybki zwrot inwestycji, sprzyjając zrównoważonemu rozwojowi – mówi Anna Pycińska, dyrektor marketingu, RATIONAL Sp. z o.o.

Piece do pizzy charakteryzują się zastosowaniem płyty szamotowej w dnie pieca lub kilku płyt również w ściankach bocznych, ścianie tylnej i górnej. Służą one do utrzymywania ciepła w komorze pieca podczas częstego otwierania drzwiczek w czasie

załadunku półproduktu i wyjmowania gotowego produktu. Ciepło do produktu w piecach do pizzy dostarczane jest na zasadzie konwekcji, choć duży udział ciepła pochodzi z promieniowania termicznego. W wersjach elektrycznych piece do pizzy posiadają system grzałek góra-dół w każdej komorze pieca, ale w niektórych piecach w górnej części montowane są dodatkowo promienniki podczerwieni. Ze względu na stosowanie bardzo wysokich temperatur, aby nie tracić ciepła do otoczenia stosuje się izolowanie termiczne ścianek. Same drzwiczki, z wyłączeniem okienka wglądowego, także posiadają taką izolację. Okienko wglądowe, poprzez użycie systemu podwójnej szyby w niektórych modelach, również może zmniejszać straty ciepła. Zapobiega to częstemu załączaniu się grzałek elektrycznych i w efekcie zmniejsza zużycie energii elektrycznej. W gazowych piecach do pizzy ciepło również jest gromadzone przez płyty szamotowe, które występują w ściankach pieca. W dolnej części pieca występuje obrotowy dysk, który powoduje, że ułożony na nim produkt jest równomierniej i skuteczniej ogrzewany.

Do wypieku pizzy, bardzo cenionymi za uzyskiwane walory sensoryczne produktów są stosowane również piece opalane drewnem. Wykonywane są one głównie na zamówienie ze względu na specyfikę wynikającą z ich kubatury, dostosowania odrębnego kanału wentylacyjnego do odprowadzania dymu i wpasowania ich w design restauracji.

Ciekawym rozwiązaniem pieców są piece uderzeniowe, biczowe, zwane również

CHEFTOP-X™

Nowy standard w gotowaniu kombi.

Wyposażony w Digital.ID™, najbardziej zaawansowany system operacyjny pieca. Sztuczna inteligencja z obsługą głosową oraz zestawem OPTIC.Cooking do rozpoznawania potraw i automatycznego gotowania.

Zdalna kontrola przez aplikację mobilną dla pełniejszego doświadczenia. Zarządzanie kuchnią nigdy nie było prostsze.



unox.com



piecami Lincolna, które mają formę pieców przelotowych. Ich nazwa pochodzi od stosowania silnych strumieni gorącego powietrza jako formy konwekcyjnego przenoszenia ciepła. Prostopadle do powierzchni produktu spożywczego ukierunkowane strumienie powietrza powodują, że warstwa przyścienna jest niemal usunięta i ciepło szybciej dociera do powierzchni produktu. Produkty w tych piecach transportowane są na przenośnikach z siatki metalowej lub rolkowych. Ze względu, że prędkość powietrza, odległość strumieni do produktu i kąt uderzenia strumieni powietrza mogą być regulowane, w piecach tunelowych istnieje możliwość zastosowania odrębnych stref grzania z różnymi warunkami wypieku dostosowanymi do konkretnego produktu. Piece najczęściej stosuje się do wypieku pizzy, ale również do zapiekania gorących dań i przekąsek, sprawiając, że mają chrupką powierzchnię i właściwie ogrzane wnętrze.

Najbardziej zaawansowanymi technicznie piecami są piece konwekcyjno-parowe. Piece dzięki swojej wielofunkcyjności stanowią niezbędne wyposażenie prawie każdej kuchni w zakładzie gastronomicznym. Łączą one wykorzystanie dwóch mediów grzejnych do dostarczania konwekcyjnego ciepła do produktu – gorącego powietrza, pary wodnej oraz ich kombinacji. Takie połączenie umożliwia prowadzenie w nich różnych obróbek cieplnych żywności.

– Piec konwekcyjno-parowy jest sercem większości restauracji. Powinien oferować wszechstronność procesów, począwszy od gotowania na parze, poprzez tryb pieczenia lub pieczenia z nawilżaniem, na grillowaniu, smażeniu i wędzeniu skończywszy. Wysokiej klasy piec powinna wyróżniać oszczędność zasobów, niezawodność oraz intuicyjna obsługa. Te cechy zawarłimy w nowym urządzeniu HOBART CHEF'S COMBI, które oferuje znacznie więcej: wydajny system uzyskiwania pary, możliwość adaptacji wyglądu i funkcji na panelu obsługi do indywidualnych potrzeb szefa kuchni, wsparcie mniej doświadczonych operatorów dzięki doborowi procesu, temperatury i czasu oraz skuteczny system czyszczenia. Tworząc produkty, które bez trudu radzą sobie z wyzwaniem profesjonalnych kuchni, przyglądamy się wymaganiom naszych klientów i od lat wprowadzamy innowacje w technologii zmywania i w segmencie gotowania, czego przykładem jest CHEF'S COMBI – zaznacza Tomasz Krake, Business Development Manager HOBART.

Zasadniczym elementem pieca jest z komora robocza, w której odbywa się proces ogrzewania produktu. Na bocznej lub tylnej ścianie umieszczany jest jeden lub kilka wentylatorów w zależności od wielkości komory, a na obwodzie każdego z nich elementy grzejne. Ciepło jest odbierane z grzałek przez powietrze nadmuchiwane przez wentylator. Dzięki takiemu rozwiązaniu ogrzane powietrze, para wodna lub ich mieszanina są rozprowadzane po komorze pieca, a produkt jest równomiernie ogrzewany. Zwiększona prędkość przepływu gorącego powietrza, pary wodnej lub ich mieszaniny powoduje zredukowanie grubości warstwy przyściennej, przez co zwiększa się szybkość wnikania ciepła. Para wodna oprócz zwiększania tempa ogrzewania, zapobiega osuszeniu powierzchni produktu, czy też jej przypaleniu przy długotrwałym ogrzewaniu. W piecach konwekcyjno-parowych para wytwarzana może być na dwa sposoby: bezpośrednio w komorze pieca lub w bojlerze. Para wodna wytworzona w bojlerze jest doprowadzana do komory roboczej przez kanał z elektrozaworem. Połączony jest on zazwyczaj z systemem oczyszczania kondensatu (zmniejsza możliwość osadzania się kamienia, ułatwia utrzymanie czystości i żywotności pieca).

W większości pieców, w ich komorze montowane jest oświetlenie, które jest niezbędne do obserwacji postępu procesu obróbki cieplnej przez okienko wglądowe w drzwiczkach. W nowoczesnych piecach, w drzwiczkach zastosowana jest podwójna szyba z próżnią pomiędzy, co powoduje, że zewnętrzna szyba nie nagrzewa się nadmiernie, chroniąc użytkownika przed poparzeniem i ograniczając częstotliwość załączania się grzałek.

Nowoczesne piece konwekcyjno-parowe posiadają wiele funkcji, do najważniejszych należy zaliczyć: książkę kucharską (gotowe programy parametrów obróbek cieplnych dań), możliwość zapamiętywania własnych ustawień, co pozwala na dobór parametrów obróbki cieplnej dopasowanych do wielkości porcji i rodzaju potrawy, jaką chcemy uzyskać, sterowanie procesem obróbki cieplnej z pozycji komputera szefa kuchni. Pomocną funkcją jest autostart, która pozwala na włączenie urządzenia o zadanej godzinie, bez konieczności uczestniczenia na terenie zakładu gastronomicznego i bezpośredniej kontroli pracy pieca, programy mycia – programy te uwzględniają stopień zabrudzenia komory pieca, dozowanie określonej ilości detergentu, odkamienianie wytwornicy pary.

Czystość komory wpływa na jakość przygotowywanych potraw, możliwość prowadzenia wielu rodzajów obróbek cieplnych: pieczenie oraz zapiekanie w gorącym powietrzu (mięsa, wypieki, pieczywa oraz warzywa) w temperaturze 150-230°C, smażenie, grillowanie – może być realizowane w piecu konwekcyjno-parowym przy niewielkim udziale tłuszczu lub bez udziału tłuszczu. Grillowanie jest prowadzone na specjalnych płytach płaskich lub ryflowanych o stosunkowo dużej grubości z materiału o wysokiej pojemności cieplnej materiału, gotowanie w parze wodnej – oddziaływanie pary wodnej ogranicza straty składników odżywczych i odpowiadających za smak i zapach, obróbka kombinowana – uwzględnia połączenie ogrzewania konwekcyjnego gorącym powietrzem z domieszką pary wodnej. Choć udział pary wodnej w temperaturze pieczenia (ok. 180°C) jest niewielki, to jest on wystarczający, aby zapewnić potrawie atrakcyjną sensorycznie powierzchnię i soczystość, przy jednoczesnym ograniczeniu strat masy i niekiedy objętości, rozmrażanie potraw, blanszowanie, regeneracja potraw, gotowanie/pieczenie niskotemperaturowe są to obróbki, które prowadzone są w temperaturze poniżej temperatury

wrzenia wody (zazwyczaj od 45 do 85°C), przy normalnym ciśnieniu (1 atm) lub obniżonego ciśnienia (gotowanie techniką sous-vide), pieczenie zgodnie z programem delta T (utrzymywanie stałej różnicy temperatury delta T pomiędzy rdzeniem produktu (użycie sond) a komorą pieca do momentu uzyskania zadanej temperatury w rdzeniu). Delikatne ogrzewanie powoduje, że strumień ciepła powoli wnika do produktu, zwiększając temperaturę w produkcie, prowadzenie produkcji potraw w systemie „Cook&Chill”.

Istnieją rozwiązania pieców konwekcyjno-parowych połączonych z urządzeniem chłodniczym do szokowego schładzania i zamrażania potraw. Takie rozwiązanie jest szczególnie istotne w produkcji cateringowej, w której produkty gotowe po obróbce cieplnej muszą być gwałtownie wychłodzone.

Znaczenie ma także wysoka higieniczność – wszystkie elementy mogące mieć kontakt z żywnością wykonane są ze stali nierdzewnej, w sposób bezszwowy, z wyoblonymi kątami. Dodatkowo miejsca najbardziej narażone na zabrudzenie, np. klamka, wykonane są z materiałów o właściwościach antybakteryjnych.

Na rynku można również zaobserwować połączenie pieców konwekcyjnych z dodatkowym źródłem grzania w postaci mikrofal. Piece konwekcyjno-mikrofalowe posiadają bardzo szerokie zastosowanie tam, gdzie potrzebne jest szybko przygotować potrawę – bary szybkiej obsługi, stacje benzynowe, kawiarnie. Produkt w takim piecu jest ogrzewany konwekcyjnie od zewnątrz, a od środka przez oddziaływanie mikrofal. W ten sposób produkt może być szybko ogrzany wewnątrz (również ze stanu zamrożonego), jak również może uzyskać pożądane cechy w postaci zarumienionej i chrupiącej skórki.

Podsumowując, piece gastronomiczne można podzielić na te, które są dedykowane do konkretnej grupy potraw i o uniwersalnej funkcjonalności. Dzięki stosowaniu pieców konwekcyjno-parowych możliwe jest ograniczenie zużycia energii, wody, ale także wykorzystania tłuszczu do produkcji potraw, przez co potrawy są bardziej dietetyczne.

Dzięki wielofunkcyjności pieców konwekcyjno-parowych mogą one zastępować pracę tradycyjnych urządzeń jak piekarniki, trzony kuchenne, patelnie, grille. Zaleta ta pozwala ograniczyć zajmowanie powierzchni kuchni.



DR HAB. JAROSŁAW WYRWISZ

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

REKLAMA

Prosto. Bezpiecznie. Czysto. Z zasobnikami z chemią myjącą i pielęgnacyjną.

Zintegrowany system mycia rozpoznaje wymaganą ilość chemii myjącej i pielęgnacyjnej, uruchamia się automatycznie zgodnie z ustalonym harmonogramem lub na żądanie. Zwiększa bezpieczeństwo i oszczędza czas pracy.

iCareSystem AutoDose.
Tylko dla iCombi Pro.*



* dla wybranych modeli

RATIONAL

autor: Marta Kosecka

Czy tzw. Lex Kamilek

DOTYCZY RÓWNIEŻ RESTAURACJI?

Większość z Was zna pewnie przerażającą i tragiczną sprawę Kamilka z Częstochowy. Śmierć chłopca stała się motywem do wzmocnienia standardów ochrony małoletnich, a wprowadzająca odpowiednie zmiany w przepisach ustawa nazwana została symbolicznie Ustawą Kamilka. Czy dotyczy restauratorów?

Mimo że od wejścia ustawy w życie nie minął nawet rok, na jej kanwie powstało wiele mitów. Restauratorzy nie wiedzą nawet, czy ich ta ustawa obowiązuje. A jeżeli tak, to jakie zmiany powinni wprowadzić. Spróbuję podpowiedzieć, w jaki sposób wdrożyć tzw. Lex Kamilek w restauracji.

Z FORMALNEGO PUNKTU WIDZENIA

Patrząc na przepisy prawa, ustawa nakazuje wprowadzenie standardów ochrony małoletnich w formie osobnego dokumentu, oprócz placówek oświatowych, również podmiotom świadczącym usługi hotelarskie oraz turystyczne, a także prowadzącym inne miejsca zakwaterowania zbiorowego. Na pierwszy rzut oka wydaje się zatem, że restauracje nie mają takiego obowiązku.

Jest to jednak, moim zdaniem, wniosek fałszywy. W każdej z interpretacji dotyczących Ustawy Kamilka, którą zdarzyło mi się czytać, a przeczytałam ich wiele, znajduję bowiem informację, że hotel w rozumieniu ustawodawcy ujmowany jest szeroko – nie tylko jako recepcja czy pokoje hotelowe, ale także restauracja czy bar. A skoro tzw. Lex Kamilek stosuje się do restauracji czy baru, który mieści się w hotelu, w mojej ocenie stosuje się go również do wszelkich placówek gastronomicznych działających jako samodzielne podmioty, niezależnie od działalności hotelu. Przesądzenie tego powoduje, iż jako restaurator masz określone obowiązki, których realizacji wymagają od Ciebie obowiązujące przepisy prawa.

Po pierwsze powinieneś sporządzić dokument, który będzie regulował standardy ochrony małoletniego w Twojej restauracji. Powinien to być zbiór zasad i procedur, które będą określały między innymi zasady przygotowania personelu do ich stosowania, w tym sposób reakcji osoby lub osób odpowiedzialnych za zawiadomienie organów ścigania, lub sądu opiekuńczego o podejrzeniu popełnienia przestępstwa w przypadku uzasadnionego przypuszczenia, że dobro małoletniego znajdującego się w restauracji jest zagrożone.

Od razu muszę jednak uspokoić – nie musisz przygotowywać takiego dokumentu sam. Zarówno na stronach Ministerstwa Sprawiedliwości, jak i kilku fundacji zajmujących się pomocą małoletnim ofiarom przestępstw zostały udostępnione wzory tego dokumentu, które wystarczy dopasować do działalności Twojej restauracji.

Po drugie tak opracowane standardy ochrony małoletnich powinieneś udostępnić na swojej stronie internetowej oraz wywiesić w widocznym miejscu w restauracji – w wersji pełnej i skróconej. Wersja skrócona powinna być skierowana do małoletnich, napisana

prostym, zrozumiałym dla nich językiem oraz powinna zawierać informacje istotne dla małoletnich.

FORMALNOŚCI KONTRA RZECZOWE PODEJŚCIE DO PROBLEMU

Chodzi o rzeczowe podejście do problemu, a więc przeszkolenie personelu tak, aby zwracał uwagę na potencjalne zagrożenie dobra małoletnich odwiedzających Twoją restaurację oraz właściwie na nie reagował.

W trakcie wizyty w restauracji, która może trwać kilka godzin, da się zauważyć symptomy krzywdzenia dziecka, i to zarówno przez dorosłych, jak i jego rówieśników. Musisz pamiętać, że krzywdzenie dziecka może przybrać zarówno postać działania, jak i zaniechania. Krzywdzeniem dziecka będzie również jego zaniedbywanie.

Twoi pracownicy powinni wiedzieć, jak się zachować i gdzie ewentualnie zgłosić zauważone nieprawidłowości. Ich przeszkolenie, a także udostępnienie im obowiązujących standardów ochrony małoletnich, ma za zadanie nie tylko uczulić ich na problem krzywdzenia małoletnich, ale także wypracować pewien schemat obserwacji tego, co się dzieje w restauracji, aż do poczucia obowiązku zawiadomienia o zaobserwowaniu negatywnych zjawisk odpowiednim organom.

Im więcej osób zostanie zobligowanych do bieżącego obserwowania sytuacji dziecka oraz do zawiadamiania o zauważonych nieprawidłowościach, tym zwiększamy szansę, że ich sytuacja zostanie dostrzeżona przez dorosłych, którzy będą w stanie pomóc.

NIEZALEŻNIE OD OBOWIĄZKÓW PRAWNYCH

Dlatego też w mojej ocenie, niezależnie od uznania czy wymogi płynące z Ustawy Kamilka powinny być obowiązkowo stosowane w każdej restauracji, zastosowanie standardów ochrony małoletniego w takim miejscu jak restauracja zawsze będzie pożądane i nigdy nie będzie mogło zostać uznane za błąd.

Przeciwnie, przecież i tak w sytuacji, w której Ty lub Twój pracownik zauważycie jakieś niepokojące zachowania gości restauracji w stosunku do małoletnich, powinieneście zareagować i spróbować mu pomóc, i to niezależnie od tego, czy uznamy, że Lex Kamilek obowiązuje restaurację, czy też nie. Taki obowiązek wynika z powszechnie obowiązujących przepisów prawa i dotyczy nie tylko pracowników restauracji, ale każdego, kto jest świadkiem krzywdzenia dziecka czy nawet osoby dorosłej.

NIE DAJMY SIĘ ZWARIOWAĆ

W przypadku nowych regulacji na początku ich stosowania pojawia się wiele mitów. Nie daj się w tym tygodniu dowiedzieć od klientów, iż restauracje mają odtąd zakaz organizowania animacji dla dzieci, w tym przykładowo tradycyjnych mikołajek, w których trakcie Mikołaj rozdawał będzie dzieciom prezenty.

Cóż, moim zdaniem absolutnie tak nie jest. Faktem jest jednak, że w sytuacji, gdy organizujesz animacje dla dzieci, animator powinien spełniać standardy określone w Ustawie Kamilka, a więc powinien zostać sprawdzony we wskazanych w ustawie rejestrach oraz przedstawić zaświadczenie o niekaralności. Od tej pory każda osoba, która wykonuje bezpośrednio czynności wobec małoletnich,

przed dopuszczeniem do pracy z dziećmi będzie musiała zostać w odpowiedni sposób sprawdzona.

To w mojej ocenie kolejny dowód na to, że działalności restauracji nie da się oderwać od ochrony małoletnich, bo bywa również związana z opieką nad małoletnimi. W każdej takiej sytuacji bez żadnych wątpliwości restaurator ma obowiązek zastosowania wszelkich regulacji mających na celu ochronę małoletnich.

Osobiście rekomendowałabym stosować standardy ochrony małoletnich w restauracji. Na pewno nikomu tym nie zaszkodzisz, a możesz przy okazji zrobić wiele dobrego.



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

REKLAMA

HOBART

NAJWYŻSZA WYDAJNOŚĆ W TWOJEJ KUCHNI

WSZYSTKO CZEGO POTRZEBUJESZ.

CHEF'S COMBI



NOWOŚĆ



Alkohole

- DEGUSTACJA W WERSJI PREMIUM

W ostatnich latach gastronomia, a szczególnie bary, przeżywa dynamiczny rozwój nazywany premiumizacją. Termin odnosi się do podnoszenia jakości produktów i usług, co otwiera nowe perspektywy rozwoju oraz prowadzi do oferowania unikalnych doświadczeń i budowania ekskluzywnej atmosfery, która przyciąga coraz bardziej wymagających gości. Zjawisko to dotyczy nie tylko serwowanych alkoholi, ale również otoczenia, obsługi i całokształtu doświadczenia gościa.

PREMIUMIZACJA BEZ TAJEMNIC

Premiumizacja to proces, w którym produkty lub usługi stają się czymś więcej niż tylko standardową częścią oferty. Słyszac słowo „premium”, w większości przypadków, wyobrażamy sobie coś kosztownego, coś, co ma dużą wartość. W teorii wydaje się to prawdą, ale w praktyce wrażenie „elitarności” możemy zbudować na wiele innych sposobów.

Możemy zaobserwować ten trend w najlepszych lokalach na świecie. W gastronomii premiumizacja obejmuje zwiększenie jakości, budowanie doświadczenia, ekskluzywność czy personalizację. Produkty oferowane naszym gościom muszą spełniać najwyższe standardy zarówno pod względem jakości surowców, jak i ich przygotowania. Jednak sama konsumpcja nie wystarcza! Goście oczekują pełnego doświadczenia, zaczynając od atmosfery miejsca, poprzez sposób serwowania i interakcję z personelem.

Ekskluzywność i elitarność – to oczywiście kwestie indywidualne. Dla jednego gościa takie wrażenie zbuduje najdroższa butelka dostępna na barze, a dla innego może to być ciekawy, ekskluzywny, charakterystyczny dla danego miejsca składnik. Na te odczucia wpływa również personalizacja. Coraz więcej barów może pochwalić się indywidualnym podejściem zarówno w zakresie doboru alkoholi, jak i wyglądu lokalu oraz sposobu obsługi.

JAKIE TO MA ZNACZENIE?

Rozwój premiumizacji jest odpowiedzią na zmieniające się oczekiwania naszych gości, którzy coraz częściej poszukują unikalnych doświadczeń zamiast produktów komercyjnych. Istnieje wiele czynników, dla czego nasi goście wybierają bardziej

wyszukane propozycje. Jednym z nich była zdecydowanie pandemia COVID-19. Po długim czasie zamknięcia, nasza świadomość w wielu tematach gwałtownie wzrosła. Z moich obserwacji wynika, że goście pragną teraz czegoś innego. Szukają doświadczeń na najwyższym poziomie, czegoś, czego nie będą w stanie przygotować w domu. Właśnie po to wychodzą do baru czy restauracji! To spowodowało sytuację, w której coraz chętniej płacą więcej za usługi, które oferują niepowtarzalną jakość i doznania.

Ponadto wzrost świadomości w zakresie jakości alkoholi, a także dostępność informacji o niszowych markach, sprawiają, że konsumenci są bardziej skłonni inwestować w produkty premium. Oczywiście to nie jest główny powód tych zmian, ale myślę, że, w ostatnich latach, ta sytuacja mogła mieć największy wpływ na nagłe zmiany w naszej branży.

BAROWE EXPERIENCE

Zmianie uległa także kultura picia alkoholu. Obecnie nasi goście interesują się historią trunków, ich pochodzeniem, procesem produkcji oraz rzemiosłem, które

stoi za ich powstaniem. Premiumizacja odpowiada na te potrzeby, oferując luksusowe alkohole, które często wiążą się z unikalnymi procesami produkcji i niesamowitymi historiami, a także unikatowe miejsca, gdzie serwowane są te produkty w odpowiedni sposób. Oznacza to, że premiumizacja stanowi zjawisko, które od kilku lat intensywnie redefiniuje sposób, w jaki konsumenci podchodzą do alkoholu i doświadczeń związanych z jego spożywaniem. W dzisiejszym świecie ludzie coraz częściej wybierają nie tylko to, co piją, ale też jak, gdzie i w jakiej atmosferze. Nie chodzi już tylko o ilość, ale o jakość i cały zestaw doznań, które towarzyszą każdemu koktajlowi czy kieliszki. W tym kontekście bary odgrywają kluczową rolę, stając się miejscami oferującymi wyjątkowe, luksusowe doświadczenia.

Jeszcze nie tak dawno wychodząc do baru, nie wiązaliśmy z nim większych oczekiwań. Bary były proste, ze zbliżoną do siebie ofertą lub praktycznie taką samą, różniły się tylko butelki w zależności od współpracy z daną firmą. Oczywiście w większych miastach pojawiały się pojedyncze przykłady przemyślanych konceptów wprowadzające stopniowo coraz to nowsze narzędzia, za pomocą których budowano wyjątkowe doświadczenia gości. Aktualnie w każdym większym polskim mieście, a od jakiegoś czasu nawet w tych mniejszych, znajdziemy miejsce, które zaspokoi potrzeby największych barowych entuzjastów.

Tak więc premiumizacja w barach polega na podnoszeniu jakości oferowanych usług i produktów do poziomu, który zapewnia gościom poczucie ekskluzywności i wyjątkowości. W praktyce składa się na to wiele czynników, takich jak: najwyższej jakości

składniki alkoholowe premium oraz ultrapremium, które często produkowane są w ograniczonych seriach lub przez małe, rzemieślnicze destylarnie. Przykładamy szczególną uwagę do składników wykorzystywanych w naszych lokalach. Wybieramy te najlepszej jakości czy unikatowe, niedostępne w innych miejscach. Budujemy współpracę z lokalnymi dostawcami, stawiamy coraz częściej na sezonowość produktów, co pozwala nam w danym momencie wyciągnąć z nich to, co najlepsze. To przyczynia się do podnoszenia jakości naszych miejsc oraz pomaga w budowaniu unikatowego konceptu miejsca.

INNOWACYJNE PODEJŚCIE DO RZEMIOSŁA

Kiedyś furorę robiła tęczaowa tacka shotów zamówiona w barze czy koktajle ozdobione pięknymi, kolorowymi sałatkami owocowymi. Branża jest niezwykle dynamiczna, a ostatnie kilka lat bardzo dobrze pokazuje ewolucję barmaństwa w naszym kraju oraz

REKLAMA

Dla szefów wszystkich kuchni

Zyskujesz:

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

**Skontaktuj
się z nami**

TRANSGOURMET
SELGROS

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

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

Obserwuj nas
LinkedIn
/transgourmet-polska
Dołącz do grupy Selgros
i Transgourmet dla HoReCa
na facebook





globalny wpływ na dynamikę tych zmian. Różnica jest ogromna, a lokale zaczynają momentami przypominać bardziej laboratoria niż bary. Urządzenia takie jak myjka ultrasoniczna, wirówka wysokoobrotowa czy wyparka laboratoryjna przestają być czymś ekskluzywnym i pojawiają się w coraz większej liczbie miejsc. Aktualnie króluje minimalizm, a barmani starają się skupić przede wszystkim na tym, co znajduje się w szklance, i jak wyeksponować wszystkie zalety wykorzystywanych składników.

Kreatywność barów nigdy nie była na wyższym poziomie. Na całym świecie, w tym u nas, znajdziemy niesamowite, jedyne w swoim rodzaju, karty koktajlowe. Menu z popularnymi klasykami już się znudziło i nie przyciąga gości tak jak dawniej. Według mnie ramy nie istnieją, a my możemy pozwolić sobie niemal na wszystko. Powstają menu w innych formach, zapachowe czy dotykowe. Bary prześcigają się w pomysłach, a każdy chce stworzyć najlepsze menu, o którym będzie głośno.

Ogromną rolę odgrywa również atmosfera i oprawa wizualna. Nie bez powodu mówi się, że pierwsze wrażenie jest najważniejsze. Pierwsze chwile w lokalu mogą zaważyć na całym doświadczeniu. Zwykle „cześć” w momencie wejścia gościa do lokalu może całkowicie zmienić jego nastawienie, a nam pomoże przełamać pierwsze bariery i pozwoli poczuć się „jak u siebie” – w końcu to branża gościnności, a my staramy się zbudować jak największy komfort dla naszych gości. Wystrój miejsca, a także sposób podania koktajli jest bardzo ważnym elementem doświadczenia. Jesteśmy wzrokowcami, więc naturalnie kwestia wyglądu ma duże znaczenie.

Znaczenie w budowaniu doświadczeń gości w wersji premium odgrywa także personalizacja. Gość przestał być anonimowy. Każdy z nas ma swoje ulubione smaki, składniki, alkohole. Personalizacja koktajli na życzenie gościa, zadbanie o jego preferencje i stworzenie czegoś jedynego w swoim rodzaju dokładnie dla tej jednej osoby to bardzo ważna umiejętność. Pamiętajmy, aby słuchać naszych

gości, pomagać im i edukować w pewnych kwestiach. Pamiętajmy też, że nie jesteśmy za barem po to, żeby komuś mówić, co może, a czego nie może wypić. Jeśli nasz gość chce trzydziestoletnią whisky z colą, bo to jego ulubiony koktajl, dajmy mu to, o co prosi.

Podsumowując, premiumizacja w gastronomii to trend, który zyskuje na znaczeniu w miarę rosnących oczekiwań gości wobec jakości serwowanych produktów i oferowanych doświadczeń. Nowoczesne bary pokazują, że luksus nie oznacza jedynie wysokiej ceny, ale także dbałość o każdy szczegół, począwszy od unikalnych składników, przez personalizację usług, aż po estetykę serwowanych koktajli. Premiumizacja to przyszłość gastronomii, która nie tylko odpowiada na potrzeby współczesnych konsumentów, ale również kształtuje nową kulturę picia alkoholu opartą na jakości, ekskluzywności i unikalnych doświadczeniach.



CEZARY NOWAK

Barman Roku
World Class
Poland 2024,
Head Bartender
w cocktail
barze TAG.
w Krakowie



Lokalne skarby Bułgarii - endemiczne odmiany winogron z Niziny Trackiej (ChOG)

Nizina Tracka, położona na terytorium Bułgarii, Grecji i Turcji, to region o wyjątkowych warunkach klimatycznych i glebowych, które sprzyjają uprawie winorośli. Bogata tradycja winiarska, sięgająca czasów starożytnych Traków, w połączeniu z nowoczesnymi technikami produkcji czyni ten obszar jednym z najbardziej cenionych w Europie. Szczególnym skarbem Niziny Trackiej są lokalne odmiany winogron.

Jednym z najważniejszych lokalnych szczepów jest **Mavrud**, uważany za najbardziej prestiżowy w regionie. Wina powstałe z tej odmiany charakteryzują się intensywnym, głębokim kolorem oraz wyrazistymi nutami owoców leśnych, śliwek i delikatnych przypraw. Mają one duży potencjał do starzenia oraz zyskują na złożoności i głębi smaków wraz z upływem czasu. Drugim bardzo popularnym szczepem jest **Rubin**, hybryda powstała z połączenia Nebbiolo i Syrah. Rubin zachwyca intensywnym aromatem ciemnych owoców, przypraw i czekolady, a jego miękkie taniny sprawiają, że jest chętnie wybierany przez koneserów.

Więcej informacji na temat win trackich, etykiet ChOG i ChNP oraz nadchodzących wydarzeń winiarskich można znaleźć na naszej stronie internetowej.



Wina z Niziny Trackiej zdobywają uznanie nie tylko dzięki swoim wyjątkowym walorom smakowym, ale również za sprawą certyfikatu **Chronionego Oznaczenia Geograficznego (ChOG)**. Oznacza to, że muszą one spełniać rygorystyczne standardy produkcji i mogą powstawać wyłącznie na określonych obszarach Niziny Trackiej. To gwarantuje ich autentyczność i wysoką jakość. Certyfikat ChOG jest uznawany na całym świecie, co dodatkowo podnosi prestiż win z tego regionu. Innym oznaczeniem, które wskazuje na lokalny charakter win i ich silny związek z miejscem produkcji, jest certyfikat **Chroniona Nazwa Pochodzenia (ChNP)**. Przepisy Unii Europejskiej dotyczące produktów spożywczych mają na celu zapewnienie klarownych wytycznych dotyczących

WYBIERZ ŻYWNOŚĆ I NAPOJE Z UE

Z OZNACZENIAMI GEOGRAFICZNYMI

CHNP/CHOG, KTÓRE SĄ PRODUKOWANE

Z POSZANOWANIEM NASZEJ HISTORII I TRADYCJI



NAJLEPSZY CZAS JEST TERAZI

WYBIERZ #AUTENTYCZNOŚĆ #ZRÓWNOWAŻONYROZWÓJ

produkcji ekologicznej w całej UE. Celem jest zaspokojenie popytu konsumentów na produkty godne zaufania, przy jednoczesnym zapewnieniu uczciwego rynku wytwórcom, dystrybutorom i handlowcom.

Warto również podkreślić, że producenci win z Niziny Trackiej starają się działać zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju. Odpowiednio gospodarują zasobami wody, ziemi i energii, dbając tym samym o przyszłość regionu i jego unikalne warunki naturalne.

Nizina Tracka, ze swoimi lokalnymi szczepami, oferuje szeroką gamę win, które doskonale komponują się z różnymi potrawami - od dań mięsnych po bardziej wyrafinowane przysmaki kuchni śródziemnomorskiej. Te wina są coraz częściej obecne na międzynarodowych rynkach i zdobywają uznanie zarówno ekspertów, jak i miłośników wina.

Wyjątkową okazją do spróbowania win z Niziny Trackiej będzie **degustacja podczas targów ENOEXPO w Krakowie w dniach 6-8 listopada 2024 r.** To doskonała szansa, by osobiście przekonać się o bogactwie smaków bułgarskich win i odkryć potencjał regionu, który w ostatnich latach zyskuje popularność na światowej mapie winiarskiej. Na ENOEXPO będzie też możliwość spróbowania żywności eko, posiadającej unijne logo produkcji ekologicznej.



Europejska produkcja ekologiczna zapewnia żywność wysokiej jakości dzięki kompleksowemu systemowi, który łączy najlepsze praktyki środowiskowe z rygorystycznymi normami w obszarze różnorodności biologicznej i dobrostanu zwierząt. Metoda ta podlega przepisom unijnym, obejmującym każdy etap zarządzania gospodarstwem i produkcją żywności. Przepisy zabraniają stosowania syntetycznych pestycydów, nawozów i organizmów modyfikowanych genetycznie (GMO).

Zapraszamy do Krakowa na targi ENOEXPO – wydarzenie, które pozwoli zagłębić się w fascynujący świat win z Niziny Trackiej (ChOG) i nie tylko!



Sposób NA MROŻONKI

Mrożenie stanowi jedną z najskuteczniejszych metod przechowywania jedzenia w gastronomii. Dzięki utrzymywaniu długotrwałej świeżości produktów odgrywa kluczową rolę w mądrym zarządzaniu zapasami i minimalizacji strat żywności. Choć współczesne techniki zamrażania opierają się na zaawansowanych technologiach i sprzętach, konserwacja żywności poprzez niskie temperatury istniała od wieków.

Mrożenie żywności jest jedną z najstarszych technik jej przechowywania. Oczywiście na początku było popularne w tych strefach geograficznych, w których sprzyjało mu środowisko naturalne. Wykorzystanie mrożenia było związane głównie z zabezpieczeniem żywności na okres zimowy. Dziś to podstawowa metoda konserwacji, która wpływa na food cost i zapobieganie marnotrawstwu.

Początkowo społeczeństwo podchodziło do żywności mrożonej nowoczesnymi sposobami z rezerwą, jednak z czasem wszystkie plusy tej metody konserwacji przeważały i spowodowały, że dziś jest to ceniony sposób przechowywania wszelkich produktów spożywczych. Warunkiem prawidłowego obchodzenia się z produktami przeznaczonymi do mrożenia jest przestrzeganie dwóch zasad: szybkiego mrożenia i przechowywania surowców, potraw lub półproduktów w niezmiennych warunkach.

Jedną z najbardziej efektywnych technik jest mrożenie w zamrażarkach gastronomicznych. W celu osiągnięcia odpowiedniego efektu produkty przeznaczone do zamrożenia należy umieścić w zamrażarce, zachowując odrobinę przestrzeni między warstwami, a po zamrożeniu zapakować je w szczelne opakowanie tak, by nie przenikało powietrze. Konkretnie produkty rozmrażamy bezpośrednio przed spożyciem.

Przygotowanie do procesu zamrażania żywności opiera się na kilku etapach, do których możemy zaliczyć: sortowanie, kalibrowanie, oczyszczanie, płukanie oraz osuszanie. Lista produktów, które można mrozić, jest imponująca, począwszy od mięsa, ryb, owoców morza, po warzywa, owoce, grzyby, zioła, jaja, na wyrobach mącznych i ziemniaczanych skończywszy.

Mroząc mięso, warto pamiętać, że zamrażamy je dopiero po okresie dojrzewania podzielone na części, tak by ułatwić sobie pracę przy rozmrażaniu. Ponadto należy oddzielić mięso od kości, które możemy zamrozić oddzielnie, najlepiej w częściach ściśle ułożonych w opakowaniu hermetycznym. Podroby – przed zamrożeniem oczyszczamy, schładzamy je w chłodni przez ok. dwanaście godzin i dopiero po tym czasie zamrażamy. Dziczyznę zamrażamy po dojrzewaniu mięsa, oskórowaniu. Warto pamiętać, że najpierw usuwamy z mięsa ścięgna oraz grubą błonę wierzchnią, a następnie dzielimy na elementy kulinarne. Jeżeli mięso ma być naszpikowane słoniną, robimy to przed zamrożeniem, natomiast

marynujemy dopiero po rozmrożeniu, nigdy nie mrozimy marynowanej dziczyzny przed obróbką termiczną. Z kolei drób czyścimy, usuwamy wnętrzności, myjemy, osuszamy, formujemy tuszkę tak, by zajmowała jak najmniej miejsca, i nie zamykamy w niej powietrza. Ryby sprawiamy, usuwamy łuski, płuczemy, osuszamy i nadając kształt, układamy partiami. Zamrażamy przez ok. cztery godziny, po czym zanurzamy na chwilę w zimnej wodzie, aby powstała tzw. glazura, która zabezpiecza ryby przed uszkodzeniami oraz zapobiega wysuszeniu. Z kolei jaja zamrażamy jako masę. Dobrze jest dodać na każde 100 g masy 5 g cukru lub 2 g soli. Można zamrażać całe jaja, same żółtka lub białka. Do białek nie dodajemy soli ani cukru, do żółtek dodajemy. Dodatek soli lub cukru do mas jajecznych wpływa na ich konserwację, nie zmieniając właściwości. Warzywa czyścimy, ewentualnie rozdrabniamy, blanszujemy, osuszamy i mrozimy, natomiast owoce zawsze mrozimy surowe. Małe zamrażamy w całości, a duże kroimy. Pestkowe możemy wydrylować. Z powodzeniem możemy mrozić także zioła i grzyby. Osobiście chcąc użyć mrożonych listków, od razu kruszę je wprost do oliwy lub oleju. Dzięki temu unikam ich czernienia, a cały smak i aromat pozostaje. Natomiast grzyby dobrze przez zamrożeniem oczyścić i zblanszować. Wyroby mączne i ziemniaczane mrozimy po obróbce termicznej. Wszelkiego rodzaju kluski, pierogi, wrzucamy na gotującą się wodę, a placki, frytki, krokiety na gorący tłuszcz.

Do mrożenia nie nadają się natomiast: sałata, cykorja, rzodkiewka, cebula i mięsa

przeznaczone na tatar. Oczywiście można wskazać także pewne ograniczenia mrożonek. Świetnym przykładem są pomidory. Zachowują smak, aromat wszelkie wartości odżywcze, ale tracą jędrność, więc sałatki i dekoracji już z nich nie będzie.

Niekwestionowaną zaletę mrożenia stanowi stosunkowo niski koszt. Największymi kosztami jest cena prądu i zakupu dobrej jakości urządzenia chłodniczego, dostosowanego parametrami do restauracji. Ewentualnym kosztem jest również, o czym często zapominamy, cena najmu powierzchni magazynowej. Opakowania do mrożenia to najczęściej wytrzymałe, relatywnie tanie woreczki do pakowania próżniowego, które pozwalają na ekonomiczne wykorzystanie przestrzeni zamrażarki lub chłodni.

Niewątpliwie kolejną z zalet tej metody konserwacji jest niska ingerencja w skład chemiczny zamrażanej żywności. Mrożenie nie powoduje strat wartości odżywczych nawet przy długotrwałym czasie zamrożenia. Powiem więcej, w niektórych składnikach zachodzą pozytywne zmiany: węglowodany przechodzą w cukry proste, białka ulegają denaturacji, a tłuszcze nie jęcejają. Niskie temperatury, którym poddawane są produkty, nie psują się, ponieważ odpowiednie warunki przechowywania uniemożliwiają rozwój flory bakteryjnej oraz działanie enzymów i kwasów w nich zawartych.

Największym wrogiem wartości odżywczych jest zmiana temperatury podczas przechowywania produktów, która wpływa na ich smak, soczystość, barwę, a także wartość odżywczą. Wahania temperatury mogą obniżyć wartość gastronomiczną produktu tak znacząco, że nie będzie można

autor: Michał Soliwoda

Polska wieprzowina JEST PRODUKTEM DLA KAŻDEGO

Wieprzowina jest mięsem zróżnicowanym pod względem smaku, wyglądu, kaloryczności, ale przede wszystkim walorów zdrowotnych. Wyobrażenie na jej temat zależy od preferencji i stylu odżywiania.

Jedno jest pewne. Wśród szerokiego asortymentu mięsa wieprzowego każdy znajdzie coś dla siebie. Wpisuje się ono w kanony najbardziej wykwintnych potraw pod postacią chociażby długo dojrzewających wędlin, a także prostej kuchni chłopskiej w formie golonki, schabowego czy podrobów. Znajdzie odbiorców zarówno wśród miłośników tłuszczu jako nośnika smaku i entuzjastów diet niskokalorycznych, tradycjonalistów, jak i adeptów nowoczesnej sztuki kulinarnej.

Niezależnie od tego, do której grupy się zaliczamy, ważne abyśmy wybierali mięso wysokiej jakości – najlepiej to z Polski. Poza wsparciem polskich hodowców i przetwórców zyskujemy gwarancję smaku, zdrowia i bezpieczeństwa potwierdzoną

licznymi, systematycznymi badaniami i kontrolami. Wieprzowina z rodzimych hodowli wyróżnia się niższą zawartością soli i cholesterolu od norm zagranicznych. Jest skarbnicą witamin z grupy B odpowiedzialnych za przemianę materii, funkcjonowanie układu nerwowego czy pracę serca. Zawartość witaminy E wspiera nasz układ odpornościowy i procesy metaboliczne. To także świetne źródło potasu regulującego gospodarkę wodną, żelaza czy cynku. Mięso to oczywiście białko. Polska wieprzowina jest bogata w białko pełnowartościowe i wysokogatunkowe, zawierające duże ilości aminokwasów, których organizm człowieka nie jest w stanie samemu wytworzyć. Niektóre elementy wieprzowiny, takie jak golonka, stanowią rezerwuar kolagenu,

czyli głównego składnika tkanki łącznej, wpływającego na kondycję stawów, ścięgien i skóry.

Potwierdzenie jakości polskiego mięsa wieprzowego możemy znaleźć w oznaczeniach widniejących na etykietach takich jak PQS (Pork Quality System), QAFP (Quality Assurance for Food Products), PRODUKT POLSKI czy Gwarantowana Tradycyjna Specjalność. Do zakupu mięsa wieprzowego w Polsce dodatkowo zachęca niewygórowana cena i szeroka dostępność w niemal wszystkich sklepach spożywczych, na bazarkach i u lokalnych dostawców. Te aspekty tłumaczą, dlaczego wieprzowina od wielu lat jest najczęściej wybieranym mięsem nie tylko w Polsce, ale i na świecie.

PROMOCJA

go wykorzystać do określonej potrawy. Mowa tu o zachowaniu nieprzerwanego łańcucha chłodniczego, zgodnie z systemem HACCP.

Mrożonki świetnie ratują nasz food cost, ich ceny stabilne są zwykle przez cały rok, jakość gwarantowana, a dostawy cykliczne. Mrożenie pozwala na ograniczenie strat. Pamiętajmy, że większość produktów szybko traci przydatność do spożycia i ogromny ich procent trafia do kosza. Mrożenie ogranicza nadmierną hodowlę, produkcję i odłowy. To kwestia świadomości, umiejętności i rozsądku. Warto możliwie szeroko stosować ten model zakupów i przechowywania.



**JAROSŁAW
UŚCIŃSKI**

właściciel oraz szef kuchni w restauracji Moonsfera w Warszawie, prezes Ogólnopolskiego Stowarzyszenia Szefów Kuchni i Cukierni



STREFA SMAKU



autor: Tomasz Ziętkiewicz

Kuchnia amerykańska, CZYLI KULINARNE ZJEDNOCZENIE

Bogactwo smaków i różnorodność aromatów to cechy, które najlepiej opisują kuchnię amerykańską. Choć dla wielu zaczyna i kończy się ona na burgerach, to tak naprawdę, jeśli damy jej szansę, wprowadzi w nas wyjątkowy stan – zjednoczenia kultur, barw i menu z całego świata.

Wielobarwna, aromatyczna, pełna niezliczonych wpływów etnicznych. Taka właśnie jest kuchnia amerykańska. Kuchnia, którą wielu uwielbia, sporo za nią szaleje, a tylko nieliczni uważają, że są w stanie bez niej żyć. Mozaika kulturowa ujawniająca się w przepisach z Ameryki jest dowodem na to, że będąc w każdym innym miejscu na świecie możemy spotkać potrawy kojarzone ze Stanami Zjednoczonymi, a odwiedzając USA w wielu daniach pojawiają się produkty wywodzące się bezpośrednio z Europy, Azji czy Afryki. Kuchnia amerykańska to prawdziwe multi-kulti. Może

właśnie w tym tkwi źródło jej popularności. Niemal każdy z nas znajdzie w niej coś dla siebie, zarówno na słodko, jak i na wytrawnie. Kultura kulinarnej rozkoszy wprost ze Stanów gwarantuje brak sztampy w menu. Decydując się na dogłębne poznanie amerykańskiej kuchni, nudy na talerzu nie znajdziemy. Tam zawsze musi się dziać. Kompozycje wyjątkowych smaków,


BIERNACKI
since 1993

WOŁOWINA
PREMIUM



www.zmb.pl
sales@zmb.pl
tel. +48 62 747 09 00





sposób przygotowania potraw, a także tradycja ulicznego jedzenia. To wszystko składa się na prawdziwy kulinarny amerykański sen.

KULINARNA EKSPANSJA

Na spotykane w kuchni amerykańskiej smaki składają się nie tylko elementy zaczerpnięte z innych kontynentów, ale i tradycje konkretnych stanów. Nikt nie zaprzeczy, że olbrzymią przewagą tamtejszej kuchni jest jej wielokulturowość. Ogromny wpływ na teraźniejszy obraz kulinariów USA miał okres kolonialny, kiedy do Ameryki zjeżdżali niezliczeni przybysze zza oceanu. Osadnicy europejscy przywieźli tradycję uprawy zbóż takich jak pszenica czy jęczmień. Wraz z ich przybyciem na kontynencie amerykańskim zaczęto hodować krowy, świnie czy drób. Wykorzystywane dotychczas lokalne składniki, jak kukurydza, fasola, dynia czy dzikie mięso, zostały uzupełnione o całkiem nowe elementy, które wraz z zapoczątkowaniem pierwszych plantacji wpłynęły na urozmaicenie kuchni. Do wpływów afrykańskich z pewnością możemy zaliczyć szerszy zakres upraw, spożywanie kolendry i aromatyczne przyprawy. Ówczesna ekspansja na Zachód – na tereny dzisiejszego Teksasu czy Nowego Meksyku – pozwoliła na wzrost popularności

tradycji meksykańskich, których dowodem są cieszące się obecnie dużym powodzeniem tacos czy chili con carne. Z kolei silnie powiązana z tradycjami afroamerykańskimi

Ogromny wpływ na teraźniejszy obraz kulinariów USA miał okres kolonialny, kiedy do Ameryki zjeżdżali niezliczeni przybysze zza oceanu

kuchnia Ameryki Południowej do jej kanonów wprowadziła techniki duszenia, marynowania oraz wędzenia mięsa. To dzięki niej powstały potrawy takie jak gumbo, jambalaya czy wizytówka Stanów Zjednoczonych na świecie: żeberka barbecue oraz pieczony indyk, symbol Święta Dziękczynienia.

Współczesnej kuchni amerykańskiej nie byłoby, gdyby nie wiele czynników wpływających na jej rozwój na przestrzeni wieków. Chcąc ją przenieść jeden do jeden do Polski, stawiamy przed sobą nie

lada wyzwanie, któremu trudno sprostać. Nasza świadomość dotycząca kuchni amerykańskiej często zaczyna się na hot dogach, a kończy na burgerach. Choć warto mieć je w karcie, tamtejsza kuchnia ma znacznie więcej do zaoferowania.

BARWNE MENU

Amerykańskie jedzenie jest bardzo różnorodne, dlatego przygotowując menu, nie ograniczajmy się do tych potraw, które są nam najbardziej znane. Nie chodzi tutaj o ryzyko przygotowania dań mniej powszechnych, ale raczej o stworzenie oferty mogącej wyróżnić się na rynku. Spójrzmy dookoła. Większość z nas na zawołanie jest w stanie wymienić nazwy burgerowni w swojej miejscowości. Krótki spacer po centrum większego miasta i... food trucki z hot dogami czy burgerami. Podajmy gościom coś, czego nie mogą zamówić nigdzie indziej. Nie uchylajmy jedynie drzwi, otwórzmy je na oścież dla kuchni amerykańskiej.

Czego nie może zabraknąć w naszej karcie? Warto przywołać tutaj zupę gumbo składającą się przede wszystkim z mięsa i owoców morza z aromatyczną mieszkanką przypraw cajun. Ta pochodząca z Luizjany, gotowana na bulionie, rozgrzewająca i sycąca zupa nie może obejść się bez papryki, cebuli czy selera naciowego. Ważnym elementem jest środek zagęszczający – wykorzystuje się do tego afrykańską okrę bądź francuską zasmażkę przygotowaną z mąki i tłuszczu. Wpływy francuskie wraz z hiszpańskimi i afrykańskimi zauważyć możemy także przy okazji innego pochodzącego z Luizjany dania, jakim jest jambalaya. Jej głównym

składnikiem jest ryż, najczęściej z dodatkiem warzyw i kurczaka lub owoców morza czy kielbasy. Nie może obejść się bez słodkiej papryki, selera i cebuli oraz podania w pikantnym sosie.

Ciekawostką dotyczącą kuchni amerykańskiej jest popularność pizzy z bekonem czy krążków cebulowych, które dla nas są przekąską, tam grają rolę pełnoprawnego dania. Tamtejsza kuchnia nie istnieje bez grillowanych żeberk barbecue. Wcześniej marynowane w sosie, następnie grillowane do soczystości, potrafią wprawić w obłęd. Zresztą nie potrzeba tutaj wielu słów, wystarczy spróbować. A że dla Amerykanów mają one wyjątkowe znaczenie, wystarczy przywołać kilka scen z serialu House of Cards, gdy Frank Underwood niejednokrotnie głośił peany nad żeberkami barbecue jedząc je u Freddiego. W USA barbecue to zdecydowanie najpopularniejszy sos. Przygotowuje się w nim pulled pork czy brisket – pieczeń wołową duszoną i wędzoną przez wiele godzin, aż do uzyskania aromatycznej oraz miękkiej struktury.

Wśród zup w menu nie powinno zabraknąć także clam chowder – gęstego dania z małżami, ziemniakami, boczkiem oraz cebulą. Popularne są również zaczerpnięte z kuchni kalifornijskiej: tostada, czyli tortilla z warstwami fasoli, mięsa, sałaty, pomidorów i sera oraz znane bardzo dobrze Polakom smoothie. O burgerach mówiono już wiele, ale nie możemy o nich nie wspomnieć, bo dla Amerykanów są one niczym dla Polaków pierogi. Skarb narodowy, który zaczerpnęli najprawdopodobniej z Niemiec i przyjęli jak swój. Klasyka amerykańskiej kuchni, w której poza najwyższej jakości mięsem – z antrykotu, łopatki czy rostbefu, ogromne znaczenie odgrywa chrupiąca bułka. Smak pieczywa często zanika pod wpływem sosów i innych dodatków, jednak klasę bułki poznamy właśnie po tym, że jej smak będzie utrzymywał się, mimo urozmaiceń dania.

STEK – KRÓL GRILLA

Tworząc menu w stylu amerykańskim, nie trzeba ograniczać się jedynie do burgerów. Warto postawić w nim to, co swoją wyjątkowością przyciągnie najwybredniejszych gości. Znakomitym pomysłem jest wyodrębnienie z menu karty steków. Zarówno Amerykanie, jak i Polacy kochają grillować. Dlaczego zatem nie połączyć tego uczucia i stworzyć jedyny w swoim rodzaju przewodnik po stekach, nie ograniczając się do smażenia czy grillowania jednego czy dwóch rodzajów mięsa pozyskanego od zaufanego dostawcy. Wybierając mięso, należy zwrócić uwagę na marmurkowatość. Tłuszcz nada mięsu wyjątkowy smak i aromat, a co najważniejsze zapewni soczystość.

Jakie rodzaje steka powinny znaleźć się w menu? Niekwestionowanym królem grilla jest aromatyczny i delikatny ribeye, który wykrawa się z antrykotu. Pochodzi z lekko obrobionej górnej części klatki piersiowej, a dzięki marmurkowej strukturze tłuszczu nadaje się do szybkiego grillowania w wysokiej temperaturze. Nie sposób nie wspomnieć o tomahawku. To stek wołowy o specjalnym cięciu z pozostawioną kością żebrową. Tomahawka wycina się ze środkowej części antrykotu, co sprawia, że stek jest soczysty, a smak wyrazisty. Stek strip to kolejna propozycja. Nazywany nowojorskim, stek ten pozyskiwany jest z grubego rostbefu. Składa się z mało pracującego, delikatnego mięśnia, longissimusa. Smak ma wyrazisty, ale kawałek mięsa jest nieco twardszy niż w przypadku steku z antrykotu czy polędwicy. To właśnie steki z tej części są najbardziej delikatne, a jej najlepszą wersją jest filet mignon cięty ze środkowej części polędwicy będącej najcenniejszą częścią tuszy wołowej. Filet mignon jest najdroższym kawałkiem mięsa, dlatego jego obecność w karcie to prawdziwy rarytas dla smakoszy. Wśród steków spotkamy jeszcze porterhouse,

t-bone, sirloin, skit czy steki z łąty i ligawy. Ich charakterystyka powoduje, że rynek steków – choć wąski na pierwszy rzut oka – to naprawdę wyjątkowa lista dla fanów najwyższej jakości mięsa.

Odwołując się do menu w stylu kuchni amerykańskiej, nie sposób przejść obojętnie obok bohatera każdego tamtejszego stołu w czwarty czwartek listopada. Święto Dziękczynienia coraz chętniej obchodzone jest również w Polsce, a restauracje na tę okazję przygotowują specjalną wkładkę do menu, w której główną rolę odgrywa indyk. Oczywiście w restauracji nie trzeba podawać go na stół w całości. Wystarczy kawałek upieczonej piersi czy gruby plaster mięsa z paskiem złotej skórki. Nienajgorszym pomysłem będzie przygotowanie burgera z indyka. Każde z tych dań można wzbogacić o dodatki, które kojarzą się z tym amerykańskim świętem, a są to m.in. słodkie ziemniaki w formie purée z dodatkiem masła i gałki muszkatołowej, żurawina, topinambur, brukselka, pasternak, grzyby oraz dynia. Wszystkie dodatki mogą być lekko podsmażone, a glazura miodowa idealnie wkomponuje się w amerykańskie smaki. Żurawinę można wykorzystać do sosu, a indyka podać w towarzystwie tymianku, rozmarynu, szałwii czy fig oraz czarnych porzeczek. Kreatywność szefa kuchni na Święto Dziękczynienia jest mile widziana, indyk chętnie połączy się bowiem z wieloma produktami.

SŁODKIE POŻEGNANIE

W karcie deserów warto ująć ciasto z pekanami lub dynią, szarlotkę podawaną z lodami czy pudding chlebowy z brandy. Pozycja obowiązkowa to również cheesecake – sernik z chrupiącym spodem, serwowany z różnymi dodatkami w formie owoców oraz sosów, chocolate chip cookies, czyli ciasteczka czekoladowe z kawałkami czekolady, a także s'mores – deser złożony z herbatników, czekolady oraz pianek marshmallow. Wśród słodkich propozycji, które mogą pełnić funkcję deseru, ale równie dobrze sprawdzą się w formie śniadania czy dania głównego, znajdziemy pankejkę, podawane najczęściej z masłem i syropem klonowym. Amerykanie potrafią docenić słodkie inspiracje własnych kulinarnych tradycji.

Czy żeby poznać prawdziwą amerykańską kuchnię musimy wybierać się za ocean? Poszerzmy swoje horyzonty i zamiast stawiać tylko na dobrze już znane burgery, dajmy szansę mniej kojarzonej kuchni USA. Welcome to America!

autor: Cristina Calese

Tortelli

Z DYNIA I AMARETTI

Składniki:

Ciasto:

- 2 jaja
- 200 g mąki typ 00
- 1 żółtko
- garść semoliny do oprószenia stolnicy

Farsz:

- 600 g dyni – delicia, mantovana lub beretta piacentina
- 100 g mostardy jabłkowej z kandyzowanymi owocami
- 200 g ciasteczek amaretti
- 1 żółtko
- 100 g tartego sera Parmigiano Reggiano
- gałka muszkatołowa
- sól i pieprz

Sos:

- masło
- garść tartego sera Parmigiano Reggiano
- pieprz

Sposób przygotowania:

Ciasto:

1. W misce łączymy mąkę i jajka. Ciasto przekładamy na stolnicę i wyrabiamy przez 5 minut, do otrzymania zwartej, jednolitej masy.
2. Tak przygotowane ciasto owijamy folią spożywczą i odkładamy na pół godziny w zimne miejsce. Po upływie tego czasu wykrawamy kawałek o wadze ok. 100 g i lekko rozciągamy na oprószonym mąką blacie.
3. Następnie przepuszczamy ciasto przez maszynę do makaronu, zaczynając od najszerszego otworu, aby otrzymać cienkie ciasto. Jeżeli

nie mamy maszynki do makaronu, możemy użyć wałka kuchennego. Pamiętajmy, aby stolnica była dokładnie oprószona mąką.

Rozwałkowane ciasto powinno być bardzo cienkie, ale nie przezroczyście.

4. Za pomocą radełka wycinamy paski o szerokości 6 cm. Na 3 paskach, w odstępach 4-5 cm wykładamy farsz. Ciasto na brzegach możemy lekko zwilżyć wodą, dzięki czemu lepiej się skleje. Przykrywamy je pozostałymi paskami ciasta, delikatnie uciskając palcami dookoła farszu, aby pozbyć się nadmiaru powietrza. Radełkiem wycinamy tortelli.
5. Uformowane tortelli przekładamy na blat oprószony mąką. Gotujemy je w garnku z osoloną wodą przez

kilka minut. Podajemy z masłem oprószonym tartym serem Parmigiano Reggiano i pieprzem.

Farsz:

1. Obraną i pokrojoną dynię wykładamy na blachę pokrytą papierem do pieczenia. Pieczemy w piekarniku rozgrzanym do 220°C przez ok. 30-40 minut lub do czasu, aż będzie miękka. Po wyjęciu z piekarnika studzimy.
2. Upieczoną dynię rozgniatamy widelcem, następnie dodajemy cienko pokrojone jabłka z mostardy mantovana, żółtko, pokruszone amaretti, tarty ser i gałkę muszkatołową. Dopraviamy solą, pieprzem i dokładnie mieszamy.

Syropy Fabbri Mixybar Plus – nowi gracze na scenie miksologii



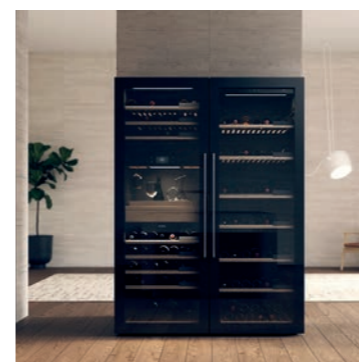
Portfolio Gourmet Foods wzbogaciło się o 6 nowych syropów Fabbri Mixybar Plus, tworząc łącznie gamę 14 smaków w wersji Plus i ponad 40 smaków w linii klasycznej. Tym razem włoska marka Fabbri skorzystała z ponad stuletniego doświadczenia do stworzenia syropów: Bergamotka Plus, Calamansi Yuzu Plus, Kwiat Czarnego Bzu Plus, Mandarynka Plus, Mango Alfonso Plus i Brzoskwinia Żółta Plus.

Linia Fabbri Mixybar Plus ma jeszcze wyższą zawartość przecierów i soków owocowych, dzięki czemu goście mogą zachwycać się napojami o bogatszym profilu sensorycznym. Do produkcji wykorzystywane są tylko w pełni dojrzałe owoce, a obróbka termiczna dostosowana do poszczególnych składników pozwala na zachowanie maksimum smaku, aromatu i wartości odżywczych.

Sprawdź całe portfolio: fabbrihoreca.gourmetfoods.pl

HOBART CHEF'S COMBI

HOBART CHEF'S COMBI to nowy wielofunkcyjny piec konwekcyjno-parowy przeznaczony dla profesjonalistów z branży gastronomicznej oraz wszystkich klientów sieciowych funkcjonujących w branży spożywczej. Gotowanie nigdy nie było łatwiejsze: czytelny i intuicyjny 10-calowy panel dotykowy w połączeniu z najszybszym procesorem sprawia, że obsługa urządzenia jest wyjątkowo prosta i szybka. Technologie zawarte w urządzeniu wspierają zarówno doświadczonego szefa kuchni, jak i praktykanta zdobywającego dopiero swoją wiedzę. Możliwość adaptacji panelu sterującego do indywidualnych potrzeb umożliwia spersonalizowanie urządzenia i tym samym zwiększenie wydajności operatora. Nowy CHEF'S COMBI to przede wszystkim: wydajność, wszechstronność, łatwość obsługi, doskonałe wyniki gotowania, niskie koszty operacyjne. Nowy CHEF'S COMBI – Wszystko czego potrzebujesz, nic więcej.



Chłodziarki do wina marki ASKO

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

Smaki, które zrewolucjonizują Twoją kuchnię!



Majonezy, sosy i ketchupy marki BONA to produkty, które od 35 lat powstają z pasją i wyjątkową dbałością o jakość. Cenione zarówno w Polsce, jak i na arenie międzynarodowej, zyskały uznanie nie tylko wśród konsumentów, ale także w profesjonalnych kuchniach. Wybierając BONA, stawiasz na niezawodne produkty stworzone z myślą o potrzebach gastronomii. Sosy charakteryzują się wyrazistym, głębokim smakiem, który doskonale wzbogaci każdą potrawę – od prostych przekąsek po wyrafinowane dania główne. Z kolei szeroki wybór majonezów i ketchupów pozwala na tworzenie nie tylko smacznych dodatków, ale także autorskich sosów, które wyróżnią Twoje menu. BONA to także elastyczność – różnorodność smaków i opakowań sprawia, że każdy restaurator znajdzie idealne rozwiązanie dla swojej kuchni. Zakłady Spożywcze BONA specjalizują się też w produkcji na zlecenie, dostosowując produkty do indywidualnych potrzeb klientów.

PROMOCJA

„Cena Roku” dla fasonu Hotel od marki Lubiana

W tym roku marka Lubiana, ceniona w segmencie HoReCa, przygotowała wyjątkową „Cenę Roku” dla swojego flagowego fasonu Hotel. Ta klasyczna linia porcelany, znana z niezawodności, eleganckiego designu i trwałości, stała się jeszcze bardziej atrakcyjna dla hoteli, restauracji oraz firm cateringowych dzięki nowej, konkurencyjnej cenie. Fason Hotel od marki Lubiana to idealny wybór do bufetów, gdzie liczy się zarówno elegancka prezentacja potraw, jak i wytrzymałość porcelany w codziennym użytkowaniu. Obniżka ceny sprawia, że jest to doskonały moment na inwestycję w najwyższej jakości porcelanę.



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

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

Boska kolekcja DIVINE

Kolekcja DIVINE, z której pochodzą kieliszki do wina o pojemności 670 ml, to wyjątkowa kolekcja degustacyjna, która stanowi przełom w mechanicznej produkcji szkła. Nigdy wcześniej kieliszki formowane maszynowo nie były tak bliskie jakości



produktów wytwarzanych ręcznie. Na uwagę zasługuje perfekcyjne wyważenie, uzyskane dzięki równomiernemu rozłożeniu masy szklanej, oraz elegancki design, który sprawia, że kieliszki są nie tylko ergonomiczne, ale również niezwykle stabilne. Wykonane z najwyższej jakości kryształu bezołowiowego, doskonale oddają głębię barwy wina, a ich uniwersalny charakter sprawia, że świetnie sprawdzą się jako „one4all” – kieliszki degustacyjne do każdego rodzaju wina, w tym białego i musującego. Kieliszki DIVINE łączą w sobie wysoką jakość użytkową z atrakcyjną ceną.

Więcej na: www.krosnoprofessional.pl

Meet our Meat!

To smakowite zaproszenie od eksperta do spraw wołowiny, firmy ZPM BIERNACKI Sp. z o.o. 30-letnia tradycja i doświadczenie w branży mięsnej, w połączeniu z nowoczesnym parkiem maszyn i innowacyjnymi technologiami, tworzą mocnego lidera w produkcji mięsa wołowego na arenie międzynarodowej. BIERNACKI specjalizuje się w produkcji steków oraz burgerów i właśnie do krainy mięsem obfitującej zaprasza. W asortymencie można znaleźć rarytasy takie jak: Rib Eye, Tomahawk, Striploin, Porterhouse, T-Bone oraz steki tych elementów. Ukochanego przez świat fast food – burgera BIERNACKI proponuje w kilku wydaniach: Pure Beef z 100% czystego mięsa wołowego oraz z dodatkami przeróżnej maści: Burger Cebulowy, Sojowy i Extra Tender. Warto przyjąć zatem to pyszne zaproszenie.

Więcej informacji: www.zmb.pl; e-mail: sales@zmb.pl; tel. +48 62 747 09 00.



Półroczny zapas chemii



iCareSystem AutoDose to nowy autonomiczny system mycia nablutowych urządzeń konwekcyjno-parowych iCombi Pro od RATIONAL. Kupując jedno z tych urządzeń, otrzymujesz zestaw chemii myjącej i pielęgnacyjnej za 1 zł.

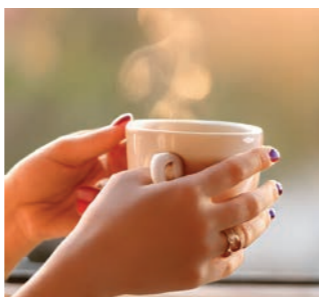
iCareSystem AutoDose uruchamia się albo o określonej godzinie, na przykład zawsze po zamknięciu restauracji, albo po naciśnięciu przycisku, gdy pasuje to do codziennej rutyny. W ustawieniach można zaprogramować sprzątanie oddzielnie na każdy dzień, w zależności od użytkowania urządzenia lub według harmonogramu tygodniowego. iCombi Pro automatycznie pobiera z zasobników chemię myjącą i pielęgnacyjną w wymaganym stężeniu. iCareSystem AutoDose zwiększa bezpieczeństwo pracy, oszczędza czas i zapewnia bezpieczeństwo higieniczne HACCP.

Rozgrzewające napoje na zimę – oferta Orbico

Orbico, wiodący dystrybutor światowych marek na rynek polski, oferuje wysokiej jakości kawy i herbaty, idealne na jesienno-zimowy okres.

W ofercie Orbico można znaleźć włoską kawę Lavazza, oferującą szeroki wybór mieszanek, od intensywniejszych, jak Brasile Blend czy Super Crema, po delikatniejsze, jak Galleria Milano z nutami miodu i suszonych owoców. Wyjątkową propozycją jest połączenie kawy z dyniowym purée, białą czekoladą, korzennymi przyprawami i owsianym napojem roślinnym.

Orbico, posiadające w swojej dystrybucji markę Lipton, na długie, zimowe wieczory proponuje zieloną herbatę z flawonoidami, teiną i l-teaniną, a także Lipton Forest Fruit, którą można wzbogacić syropem jagodowym, imbirem i limonką, tworząc rozgrzewającą mieszankę.



30 lat Lantmannen Unibake w Polsce!

Lantmannen Unibake, właściciel marek Schulstad i Schulstad Bakery Solutions, obchodzi 30-lecie działalności w Polsce. Grupa Lantmannen Unibake należy do czołówki międzynarodowych producentów pieczywa mrożonego i świeżego na świecie. W Europie posiada 31 piekarni. W Polsce produkcja odbywa się w dwóch piekarniach – w Nieporęcie i w Nowej Soli. Od 30 lat firma oferuje różnego rodzaju i wysokiej jakości pieczywo dla gastronomii oraz detalu. To m.in.: szeroki wybór bułek do burgerów klasycznych i premium, hot dogów amerykańskich i francuskich oraz pieczywo tostowe. Lantmannen Unibake Poland przez 30 lat wprowadził wiele nowości, m.in. uczestniczył w tworzeniu konceptu hot doga francuskiego, wypiekając pierwszą bagietkę do hot doga z dziurką na parówkę. Popularność tego konceptu od dawna nieustannie rośnie.

Firma od lat z sukcesem sprzedaje swoje produkty w Polsce i zagranicą.



Aiden Precision Coffee Maker

Aiden Precision Coffee Maker to ekspres, dzięki któremu kawa przelewowa już nigdy nie będzie postrzegana jako „kiepska”. Łącząc precyzję, kontrolę i szybkość, ekspres Fellow Aiden jednym przyciskiem zaparza kawę przelewową wysokiej jakości. Aiden automatycznie wybiera najważniejsze zmienne do zaparzania kawy przelewowej: kontrolę temperatury z dokładnością do jednego stopnia, precyzyjne proporcje kawa-woda i cykl preinfuzji. Posiada



wymienne koszyki filtra do parzenia pojedynczych porcji oraz do dużego przelewu, a także jedyną w swoim rodzaju podwójną głowicę prysznica zapewniającą równomierne rozprowadzanie wody dla każdej objętości. Zawiera gotowe profile dla kaw jasno, średnio i ciemno palonych oraz dla cold brew lub do stworzenia własnego przepisu.

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



Nowość w kolekcji MODERN

Elegancja łączy się z nowoczesnością w kieliszkach do szampana i win musujących z kolekcji MODERN. Ich smukła, geometryczna czarka typu flute została zaprojektowana z myślą o idealnym uwalnianiu bąbelków, podkreślając wyjątkowy charakter każdego toastu. Długa, harmonijnie wyprofilowana nóżka zapewnia wygodny uchwyt, a stabilna stopka dodaje pewności i stylu na każdym stole. Wykonane z najwyższej jakości szkła Crystalline kieliszki nie tylko zachwycają przejrzystością, która umożliwia ocenę barwy trunku, ale również gwarantują nieskazitelny połysk na długie lata. Kieliszki do szampana MODERN to doskonały wybór dla tych, którzy cenią połączenie wyrafinowania z nowoczesnym designem.

Więcej na: www.krosnoprofessional.pl

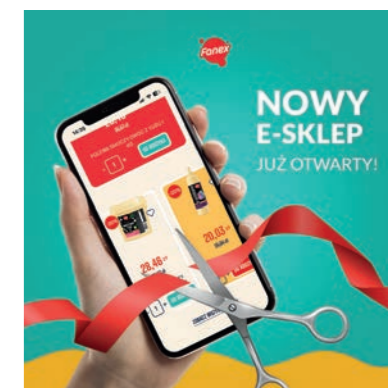
DOSTĘP DO TYCH TREŚCI MOGĄ MIEĆ WYŁĄCZNIE PRZEDSIĘBIORCY ZAJMUJĄCY SIĘ PRODUKCJĄ, OBROTEM HURTOWYM ORAZ HANDLEM NAPOJAMI ALKOHOLOWYMI.

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

Sklep internetowy Fanex

Fanex, wiodący producent sosów i dodatków kulinarnych, ogłasza uruchomienie nowej wersji swojego sklepu internetowego. Odświeżona całościowo platforma e-commerce, ma na celu zapewnienie klientom jeszcze lepszych doświadczeń zakupowych, oferując łatwiejszy dostęp do pełnej gamy produktów Fanex. Obecny sklep internetowy wyróżnia się nowoczesnym i przyjaznym dla użytkownika interfejsem, który ułatwia nawigację i zakupy.

Klienci mogą teraz w prosty sposób przeglądać bogaty asortyment produktów, od klasycznych sosów takich jak ketchup, musztarda i majonez, po wyjątkowe propozycje, jak sosy owocowe czy egzotyczne receptury. A to wszystko osadzone jest w świeżej kolorystyce, która wpływa na atrakcyjny design sklepu.





Kongres Szefów Kuchni I RESTAURATORÓW ZA NAMI!

8 października 2024 roku w Warszawie odbył się Kongres Szefów Kuchni i Restauratorów. W wydarzeniu wzięło udział 2137 uczestników oraz 106 wystawców. Na scenie zagościła rekordowa liczba 35 mówców i szefów kuchni.

Tematami przewodnimi tegorocznej edycji Kongresu były: kuchnia włoska, przywództwo, a także produkt jako istotny element sukcesu. W tym roku zakres tematyczny poszerzono o zagadnienia dla właścicieli kawiarni oraz cukiernio-kawiarni.

Na scenie wystąpili prelegenci, którzy starali się odpowiedzieć na pytania, jak wybrać produkt do profesjonalnej kuchni oraz jak z sukcesem prowadzić restaurację.

Zaproszeni goście szukali także odpowiedzi na pytania, jak zmienia się polski rynek gastronomiczny, jak skutecznie radzić sobie ze zmianą oraz co to znaczy, że żywność jest bezpieczna.

Techniki wykorzystania tradycyjnych produktów w kuchni włoskiej zaprezentowali: Andrea Camastra, Fabio Pantano, Livio Marino, Carlo Bognoło, Alan Penone, Maicol Guazzini, Carlo Asuni, Cristina Catese oraz Edoardo Mallozzi.

Ponadto uczestnicy mieli okazję skorzystać z części edukacyjnej oraz zapoznać się z aktualną ofertą dla HoReCa w części ekspozycyjnej. Ważnym elementem wydarzenia była także możliwość posmakowania rynkowych nowości oraz zapoznania się z najnowszą ofertą wyposażenia dla gastronomii.

Kolejna edycja już 7 października 2025 roku w Warszawie.



Poznaliśmy laureatów AIG PRIX 2024

W czwartek, 10 października 2024 roku w warszawskim hotelu H15 Boutique odbyła się uroczysta gala wręczenia nagród Akademii Gastronomicznej w Polsce. Wiemy, kto otrzymał tytuł Szefa Przyszłości.

Nagrodę Prix au Chef de L'Avenir otrzymał Jacek Koprowski z restauracji Osteria Fino w Gdańsku. Najlepszym cukiernikiem z nagrodą Prix au Chef Pâtissier został Grzegorz Walicki z Cafe Bristol w Hotelu Bristol w Warszawie. Nagroda Prix Multimedia została przyznana Polskiej Organizacji Turystycznej na czele z prezesem Rafałem Szymtke. Z kolei Prix de la Littérature Gastronomique otrzymała publikacja „Uczta na Wawelu” autorstwa

Bartka Kieżuna. Najlepszym sommelierem wyróżnionym nagrodą Prix au Sommelier ogłoszono Łukasza Głowackiego z restauracji Muga w Poznaniu.

Ceremonia wręczenia nagród Akademii Gastronomicznej w Polsce została zwieńczona uroczystą kolacją. Dania przygotowali szefowie kuchni: Jacek Koprowski z gdańskiej restauracji Osteria Fino oraz Mateusz Solecki z restauracji hotelu H15 Boutique w Warszawie. Za dobór win

odpowiadał Łukasz Głowacki z poznańskiej restauracji Muga.

Goście mieli okazję spróbować jesiota z dodatkiem chrzanu i czerwonej kapusty, tataru z jelenia z cząbrem i gryką, dania na bazie kiszzonej kapusty z boczkiem i jajkiem przepiórczym, perliczki z prawdziwkami z dodatkiem natki pietruszki oraz praliny z orzechów laskowych z sorbetem z czeremchy na deser.

Gratulujemy!

Trophée Mille

POLSKA 2024

– ZNAMY WYNIKI

22 października 2024 roku w Wiskitkach odbył się finał II edycji polskiej selekcji Trophée Mille. Wiemy, kto weźmie udział w finale międzynarodowym w Reims!

Konkurs powstał w 2010 roku, a jego pomysłodawca postawił sobie jasny cel – zachęcenie młodych adeptów sztuki kulinarnej i cukierniczej do doskonalenia umiejętności i zdobywania doświadczenia od najlepszych kucharzy i cukierników.

Umiejętności zaprezentowało dwunastu młodych adeptów sztuki kulinarnej z sześciu szkół gastronomicznych z całej Polski.

Zwycięzcami drugiej edycji Trophée Mille Polska 2024 zostali Natalia Pintera i Wiktor Budaj z Zespołu Szkół Gastronomicznych w Łodzi. Na danie słone przygotowali schab wieprzowy z farszem grzybowym, tradycyjny łódzki prażok z gulaszem wieprzowym i ciepłą sałatką z kapusty włoskiej oraz deser składający się z pączka z konfiturą z suszonej śliwki, musu z białej czekolady, kremu patissier z pasternaku i lodów z kwaśniej śmietany.

Miejsce drugie zajęli Wiktoria Suchenko i Damian Marut z Zespołu Szkół Gastronomicznych nr 1 im. mjr. H. Sucharskiego w Krakowie. Na miejscu trzecim uplasowali się Weronika Bubrowiecka i Mateusz Rutkowski z Zespołu Szkół Zawodowych nr 4 im. Adama Chętnika w Ostrołęce.

Finał polskiej edycji Trophée Mille Poland 2024 został przeprowadzony na takich samych zasadach i wytycznych regulacyjnych ustanowionych przez Trophée Mille International.

Nad przebiegiem konkursu czuwał Karol Okrasa, Przewodniczący Jury. Dania oceniali: Aleksandra Sowa-Trzebińska jako Honorowa Przewodnicząca, Kurt Scheller jako Honorowy Przewodniczący, Robert Sowa, Adam Chrzastowski, Bartosz Szymczak, Krzysztof Kowalski, Renata Martyna, Angelika Chwyć, Michał Kleiber, Krzysztof Rabek oraz Tomasz Puroł. Kwestie techniczne oceniało jury w składzie: Kamil Tłuczek jako przewodniczący, Tomasz Koprowski oraz Tomasz Łagowski.

Zwycięska drużyna otrzymała specjalnie zaprojektowany przechodni puchar, którego będzie bronić w następnej polskiej edycji.

Partnerami konkursu byli: Samorząd Województwa Mazowieckiego, Sokołów, Chefs Culinar, Barry Callebaut Polska, San Pellegrino, Lesaffre Polska, Churchill, ChemaN, Thermomix. Gratulujemy!

REKLAMA



Zwycięzcy

II edycji Trophée Mille Poland 2024

Natalia Pintera i Wiktor Budaj

Zespół Szkół Gastronomicznych w Łodzi



Rozstrzygnięcie konkursu CZAS NA RYBĘ!

W sobotę, 5 października 2024 roku w Niemodlinie, odbyły się zmagania profesjonalistów w konkursie Czas na rybę! Zwycięzcami 7. edycji zostali Krzysztof Klimaszewski i Bartłomiej Drewnowski.

Zwycięzcami tegorocznej odsłony konkursu Czas na rybę! zostali Krzysztof Klimaszewski i Bartłomiej Drewnowski z restauracji Brasserie Selgros w Piasecznie. Jako zwycięską potrawę przyrządzili smażonego karpia, kwiaty cukinii faszerowane musem z karpia, kurki, sos maślany na bazie wody z ogórków kiszonych oraz cukinii.

Najlepsze wśród młodych kucharzy w Czasie na rybę! Junior okazały się Natalia Kozider

i Magdalena Grzegorzczak z Wodzisławia Śląskiego, gdzie uczą się w Technikum nr 2 im. Komisji Edukacji Narodowej. Potrawa, którą przygotowały to: karp na warzywach korzeniowych z budyńniem ziemniaczanym i słodko-kwaśną surówką z czerwonej kapusty.

Drugie miejsce zajęły Zuzanna Śliwa i Martyna Talar z Nawojowej, uczennice Technikum Żywności i Usług Gastronomicznych przy Zespole Szkół

Ponadpodstawowych im. W. Witosa. Przygotowały karpia w marmurku i asyście buraków, grzybów i ziół.

Na trzecim miejscu uplasowały się Oliwia Kukulla i Karolina Wienczek z Opola, gdzie uczą się w Publicznym Technikum nr 2. Przygotowały krokiet z karpia w towarzystwie selera, brzoskwini, kiszzonego buraka, sera bursztyn oraz pak choi.

Gratulujemy!



Znamy zwycięzcę FINAŁU WORLD CLASS W SZANGHAJU

Tegoroczna odsłona konkursu przyciągnęła uczestników z blisko 44 krajów z całego świata. Naszym reprezentantem podczas światowego finału World Class 2024 w Szanghaju był Najlepszy Barman w Polsce – Cezary Nowak z krakowskiego cocktail baru TAG.

W tegorocznej edycji przepustkę do udziału w globalnym finale uzyskał Cezary Nowak, szef baru w krakowskim cocktail barze TAG.

– Gdyby ktoś powiedział mi pięć lat temu, na początku mojej barowej przygody, że dzięki robieniu smacznych koktajli będę miał możliwość podróżowania po świecie i spotkania największych gastronomicznych autorytetów, nie potraktowałbym tego

poważnie. Teraz wiem, że moja profesja jest wyjątkowa, a ciężka praca zaprowadzi nas tam, gdzie będziemy tylko chcieli – powiedział Cezary Nowak, Barman Roku World Class Poland 2024, reprezentant Polski podczas światowego finału World Class w Szanghaju.

Cezary Nowak zdobył uznanie nie tylko za koktajle, ale również za styl prezentacji

i osobowość, które przyciągały uwagę publiczności.

Tytuł mistrza 2024 roku przypadł Kanadyjczykowi Keeganowi McGregorowi, który w każdej konkurencji prezentował równą, najwyższą formę, pionierskie rozwiązania i doskonałe nawiązania do kraju swojego pochodzenia.

Gratulujemy!



LUBIANA

POLSKA GRUPA PORCELANOWA



KOLEKCJA HOTEL

Naturalnie doskonała forma

wistil

MIĘDZYNARODOWE TARGI TECHNOLOGII SPOŻYWCZYCH

Organizator:



FOOD TECH

EXPO 6. EDYCJA

ZAREJESTRUJ SIĘ



Food Tech
and Processing
Congress

26-28

LISTOPADA 2024

www.foodtechexpo.pl