

TREND **BOOK**
HORECA

W *st*

ep

v

Szacunek. W świetle przemian zachodzących na globalnej scenie gospodarczej i społecznej, warto kierować się tą właśnie wartością. W oparciu o głęboką analizę trendów i ciekawostek zgromadzonych w ciągu minionego roku, niniejsza edycja Trendbooka horeca stawia sobie za cel nie tylko informowanie o nadchodzących zmianach, ale także inspirowanie do działania w zgodzie z kluczowymi wartościami naszych czasów: szacunkiem i oszczędnością zasobów naturalnych, poszanowaniem środowiska, oraz wykorzystaniem potencjału nowoczesnych technologii i nauki.

Zapraszamy Cię w podróż przez dziewięć rozdziałów tematycznych, które porządkują zagadnienia w oparciu o wyselekcjonowane przez ekspertów i entuzjastów branży trendy. Zaczynając od rosnącej siły kobiet w gastronomii, przez celebrowanie wspólnych posiłków i rozwój nowych smaków, aż po ekologię, technologię, roślinną przyszłość naszego żywienia, kompetencje i design. Każdy rozdział to skarbnica wiedzy, która rzuca światło na to, jak możesz lepiej dostosować swoje działania do wymagań środowiska, jakie nowe smaki i doświadczenia czekają na odkrycie, oraz jak technologia może pomóc w tworzeniu bardziej zrównoważonej przyszłości gastronomii.

Trendbook horeca nie tylko prezentuje te tendencje, ale również zachęca do ich wdrażania w praktyce, ukazując możliwości, jakie niosą ze sobą nowe narzędzia, materiały i idee. Ta publikacja jest zaproszeniem do dialogu między tradycją a innowacją, między rzemiosłem a technologią, wszystko po to, aby lepiej służyć zarówno klientom, jak i naszej planecie.

Życzymy przyjemnej i interesującej lektury!

Zespół Bidfood

Spis TREŚCI

2 Wstęp

6 Eksperci

10 Siła kobiet

Koneserki | Hanni Rützler | 8 inspirujących szefowych kuchni |
Polskie koncepty założone i prowadzone przez kobiety |
Wypowiedzi ekspertów | Co na to chatGPT

32 Celebracja

Sharing plates | Suma doświadczeń | Więcej niż positek | Retro |
Gościnność | Rytuały | Gęsiina – mięso z misją | Gin dobry |
Młode pokolenie docenia jedzenie | Świętowanie bez % |
Śniadanie bez granic | Potencjał jesieni | A po świętowaniu... foodsharing |
Wypowiedzi ekspertów | Co na to chatGPT

62 Prostota

Prosty skład | Smacznie, bez udziwnień | Czystość i klarowność smaków |
Prosta droga do niemarnowania | Minimalizm w kulinariach | Przekąski |
Deski masła | Mood food, czyli proste przyjemności | Prosty biznes |
Po prostu, bez retuszu w social mediach | Wypowiedzi ekspertów |
Co na to chatGPT

84 Fuzja smaków

Foodpairing | Pizza regionalna | Global fusion | Bold fusion | Itameshi | Nikkei | Wina z certyfikatem halal | Kuchnia syryjska | Kuchnia latynoamerykańska | Wypowiedzi ekspertów | Co na to chatGPT

108 Ekologia

Żywność organiczna | Rolnictwo regeneracyjne | Rolnictwo 2.0 | Żywność regeneracyjna | Żywność w obiegu zamkniętym | Upcycling | Algi | Zrównoważone opakowania | Jadalne opakowania | Michelin Green Star | Wpływ zmian klimatycznych na jakość wina | Białko produkowane z powietrza | Rosnąca rola sztucznej inteligencji | Wypowiedzi ekspertów | Co na to chatGPT

142 Technologia

Sztuczna inteligencja | Chatboty AI w aplikacjach do zamawiania jedzenia | Blockchain w gastronomii | Roboty kelnerskie | Oddziaływanie multisensoryczne | Ultradźwięki w produkcji soków i smoothie | Precyzyjna fermentacja | Hodowla mięsa i ryb z komórek mięśniowych i tłuszczowych | Inteligentna technologia kuchenna | Alexa for hospitality | Viral na talerzu | Persony | Wypowiedzi ekspertów | Co na to chatGPT

160 Rośliny

Wegańskie ryby i owoce morza | „Mleko” z ziemniaka | Białko inaczej – w Azji na masową skalę | Wegańska sieć fast foodów | Starożytne zboża | Makarony z roślin | Hummusy i smarowidła | Czas pikli | Ube | Yaupon | Grzyby i białko grzybowe | Przyszłość jest rośliną | Wypowiedzi ekspertów | Co na to chatGPT

180 Kompetencje

Kucharz – zawód z przyszłością | Rzemiosło | Gastro w modzie | Sommelierzy w restauracji | Liczą się skillsy | Szkoły branżowe | Szkolenia | Nauka w realnym świecie | Wypowiedzi ekspertów | Co na to chatGPT

196 Design

Restauracje domów mody | Najbardziej designerskie restauracje | Wzornictwo w cukiernictwie | Metaxa i 12 Stars Collection | Ceramika z Polski | Piękno polskich restauracji | Szkło dla horeca | Sztuka i rękodzieło | Skrzyżowanie kultur | Czary-bary | Miejska oaza | Wypowiedzi ekspertów | Co na to chatGPT

Eksperti



Aleksandra Dojnikowska

współzałożycielka i współwłaścicielka lokali Butkę przez Bibutkę, Polypizza NEOpolitan oraz Baken w Warszawie



Dr Magdalena Tomaszewska-Bolałek

orientalistka, specjalistka od turystyki i dyplomacji kulinarnej, marki narodowej i marketingu miejsc, kierowniczk Food Studies na Uniwersytecie SWPS, autorka książek



Adrianna Wójcikowska

szefowa kuchni i współwłaścicielka restauracji z tapasami i kuchnią śródziemnomorską Vamos w Krakowie



Hubert Jabłoński

szef kuchni w restauracji FLAME by Energosfera w Konarzowie, uczestnik 7. edycji programu Hell's Kitchen



Marek Siol

szef kuchni, Nago Sushi & Sake w Krakowie, autor bloga Hungry Eyes, założyciel projektu Śniadanie do Twojego Biura



Adam Pudełko

szef kuchni restauracji Villa Toscana w Warszawie



Marcin Czajkiewicz

prezes Good Gin Company, współtwórca Heritage Gin



Piotr Biernacki

szef kuchni restauracji Il Pavone, Hotel Pavco w Gorzowie Wielkopolskim



Kamil Szuba

szef kuchni Ostro w Gdańsku, 34. miejsce w rankingu 50 Top Pizza 2023



Mariusz Kozak

szef kuchni restauracji Hotelu Monopol we Wrocławiu



Paweł Kałuski

szef kuchni restauracji Sofitel Warsaw Victoria



Dawid Ankowski

szef kuchni restauracji Fromażeria w Poznaniu, wyróżnionej Bib Gourmand w Przewodniku Michelin

**Patrycja Siwec**

właścicielka gościnność.pl,
trenerka kompetencji miękkich
dla gastronomii, psycholog
i akredytowany coach EMCC

**Kamil Tłuczek**

finalista konkursu Bocuse d'Or Europe 2024,
szef kuchni restauracji Patio
w Grand Hotel Boutique w Rzeszowie
i Starym Browarze Rzeszowskim

**Michał Chojnacki**

współwłaściciel i sushi head chef
w restauracji GYOZILLA Sushi&Cocktails
w Gdańsku

**Piotr Bińczycki**

szef kuchni Restauracji Art Deco,
Hotel Spa Dr Irena Eris
w Polanicy Zdroju

**Paweł Anders**

właściciel restauracji
The Cork we Wrocławiu

**Sławomir Podlewski**

szef kuchni
restauracji Soczewka Kuchnia+Bar
we Wrocławiu

**Monika Mameł**

właścicielka restauracji
Trattoria Italiana w Łodzi

**Julita Rusyniak**

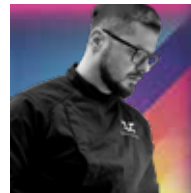
specjalistka ds. rozwoju
Pinia Food w Bidfood

**Tomasz Apanasewicz**

doradca kulinarny
w Akademii Pizzy,
certyfikowany pizzaiolo AVPN

**Tomasz Puroł**

szef kuchni
restauracji White Marlin w Sopocie,
zwycięzca 5. edycji TOP CHEF Polska

**Rafał Lorenc**

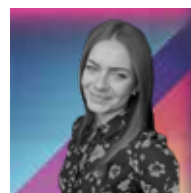
szef kuchni
restauracji Mamma i Fuego
w Kołobrzegu, właściciel restauracji
Projekt Kuchnia w Koszalinie

**Ania Ngyuen Van**

autorka bloga
AniGusta o Barcelonie

**Michał Matuszczak**

dyrektor handlowy
Fine Dine

**Malwina Lewandowska**

specjalistka ds. rozwoju
rynku sushi w Bidfood

**Izabela Bis-Niedzielska**

szeffowa kuchni
restauracji Zielona w Łodzi

**Jacek Majcherek**

szeff kuchni
restauracji w Grano Hotel
Solmarina w Gdańsku

**Katarzyna Ryniak**

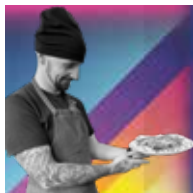
pasta chef
i właścicielka manufaktury La Fileja

**Maciej Piątek**

szeff kuchni
restauracji Steak & Grill Restaurant
w Poznaniu

**Marcin Kaczmarek**

certyfikowany sushi master,
właściciel restauracji Yattai Sushi Bar
w Poznaniu

**Rafał Telus**

pizzaiolo i współwłaściciel
restauracji Ferment pizza i krany
w Łodzi

**Arkadiusz Ostrowski**

specjalista ds. kuchni włoskiej
w Bidfood

**Bartłomiej Fryc**

specjalista ds. rozwoju rynku
kuchni orientalnej w Bidfood

**Justyna Fabisiak**

przedstawicielka handlowa
ds. kuchni włoskiej w Bidfood

**Przemysław Janta**

specjalista ds. rozwoju rynku
w Bidfood

**Janusz Myjak**

szeff kuchni
restauracji Szósty Zmysł w Dr Irena Eris
Hotel Spa w Krynicy Zdroju

**Chiara Arseni**

marketing manager
w Acetificio Carandini Emilio S.p.a

**Cezary Skurtys**

szeff kuchni
catering Diety od Brokuta

**Łukasz Dawidziuk**

prezes
Kuchnia Vikinga
Catering Dietetyczny



Tomasz Walczowski

Country Manager Poland,
ALFA BIO s.r.o.



Justyna Salamon

specjalistka ds. rozwoju kategorii
owoce i warzywa w Bidfood



Justyna Dąbrowska-Malinowska

dyrektor ds. sprzedaży
Skłodowscy
dostawca Meat The Premium



Miguel Gil

właściciel
Gil Family Estates



Angel Gil

właściciel
Gil Family Estates



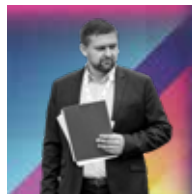
Wiesław Bober

szef kuchni
restauracji Wzorcownia w hotelu
Fabryka Wełny w Pabianicach



Rafał Antoniak

sommelier Fine Wine
koordynator ds. rozwoju rynku



Kacper Woźniak

sommelier Fine Wine



Gérard Bertrand

właściciel i główny winemaker
winnic Gérard Bertrand,
winemaker roku 2023



Patryk Majewski

specjalista rozwoju kategorii
owoce i warzywa w Bidfood



Anna Wojtasik

specjalistka rozwoju
kategorii owoce i warzywa
w Bidfood



Kinga Kin


projektantka wnętrz
mode:lina

#001

*SIL*A *KOBIE*T

Kobiety w gastronomii





Długo usługi gastronomiczne były branżą zdominowaną przez mężczyzn, a na pewno byli oni bardziej widoczni niż płęć piękna. Jednak coraz większa liczba kobiet walczy obecnie o swoje zasłużone miejsce w wykwintnych kuchniach. Panie zakładają innowacyjne start-upy, są świetnymi sommelierkami, wygrywają konkursy barmańskie, a szefowe kuchni prowadzą topowe restauracje na świecie. Skąd bierze się ta zmiana? Co koneserki robią inaczej niż ich koledzy? A czy mogą zrobić to lepiej?

- > Koneserki
- > Hanni Rützler
- > 8 inspirujących szefowych kuchni
- > Polskie koncepty założone i prowadzone przez kobiety





KO NES ERK

KONESERKI

Branża gastronomiczna przechodzi transformację, w której pojawia się coraz większa liczba kobiet. Nie tylko są bardziej obecne w najlepszych restauracjach, ale także dominują na scenie blogów kulinarnych, zakładają innowacyjne start-upy kulinarne lub zdobywają sławę jako barmanki i sommelierki. Według Food Trends 2024 koneserki – jak się je nazywa – poruszą branżę, koncentrując się bardziej na kwestiach społecznych i ekologicznych oraz wyznaczając kurs na bardziej zrównoważoną i zróżnicowaną przyszłość.

>

i



fot. ursularoeck.com



Hanni Rützler

W gronie ekspertów w dziedzinie żywności jest jedną z najważniejszych postaci. Założycielka oraz dyrektorka futurefoodstudio jest wśród najlepszych badaczy trendów żywieniowych. Znana z tego, że potrafi kompleksowo dostrzec zmiany w naszej kul-

turze odżywiania, ale także rejestruje i poprawnie klasyfikuje niepozorne modyfikacje. Koncentruje się nie tylko na krajach niemieckojęzycznych i europejskich, ale także na wydarzeniach globalnych. Od 25 lat inspiruje branżę spożywczą i nie tylko. W swoich badaniach nad przyszłością żywienia oraz rocznym raporcie na temat żywności śledzi zmiany w kulturze konsumenckiej i rozumie, jak odróżnić trendy od krótkotrwałych mód i szumu medialnego.



Zobacz:
Foodreport 2025



8 *inspirujących* **SZEFOWYCH KUCHNI**

Według KUKBUKA żyją pasją, są zdeterminowane i wiedzą czego chcą.

*Oto osiem kobiet, które kreują świat kulinariów.
Stały się symbolem postępu w myśleniu o jedzeniu.*

Garima Arora

fot. prestigeonline.com



Uczyła się w paryskiej Le Cordon Bleu, a także odbyła praktyki pod okiem takich tuzów jak René Redzepi czy Gordon Ramsay. Garima Arora, po intensywnych naukach w Europie, w 2016 roku zdomowała się w Bangkoku, gdzie objęła stanowisko sous chefa w Gaggan – lokalu, który cztery razy z rzędu został uznany za najlepszą restaurację w Azji według The World's 50 Best Restaurants. Dwa lata później, gdy już samodzielnie kierowała kuchnią w restauracji Gaa, jako pierwsza w historii hinduska szefowa kuchni została uhonorowana gwiazdką Michelin. W następnym roku Gaa zadebiutowała w zestawieniu Asia's 50 Best Restaurants na wysokim, szesnastym miejscu, a niebawem na dziewięćdziesiątym piątym miejscu światowego rankingu restauracji. Garima angażuje się w promocję rodzimej kuchni i rozwój hinduskiej kultury kulinarnej – w tym celu stworzyła organizację Food Forward India, która zrzesza osoby związane z produkcją żywności i gotowaniem: od rolników po dziennikarzy.



Absolwentka filozofii i jedna z najbardziej zaangażowanych społecznie szefowych kuchni, nie przestaje kwestionować niesprawiedliwości świata, jak choćby powszechnej dyskryminacji kobiet w kuchni. Nie widzi powodu, dla którego mężczyźni mają być faworyzowani i udowadnia to na co dzień swoją postawą oraz wyjątkowymi daniami, które tworzy. Chiara gotuje jedynie z lokalnych, włoskich produktów, często sięga po zapomniane składniki. Mimo młodego wieku zgłębia wiedzę teoretyczną, współpracując z historykami i biologami, by jej dania rysowały krajobraz i opowiadały historię miejsca, z którego pochodzą. Chce, by jej kulinarny przekaz był wyraźny, a smaki rozpoznawalne. W 2018 roku została uhonorowana tytułem Best Italian Female Chef of the Year.

Chiara Pavan



fot. lacucinaitaliana.it



Ana Roš

W restauracyjnej kuchni znalazła się dopiero w wieku trzydziestu lat. Zaczęła gotować w kraju nieznanym od strony kulinarnej, w miejscowości dalekiej od turystycznych atrakcji. Tak brzmi recepta na sukces. Rodzice jej przyszłego męża prowadzili restaurację. Zmęczeni gastronomią, postanowili przekazać Hiša Franko nowożeńcom. W ten sposób Ana Roš, zaczęła budować markę, która umieściła Słowenię na kulinarnej mapie świata, a dla odziedziczonej przez zrządzenie losu restauracji w 2023 roku zdobyła trzy gwiazdki Michelin! Podejście Any do gotowania jest oparte na wykorzystywaniu lokalnych produktów, prostocie i często zaskakującym połączeniu smaków, co przyniosło jej renomę. Dziś, żeby zjeść w restauracji, w której gotuje, trzeba zarezerwować stolik przynajmniej miesiąc wcześniej. Ana słynie z żywiołowości, wszędzie jej petno i wszystkiego dogląda czujnym okiem.



fot. nogarlichoonions.com



fot. reporter gourmet.com

Daniela Soto-Innes

W wieku 23 lat została szefową kuchni w Cosme – miejscu, dla którego punktem wyjścia była latynoska tradycja kulinarna, oprawiona w nowoczesny dizajn. Filozofia Soto-Innes opiera się na minimalizmie. Liczy się tylko produkt - to on ma zbudować potrawę i nadać jej ton. Daniela w 2019 roku jako najmłodsza w historii kobieta została uznana za najlepszą szefową kuchni na świecie przez kapitułę The World's 50 Best Restaurants. Poza niezaprzeczalnym talentem Soto-Innes nie brakuje też odwagi. Pomimo trudnych dla gastronomii okoliczności w 2020 roku otworzyła ze współnikami restaurację-klub Elio w Las Vegas. W grudniu 2023 roku Daniela zrezygnowała z pracy w Cosme i Alcie. Wróciła do Meksyku i tam otworzyła swoją restaurację Rubra, serwującą kuchnię tropikalną.

Zobacz ranking:
The World's 50
Best Restaurants



fot. google





Pim Techamuanvivit



fot. issuu.com

W 2014 roku w San Francisco otworzyła Kin Khao, którą już rok później wyróżniono gwiazdką Michelin. Nagrodę odebrała na wózku inwalidzkim – była osłabiona po operacji raka piersi, ale nie mogła odmówić sobie tej przyjemności. Dania, które od siedmiu lat serwuje, są głęboko zakorzenione w tajskiej tradycji. Kunszt Pim docenili właściciele gwiazdkowej restauracji Nahm w Bangkoku i zaproponowali jej posadę szefowej kuchni. Od tamtej pory dzieli swój czas pomiędzy Stany Zjednoczone i Tajlandię. Odniosła spektakularny sukces, ale nie spoczęła na laurach. Jest właścicielką trzech restauracji, a każda z nich została wyróżniona gwiazdką Michelin.



Dominique Crenn

Pod koniec lat 80. wyruszyła z Francji do Stanów Zjednoczonych, gdzie zaczęła karierę jako szefowa hotelowych kuchni. W 2011 roku otworzyła wymarzone Atelier Crenn. W karcie Atelier znajdują się francuskie potrawy w zdekonstruowanej postaci, np. klasyczny aperitif z Bretanii, Kir Breton, który Crenn podaje w formie kulek mrożonego cydru, pokrytych masłem kakaowym i likierem porzeczkowym. Kreowane przez nią doświadczenia kulinarne zostały docenione dwiema gwiazdkami Michelin – Crenn była pierwszą szefową kuchni w USA, która dostała tego zaszczytu. Siedem lat później mogła się już pochwalić trzema gwiazdkami. W tym czasie otworzyła trzy inne restauracje, które od samego początku radziły sobie doskonale.



fot. finedininglovers.com



Cho Hee-sook

fot. koreaheald.com



Jest nazywana matką chrzestną kuchni koreańskiej – to dzięki jej determinacji świat dostrzegł potrawy z tamtego regionu Azji. Postawiła sobie za cel promocję rodzimej kuchni, bo uważała, że Koreańczycy nie podchodzą do swojej kulinarnej spuścizny z odpowiednim szacunkiem. Czerpie z tradycji, ale prezentuje ją światu w nowoczesnym wydaniu. Zarządzając wieloma hotelowymi kuchniami, będąc szefową kuchni w ambasadzie koreańskiej w Waszyngtonie czy wykładając na uniwersytecie Woosong, nieustrudzenie promowała rodzime smaki. W 2017 roku została szefową kuchni w restauracji Hansikgonggan, a dwa lata później – jej nową właścicielką. Ma na koncie gwiazdkę Michelin i tytuł najlepszej azjatyckiej szefowej kuchni 2020 roku.



Carme Ruscalle

Ma na koncie siedem gwiazdek Michelin, co daje jej piąte miejsce w światowym rankingu szefów kuchni. Prawdziwym zaskoczeniem jest jednak to, że nie kształciła się w prestiżowej akademii ani nie praktykowała u boku żadnego znanego szefa kuchni. Po prostu gotowała. Po ślubie otworzyła z mężem sklep z warzywami. Z czasem zmienili go w delikatesy z lokalnymi produktami i własnymi wyrobami. 13 lat później wspólnie otworzyli restaurację Sant Pau. Carme tworzyła tam zarówno proste potrawy, które podkreślały świeżość i sezonowość składników, jak i wyszukane kompozycje, na przykład truskawkowe lody w kształcie róży. Po trzech latach tradycyjna, katalońska kuchnia w nowoczesnym wydaniu została nagrodzona pierwszą gwiazdką Michelin, 15 lat później – trzecią.



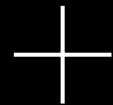
fot. elnacional.cat

Polskie koncepty

założone i prowadzone

przez

KOBIETY



Są bezkompromisowe zarówno w gotowaniu, jak i wyrażaniu własnych poglądów. Zazwyczaj nie podoba im się sposób, w jaki traktowani są pracownicy restauracji przez swoich pracodawców, więc otwierają własne lokale, na swoich zasadach. Warto zwrócić uwagę na kilka przedsięwzięć gastronomicznych w Polsce, które zostały założone przez kobiety.

BEATA ŚNIECHOWSKA – MŁODA POLSKA I BABA

Jedna z najpopularniejszych obecnie kobiet w polskiej gastronomii. Założycielka takich restauracji jak Młoda Polska i BABA we Wrocławiu, a także zwyciężczyni 2. edycji programu „Master Chef”. W 2024 r. znalazła się na liście najlepszych szefów kuchni na świecie według prestiżowego rankingu The Best Chef Awards. Zanim zdecydowała się zająć gotowaniem profesjonalnie, prowadziła zajęcia ze studentami Politechniki Wrocławskiej oraz pisała doktorat na temat strat ciepła i problemów związanych z efektywnością energetyczną układów zaopatrzenia w ciepło, który obroniła z wyróżnieniem w 2014 r.



fot. viva.pl



ZOBACZ:
BABA



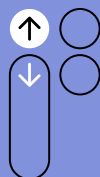
ZOBACZ:
Młoda Polska

ZOBACZ:
House of seitan



HOUSE OF SEITAN, GDAŃSK

Wegańska, społecznie zaangażowana restauracja założona przez Paulinę Markowską i Magdalenę Gondek. Serwuje bezmięsne wersje klasycznych polskich dań.

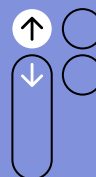


BROWAR HOPLALA

To browar założony przez kobiety, zatrudniający kobiety i tworzący piwa dla kobiet. Jego koncepcję stworzyła Dominika Diller, która została ogłoszona jedną z laureatek listy „30 Przed 30” miesięcznika „Forbes” czyli grona najzdolniejszej młodzieży biznesowej w Polsce. Niestety, mając zaledwie 29 lat, przegrała walkę z chorobą nowotworową. Browar jednak kontynuuje jej spuściznę i nadal prężnie się rozwija.



fot. hoplala.pl



ZOBACZ:
Browar Hoplala



PIEKARNIA CAŁA W MĄCE

Monika Walecka stworzyła piekarnię rzemieślniczą Cała w Mące, w której pracują tylko i wyłącznie kobiety. Swoje doświadczenie zdobywała w najlepszych piekarniach rozsianych po całym świecie. Chce odczarować stereotyp, że to męska profesja. Ponadto przywiązuje ogromną wagę do jakości tworzonych przez siebie wypieków. Jest uważana za jedną z osób, które w ostatnich latach wyznaczają trendy w polskiej gastronomii.



ZOBACZ:
Cała w mące





PEACHES GASTRO GIRLS I LYCHEES GASTRO GIRLS, WARSZAWA

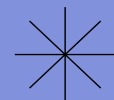
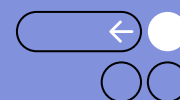
Monika Mazurek i Klaudia Górak, założycielki i właścicielki wegańskich restauracji Peaches Gastro Girls oraz Lychees Gastro Girls, najpierw częstowały jedzeniem znajomych, a potem prowadziły catering, by w końcu wynająć lokal w Klubie SPATiF. Otwarcie restauracji Peaches Gastro Girls nastąpiło w samym środku lockdownu, ale dziewczyny przeszły przez ten czas z podniesionymi głowami. Serwują znakomite jedzenie, inspirowane kuchniami całego świata. W ich kuchni pracują tylko kobiety.



fot. tasteaway.pl



ZOBACZ:
Peaches Gastro Girls

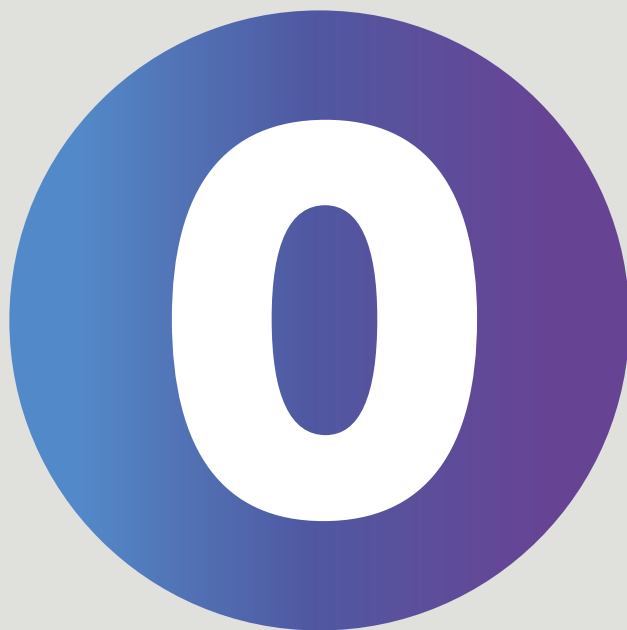


WY

PO



WYPOWIEDZI



WIEDZ

i

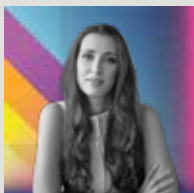
>



W moim odczuciu coraz więcej kobiet zaczęło odgrywać istotną rolę w świecie gastronomii. Decydują się na karierę kulinarną, obejmując stanowiska szefów kuchni, właścicielek restauracji czy ekspertek w dziedzinie żywności. Świat gastronomii przestaje być miejscem typowo męskim. Miło mi obserwować jak kolejne kobiety i dziewczyny otwierają swoje restauracje, budują wielkie sieci, albo tworzą franczyzy swoich marek. Jesteśmy odważniejsze, bardziej otwarte i zaradne. Świetnie radzimy sobie w prowadzeniu biznesu i zarządzaniu ludźmi. Mamy empatię i zależy nam na ludziach.

Budujemy zgrane zespoły, potrafimy je motywować i rozwijać. Jesteśmy bardzo kreatywne, ale też wielozadaniowe, bo przecież zajmujemy się domem, rodziną, pracą i mam wrażenie, że wychodzi nam to bardzo dobrze.

Aleksandra Dojnikowska, współzałożycielka i współwłaścicielka lokali Butkę przez Bibutkę, Pollypizza NEOpolitan oraz Baken w Warszawie



Rola kobiet w wielu dziedzinach przechodzi transformację. Przede wszystkim powoli zmieniają się proporcje. Kobiet jest coraz więcej na różnych stanowiskach. Następują zmiany społeczne, a wszelkie dziedziny życia stają się bardziej egalitarne. Współcześnie jest też więcej udogodnień, dzięki czemu łatwiej jest połączyć życie zawodowe z rodzinnym.

Dr Magdalena Tomaszewska-Bolalek, orientalistka, specjalistka od turystyki i dyplomacji kulinarnej, marki narodowej i marketingu miejsc, kierowniczka Food Studies na Uniwersytecie SWPS, autorka książek

> co na
to // ...
} chatGPT*



```
chatGPT.message() {
```

Rola kobiet w branży gastronomicznej znacząco wzrosła na przestrzeni ostatnich lat, co jest odzwierciedleniem szerszych zmian społecznych i kulturowych. Kobiety coraz częściej zajmują kluczowe pozycje w kuchniach, zarówno jako szefowe kuchni, jak i restauratorki, a ich wkład w kulinarny świat zyskuje na uznaniu. Oto kilka kluczowych aspektów tego trendu:

```
ZMIANA PERCEPCJI {
```

Tradycyjnie branża gastronomiczna była postrzegana jako zdominowana przez mężczyzn, szczególnie na stanowiskach szefów kuchni i właścicieli restauracji. Wzrost roli kobiet pokazuje zmianę w postrzeganiu płci w tej branży, gdzie kobiety są coraz częściej doceniane za ich umiejętności, kreatywność i innowacyjność.

```
};
```

```
KOBIETY JAKO LIDERKI I INNOWATORKI {
```

Wiele kobiet na czołowych stanowiskach w gastronomii wprowadza innowacyjne podejścia do gotowania, zarządzania restauracją i kształtowania doświadczeń kulinarnych. Ich perspektywy i doświadczenia często wprowadzają świeżość do tradycyjnie pojmowanej kuchni, co jest dobrze przyjmowane przez gości.

```
};
```

```
NAGRODY {
```

Coraz więcej szefowych kuchni i restauratorek jest nagradzanych prestiżowymi nagrodami branżowymi, co podkreśla ich wpływ

i znaczenie w sektorze. Uznanie to przekłada się na większą widoczność i akceptację kobiet w gastronomii na całym świecie.

};

WSPARCIE SPOŁECZNOŚCI {

Wzrasta wsparcie dla kobiet w gastronomii poprzez różnorodne inicjatywy, takie jak sieci wsparcia, mentoring, warsztaty i platformy online, które mają na celu promowanie kobiet w branży, dzielenie się wiedzą i doświadczeniem oraz wspieranie ich kariery.

};

WYZWANIA {

Pomimo postępów, kobiety w gastronomii nadal napotykają na szereg wyzwań, w tym dyskryminację, nierówność płac i trudności w równoważeniu życia zawodowego z osobistym. Dalsze zmiany w branży i społeczeństwie są potrzebne, aby zapewnić kobietom równe szanse i traktowanie.

```
// Podsumowując, wzrastająca rola kobiet w branży gastronomicznej jest znaczącym i pozytywnym trendem, który odzwierciedla szersze zmiany w dążeniu do równości płci i uznania różnorodności talentów. Pomimo istniejących wyzwań, przyszłość wydaje się jasna, a wkład kobiet w kulinarny świat będzie nadal rosnąć i kształtować branżę.
```


```
</script>
```

```
}_
```


#002

CELEBRACJA





Jedzenie najlepiej smakuje w towarzystwie, w atmosferze jedności i wspólnego doświadczania tej niewątpliwej przyjemności. Jak celebrować spożywanie posiłków konsumenci? Co wpływa na ich pozytywne odczucia? Jak zmieniają się restauracje i ich oferta, by wyjść naprzeciw potrzebom współczesnych gości?

- > Sharing plates
 - > Suma doświadczeń
 - > Więcej niż posiłek
 - > Retro
 - > Gościnność
 - > Rytuały
 - > Gęsina – mięso z misją
 - > Gin dobry
 - > Młode pokolenie docenia jedzenie
 - > Świętowanie bez %
 - > Śniadanie bez granic
 - > Potencjał jesieni
 - > A po świętowaniu... foodsharing
- 





Sharing **plates >**

Sharing plates to koncepcja spożywania posiłków, gdzie jedzenie jest serwowane w formie kilku mniejszych dań przeznaczonych do dzielenia się między wszystkimi osobami przy stole. Restauracje działające w ten sposób, serwują różnorodne dania w formie przekąsek lub mniejszych porcji, które są ustawiane na środku stołu, a goście częstują się różnymi potrawami według własnego uznania. Sharing plates promuje wspólne próbowanie różnych smaków, dzielenie się doznaniem kulinarnymi i interakcją między spożywającymi posiłek.

>

Suma doświadczeń *



Klienci wiedzą, w którym lokalu zjedzą pyszne dania włoskie, azjatyckie, a gdzie serwowane są najlepsze burgery. Doskonały smak w wielu miejscach jest standardem. Tym samym konsumenci zaczynają doceniać inne kwestie, przede wszystkim doświadczenia, jakie dany lokal im zapewnia: dobrą obsługę, otwartą kuchnię, odpowiednią muzykę, dekorację, zapach miejsca, ale także tak przyziemne rzeczy, jak toaleta czy szatnia. W restauracji chcą czuć się dobrze, bo przychodzą tam nie tylko po jedzenie, ale i niespiesznie spędzony wolny czas. W ogólnym rozrachunku znaczenie ma każdy drobiazg.





WIECEJ

NIŻ ↘

POSIŁEK



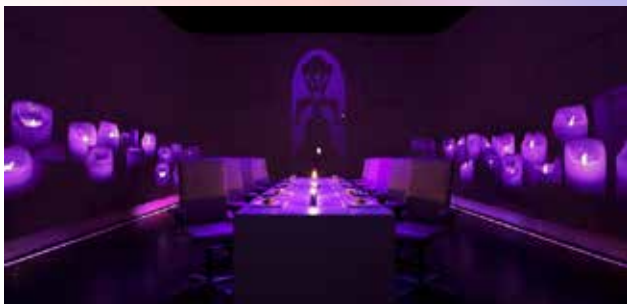
Lokale gastronomiczne stają na głowie, by przyciągnąć klientów nie tylko smakami dań, ale także różnego rodzaju atrakcjami, które angażując wszystkie zmysły sprawiają, że wizyta w takim miejscu, to prawdziwa celebrowanie życia i wolnego czasu. Przykłady ze świata: teatr z kolacją, podwodne restauracje czy restauracje w Restoration Hardware (amerykańskiej firmie specjalizującej się w projektowaniu, produkcji i sprzedaży wysokiej jakości mebli, oświetlenia, akcesoriów domowych i innych artykułów wyposażenia wnętrz), oferujące imponujące widoki i rozrywkę podczas posiłku.

[CIE KA WO STKA]

Wzrasta liczba ciekawych restauracji, które po mistrzowsku wdrożyły trend niezwykłych doświadczeń. Goście, którzy zasiadają przy wspólnym, długim stole, mogą spodziewać się dopasowanych do menu projekcji na ścianach i stole, połączonych z muzyką, choreografią kelnerów i zaskakującymi rozwiązaniami technologicznymi. Mogą też zjeść posiłek w chmurach.



Sublimotion
- Ibiza, Hiszpania



Ultraviolet by Paul
Pairet - Szanghaj,
Chiny





Inamo – Londyn,
Wielka Brytania



Dinner in the Sky -
różne lokalizacje
na świecie



Retro



Według badania Mintel Global Consumer, 73% konsumentów w USA lubi rzeczy, które przypominają im o ich przeszłości. Trend ten daje o sobie znać również w gastronomii. Comfort food i nostalgia to nurty, które od kilku lat można zauważyć w restauracjach, ale w tym roku poznamy ich lepszą wersję – stworzoną z myślą o ludziach dbających o zdrowie i dobre samopoczucie. Ma być smacznie jak u mamy, ale zgodnie z najnowszą wiedzą na temat zdrowego żywienia człowieka.

Gościnność



Gościnność – to nie tylko chlubna cecha Polaków, ale także królowa wśród trendów gastronomicznych. Restauracje powinny zadbać o atmosferę, w której gość czuje się zaopiekowany na tyle, by móc oddać się celebracji jedzenia. Gościnność zaczyna się od zmotywowanego personelu, dobrych relacji, opanowanych technik sprzedażowych i znajomości tzw. ścieżki gościa. To fundamenty, które pomogą zadbać o najwyższy poziom świadczonych usług.





RY TU AŁ

Rytuały oparte na celebrowaniu zwyczajnych przyjemności, takich jak picie herbaty, sake, kakao czy spożywaniu sushi to silny trend w gastronomii. Nadawanie tym czynnościom dużego znaczenia oraz poświęcanie na cieszenie się nimi czasu jest coraz częściej spotykane w restauracjach – w Polsce i na świecie. A oto rytuały, które podbiły świat gastronomii.

Y

>



Herbata



fot. Midjourney / Bidfood

W Polsce ceremonie picia herbaty nie są tak powszechne i formalne jak w krajach azjatyckich, takich jak Japonia czy Chiny, z których się wywodzi. Jednakże, zainteresowanie herbatą i kulturą związaną z jej spożywaniem stale rośnie, co sprawia, że na mapie naszego kraju można znaleźć różne miejsca organizujące takie wydarzenia. Zamek Kliczków organizuje dla swoich gości spotkania „Rytuał popołudniowej herbaty”, a lokale w stylu azjatyckim (np. Sushimizu) – warsztaty i degustacje japońskich herbat.

Niegdyś niszowa japońska zielona herbata matcha stała się modnym produktem w gastronomii. Produkt od wieków stosowany głównie podczas uduchowionych ceremonii herbacianych trafił do konsumentów na całym świecie. Ceremonie picia matchy odbywają się zarówno w sieciowych kawiarniach, jak i lokalnych, niszowych miejscach. Matcha rozprzestrzeniła się w gastronomii na szeroką skalę – dodawana jest do lodów, kaw, deserów, koktajli, polew stosowanych zarówno do dań słodkich, jak i słonych.

Matcha



fot. Midjourney / Bidfood

Kakao



fot. Midjourney / Bidfood

Ceremonia kakao – dla wielu może brzmieć zagadkowo, a to trend, który wkracza do gastronomii. To picie specjalnego, ceremonialnego kakao w atmosferze celebracji miłości, uważności na siebie i innych, poczucia bezpieczeństwa i empatii. To znacznie więcej niż zwykły deser, który popija się, żeby poprawić nastrój. Kakao ceremonialne nie bez przyczyny nazywane jest „napojem bogów”. Podobno rytuał picia takiego kakao otwiera serce, stymuluje pracę mózgu, a nawet... leczy duszę.

Sake

fot. Midjourney / Bidfood



W ostatnich latach kultura picia sake zaczęła sięgać daleko poza Japonię. Spragnieni poznawania nowych smaków konsumenci odkrywają, że sake można pić tak jak wino – schłodzone, jeśli nie w specjalnych czarkach, to nawet w klasycznym kieliszku. Trunek ten zyskał ogromną popularność w europejskich restauracjach, bo doskonale łączy się z różnymi potrawami, niekoniecznie japońskimi. Wartość eksportu sake za granicę wyniosła w 2021 roku 243 miliony euro i rośnie w znacznym tempie. Dzięki współpracy japońskich producentów ze Stowarzyszeniem Sommelierów Francuskich sake pojawiło się na Mistrzostwach Francji Sommelierów. Ceremonie picia sake odbywają się w lokalach gastronomicznych na całym świecie i cieszą sporą popularnością.



Omakase

Omakase to przeżycie wyjątkowe, wywodzące się z Japonii. Dotyczy kultury spożywania sushi. Oznacza dosłownie „oddaję wybór tobie” i jest synonimem ogromnej gościnności. To powrót do korzeni, a w praktyce – przejęcie kontroli nad pełnią doświadczeń kulinarnych klientów poprzez bezpośredni kontakt z kucharzem. To też szansa, by skutecznie wyeksponować możliwości i sztukę jego pracy – każdy kawałek przygotowany jest na oczach gości. Daje to możliwość dogłębnej celebracji jedzenia, ale też interakcji między klientem a sushi masterem, jak również poznania japońskich rytuałów kulinarnych.



WIĘCEJ
o tym trendzie
CZYTAJ na blogu



fot. Midjourney / Bidfood

Gęsi

➤ mięso z misją

Podczas Święta Dziękczynienia w USA przy wspólnym stole od lat łączy indyk. W Polsce taką funkcję przejmuje gęsi. I choć spożywanie gęsi 11 listopada ma wieloletnią tradycję, to po długiej przerwie zwyczaj ten wraca ze zdwojoną siłą. Kampanie promocyjne sprawiły, że mięso to wraca na polskie stoły w wielkim stylu, królując, szczególnie jesienią, w menu polskich restauracji. Warto przy tym pamiętać, że Polska jest czołowym producentem gęsi w UE. Większość tego mięsa przeznaczona jest jednak na eksport. Według danych z Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa, od stycznia do sierpnia 2023 roku krajowi przedsiębiorcy sprzedali niemal 3 tys. ton gęsi za granicę – przede wszystkim do Niemiec, Hongkongu, Francji. To aż o 60% więcej niż w 2022 roku.



WIECEJ na temat
gęsi przeczytasz
na blogu



Gin *dobry*



WIĘCEJ na temat
ginu przeczytaj
na blogu

Znacząco rośnie spożycie ginu, co niezwykle cieszy zważywszy na fakt, że Polska słynie z doskonałej jakości ginów rzemieślniczych – docenianych w międzynarodowych konkursach. W portfolio polskich firm znajdują się giny inspirowane Baltykiem (Heritage Magnolia Baltics) czy świąteczne (Breslauer Winter Gin). Coraz częściej można też spotkać bary z ginem oferujące selekcję setek rodzajów tego trunku, co świadczy o ukierunkowaniu konsumentów na potrzebę degustacji, doświadczenia, odkrywania i celebrowania smaku i aromatu – również mocnych alkoholi.

Młode pokolenie docenia *jedzenie*



Pokolenie Z (osoby urodzone w latach 1995-2012) więcej pieniędzy wydaje na jedzenie niż ubrania – tak wynika z najnowszych badań. Amerykański bank i firma doradcza Piper Jaffray zapytała ponad 8 tys. młodych mieszkańców Stanów Zjednoczonych o ich finansowe przyzwyczajenia. Pytano o to, jakie marki cenią, czym się kierują, podejmując decyzje zakupowe, gdzie robią zakupy i przede wszystkim – na co wydają pieniądze. Okazało się, że pokolenie Z najchętniej inwestuje w doświadczenia i szeroko rozumianą celebrowanie czasu. Najwięcej więc wydają na dobry posiłek na mieście, kosmetyki oraz rozrywkę.

Świę- towa -nie bez %

O generacji Z, a więc najmłodszych konsumentach, mówi się, że to pokolenie abstynentów. Badanie przeprowadzone w 2019 roku w Wielkiej Brytanii przez organizację Drinkaware wykazało zmiany w podejściu młodych dorosłych do spożywania procentów. Również w ostatniej dekadzie w USA, Australii, Nowej Zelandii, a także w wielu krajach europejskich zaobserwowano wzrost abstynencji u studentów i zastępowanie tradycyjnych trunków napojami bezalkoholowymi lub niskoprocentowymi.



WIĘCEJ o NoLo
czytaj na blogu

[CIE
KA
WO
STKA]

fot. Midjourney / Bidfood



NoLo to skrótowe określenie napojów bezalkoholowych oraz tych o niskiej zawartości alkoholu. W barach i pubach dostępność piw, win, a także równie efektywnych, jak ich tradycyjne odpowiedniki, koktajli bezalkoholowych już nikogo nie dziwi. Pokolenie Z ma inne podejście do używek: są bardziej świadomi, chcą dbać o zdrowie i szeroko pojęty wellbeing.

Śniadanie *bez* granic

Śniadanie w restauracjach i hotelach nie ogranicza się do krótkiego posiłku w godzinach porannych, a powoli staje się opcją całodniową. To znacznie podnosi jego znaczenie w menu. Popularność zyskał brunch (breakfast-lunch), rozwija się też tzw. brinner, czyli śniadanie na kolację. Wariacje formatów i niestandardowe składniki tworzą wrażenie nowości. Przykłady? Naleśnikowe spaghetti czy makaron w różnych odstępach serwowany na śniadanie.

[CIE
KA
WO
STKA]

fot. warszawa.intercontinental.com



Hotel InterContinental Warszawa

wprowadził nową, wybiegającą poza normy czasowe ofertę kulinarną adresowaną do miłośników długich weekendowych poranków – Morning After Breakfast. Powstała ona z myślą o zabieganych warszawiakach, chcących spędzić niespieszny czas z przyjaciółmi lub rodziną.

POTENCJAŁ *jesieni*

Jesień stała się... modna. W mediach społecznościowych jawi się jako pora roku przeznaczona na refleksję, odpoczynek i celebrowanie wolnego czasu. Ten trend socjologiczny w gastronomii skutecznie wykorzystują zarówno giganci na rynku, jak i lokalna gastronomia. Legenda, Pumpkin Spice Latte, to przykład celnie wychwyconego potencjału sezonowości i pierwszorzędowego marketingu. Dynia dominuje w menu we wszystkich możliwych formach: zup, ravioli, gofrów, ciast (np. sernika). W kartach napojów królują natomiast grzańce, piwa kraftowe, w tym również te w edycjach limitowanych – z dynią czy korzenną nutą.

A PO *świętowaniu...* FOODSHARING

Foodsharing to społeczna inicjatywa mająca na celu ograniczenie marnotrawienia żywności poprzez dzielenie się nadwyżkami z innymi. Restauracje mogą praktykować foodsharing poprzez przekazywanie jedzenia, którego nie udało się sprzedać organizacjom charytatywnym, lokalnym społecznościom, wdrażając programy zniżkowe lub oferując rabaty na niesprzedane w ciągu dnia jedzenie. W ten sposób mniej żywności trafi do kosza.

[CIE
KA
WO
STKA]

Aplikacja Too Good To Go to darmowa aplikacja, która pomoże Ci ograniczyć marnowanie jedzenia, a także odzyskać pieniądze za produkty, które zostałyby wyrzucone. Dodatkowo aż 76% użytkowników, którzy odkryli lokal przez Too Good To Go, dokonuje tam ponownego zakupu poza aplikacją.



WY

PO



WYPOMIEDZI



WIEDZ

i.

>



Rosnącym trendem są restauracje, które oferują nam opcje foodsharingu - w menu mamy kilkanaście talerzy małych czy dużych, którymi dzielimy się przy stole z resztą gości. Najczęściej są to restauracje z częstymi zmianami w menu, bazującymi na sezonowości i lokalności.

Adrianna Wójcikowska, szefowa kuchni i współwłaścicielka restauracji z tapasami i kuchnią śródziemnomorską Vamos w Krakowie



Wzrasta świadomość konsumentów, którzy chcą wiedzieć, co jedzą. Samo spożywanie już nie wystarczy. Zgodnie z hasłem „żyć żeby jeść, a nie jeść żeby żyć” świętowanie jedzenia stało się wyjątkową celebracją. Spędzanie wieczoru czy popołudnia w restauracjach fine diningowych, które zdobywają prestiżowe nagrody bije rekordy popularności. Widać, że wzrasta zapotrzebowanie na takie miejsca. Szefowie kuchni chcą nie tylko nakarmić ludzi, ale też pokazać coś więcej, czasami wręcz przekazać część „siebie” na talerzu.

Hubert Jabłoński, szef kuchni restauracji Flame by Energosfera w Konarzewie, uczestnik 7. edycji programu Hell's Kitchen



Widać bardzo duży wzrost świadomości ludzi, którzy jadają w restauracjach. Wiele miejsc ewoluuje lub powstają nowe idące w kierunku omakase. Te miejsca chcą podawać wyszukane i jakościowe jedzenie, małe kęsy przygotowane z pieczołowitą starannością. Wzrosło też zainteresowanie japońską sake, którą często podczas omakase paruje się z jedzeniem.

Marek Siol, szef kuchni Nago Sushi & Sake w Krakowie, autor bloga Hungry Eyes, założyciel projektu Śniadanie do Twojego biura

Sezonowe, krajowe owoce i warzywa są silnym trendem, ponieważ mają najwyższej wartości odżywczych i smakowych. Klienci czekają na dania z tych produktów niemal cały rok. Z uwagi na inflację oraz mniejszą dostępność restauratorzy zrezygnują z mini warzyw i kwiatów jadalnych na rzecz kielków, mikroliści i świeżych ziół.

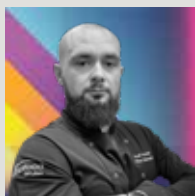


Adam Pudetko, szef kuchni restauracji Villa Toscana w Warszawie

Perspektywy na przyszłość wyglądają znakomicie przede wszystkim dla ginów premium, bo w końcu możemy mówić o rewolucji ginowej w Polsce. Konsumenci są coraz bardziej świadomi, szukają jakościowego trunku, który wyróżnia się sposobem produkcji, ciekawymi składnikami botanicznymi czy krajem pochodzenia. Coraz więcej koktajlbarów, restauracji czy hoteli stawia na zróżnicowaną selekcję ginów, a są już takie miejsca, które w swojej karcie mają także specjalne sekcje dedykowane polskim alkoholom i cieszą się one ogromną popularnością - nie tylko wśród zagranicznych gości. W tym kontekście rok 2023 był przelomowy, bo ogromnym echem odbiła się wieść, że nasz polski, kraftowy Heritage Magnolia Gin, spośród tysięcy marek z całego świata został wybrany w tzw. ślepej degustacji najlepszym współczesnym ginem na świecie w konkursie World Gin Awards w Wielkiej Brytanii. To wydarzenie sprawiło także, że wiele osób z branży zobaczyło potencjał leżący w polskim rzemiośle.

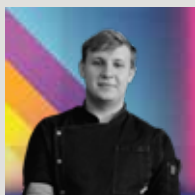


Marcin Czajkiewicz, prezes Good Gin Company, współtwórca Heritage Gin



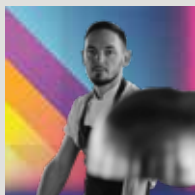
Od kilku lat zauważamy w mentalności gości coraz wyższą świadomość produktów. Wizyta w restauracji już nie kojarzy się jedynie z szybkim jedzeniem na mieście, a raczej celebrowaniem nie tyle samego wyjścia, co w dużym stopniu tego co na talerzu. Wybieramy lokale oferujące produkty niedostępne na rynku dla statystycznego konsumenta.

Piotr Biernacki, szef kuchni restauracji Il Pavone,
Hotel Pavco w Gorzowie Wielkopolskim



Sądzę, że w kuchni włoskiej wysokiej jakości oryginalne produkty zaczną odgrywać dużą rolę. Ludzie z roku na rok coraz więcej podróżują. Wycieczka do Włoch, która jeszcze parę lat temu była przedsięwzięciem, teraz dzięki tanim biletom lotniczym jest raptem city breakiem. Świadomy gość restauracji, bogaty w wiedzę o smakach zdobytą podczas podróży będzie porównywał potrawy w rodzimych restauracjach do ich zagranicznych pierwowzorów. Rośnie zainteresowanie oryginalnymi produktami z Włoch, które do tej pory nie były dostępne, czy to wysokiej jakości wędliny, czy świeże (jedno/dwu-dniowe) sery takie jak stracciatella lub mozzarella.

Kamil Szuba, szef kuchni Ostro w Gdańsku,
34. miejsce w rankingu 50 Top Pizza 2023



W najbliższym czasie będzie widoczny rozwój lokali rzemieślniczych, które stawiają na jakość i autentyczność. Piekarnie, cukiernie oraz restauracje, które przyciągną klientów kuchnią i ciekawym konceptem. Na rynku zostaną miejsca, które są prowadzone rzetelnie. Klient jest coraz bardziej świadomy i będzie wybierał miejsce, które przyciągnie go jakością, niezależnie od rodzaju kuchni.

Mariusz Kozak, szef kuchni restauracji Hotelu Monopol we Wrocławiu

Od czasu pandemii daje się zaobserwować mniejszą popularność modnych sezonowo konceptów gastronomicznych na rzecz wysokiej jakości. Klienci są w stanie zaakceptować wyższe ceny pod warunkiem, że stoi za nimi wyjątkowe doświadczenie kulinarne. W najbliższym czasie nadal będzie się rozwijał restauracyjny koncept foodsharing, czyli takie serwowanie dań, które umożliwia dzielenie się potrawami, próbowanie wielu smaków - jednym słowem radość wspólnego biesiadowania.

Paweł Kałuski, szef kuchni restauracji Sofitel Warsaw Victoria



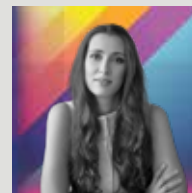
Według mnie głównym trendem w Poznaniu, jak i całej Wielkopolsce będzie jeszcze większe skupienie na daniach regionalnych i sezonowych. Koncentrujemy się na tym, co kiedyś jedli wielkopolanie. Można w naszej karcie zaobserwować różne dania, które goszczą na domowych stołach - takie jak np. galart.

Dawid Ankowski, szef kuchni restauracji Fromażeria w Poznaniu



Polska gościnność jest niezwykła. Wspólne stoły, menu składające się z potraw, którymi można się z łatwością podzielić z innymi, wydarzenia kulinarne w formie biesiad i pikników pozwalają otworzyć się bardziej na drugiego człowieka. Dobrze się bawimy i sprawiamy, że inni też czują się świetnie. Ogromną rolę w budowaniu atmosfery odgrywa także zespół pracujący w lokalu. Jego energia i zaangażowanie udziela się także gościom.

Dr Magdalena Tomaszewska-Bolątek, orientalistka, specjalistka od turystyki i dyplomacji kulinarnej, marki narodowej i marketingu miejsc, kierowniczka Food Studies na Uniwersytecie SWPS, autorka książek





Gościnność nie powinna być postrzegana w kategorii trendu, a fundamentu gastronomii. Być może brzmi to górnolotnie, ale trzeba sobie zadać pytanie w jakim celu chodzimy do restauracji? Zapewne po to, by dobrze zjeść, wyluzować się, dobrze się poczuć, odpocząć - słowem być miło potraktowanym. Kwintesencją miejsc z serwisem kelnerskim jest to, że ktoś nas obsługuje. I nie chodzi tu o przyniesienie talerza z wydawki do stołu, ani nawet o zadanie pytania „Co będzie dla Pani?”, tylko o głębokie zrozumienie istoty gastronomii, która polega na tym, aby zaoferować drugiemu człowiekowi poczucie komfortu. Oczywiście dla każdego ten komfort będzie oznaczał co innego, dlatego na naszych szkoleniach tłumaczymy, że gościnność to zestaw empatycznych gestów i zachowań, które sprawiają, że drugi człowiek czuje się komfortowo. Dzięki doradztwu znajduje satysfakcjonującą dla siebie ofertę i chętnie powraca. Wracamy tam, gdzie dobrze się poczuliśmy, a relację tworzymy z ludźmi, nie z jedzeniem.

Patrycja Siwiec, właścicielka gościnność.pl, trenerka kompetencji miękkich dla gastronomii, psycholog i akredytowany coach EMCC



Zainteresowanie lokalnymi tradycjami kulinarnymi będzie rosnąć, a restauracje będą sięgać po lokalne składniki i inspiracje, aby promować unikalne smaki i kultury kulinarne swojego regionu.

Kamil Tłuczek, finalista konkursu Bocuse d'Or Europe 2024, szef kuchni restauracji Patio w Grand Hotel Boutique w Rzeszowie i Starym Browarze Rzeszowskim

```
> cona  
to // ...  
} chatGPT*
```




```
chatGPT.message() {
```

Trend w gastronomii oparty na celebracji koncentruje się na tworzeniu wyjątkowych doświadczeń kulinarnych, które wykraczają poza tradycyjne posiłki i stają się formą świętowania różnorodnych okazji, kultury, sezonowości produktów czy nawet samych składników. Oto kilka kluczowych elementów tego trendu:

```
DOŚWIADCZENIA KULINARNE {
```

Restauracje i szefowie kuchni dążą do tego, by każdy posiłek był niezapomnianym doświadczeniem. To oznacza nie tylko podawanie wyjątkowo przygotowanych dań, ale również kreowanie atmosfery, która sprzyja celebracji. Może to obejmować specjalne udekorowanie przestrzeni, live cooking, interaktywne elementy, które angażują gości w proces tworzenia ich posiłków, czy nawet storytelling wokół serwowanych dań.

```
};
```

```
LOKALNOŚĆ I SEZONOWOŚĆ {
```

Celebracja często wiąże się z promowaniem lokalnych, sezonowych składników. Restauracje i szefowie kuchni skupiają się na tworzeniu dań, które celebują najlepsze, co dany region ma do zaoferowania w danej porze roku, podkreślając świeżość i jakość produktów.

```
};
```

```
KULTUROWE DZIEDZICTWO {
```

Wiele doświadczeń kulinarnych celebryje kulturowe dziedzictwo poprzez odnowienie tradycyjnych przepisów i technik kulinarnych. Jest to sposób na zachowanie dziedzictwa kulinarnego danej społeczności oraz na edukowanie gości na temat historii i kultury za pomocą jedzenia.

```
};
```

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ I ŚWIADOMOŚĆ EKOLOGICZNA {

Celebracja w gastronomii często wiąże się z promowaniem zrównoważonego rozwoju i świadomości ekologicznej. Restauracje mogą koncentrować się na minimalizowaniu marnotrawstwa żywności, wykorzystywaniu całych składników, wspieraniu lokalnych producentów i zrównoważonym zarządzaniu zasobami.

};

PERSONALIZACJA {

Trend celebracji w gastronomii obejmuje również personalizację doświadczeń kulinarnych. Restauracje i szefowie kuchni często oferują możliwość dostosowania posiłków do indywidualnych preferencji, alergii czy specjalnych okazji, co sprawia, że każdy posiłek jest unikatowy.

};

POŁĄCZENIA INTERDYSCYPLINARNE {

Celebracja w gastronomii może również oznaczać łączenie kulinariów z innymi formami sztuki, takimi jak muzyka, sztuki wizualne czy teatr. Restauracje mogą organizować tematyczne wieczory, podczas których posiłki są połączone z konkretnym motywem artystycznym lub kulturowym, tworząc kompleksowe doświadczenie sensoryczne.

```
// Podsumowując, trend w gastronomii oparty na celebracji koncentruje się na tworzeniu niezapomnianych doświadczeń, które celebrować życie, kulturę, naturę i sztukę poprzez jedzenie. Jest to podejście, które docenia bogactwo i różnorodność kulinarną, promuje zrównoważony rozwój i tworzy głębszą więź między jedzeniem a jego konsumentami.
```


```
</script>
```

```
}_
```

#003

PRO
STO
TA





Minimalizm stał się modny. To idea, która przyświeca szczególnie młodym pokoleniom, których wybory skierowane są na postawy proekologiczne i odmienne podejście do konsumpcji. Prostota i uważność musiały też zacząć wpływać na branżę horeca. Zobacz, jak aktualnie zmieniają świat gastronomii.

- > Prosty skład
- > Smacznie, bez udziwnień
- > Czystość i klarowność smaków
- > Prosta droga do niemarnowania
- > Minimalizm w kulinariach
- > Przekąski
- > Deski masła
- > Mood food, czyli proste przyjemności
- > Prosty biznes
- > Po prostu, bez retuszu w social mediach



prosty

SKŁAD



Roślinne alternatywy nadal się rozwijają, ale konsumenci zwracają również uwagę na proste, nieprzetworzone potrawy, o krótkiej liczbie składników. Aby sprostać potrzebom gości warto kreować dania na bazie najprostszycy produktów: warzyw, grzybów i pełnych zbóż. To one silnie zaznaczają swoją obecność w menu.

[CIE KA WO STKA]

Apele o czystą etykietę żywności pochodzenia roślinnego dają efekty w postaci upraszczania i redukcji składników funkcjonalnych, które przez lata zamiennikom mięsa nadawały odpowiednią strukturę, zapach i smak.

SMACZNIE, *bez* UDZIWNIEŃ

Ma być smacznie jak u mamy / babci – to hasło przewija się obecnie w gastronomii. Z czego to wynika? W dobie konfliktów i napięć, a także niepokoju politycznych czy gospodarczych, konsumenci podświadomie wybierają smaki bliskie ich sercom. Aktualnie żyjemy w niespokojnych czasach. To dobry moment na przypomnienie gościom zapomnianych smaków dzieciństwa w retro, a nawet nieco babcinej oprawy: kwiatowych wzorów na talerzach czy szklanek w koszykach.



CZYSTOŚĆ I KLAROWNOŚĆ *smaków*

Minimalizm kulinarny dużą wagę przykładają do tzw. czystości smaków. Każdy składnik ma swój smak i warto to podkreślać, a nie ukrywać wśród dodatków i przypraw. Dzięki temu doświadczenia kulinarne stają się bardziej intensywne i skoncentrowane. Warunkiem osiągnięcia czystości smaku jest jednak używanie wysokiej jakości produktów, które tę głębię smaku i aromatu posiadają.

PROSTA DROGA *do* NIEMARNOWANIA

Gastronomia niezmiennie rozwija się i wchodzi na kolejne poziomy w kwestii troski o zrównoważony rozwój. Restauracje chwalą się tym, że nie marnują jedzenia, a szefowie kuchni prześcigają się w pomysłach na dania w duchu zero waste. Będzie można zauważyć dalszy ciąg zmian. Odejście od samego wyglądu dania, a skupienie się na jego smaku i ciekawej historii, zaczną być jeszcze bardziej widoczne. W restauracjach na świecie można też zauważyć tendencję do serwowania mniejszych porcji i „dokładek na życzenie”.

Przekąski



Według New York Times rok 2024 należał do przekąsek, bo to najprostszy i niedrogi sposób, by poznawać różne kuchnie świata bez zamawiania dużych porcji. Przekąski są wspaniałą okazją do kreowania oryginalnych rozwiązań, jak chociażby prele musztardowe, truskawkowe trufle czy azjatyckie pierożki w różnych odstępach.

DESKI *masła*

Do desek wędlin i serów dołącza deska masła! Ta przekąska to kulinarny hit. Polega na podaniu masła z ciekawymi dodatkami, np. z miodem, prażonymi orzechami i kwiatami jadalnymi... Całość uzupełnia pieczywo: grzanki, grissini, chatka lub krakersy. W tej prostocie kryje się moc. Maślane deski zachwycają estetyką podania: dekorowane są owocami sezonowymi, świeżymi ziołami, suszonymi pomidorami czy tartą skórką cytryny. Doskonale komponują się z winami, przede wszystkim rieslingiem, chenin blanc, chardonnay czy sauvignon blanc.



fot. Midjourney / Bidfood



MOOD • FOOD, czyli • proste • przyjemności

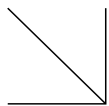
Trend mood food, podobnie jak jego pierwotna wersja – comfort food – polega na wyborze jedzenia, które ma pozytywny wpływ na nasze samopoczucie. Opiera się na idei, która mówi o tym, że niektóre składniki mają zdolność poprawy nastroju i redukcji stresu. Zalicza się do nich: omega-3 i tłuszcze zdrowe dla serca, witaminy z grupy B, nieocenione w redukcji stresu antyoksydanty czy dbające o zdrowie jelit probiotyki. Trend mood food łączy dietetykę z psychologią, a w gastronomii przejawia się wzrostem zainteresowania daniami, w których zdrowe składniki są zestawione w taki sposób, by ich wygląd i smak przywoływały pozytywne skojarzenia i poprawiały nastrój.

[CIE KA WO STKA]

Blisko połowa **48%** użytkowników Pyszne.pl sięga po tzw. comfort food, czyli jedzenie, które budzi pozytywne emocje. Dla Polaków najczęściej oznacza to nie tylko dania tradycyjne jak pierogi (**42%**) czy rosół (**40%**), ale również owoce i warzywa (**38%**).

[CIE KA WO STKA]

Aplikacja Wolt zorganizowała plebiscyt, w którym użytkownicy mogli docenić swoje ulubione restauracje. W Wolt Awards 2023 wyróżniono lokale w pięciu największych miastach – Warszawie, Krakowie, Poznaniu, Gdańsku i we Wrocławiu. Jedną z kategorii, w której można było zdobyć wyróżnienia, było właśnie comfort food.



PROSTY

BIZNES

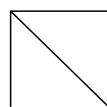
Na minimalizmie oparty jest coraz więcej konceptów. Powstają nowe lokale w myśl „less is more”. W zestawieniu najlepszych restauracji 2024 roku w Helsinkach według Vogue, znalazła się rzemieślnicza piekarnia Way Bakery, która swoje wypieki oferuje w formie śniadań, natomiast wieczorem zamienia się w sąsiedzki wine bar z naturalnymi winami i krótką, ale efektowną kartą dań – od focacci z burratą i szatwią czy arancini z majonezem truflowym po makaron z małżami i chilli.

Proste, codzienne czynności, sytuacje z backstage’u – to trendy, które wyznaczają kierunek w mediach społecznościowych. Odbiorcy są już wyczuleni na treści reklamowe czy koloryzowaną rzeczywistość. Chcą zobaczyć kawałek prawdziwego świata bez retuszu. Relacje na żywo z restauracji, pokazanie lokalu „od kuchni” czy fragmentu z życia szefa kuchni to doskonały pomysł, by nawiązać więź z gośćmi. Co więcej, w ten sposób restauracja wysyła sygnał, że działa uczciwie, na prostych zasadach i nie ma nic do ukrycia.

PO PROSTU

BEZ RETUSZU

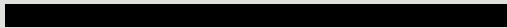
W SOCIAL MEDIACH



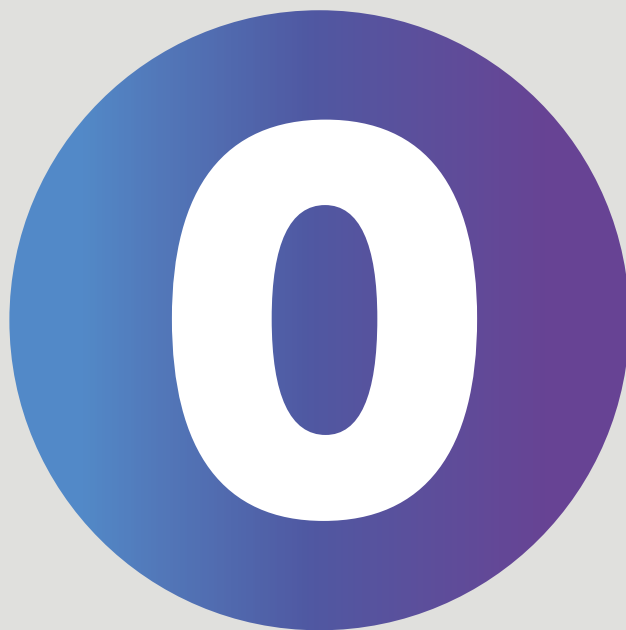


WY

PO



WYPowiedzi



WIEDZ

i

>



Minimalizm można obecnie zauważyć na talerzach w wielu restauracjach. Kupujemy coraz lepsze składniki i staramy się je podkreślić dodatkami. Talerze barokowe, na których znajdziemy elementy kuchni molekularnej, czy 15 elementów typu żele, pianki, pudry powoli stają się przeszłością nawet w restauracjach typu fine dining. Ten trend cieszy mnie najbardziej, ponieważ zaczynamy dostrzegać i czuć jak dany produkt wygląda, ale i jak smakuje w swoim najlepszym wydaniu.

Adrianna Wójcikowska, szefowa kuchni i współwłaścicielka restauracji z tapasami i kuchnią śródziemnomorską Vamos w Krakowie



W mojej opinii trendem będzie szacunek do produktu, prostota i przede wszystkim smak. Pokazują to nowo otwierające się restauracje w stylu omakase, gdzie właśnie delikatne dodatki podkreślają to wszystko, o czym wspominałem. Wydaje mi się, że przysłowie „piękno tkwi w prostocie” idealnie pasuje do najbliższej przyszłości.

Michał Chojnacki, współwłaściciel i sushi head chef w restauracji Gyozilla Sushi&Cocktails w Gdańsku



Moim zdaniem obecnie dominuje nurt powrotu do korzeni związany z prostotą dań, sięganie po dobry produkt, a także przywoływanie skojarzeń ze smakami dzieciństwa. Ludzie oczekują prawdziwych i dobrej jakości produktów, a także są bardziej świadomi swoich gastronomicznych wyborów. To nas – jako kucharzy – bardzo cieszy. Pomału już odchodzimy od pstrokatych talerzy i nadmiernej ilości składników, a idziemy w minimalizm i tradycję, której nadaje się nowoczesną interpretację.

Piotr Bińczycki, szef kuchni restauracji Art Deco, Hotel Spa Dr Irena Eris w Polanicy Zdroju

Proste jest genialne samo w sobie – chcemy znów poczuć prawdziwy smak, który zaskoczy i przypomni tęsknoty sprzed lat, jak naprawdę smakuje ziemniak czy marchewka.

Paweł Andres, właściciel restauracji The Cork we Wrocławiu



Na talerzach zaobserwujemy w najbliższym czasie minimalizm składający się nawet tylko z 2-3 składników, z których przez różnego rodzaju procesy, obróbki termiczne będziemy w stanie osiągnąć maksymalny potencjał smaku danego produktu.

Sławomir Podlewski, szef kuchni restauracji
Soczewka Kuchnia+Bar we Wrocławiu



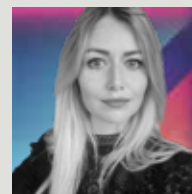
Następuje powrót do naturalnych, pierwotnych składników, bez kombinacji. Klienci mają coraz większą świadomość produktu, na który coraz częściej zwracają uwagę.

Monika Mamei, właścicielka restauracji Trattoria Italiana w Łodzi



W gastronomii następuje powrót do korzeni, do tego, co znamy z domu, co uwielbiamy w urozmaiconym wydaniu dzięki dodatkom. Samo wydanie dania jest proste, co za tym idzie, odchodzi się od molekułów, pudrów czy pianek. Liczy się smak potrawy, prostota jego wydania, a nie cała „otoczka”, co można zaobserwować w kuchni śródziemnomorskiej - tak przez Polaków uwielbianej.

Julita Rusyniak, specjalistka ds. rozwoju Pinia Food w Bidfood





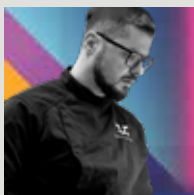
Kuchnia włoska, znana ze swojej prostoty i autentyczności, jest obecna na naszych stołach od dziesięcioleci. Jednak pomimo jej ugruntowanej popularności, szczególnie w postaci kultowej pizzy neapolitańskiej, brakuje świeżości i nowatorskiego podejścia. Istnieje tendencja do utrzymywania tradycyjnych smaków, ale w najbliższym czasie możemy spodziewać się pewnych zmian, bo Neapol to nie tylko pizza z pieca opalanego drewnem.

Tomasz Apanasewicz, doradca kulinarny w Akademii Pizzy, certyfikowany pizzaiolo AVPN



Nadal utrzymywany jest trend powrotu do kuchni polskiej, smaków dzieciństwa, a także regionalizm w nowoczesnej odświeżeniu. Wszyscy promują nasze polskie produkty, które są świetnej jakości, zdrowe i niepowtarzalne na skalę światową. Są gwiazdą w kuchni restauracyjnej, mowa m.in. o serach, rybach, pochodzących ze świetnych hodowli. Powinniśmy być dumni z polskiego kawioru, którego jesteśmy jednym z największych producentów na świecie. To jest produkt najlepszej i najwyższej jakości.

Tomasz Purol, szef kuchni w restauracji White Marlin w Sopocie, zwycięzca 5. edycji TOP CHEF Polska



Następuje powrót do nostalgii, potraw które nam się dobrze kojarzą z lat młodości. Powstała duża przestrzeń na kuchnię polską w nowej odświeżeniu. U nas na lokalnym rynku, wraca ona w połączeniu z nowoczesnymi technikami kulinarnymi, z nowym podejściem. Świadomość kucharzy i ludzi z branży jest już tak wysoka, że nie brakuje doświadczonej, świadomej kadry, która może tę kuchnię na nowo pokazać, odkryć. To już się dzieje i myślę, że w tym kierunku będzie podążać.

Rafat Lorenc, szef kuchni restauracji Mamma i Fuego w Kołobrzegu, właściciel restauracji Projekt Kuchnia w Koszalinie

Ostatnio w Barcelonie zauważa się znaczące zmiany w świecie jedzenia. Przez wiele lat restauracje eksperymentowały, łącząc smaki z różnych zakątków świata z tradycyjnymi daniami hiszpańskimi. W tym kreatywnym chaosie kucharze poszukiwali nowych form, tekstur i niekonwencjonalnych połączeń smakowych. Jednak teraz coś się zmienia – restauracje wracają do korzeni. Wiele osób, które wcześniej szukały nowych smaków, zaczęło doceniać tradycyjne smaki kuchni hiszpańskiej. To jakby powrót do starych, sprawdzonych przepisów i smaków, które zawsze cieszyły się popularnością w tej okolicy. Kucharze zaczęli odkrywać bogactwo smaków, jakie tkwią w tradycyjnych, lokalnych produktach. Jednym z kluczowych powodów tego zwrotu jest rosnące zainteresowanie jedzeniem lokalnym. Restauracje coraz częściej sięgają po świeże, sezonowe składniki od lokalnych dostawców, co nie tylko wpływa na smak potraw, ale także podkreśla unikalność i autentyczność hiszpańskiego jedzenia. Ponadto, powrót do tradycji oznacza również powrót do tradycyjnych sposobów gotowania. Wiele miejsc sięga po klasyczne techniki, takie jak grillowanie na otwartym ogniu, marynowanie czy długie gotowanie. To sprawia, że potrawy nabierają charakterystycznego, autentycznego smaku, co staje się dodatkowym magnesem przyciągającym gości. Warto zauważyć, że po okresie eksperymentów z formami, teksturami i nietypowymi połączeniami smakowymi, restauracje teraz skupiają się głównie na jakości surowców. Dzisiaj najważniejszy jest sam produkt, a restauracje starają się podkreślać jego naturalny smak i pochodzenie. To podejście oznacza powrót do prostoty, a jednocześnie ukazuje, jak bogata i zróżnicowana może być kuchnia hiszpańska.



Ania Ngyuen Van, autorka bloga AniGusta o Barcelonie



W mojej ocenie na mapach gastronomicznych kuchni japońskiej – w tym sushi – będziemy mogli znaleźć lokale promujące prostotę oraz te, które mocno stawiać będą na różnorodność. Co jednak ważne, od wielu lat bohaterami kuchni sushi są łośń i tuńczyk. I to się nie zmieni. Nadal te dwie klasyczne pozycje będą królować w kartach a restauracje wyróżniające się prostotą przy nich pozostaną. I zawsze znajdą swoich sprzymierzeńców, w tym mnie.

Malwina Lewandowska, specjalistka ds. rozwoju rynku sushi w Bidfood

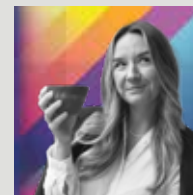


Wina pomarańczowe śmiało można dziś postrzegać w kategorii czwartego koloru wina. Pierwsze powstały 4500 lat temu w Gruzji, ale później na długi czas zniknęły z regularnej konsumpcji. Proces ich produkcji jest unikalny: winogrona białych odmian są miazdzone i pozostawione w fermentującym moszczu. Skórki i szypułki uwalniają pigmenty, które nadają winu jego charakterystyczny kolor. Wina pomarańczowe doskonale komponują się szeroką gamą potraw i wierzymy, że przyczynią się do innowacji w parowaniu win.

Gérard Bertrand, właściciel i główny winemaker winnic Gérard Bertrand,
winemaker roku 2023

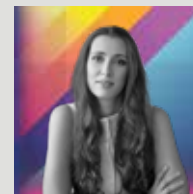
Baken jest projektem opartym na prostocie. Tutaj główne składowe menu bazują na wypiekanych na miejscu chlebie, puszystym ekologicznym maśle z dodatkiem soli oraz żółtym serze – wspaniałej Goudzie. Ta prostota połączona jest z niekwestionowaną jakością produktów. To one są tutaj na pierwszym planie. Chcemy dziś jakości. Chcemy czuć prawdziwy smak sera, chleba i masła. Dzięki temu czujemy się po prostu dobrze, to wspaniały comfort food – idealne wspomnienie dzieciństwa. Odchodzimy od skomplikowanych kompozycji i przesadzonych ozdób na talerzu. To sprawia, że dania stają się bardziej dostępne dla szerokiego grona konsumentów, a jednocześnie nie tracą swojej wyjątkowości.

Aleksandra Dojnikowska, współzałożycielka i współwłaścicielka lokali Butkę przez Bibutkę, Pollypizza NEOpolitan oraz Baken w Warszawie



Rosnące zainteresowanie dawnymi przepisami związane jest przede wszystkim z trendem, który rozwinął się w okresie pandemii, a mianowicie comfort food. Obserwowaliśmy wtedy zwrot w kierunku jedzenia, które służyło poprawie naszego samopoczucia, a w tej kwestii nie ma chyba nic lepszego niż potrawy z dzieciństwa – dania babć, cioc i mam. Obecnie ważnym trendem jest newstalgia, czyli zainteresowanie jedzeniem z przeszłości, ale w odświeżonej wersji i podanym bardzo współcześnie. Dodatkowo dawne przepisy mogą być świetnym źródłem inspiracji. Kuchnia na przestrzeni wieków zmieniała się bardzo dynamicznie. Wiele dań czy produktów jest kompletnie nieznanych. W szczególności dotyczy to kuchni polskiej. Przepisy dawne i kuchni regionalnych tylko czekają, aby odkryć je na nowo.

Dr Magdalena Tomaszewska-Bolalek, orientalistka, specjalistka od turystyki i dyplomacji kulinarnej, marki narodowej i marketingu miejsc, kierowniczką Food Studies na Uniwersytecie SWPS, autorka książek






```
> co na  
to // ...  
} chatGPT*
```



```
chatGPT.message() {
```

Prostota w gastronomii koncentruje się na powrocie do podstaw i celebracji czystości smaków, składników wysokiej jakości oraz prostych, ale perfekcyjnie wykonanych technik kulinarnych. Oto kilka kluczowych aspektów tego podejścia:

```
KONCENTRACJA NA JAKOŚCI SKŁADNIKÓW. {
```

W ramach tego trendu, nacisk kładzie się na wybór najlepszych, często lokalnych i sezonowych produktów. Restauracje i szefowie kuchni starają się minimalizować liczbę składników w danym daniu, aby każdy z nich mógł w pełni zabłysnąć swoim naturalnym smakiem. Ich wybór odbywa się z dużą starannością, często z uwzględnieniem ich pochodzenia, metod uprawy i zrównoważonego pozyskiwania.

```
};
```

```
PROSTOTA WYKONANIA. {
```

Dania charakteryzują się prostotą i klarownością, co nie oznacza braku innowacyjności czy kreatywności. Wręcz przeciwnie – ograniczona liczba składników i prostota przygotowania wymagają od kucharzy wyjątkowej precyzji i umiejętności, by w pełni uwydatnić charakter i smak każdego elementu.

```
};
```

```
ESTETYKA I PREZENTACJA. {
```

Minimalizm znajduje odzwierciedlenie również w sposobie prezentacji dań. Estetyka podawanych potraw jest czysta i uporządkowana, często z wykorzystaniem naturalnych barw i tekstur skład-

ników. Dania są prezentowane w sposób, który podkreśla ich naturalne piękno, bez zbędnych dekoracji czy przesadnych elementów ozdobnych.

};

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ I ŚWIADOMOŚĆ EKOLOGICZNA. {

Prostota i minimalizm w gastronomii idą w parze ze zwiększoną świadomością ekologiczną. Restauracje koncentrują się na ograniczeniu marnotrawstwa żywności, wykorzystywaniu całych produktów, promowaniu zrównoważonych praktyk i wspieraniu lokalnych producentów.

};

POWRÓT DO KORZENI I TRADYCJI. {

Ten trend często wiąże się z powrotem do tradycyjnych, czasem zapomnianych technik przygotowywania żywności, takich jak fermentacja, konserwacja czy wędzenie. Sposoby te pozwalają na podkreślenie naturalnych smaków i przedłużenie trwałości produktów bez stosowania nowoczesnych dodatków i konserwantów.

```
// Podsumowując, trend prostoty i minimalizmu w gastronomii reprezentuje powrót do esencji smaku i jakości, gdzie mniej znaczy więcej poprzez skupienie się na wyjątkowych składnikach, prostych technikach i estetycznej prezentacji. Ten trend celebrytuje autentyczność, zrównoważony rozwój i głęboki szacunek dla natury i jej produktów.
```


```
</script>
```

```
}_
```

#004



FUZJA *SMAKÓW*



Skutkiem globalizacji jest m.in. powszechny dostęp do kuchni z niemal całego świata i to bez konieczności wychodzenia z domu. Prowadzi to do wymieszania różnych wpływów oraz tradycji kulinarnych. Kuchnie przenikają się często z dala od swoich ojczyzn – spotykają się w wielkich aglomeracjach miejskich, które są wieloetnicznym tygłem kulturowym, a za ich łączenie odpowiadają utalentowani kucharze z nowego pokolenia.

- > Foodpairing
 - > Pizza regionalna
 - > Global fusion
 - > Bold fusion
 - > Itameshi
 - > Nikkei
 - > Wina z certyfikatem halal
 - > Kuchnia syryjska
 - > Kuchnia latynoamerykańska
- 

FOODPAIRING**FOOD
PAIRING**

Niedaleka przyszłość należy do nowych nieoczywistych połączeń smaków, tekstur, kolorów i temperatur, które odbiegają od tego, co posiadamy w tzw. pamięci smaku. Nowe połączenia współgrają, mimo że wydawałoby się, że nie pasują do siebie. Przykładami takich połączeń mogą być: bekon z masłem orzechowym, mleczne lody z oliwą, słony kawior z białą czekoladą albo słodkie truskawki z parmezanem. To silne i wielopoziomowe połączenia, których kontrast smaków i tekstur stworzy intrygujące wrażenia. Eksperymentowanie zdecydowanie jest w modzie.

NG

>







Pizza REGIONALNA

Neapolitana, romana, siciliana czy americana to najbardziej znane rodzaje pizzy, ale istnieje także wiele wariantów regionalnych. Na przykład w USA pizza różni się w każdym ze stanów. W Chicago robi się grubą „deep dish” faszerowaną serem i innymi dodatkami. W St. Louis jest chrupiąca jak krakersy i kroi się ją na prostokątne małe plasterki, a w Waszyngtonie jest cienka i ogromna, sprzedawana w plastrach jumbo. Klienci są coraz bardziej otwarci na nowe warianty i smaki. Często zamawiają także pizzę z lokalnymi dodatkami, charakterystycznymi dla danego regionu. W Polsce można już spotkać pizzę z kaszanką, z oscypkami, z jajkiem sadzonym, a nawet z kapustą kiszoną lub ogórkiem kiszonym! Można także spotkać nowe smaki sosów do pizzy, na przykład koperkowy lub chrzanowy.

Bardzo modne stają się także włoskie warianty pizzy takie jak: na zakwasie (pinsa), z patelni (pissa d’Andrea), z makaronem (pizza ziti), pizza kanapka (trapizzino) czy pizza kolorowa.

[CIE KA WO STKA]

POKOLENIE MILENIALSÓW I GEN Z NAJCZĘŚCIEJ PODRÓŻUJĄ DO JAPONII

Serwis American Express Travel wykazał w swoim zestawieniu, że najczęściej wybieranym krajem przez klientów z pokolenia Y (urodzonych w latach 1980–1995), a także przez osoby urodzone po 1995 r. jest Japonia.

W ciągu czterech ostatnich lat liczba rezerwacji lotów do Japonii zwiększyła się o **1300%**

Ponadto podkreślono, że dla mileniśców i pokolenia Z podróże stały się ważną częścią życia. Według serwisu American Express Travel młodzi Amerykanie najczęściej wybierają odległe i nieznanne destynacje, takie jak m.in. Australia wzrost o **800%**, Indie wzrost o **600%**,

Włochy wzrost o **500%**

Global *fusion*

To odkrywanie nowych smaków z całego świata. Ten światowy trend obejmuje sztukę łączenia różnorodnych tradycji kulinarnych z różnych krajów, regionów czy kultur w celu stworzenia innowacyjnych potraw. Kuchnia fusion to idealny sposób na przedstawienie różnych międzynarodowych smaków nowym odbiorcom, a ponieważ ludzie obecnie szukają nowych potraw, dania etniczne są jednym z najważniejszych trendów na scenie kulinarnej. Kuchnie zyskujące wyraźnie na popularności:

Indochińska – indyjska wersja chińskiego jedzenia, łącząca indyjskie warzywa i przyprawy oraz chińskie sosy. Do popularnych dań indochińskich zalicza się smażony ryż, makaron hakka i chili paneer.

Śródziemnomorsko-azjatycka „MediterrAsian” – łączy w sobie tradycyjne elementy śródziemnomorskie z soją i owocami morza spożywanymi w Azji. Niektóre popularne dania to tajskie risotto z kurczakiem i ryż z grillowanymi krewetkami i pomidorami.

Francusko-wietnamska – połączenie kuchni francuskiej i wietnamskiej, w której zwykle używa się bagietek. Bardzo popularna jest kanapka „bánh mì”.



Bo1d > fusion

Wielu kucharzy opiera się na znanych, ulubionych formatach – tacos, pizzy, rybie z frytkami, pierogach czy makaronie – jako płótnie do kreatywności. Na takiej bazie powstaje tacos sashimi, pizza czy papadam wypełniona curry, wontony z francuską zupą cebulową i nie tylko. To wielopoziomowa fuzja – można połączyć składniki z 2, 3, a nawet 4 różnych kuchni – m.in. katsu sando z serem raclette i sosem burgerowym. Ten trend tyczy się także słodkich potraw, które często poddawane są odważnej metamorfozie w stylu fusion, zacierając granice między słodkim/pikantnym a deserem/daniem głównym np. kremowe lody polane ostrym sosem i karmelem sojowym.

[C I E
K A
W O
S T K A]

fot. Adobe Stock



PAPADAM

to cienki, chrupiący naleśnik wypiekany w Indiach, zazwyczaj przygotowywany z mąki z soczewicy, ciecierzycy, odmiany czarnej fasoli zwanej „urad” lub mąki ryżowej. Do ciasta dodaje się sól i olej z orzeszków ziemnych oraz przyprawy, m.in. chili, kmin, czosnek lub pieprz. Może być smażony, opiekany nad płomieniem lub pieczony w piekarniku.

[C I E
K A
W O
S T K A]

fot. Adobe Stock

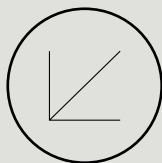


KATSU-SANDO

to popularna w Japonii kanapka przygotowana z dodatkiem tonkatsu, czyli kotleta schabowego panierowanego w panko. Panierka z dodatkiem panko jest bardziej chrupiąca, niż ta przygotowana z bułki tartej. Ponadto dodaje się do niej białą kapustę i specjalny sos tonkatsu.

KOREAN&JAPANESE

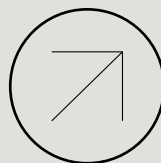
twist



Wzrost popularności ciepłej kuchni japońskiej oraz kuchni koreańskiej, który obserwujemy spowodował, że to właśnie te dwie tradycje kulinarne są liderami w trendzie fusion. Potrawy z ich charakterystycznymi składnikami łączonymi z innymi kuchniami można wymieniać bez końca: kimchi carbonara, miso bolognese, koreańskie bulgogi na pizzy i w tacos, japoński ramen ze smażonym kurczakiem czy chorizo, sernik matcha, tost francuski z mochi.



Dwie najlepsze kuchnie świata w jednym – włoska i japońska! Dostownie ten termin oznacza po japońsku „kuchnia włoska”. W praktyce jest to fuzja dwóch wielowiekowych kulinarnych tradycji. Wydawać by się mogło, że to kulinarne dwa różne światy. Nic bardziej mylnego, bo przecież bazą obydwu jest makaron, ryż, a także owoce morza, co daje już bardzo duże pole do popisów kulinarnych. Kuchnia włoska słynie ze swojej prostoty i to właśnie świetnie wykorzystują Japończycy. Fuzja dotyczy zarówno doboru składników, jak i technik, które wykorzystuje się do przyrządzania potraw.



ITAMESHI



NIKKEI

Nikkei to wyjątkowa kuchnia powstała organicznie na styku kultur Japonii i Peru. Łączy w sobie kulinarne dziedzictwo natywnych ludów Ameryki Łacińskiej oraz japońskie techniki przygotowywania potraw. To fascynujące gastronomiczne połączenie jest chętnie wykorzystywane przez szefów kuchni najlepszych restauracji świata.

[CIE
KA
WO
STKA]

fot. Adobe Stock



Wywodzące się z Peru **CEVICHE**, czyli tradycyjne danie przygotowywane z surowej ryby marynowanej w cytrynie, doprawionej papryczką chili i solą w 2023 roku zostało wpisane na listę światowego dziedzictwa UNESCO. To może wpłynąć na wzrost popularności kuchni peruwiańskiej w najbliższym czasie.

[CIE
KA
WO
STKA]

RESTAURACJA FRANTZÉN. POŁĄCZENIE KUCHNI NORDYCKIEJ Z AZJATYCKĄ

Potrawy w tej restauracji to wyjątkowa hybryda kuchni nordyckiej, która łączy w sobie klasyczne i nowoczesne techniki inspirowane lokalną tradycją oraz międzynarodową, z nutami azjatyckimi. Dla gości dostępne jest stałe menu, takie samo w porze lunchu i kolacji.



Wina



halal



Od kilku lat w branży spożywczej pojawia się coraz więcej żywności posiadającej certyfikat halal, czyli takiej, która może być spożywana przez wyznawców islamu zgodnie z zasadami ich wiary. W rezultacie coraz więcej produktów halal trafia do konwencjonalnego handlu detalicznego żywnością – także w Europie. Wina z certyfikatem halal to wina po dealkoholizacji – pierwotnie były to trunki procentowe, a wskutek zastosowania różnych metod – poprzez odparowanie, odwirowanie czy osmozę – zostały pozabawione alkoholu. Zachowują wszystkie właściwości wina, ale mają znacznie mniej kalorii (ok. 50-60% mniej niż standardowe wino). Walory smakowe są również takie same – łatwiej to uzyskać przy jasnych: białych, różowych czy winach musujących.

Kuchnia



syryjska

Ponieważ w ostatnich latach wzrósł popyt na kuchnię i składniki z Bliskiego Wschodu – głównie ze względu na jej zdrowy profil – restauracje syryjskie stają się jednymi z najchętniej odwiedzanych lokali w miastach na całym świecie. Kuchnia syryjska opiera się na takich przyprawach jak ziele angielskie, cynamon, goździki i pachnący pieprz Aleppo. Spośród najpopularniejszych potraw syryjskich można wymienić **kibbeh nayyeh** (drobno mielone surowe mięso zmieszane z kaszą bulgur, cebulą i miętą); **mahshi** (grupa dań, w skład której wchodzi warzywa nadziewane ryżem lub mięsem); **msabbaha** (pasta z cieciorzki z dodatkiem tahini); i **ras nana** (pasztecik z mielonej wołowiny i jagnięciny).

Kuchnia LATYNO- AMERY- KAŃSKA

Ten rodzaj kulinariów urzeka miłośników jedzenia odważnymi smakami. Szerokie zastosowanie papryczek chilli, kolendry, limonki i przypraw, takich jak kminek i papryka, dodaje potrawom głębi i złożoności. Te żywe smaki przekroczyły granice kulturowe i trafiły do menu głównych amerykańskich restauracji.

[CIE
KA
WO
STKA]

fot. Midjourney / Bidfood



LODY O SMAKU ŚWIĘTOMARCIŃSKIEGO ROGALIKA

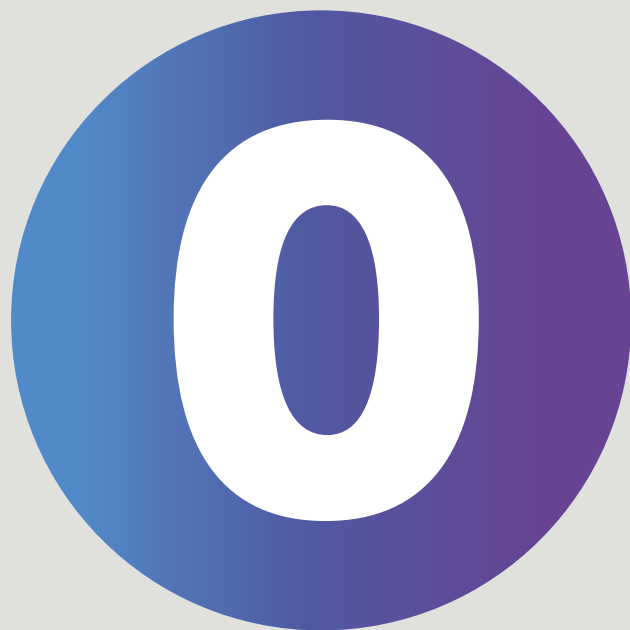
W listopadzie smakosze rogali świętomarcińskich mogli znaleźć w sklepach Lidl Polska lody o smaku tradycyjnego poznańskiego rogaliaka.

WY

PO



WYPOWIEDZI



WIEDZ

i

>



Coraz częściej w lokalach pojawiają się kuchnie świata. Nie są to jednak restauracje stawiające na autentyczność, a inspirowane danym miejscem. To pozwala im na używanie produktów lokalnych do interpretacji klasycznych dań wybranej kuchni. Powstaje coraz więcej nowoczesnych konceptów z kuchnią grecką, izraelską, libańską, syryjską, czy włoską.

Adrianna Wójcikowska, szefowa kuchni i współwłaścicielka restauracji z tapasami i kuchnią śródziemnomorską Vamos w Krakowie



W kuchni roślinnej bardzo modne stają się smaki azjatyckie. Wynika to z kilku czynników. Polacy pokochali smaki Wschodu, a dodatkowo łatwo je przelożyć na kuchnię wegańską i przetworzyć nie nazywając dań odmiennie. Istnieje też szereg oryginalnych azjatyckich dań wege. Bardzo popularna jest Tajlandia. Wyraźnie rośnie Korea.

Izabela Bis-Niedzielska, szefowa kuchni restauracji Zielona w Łodzi



Kuchnie świata zawsze były źródłem inspiracji dla kucharzy. W minionym roku mogliśmy jednak zobaczyć większe skupienie na mniej znanych regionalnych kuchniach, takich jak kuchnia afrykańska, peruwiańska czy koreańska, a także rozkwit kuchni regionalnych naszego kraju w nowszym wydaniu. Tutaj warto pochylić się nad kuchnią ukraińską, która już powoli wchodzi do naszych restauracji ze względu na napływ kucharzy z tamtego kraju. To może przynieść świeże i nieoczekiwane smaki na talerze.

Jacek Majcherek, szef kuchni restauracji w Grano Hotel Solmarina w Gdańsku

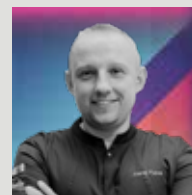
Podróże kształcą. Klienci mają coraz większą świadomość autentyczności produktu, toteż to co pojawia się na talerzu wymaga przemyślanego wyboru. Burrata, pecorino czy mortadella mogą zaskoczyć klienta tylko jeśli są najwyższej jakości. Włoska tradycja, ale w nowoczesnym wydaniu. Sposób serwowania też ma znaczenie. Włoska uliczna trattoria przeniesiona w czystszej formie na polski rynek już nikogo nie zachwyca.

Katarzyna Ryniak, pasta chef i właścicielka manufaktury La Fileja



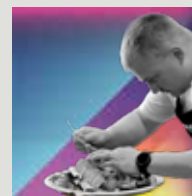
Coraz więcej kucharzy w Polsce łączy polskie dania z innymi kuchniami świata, podają je w innych odstonach. Nasz schabowy może być w nieoczywistej panierce np. panko. Szefowie kuchni tworzą autorskie połączenia smaków i różnych kuchni.

Maciej Piątek, szef kuchni restauracji Steak & Grill Restaurant w Poznaniu



Sushi musi spełniać wymagania najbardziej wysublimowanych koneserów. Wrócimy do podstaw – nigiri, nigiri fusion i smaków dotąd niespotykanych w Polsce. Trzeba zadbać o każdego gościa – w skład menu wejdą niesamowite połączenia, takie jak na przykład chrupiące krewetki smażone na maśle czosnkowym połączone z delikatnym awokado i intensywnym szczypiorkiem. Zjadłbym... nawet teraz...

Marcin Kaczmarek, certyfikowany sushi master, właściciel restauracji Yattai Sushi Bar w Poznaniu



Łączenie smaków z różnych kuchni świata – pikantnego ze słodkim, ostrego z kwaśnym, czy też wszystkich na jednym talerzu. To teraz bardzo mocny trend.

Rafał Telus, pizzaiolo i współwłaściciel restauracji Ferment pizza i krany w Łodzi





Widzę jak goście entuzjastycznie reagują na smak kuchni wschodu i opowiadają z przejęciem, jak smakował, np. sos z fermentowanej soi. Poza tym obserwuję jak przemysł podąża za zapotrzebowaniem i już w Europie mamy uprawy wasabi, galangi, fermy krewetek itp.

Paweł Anders, właściciel restauracji The Cork we Wrocławiu



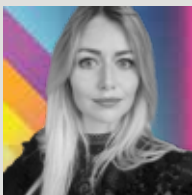
Aby w trudnych dla gastronomii czasach wyrobić sobie pozycję na rynku, trzeba być wyjątkowym. Myślę, że nowo powstające lokale właśnie takie będą. Będą serwować kuchnie z konkretnych zakątków świata, ze szczególnym zwróceniem uwagi na kuchnie Bliskiego i Dalekiego Wschodu, albo wyspecjalizują się w jednym daniu, serwowanym na wiele sposobów.

Arkadiusz Ostrowski, specjalista ds. kuchni włoskiej w Bidfood



Trend azjatycki jeszcze mocniej niż dwa, a nawet trzy lata temu jest widoczny w restauracjach, hotelach a także niewielkich bistro. Produkty azjatyckie pomagają w uzyskaniu unikalnego, zaskakującego smaku (np. połączenie: czekolada, miso i mleczko kokosowe). Nadal utrzymuje się trend na ramen. Nowością jest to, że lokale serwujące tego typu potrawę otwierają się w coraz mniejszych miejscowościach. Mocno rozwija się kuchnia koreańska. W ciągu paru lat będzie jeszcze bardziej widoczne ile lokali ją serwuje, a to za sprawą podobieństw kuchni polskiej oraz koreańskiej.

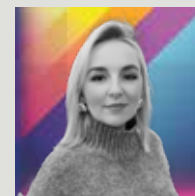
Bartłomiej Fryc, specjalista ds. rozwoju rynku kuchni orientalnej w Bidfood



Moim zdaniem największym trendem tego roku będą: pizza frita, pizza gourmet oraz pizza rzymska. Ta ostatnia zaistnieje nie tylko w restauracjach włoskich, ale także w cateringach czy kuchni hotelowej.

Julita Rusyniak, specjalistka ds. rozwoju Pinea Food w Bidfood

Świadomość wśród konsumentów jest coraz większa, schabowy w bułce tartej już „roboty” nie zrobi. Według mnie przyszłość stoi przed kuchniami świata. Wielokulturowe kulinaria przyciągają uwagę. Mamy większą odwagę na próbowanie dań z różnych zakątków świata. Pandemia COVID pokazała, że mimo ograniczeń w podróżowaniu, mamy wielką potrzebę poznawania nowych miejsc poprzez smaki. Obserwuje się również, że ograniczamy lub rezygnujemy ze spożywania mięsa. Dania wegetariańskie i wegańskie cieszą się coraz większą popularnością. Brak tego typu pozycji w menu spowoduje, że grupa, w której choć jedna osoba nie jada mięsa wybierają inny lokal.



Justyna Fabisiak, przedstawicielka handlowa ds. kuchni włoskiej w Bidfood

Trendem staną się innowacyjne smaki i ich połączenia. Sushi masterzy są znani z eksperymentowania z różnymi smakami. Możemy oczekiwać, że pojawią się nowe, intrygujące połączenia, które dostosowują się do gustów i preferencji. Nie zapominajmy o naszych sąsiadach z za wschodniej granicy - bardzo dużo powstało w ostatnim czasie właśnie „ukraińskich sushi”, gdzie serwuje się zupełnie nowe i zaskakujące smaki, jak np. panierowany żółty ser.



Kuchnia japońska jest otwarta na wpływy innych kuchni i kultur. Możemy oczekiwać dalszej integracji smaków i technik kulinarnych z różnych części świata. Restauracje sushi będą bardziej koncentrować się na tworzeniu pełnego doświadczenia gastronomicznego, obejmującego nie tylko potrawę, ale także atmosferę i interakcję z klientami.

Przemysław Janta, specjalista ds. rozwoju rynku sushi w Bidfood



Z moich obserwacji wynika, że goście chętnie sięgają w restauracji po dania azjatyckie, ale też takie, które inspirowane są tego typu kuchnią z dodatkami jak np. ponzu, miso, sos teryiaki. Przygotowując oferty menu dla grup, czy okolicznościowe bardzo często goście wybierają dania takie jak curry, czy nudle z warzywami i wieprzowiną w pikantnym sosie. Nasza oferta śniadaniowa zawiera produkty tego typu - sałatkę z glonów wakame z tofu, czy też kimchi. Podczas weekendów tematycznych przygotowujemy warsztaty kulinarne, a jednym z tematów jest sushi, co cieszy się bardzo dużym zainteresowaniem.

Janusz Myjak, szef kuchni restauracji

Szósty Zmysł w Dr Irena Eris Hotel Spa w Krynicy Zdroju



Na rynku pojawiają się średnie i małe restauracje związane z bardzo lokalnym typem kuchni. Nie mówimy już tylko "o dobrej kuchni włoskiej", ale skupionych na typowych daniach kuchniach regionalnych: emiliańskiej (region Emilia-Romania), kalabryjskiej (region Kalabria), czy neapolitańskiej (region Kampania).

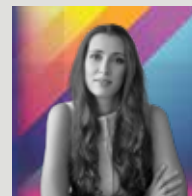
Chiara Arseni, marketing manager w Acetificio Carandini Emilio S.p.a.



Bardzo ciekawym trendem, który jak sądzę za chwilę pojawi się w Polsce, jest kuchnia nurtu Nikkei, czyli inspirująca mieszanka tradycji kulinarnych i składników Japonii i Peru. To niezwykle odkrywcze połączenie powstało w wyniku migracji Japończyków na tereny Peru pod koniec XIX w. Mamy więc peruwiańskie składniki poddawane unikalnym technikom kulinarnym wywodzącym się z tradycji japońskiej.

Paweł Katuski, szef kuchni restauracji Sofitel Warsaw Victoria

Polska gastronomia jest zdominowana przez włoskie wpływy. Liczba restauracji z kuchnią włoską i pizzą jest znacznie większa od tych serwujących pozostałe. Od kilkunastu lat rośnie też sukcesywnie segment azjatycki. Kuchnia japońska, to już nie tylko sushi. W wielu miejscach w kraju zjemy rāmen, onigiri, takoyaki. Rośnie też zainteresowanie deserami z Kraju Kwitnącej Wiśni. Będzie również zapewne więcej koreańskiej kuchni, która jest w trendach ogólnoświatowych. Zwłaszcza jeśli weźmiemy pod uwagę fakt, że firma Daesang, właściciel marki Jongga kimchi buduje fabrykę tego specjału w Polsce. Wśród kuchni, które mogą zyskać na popularności może być też i kuchnia polska. Ostatnio więcej osób zainteresowało się polską kulturą dzięki filmowi „Chtopi”. Do tego w najbliższym czasie jest wiele okazji do przybliżenia światu dziedzictwa kulinarnego naszego kraju. Są wśród nich chociażby takie wydarzenia jak EXPO w Osace w 2025 roku. Warto też pamiętać o tym, że 1 stycznia 2025 roku Polska po raz drugi obejmie prezydencję w Radzie Unii Europejskiej. To świetna okazja do promocji kultury kulinarnej.



Dr Magdalena Tomaszewska-Bolalek, orientalistka, specjalistka od turystyki i dyplomacji kulinarnej, marki narodowej i marketingu miejsc, kierowniczka Food Studies na Uniwersytecie SWPS, autorka książek

Rosnące zainteresowanie kuchniami z różnych regionów świata będzie prowadzić do eksperymentowania z egzotycznymi smakami i technikami gotowania, w tym kuchnią afrykańską, azjatycką i południowoamerykańską.



Kamil Tłuczek, finalista konkursu Bocuse d'Or Europe 2024, szef kuchni restauracji Patio w Grand Hotel Boutique w Rzeszowie i Starym Browarze Rzeszowskim



```
> cona  
to // ...  
} chatGPT*
```



```
chatGPT.message() {
```

Trend związany z fuzją smaków często określany jako kuchnia fusion, to podejście, które łączy elementy różnych tradycji kulinarnych, tworząc innowacyjne i często zaskakujące połączenia smakowe. Jest to wyraz współczesnej globalizacji w gastronomii, która umożliwia kucharzom eksplorowanie i łączenie różnorodnych kuchni świata. Oto kilka kluczowych aspektów tego trendu:

```
KREATYWNOŚĆ I INNOWACJA. {
```

Kuchnia fusion czerpie z bogactwa różnorodnych tradycji kulinarnych, łącząc je w nieoczekiwane zestawienia. Daje to szefom kuchni nieograniczone możliwości do eksperymentowania z teksturami, smakami i technikami gotowania.

```
};
```

```
ZACIERANIE GRANIC KULINARNYCH. {
```

Fuzja smaków zaciera granice między kuchniami narodowymi i regionalnymi, tworząc nowe, hybrydowe style gotowania. Przykładem może być połączenie technik kuchni azjatyckiej z latynoamerykańskimi składnikami lub łączenie klasycznych dań europejskich z orientalnymi przyprawami.

```
};
```

```
PODKREŚLENIE GLOBALIZACJI. {
```

Trend fusion odzwierciedla rozprzestrzeniającą się globalizację i dostępność międzynarodowych produktów i kultur. Dzięki temu

restauracje i klienci są bardziej otwarci na nowe doświadczenia kulinarne, które przekraczają tradycyjne granice kuchni narodowych.

};

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ I ADAPTACJA. {

Fuzja smaków pozwala na adaptację i wykorzystanie lokalnych, sezonowych produktów w międzynarodowych przepisach, co sprzyja zrównoważonemu rozwojowi i minimalizacji śladu węglowego związanego z transportem żywności.

};

PERSONALIZACJA I UNIKALNOŚĆ. {

Restauracje specjalizujące się w kuchni fusion często oferują unikalne, niepowtarzalne menu, które nie jest dostępne w innych miejscach. Daje to klientom możliwość doświadczenia czegoś nowego i niezwykłego, co może być mocnym magnesem przyciągającym gości.


```
// Podsumowując, fuzja smaków podkreśla kreatywność, otwartość na nowości i docenianie globalnej różnorodności kulinarnych tradycji. Jest to dynamiczny i ciągle ewoluujący trend, który zaskakuje, edukuje i inspiruje zarówno kucharzy, jak i smakoszy na całym świecie.
```

```
</script>
```


```
}_
```


#005

EKOLOGIA



Nasz system żywnościowy w dalszym ciągu znacząco wpływa na wiele innych wymiarów kondycji planety (utrata różnorodności biologicznej, zmiany klimatyczne, zanieczyszczenie). Aby nieco spowolnić lub zahamować te procesy, niezbędne jest wprowadzenie zmian i zwrócenie się ku ekologicznym rozwiązaniom.

- > Żywność organiczna
 - > Rolnictwo regeneracyjne
 - > Rolnictwo 2.0
 - > Żywność regeneracyjna
 - > Żywność w obiegu zamkniętym
 - > Upcycling
 - > Algi
 - > Zrównoważone opakowania
 - > Jadalne opakowania
 - > Michelin Green Star
 - > Wpływ zmian klimatycznych na jakość wina
 - > Biało produkowane z powietrza
 - > Rosnąca rola sztucznej inteligencji
- 

Żywność

ORGANICZNA

To produkty wytworzone w systemie rolnictwa, w którym unika się stosowania sztucznych nawozów, pestycydów, regulatorów wzrostu i dodatków do paszy dla zwierząt gospodarskich. Napromieniowanie i wykorzystanie organizmów zmodyfikowanych genetycznie (GMO) lub produktów wytworzonych z GMO są ogólnie zabronione w rolnictwie ekologicznym.

Żywność organiczna jest zdecydowanie lepsza dla planety, ale z wielu badań wynika również, że i dla człowieka. Produkty organiczne są minimalnie przetworzone, zawierają mniej pestycydów i dostarczają więcej przeciwutleniaczy, oraz mikroelementów, takich jak witamina C, żelazo, magnez i fosfor. Badanie opublikowane w 2016 roku w British Journal of Nutrition wykazało, że organiczne mięso i mleko zawierają o 50% więcej kwasów tłuszczowych omega-3 (zdrowych tłuszczów) niż produkty wytwarzane konwencjonalnie.



To taki model produkcji rolnej, który podnosi żywotność gleby i zwiększa jej potencjał do wychwytywania z atmosfery CO₂. Poprawia ilość i jakość plonów, pozwalając oszczędzać wydatki na nawozy i środki ochrony roślin. Rolnictwo regeneracyjne to filozofia (oraz zestaw praktyk rolniczych), która ma na celu odwrócenie procesu wyczerpywania się zasobów naturalnych, spowodowanego przez rolnictwo przemysłowe. Jej celem jest utworzenie zdrowej gleby na długie lata, zwiększenie bioróżnorodności, przywrócenie równowagi w ekosystemach oraz złagodzenie zmian klimatycznych.

Rolnictwo regeneracyjne skoncentrowane jest na działaniach mających na celu zwiększenie procesów ekosystemowych jak:



utrzymanie zdrowych relacji między glebą, roślinami, zwierzętami i mikroorganizmami



poprawa jakości gleby i zwiększenie produktywności upraw

Rolnictwo

REGENERACYJNE





Rolnictwo 2.0

Wraz ze wzrostem światowej populacji, wzrasta wyzwanie, jakim jest produkcja większej ilości żywności przy użyciu mniejszych zasobów. Rolnictwo 2.0 opierające się na postępie technologicznym i zrównoważonych praktykach to:



Rolnictwo precyzyjne: korzystając ze sztucznej inteligencji, rolnicy mogą monitorować swoje uprawy i zarządzać nimi na poziomie szczegółowym, optymalizując zużycie wody, składników odżywczych i pestycydów.



Rolnictwo pionowe: uprawiając rośliny warstwowo, często w kontrolowanych pomieszczeniach, gospodarstwa pionowe mogą wyprodukować więcej żywności na metr kwadratowy, zużywając mniej wody i bez pestycydów.



Organizmy zmodyfikowane genetycznie: pojawiające się technologie genetyczne mogą pomóc w uprawie roślin, które będą bardziej pożywne, odporne, a także dadzą większe plony.



Zdrowie gleby: w celu zachowania zdrowia ziemi i zapewnienia długoterminowej produktywności rolnictwa wprowadza się innowacyjne praktyki rolnicze, takie jak uprawa bezorkowa i stosowanie nawozów biologicznych.

ŻYWNOŚĆ

Stosunkowo nowy, ale bardzo ekspansywny trend. Nie skupiamy się już tylko na jedzeniu, które ląduje na naszych talerzach, ale raczej na sposobie jego produkcji. Celem jest promowanie różnorodności biologicznej i minimalizowanie wpływu rolnictwa na zmiany klimatyczne, a nawet aktywne przeciwdziałanie im w celu regeneracji gleb.

Żywność regeneracyjna konkuruje obecnie z przemysłem organicznym. Choć udział organicznych gruntów rolnych i produktów organicznych jest nadal stosunkowo niewielki. Przez długi czas były one postrzegane jako rozwiązanie wielu problemów naszych czasów, takich jak ochrona środowiska i klimatu, dobrostan zwierząt czy ekologia.

→ regeneracyjna

ŻYWNOŚĆ W OBIEGU ZAMKNIĘTYM



W Niemczech ponad jedna trzecia wyprodukowanej żywności nadal jest wyrzucana. W przeszłości zależało to głównie od konsumentów, ale obecnie start-upy, supermarkety i restauracje w coraz większym stopniu opracowują zrównoważone koncepcje recyklingu żywności. **Trend żywności o obiegu zamkniętym** idzie o krok dalej. Ograniczenie ilości odpadów nie wystarczy. Celem jest przede wszystkim ich przetwarzanie, na przykład odpadów takich jak nasiona, łupiny itp. i zwracanie ich do cyklu biologicznego.

Marki takie jak ReGrained tworzą batoniki z młóta - produktu ubocznego procesu produkcji piwa. Przewiduje się, że rynek żywności poddanej recyklingowi, będący wciąż w powijkach, będzie odnotowywał wzrost o 5% rocznie. Wraz ze wzrostem świadomości konsumentów na temat zrównoważonego rozwoju, upcykling wyróżnia się jako innowacyjne rozwiązanie.

Kolejnym ekscytującym obszarem walki z marnowaniem żywności jest technologia, która umożliwi firmom redukcję odpadów podczas produkcji. Na przykład IKEA w Wielkiej Brytanii nawiązała współpracę ze start-upem Winnow. W rezultacie powstał „inteligentny” kosz na odpady zaprojektowany do rozpoznawania i monitorowania tego, co zostaje wyrzucone. W ten sposób technologia może pomóc w ograniczeniu marnotrawienia ogromnych ilości żywności.



Upcycling

Ponieważ zrównoważony rozwój staje się pilną kwestią, restauracje i bary będą coraz częściej wykorzystywać składniki pochodzące z recyklingu, aby ograniczyć marnowanie żywności. Kreatywnie włączając do potraw produkty uboczne lub pomijane części owoców, warzyw i zbóż, szefowie kuchni będą oferować przyjazne dla środowiska i innowacyjne pozycje menu.

Pojawiają się nowe rynki zbytu dla produktów, które w przeciwnym razie byłyby marnowane (obierki z warzyw i owoców, zepsuta żywność itp.). Duża część tego, co zostaje jako odpady po przetworzeniu żywności zawiera cenne składniki odżywcze, mimo że obecnie jest ona wykorzystywana wyłącznie w postaci paszy dla zwierząt lub po prostu jest wyrzucana.

REFOOD

Spółka ReFood zajmuje się odbiorem i zagospodarowaniem odpadów spożywczych. Obsługuje przedsiębiorstwa z branży spożywczej i gastronomicznej. Jak podaje, jako jedyny usługodawca jest w stanie zagospodarować wszystkie rodzaje odpadów spożywczych, zarówno te pochodzenia zwierzęcego, roślinnego, jak i zużyte oleje kuchenne.

Firma przerabia na biomasę zebrane produkty spożywcze, które z różnych względów nie nadają się do spożycia. Biomasa następnie w biogazowni zostaje poddana higienizacji i fermentacji beztlenowej. Efektem tego procesu jest energia elektryczna, energia cieplna oraz bionawóz.



ReKorek

Inicjatywa ReKorek ma na celu zwiększenie świadomości ekologicznej lokalnych społeczności na temat bogatego zastosowania korka od wina w celu jego ponownego użycia. Jest to naturalny materiał nadający się do recyklingu i ponownego użycia.

Chociaż ze zużytej zatyczki od szampana, prosecco, czy wina nie powstanie jej nowy odpowiednik, jest wiele innych produktów, które wykorzystują naturalny korek jako surowiec. Są to między innymi: tablice korkowe, panele korkowe, korek dekoracyjny, podkładki z korka, korek izolacyjny, kostka do jogi, mata do jogi czy nawet części motoryzacyjne.



Mąka z odpadów karczochów

Firma Circular Fiber to innowacyjny start-up, którego celem jest zwalczanie marnotrawstwa żywności poprzez przekształcanie odpadów rolno-spożywczych w wartościowe produkty. Obecnie koncentruje się na produkcji mąki Karshof - pożywnej i wszechstronnej mąki otrzymywanej z odpadów z przetwórstwa karczochów. Jest ona odpowiednia dla diabetyków i osób cierpiących na celiakię. Charakteryzuje się wyjątkowymi właściwościami odżywczymi i niskim wpływem na środowisko. Karshof może być stosowana jako składnik różnych produktów spożywczych.



Pożywne proszki z odpadów warzyw i owoców

Firma Green Spot zajmuje się przetwarzaniem odpadów takich jak młóto browarnicze, wyczożyny z winogron winiarskich, wyczożki z jabłek itp. na pożywne proszki, które mają właściwości odżywcze i można je dodawać do wielu produktów spożywczych oraz napojów.



EITFood

To Wspólnota Wiedzy i Innowacji w obszarze żywności. Została utworzona przez 50 partnerów z 13 państw UE, wśród których znajdują się uniwersytety, ośrodki badawcze oraz najprężniej działające przedsiębiorstwa. Głównym celem konsorcjum jest rozwinięcie sektora żywności opartego na nowych technologiach i usługach, a przede wszystkim na potrzebach i oczekiwaniach konsumentów. Przełoży się to na podniesienie jakości zdrowia i życia obywateli UE. Projekty tworzone przez partnerów EIT Food obejmują wszystkie elementy łańcucha wartości sektora żywności, m.in. aktywności realizowane w wielowymiarowym ujęciu, np.: produkcja pierwotna - roślinna lub zwierzęca i jej modelowanie przy pomocy metod biotechnologicznych procesy jednostkowe, zarządzanie, ekonomika produkcji, biznesplany poszczególnych przedsięwzięć wdrożeniowych, energochłonność, wodochłonność, zachowania konsumenckie, komunikacja z konsumentami, relacja żywność a zdrowie, produkcja urządzeń.



foto. Adobe Stock



Algi

Ze względu na to, iż światowa podaż gruntów rolnych jest w dalszym ciągu ograniczana przez popyt ze strony rosnącej populacji globalnej, glony są atrakcyjne, gdyż można je uprawiać w wodzie.

Algi zwane zielonym złotem, zyskują na popularności jako pożywienie i zrównoważone źródło białka. Mają niezliczoną ilość zalet - od zawartości bogatej w kwasy omega po wychwytywanie dwutlenku węgla.

Szacuje się, że do 2033 r. wielkość rynku mikroalg osiągnie wartość 18 miliardów dolarów. Niezależnie od tego, czy będziemy z nich produkować witaminy, czy roślinne burgery. Firmy takie jak MiAlgae i Green Stream Farms już odnoszą sukcesy w produkcji alg na potrzeby zrównoważonych suplementów omega-3.

Z RÓWNOWAŻONE OPAKOWANIA

W miarę narastania kryzysu środowiskowego branża zwraca się w stronę zrównoważonych rozwiązań w zakresie opakowań, mając na celu zmniejszenie swojego śladu węglowego. Od tworzyw sztucznych pochodzenia roślinnego po opakowania bezodpadowe – firmy wprowadzają innowacje, aby sprostać zapotrzebowaniu konsumentów na ekologiczne alternatywy.

Biorąc pod uwagę, że wartość rynku zrównoważonych opakowań do żywności i napojów ma w ciągu najbliższych pięciu lat przekroczyć 100 miliardów dolarów, start-upy pragną opracowywać rozwiązania w tej dziedzinie. Uniwersytet w Cambridge stworzył Xampla - start-up opracowujący jadalne i biodegradowalne opakowania na bazie roślin.

Ponieważ przepisy zaczynają wymagać od firm stosowania ekologicznych opakowań swoich produktów, giganci na całym świecie prawdopodobnie zwiększą inwestycje w te rozwiązania w najbliższych latach.

[CIE KA WO STKA]

POLLYPIZZA WPROWADZA WIELORAZOWE OPAKOWANIA

Właściciele warszawskiej pizzerii Pollypizza NEOpolitan wprowadzili do swojej oferty opakowania wielorazowego użytku. Jak to działa w praktyce? Wybierając plastikowe opakowanie wielorazowe, trzeba zapłacić 40 zł kaucji. To od klienta zależy, czy pudełko zwróci z powrotem do lokalu w ciągu trzech miesięcy (i odbierze kaucję) czy zatrzyma je w domu na przyszłe wynosy. Nawet w aplikacjach dowozowych można zamówić plastikowe pudełko i później zwrócić je w restauracji. Pudełka wielorazowe to gratka dla statych bywalców pizzerii.





JADALNE OPAKOWANIA

W miarę wzrostu naszej świadomości na temat wpływu opakowań jednorazowych na środowisko, wersje jadalne stanowią innowacyjne rozwiązanie. Do produkcji tyżek, torebek, pojemników i folii można wykorzystać materiały takie jak wodorosty, ryż i skórki owoców. Dodają one potrawom niepowtarzalnego smaku i aromatu (choć istnieją wersje – zwłaszcza te wykonane z wodorostów – które mogą być bezwonne i pozbawione smaku, aby zachować oryginalny smak potrawy lub napoju). Tendencja ta doskonale wpisuje się w dążenie wielu firm do zrównoważonego rozwoju, zapewniając wyjątkową alternatywę, która jest tak samo przyjazna dla środowiska, jak i naszych kubków smakowych.



KOWANIA

Zero heroes

„Bycie eko” to trend od lat. Udało się już nawet wyrobić wiele nawyków, które wspierają tę inicjatywę. Wg raportu Pyszne.pl wśród ankietowanych:

■ mrozi nadmiar jedzenia

68%



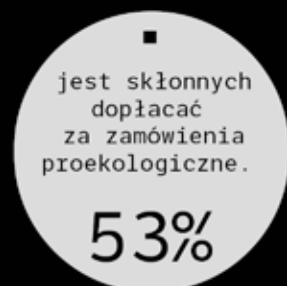
■ zamawiając jedzenie na wynos, rezygnuje z jednorazowych sztuczków

60%



■ jest skłonnych dopłacać za zamówienia proekologiczne.

53%



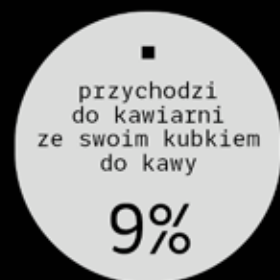
■ wielokrotnie wykorzystuje te same torby lub opakowania na żywność

83%



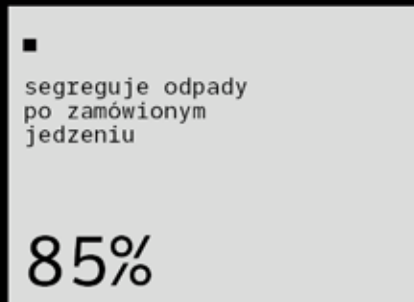
■ przychodzi do kawiarni ze swoim kubkiem do kawy

9%



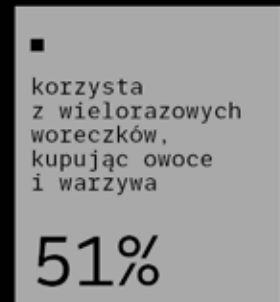
■ segreguje odpady po zamówionym jedzeniu

85%



■ korzysta z wielorazowych woreczków, kupując owoce i warzywa

51%



Kulinarna rewolucja z gębin oceanu

Ángel León - szef kuchni hiszpańskiej restauracji Aponiente, poświęca się przekształcaniu produktów wyrzucanych przez komercyjne łodzie rybackie w dzieła sztuki gastronomicznej. Przerabia mało znane i niechętnie wybierane przez klientów ryby w lubiane przez nich wędliny - kietbaski, chori-zo, hamburgery, kaszanke, szynkę, salami. Z brzucha czerwonego tuńczyka Almadraba wycina szynkę. Zamienia skóre muren w chrupiące kaski, które z łatwością można pomylić ze skwarkami wieprzowymi. Z ikry tuńczyka, którą zwykle się wyrzuca, robi ser morski. Ze sfermentowanych wodorostów przygotowuje słodkie, tarte nadzienie o konsystencji gotowanych jabłek.



POZNAJ
restaurację
Aponiente



SUSTAINABILITY

w restauracjach

NA ŚWIECIE:

TOYO EATERY W MANILI

Podczas gdy wielu kojarzy zrównoważony rozwój wyłącznie ze środowiskiem, Toyo Eatery w Manili stawia na zrównoważony rozwój ludzi i dziedzictwa kulturowego, które mają kluczowe znaczenie dla ochrony planety. Współpraca zespołu z lokalnymi producentami i rzemieślnikami jest uzupełniana rygorystycznym podejściem do zaopatrzenia, skupieniem się na rodzimych, filipińskich składnikach i zobowiązaniem do generowania niskiego śladu węglowego, co czyni ich godnymi zwycięzcami nagrody Flor de Caña Sustainable Restaurant Award 2023.



fot. theworlds50best.com



POZNAJ
Toyo Eatery



RESTAURACJA OCD W TEL AVIVIE

19-daniowe menu serwowane jest jednocześnie 19 osobom zgromadzonym przy barze otaczającym kuchnię. Każde danie jest przygotowywane i podawane na oczach gości przez szefa kuchni Raza Rahava i jego zespół. Menu OCD jest odtwarzane cztery razy w roku, zgodnie z porami roku, a każdy posiłek kręci się wokół innego tematu i historii, zawsze wykorzystując lokalne surowce od rzemieślników. Wiele dań OCD opiera się na produktach, które zazwyczaj są wyrzucane: na przykład włókniste spody łodyg szparagów dojrzewają w currze i podawane są jako deser.



fot. ocdtlv.com



POZNAJ
OCD Tel Aviv

BAR RE W SYDNEY

Re zajmuje pierwsze miejsce na świecie jeśli chodzi o minimalizowanie odpadów. Prawie wszystko, z czym można się tu zetknąć - od „skórzanych” siedzisk wykonanych z liści ananasa i blatu barowego z lastryko wspartego o butelki po mleku, po niedoskonałe szkło Maison Balzac i ocalałą ceramikę Mud - ma na celu zminimalizowanie wpływu na środowisko. Jeśli chodzi o napoje, można spodziewać się koktajli wykonanych z odpadów żywnościowych takich jak chleb, kurczak, skorupy owoców morza, warzywa korzeniowe i jajka oraz wina Latta Vino nalewanego z dziesięciolitrowych beczek.



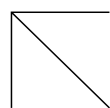
POZNAJ
Re w Sydney



Wyższe temperatury powodują, że cykl wzrostu gron zachodzi szybciej. Pączkowanie, kwitnienie, zawiązywanie owoców i zbiory mają miejsce średnio o 10 dni do 2 tygodni wcześniej. Ogólnie oznacza to, że poziom alkoholu jest wyższy, kwasowości niższy, a garbniki (które dojrzewają później) często są bardziej pikantne i mniej wyrafinowane. Wyższe temperatury w okresie wegetacyjnym utrudniają winiarzom osiągnięcie równowagi w owocach, a co za tym idzie - w gotowym winie.

Zielone gwiazdki może nie są jeszcze tak ważne, jak te klasyczne, ale z pewnością będą zyskiwać na znaczeniu. Są przyznawane od 2020 r. Każdy lokal, który otrzymuje Michelin Green Star, musi spełniać wymagania tzw. sustainability. Termin ten tłumaczy się często jako „zrównoważony rozwój”, ale nie do końca oddaje to jego istotę. Chodzi tu bowiem o takie praktyki, które z jednej strony zakładają etyczną współpracę restauracji z dbającymi o środowisko producentami i dostawcami, a z drugiej – o wprowadzenie rozwiązań, które będą korzystne dla planety. Wśród premiowanych inicjatyw wymienia się m.in. korzystanie z sezonowych produktów, rozwiązania w duchu less waste, redukcję plastiku czy edukowanie gości i wyjaśnianie im, dlaczego lokal podejmuje takie kroki.

WPŁYW ZMIAN KLIMATYCZNYCH NA SMAK I AROMAT WINA



OGRANICZENIE **WODY** w produkcji *alkoholu*



Woda stanowi ponad 60% napojów spirytusowych i ponad 90% piwa. Pozostałe składniki — winogrona i zboża — również zależą od nawadniania w rolnictwie, co sprawia, że zaopatrzenie w wodę ma absolutnie kluczowe znaczenie w łańcuchu dostaw. Producenci alkoholi zmieniają strategie produkcyjne, aby zaoszczędzić każdą kroplę, która jest na wagę złota.

Naukowcy zaczęli wytwarzać białko z powietrza. To proces podobny do fermentacji jogurtu lub sera, z kluczową różnicą polegającą na tym, że dwutlenek węgla, azot i tlen są przepuszczane przez duże zbiorniki fermentacyjne, a kultura bakterii wytwarza białka w ciągu kilku godzin. To przyjazne dla środowiska podejście, mogące rozwiązać problem emisji gazów cieplarnianych z rolnictwa i produkcji zwierzęcej, które razem odpowiadają za 20% obecnego globalnego rynku śladu węglowego.



BIAŁKO PRODUKOWANE *z powietrza*

Rosnąca ROLA *sztucznej* INTELIgENCJI



Fot. Midjourney / Bidfood

Przemysł spożywczy w coraz większym stopniu wykorzystuje sztuczną inteligencję (AI) do opracowywania nowych produktów oraz poprawy wydajności i zrównoważonego rozwoju, a liczba firm korzystających z AI podwoiła się od 2017 r. Firmy takie jak Nestlé wykorzystują sztuczną inteligencję do identyfikacji białek umożliwiających produkcję zdrowej żywności.

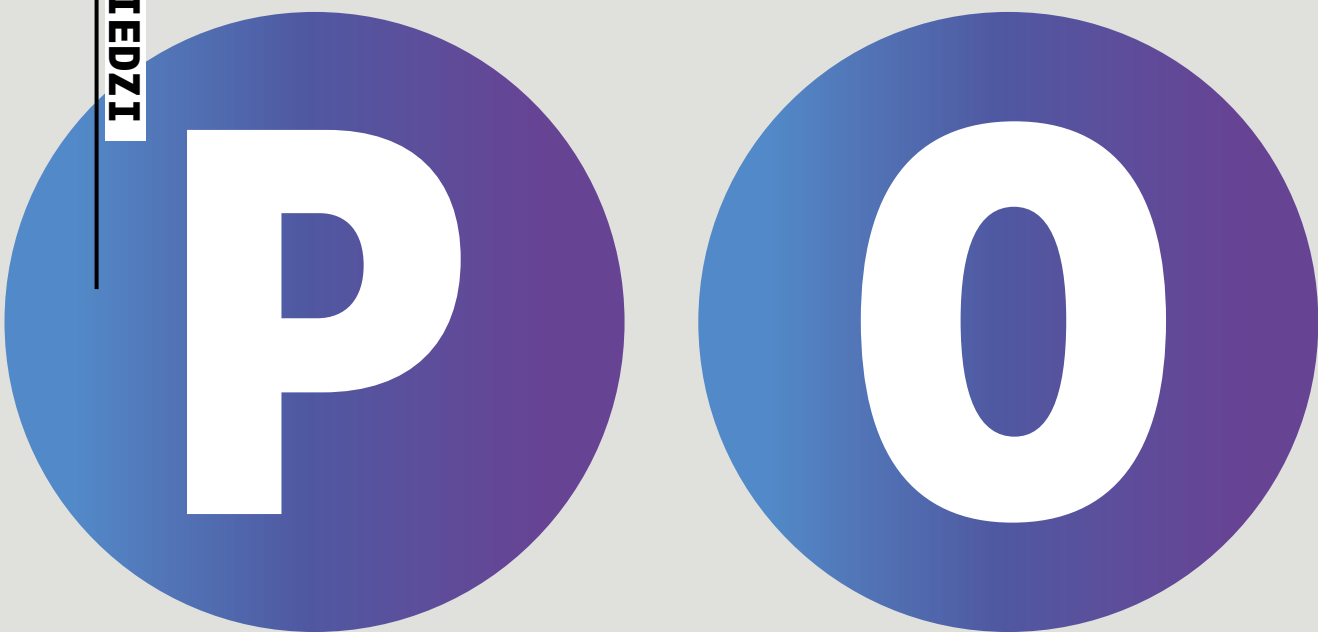
Korzystanie ze sztucznej inteligencji pozwala stawić czoła kluczowym wyzwaniom środowiskowym. Może ona pomóc firmom we wczesnym wykrywaniu czynników powodujących marnowanie żywności. Na przykład supermarkety mogą używać narzędzi opartych na AI do skanowania i identyfikowania zdatności produktów do spożycia, aby uniknąć ich wyrzucania.

WY

PO



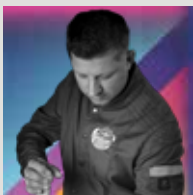
WYPowiedzi



WIEDZ

i

>



Żyjemy coraz szybciej i coraz mniej zostaje nam czasu na przygotowanie ulubionych i nowych posiłków, przede wszystkim pełnowartościowych. Mając na uwadze rosnące ceny, a także ograniczoną dostępność wielu produktów będziemy funkcjonować w duchu zero waste. Ograniczenie kosztów produkcji i prowadzenia biznesu w gastronomii, zachowując odpowiedni standard będzie nadrzędnym priorytetem. Dlatego modne będą sprawdzone i szybkie, tradycyjne przepisy, które modyfikuje się zgodnie z tym, co mamy aktualnie dostępne chociażby w lodówce. Czas pokazuje też, że co raz bardziej eksperymentujemy i nie boimy się łączyć nieoczywistych produktów. Dlatego celebrowanie jedzenia w domu, czy na mieście będzie bardziej przemyślane i świadome.

Cezary Skurtys, szef kuchni cateringu Diety od Brokuła



Kwestie zrównoważonego rybołówstwa i ochrony środowiska stają się coraz ważniejsze. Konsumenci częściej pytają o pochodzenie ryb i produkty pochodzące ze zrównoważonych źródeł. Restauracje i sklepy spożywcze mogą stawiać na ryby pochodzące z certyfikowanych łowisk, co może wpłynąć na dostępność i popularność pewnych gatunków ryb.

W miarę jak rośnie nasza świadomość zdrowego stylu życia i wpływu na środowisko, żywność ekologiczna, organiczna i lokalnie produkowana staje się coraz bardziej pożądana. Restauracje, które wykorzystują taką żywność, mogą spodziewać się większej liczby klientów. W najbliższym czasie zobaczymy dalszy rozwój tego trendu, a konsumenci będą bardziej świadomi źródeł swojej żywności.

W odpowiedzi na globalny problem marnotrawstwa żywności, restauracje będą bardziej zaangażowane w strategię ograniczania odpadów. Korzystanie z całych produktów, kompostowanie odpadów organicznych i promowanie zrównoważonego podejścia do surowców będą priorytetem.

Jacek Majcherek, szef kuchni restauracji w Grano Hotel Solmarina w Gdańsku

Ze względu na rosnącą świadomość konsumentów na temat zmian klimatycznych oraz odpowiedzialności za środowisko, coraz więcej ludzi będzie szukać żywności produkowanej w sposób zrównoważony. Obejmuje to lokalne produkty, ekologiczne oraz te, które mają niski wpływ na środowisko. Rynek cateringów ewoluuje w kilku kierunkach. Są to zdrowa żywność, dostosowywanie do potrzeb indywidualnych klientów oraz dostarczanie posiłków w ekologicznych opakowaniach, które już wkrótce staną się normą. Ponadto już pandemia COVID-19 wymusiła na większości firm wyższe standardy higieniczne i bezpieczne metody dostarczania posiłków, a Sanepid i WIJHARS regularnie śrubują normy i wzmagają kontrole nad jakością, bezpieczeństwem żywności i procesami produkcyjnymi.

Produkty lokalne, świeże składniki, będą wśród najbardziej pożądanych, a produkty o wysokiej zawartości sztucznych dodatków, konserwantów oraz te, które nie są zgodne z ideą zrównoważonego rozwoju, stracą na popularności.

Łukasz Dawidziuk, prezes Kuchnia Vikinga Catering Dietetyczny

Z moich obserwacji wynika, że gastronomia zmierza płynnie w kierunku kuchni produktu, w której główną rolę odgrywa jakość składników, m.in. pochodzących z ekologicznych upraw.

Stawomir Podlewski, szef kuchni restauracji Soczewka Kuchnia+Bar we Wrocławiu





Od kilku lat można zauważyć coraz większe zainteresowanie kuchnią roślinną. Klienci postrzegają wege dania w kontekście nie tylko zdrowia, ale także ekologii. Dlatego dążenie do coraz czystszych składów i lepszych jakościowo produktów będzie coraz bardziej widoczne. Jak pokazała nam pandemia i kryzys – produkt dobry jakościowo obroni się na rynku i klient chętniej po niego sięgnie.

Tomasz Walczowski, Country Manager Poland, ALFA BIO s.r.o.



Następuje zwrot ku winom naturalnym – małe winnice, lokalne, a także sięganie po trunki z włoskich, niewielkich winnic.

Monika Mameli, Trattoria Italiana, Łódź



W gastronomii przyjęł się trend, który polega na tym, że restauratorzy zmniejszają główną kartę menu i tworzą wkładki sezonowe, dzięki czemu mogą zapewnić większą świeżość produktów i zmniejszyć magazynowanie (goście bardzo zwracają uwagę na jakość oraz świeżość produktów), co napędzają influencerzy kulinarni oraz programy telewizyjne. Wkładki uatrakcyjniamy ofertę restauracji, goście mają możliwość posmakowania nowych i ciekawych potraw.

Adam Pudętko, szef kuchni, restauracji Villa Toscana w Warszawie

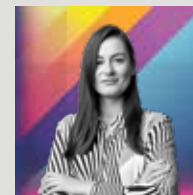


Wielu konsumentów coraz bardziej dba o ekologię i zrównoważoną produkcję żywności. W kuchni japońskiej istnieje już tradycja wykorzystywania lokalnych i świeżych składników. Może to prowadzić do większego nacisku na sezonowość i lokalne produkty.

Przemysław Janta, specjalista ds. rozwoju rynku w Bidfood

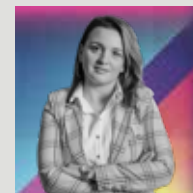
To natura dyktuje nam trendy, a więc nadal sezonowość będzie królować. Istotne jest to, że przez zmianę klimatu coraz bardziej przesuwają się granice i to, co zawsze było dostępne w określonym momencie, nagle pojawia się o wiele wcześniej lub ta dostępność się opóźnia. Jedyne na co mamy wpływ to, aby zadbać o planetę zaczynając od siebie i swojego najbliższego otoczenia. Do całej reszty musimy się dostosować i wykazać się dużą elastycznością i cierpliwością, a natura i branża horeca na pewno nam za to podziękują.

Justyna Salamon, specjalistka ds. rozwoju kategorii
owoce i warzywa w Bidfood



Uwarunkowania makroekonomiczne są i nadal będą dla branży wyjątkowo wymagające. Pandemia COVID-19, spadająca siła nabywcza, globalna inflacja, wzrost kosztów działalności, a w tym food costu – to wszystko powoduje, że w gastronomii narasta presja kosztowa, co z kolei zmusza właścicieli restauracji do coraz większej optymalizacji zarządzania finansami. Szukają w związku z tym rozwiązań ułatwiających to zarządzanie. Odpowiedzią są produkty wystandaryzowane, uformowane, łatwe w przygotowaniu, ale nie odstające jakościowo od tych, które powstałyby od zera w lokalu. Np. burgery 100% wołowiny, które zawsze mają taką samą gramaturę, kształt, a ich świeżość zapewnia technologia mrożenia IQF (w szczycie świeżości wołowiny każdy burger jest indywidualnie szokowo zamrażany). Mrożenie poza redukcją kosztów operacyjnych i personalnych, pomaga również zarządzać stanami magazynowymi i przyczynia się do zmniejszenia strat i utylizacji (np. z powodu przeterminowanego mięsa).

Justyna Dąbrowska-Malinowska, dyrektor ds. sprzedaży, SKŁODOWSCY,
dostawca Meat The Premium





Zmiany klimatyczne mają duży wpływ na branżę winiarską. Winogrona dojrzewają wcześniej, zbiory odbywają się w wyższych temperaturach, w owocach jest więcej cukru, a to daje wyższy procent alkoholu. Wytwórca wina musi być elastyczny, aby co roku dostosowywać się do jakości zbiorów. Jeśli zrobi to dobrze, uzyska świetne wyniki, jeśli nie – wręcz przeciwnie. Występują również inne czynniki, które są lokalne. Na przykład w Galicji duży wzrost liczby os, które pustoszą winnice.

Miguel i Angel Gil, właściciele Gil Family Estates



Trend zero waste koncentrujący się na zrównoważonym rozwoju nie marnowaniu żywności, stał się nieodłącznym elementem obecnej gastronomii. Tworzenie potraw z wykorzystaniem produktów praktycznie bez strat, pozwala na utrzymanie rentowności lokali.

Wiesław Bober, szef kuchni restauracji Wzorcownia
w hotelu Fabryka Wełny w Pabianicach



Widoczny jest nacisk na stosowanie opakowań przyjaznych środowisku. Łatwe w recyklingu BIB, kegi, czy też butelki z cieńszego i lżejszego szkła są coraz częściej wybierane. Zwracamy się w ich stronę w trosce o planetę. Przeświadczenie o wyższej jakości win butelkowanych w grube szkło przechodzi powoli do lamusa.

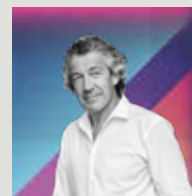
Rafał Antoniak, sommelier Fine Wine,
koordynator ds. rozwoju rynku w woj. łódzkim

Wielu producentów w różnych regionach winiarskich świata stara się produkować wina w zgodzie z naturą, przy częściowym lub całkowitym porzuceniu środków chemicznych podczas uprawy i produkcji. Konsumenci coraz częściej zwracają uwagę na obecność certyfikatu z zielonym listkiem, mając na uwadze aspekty ekologii, jak również dbanie o swoje samopoczucie przy zwiększonej konsumpcji.



Kacper Woźniak, sommelier Fine Wine

Biodynamika jest dla wielu trendem, ale dla mnie już częścią filozofii w produkcji wina. To tworzenie win lepszych i bliższych naturze. Natura jest w sercu każdej inicjatywy w Gérard Bertrand. Jesteśmy pierwszą certyfikowaną przez Demeter winnicą biodynamiczną na świecie. To, w jaki sposób działamy, jest lepsze nie tylko dla trunków, ale i dla planety. Dla mnie to nawet nie tyle patrzenie w przyszłość, ale odwoływanie się do dziedzictwa naszych przodków.



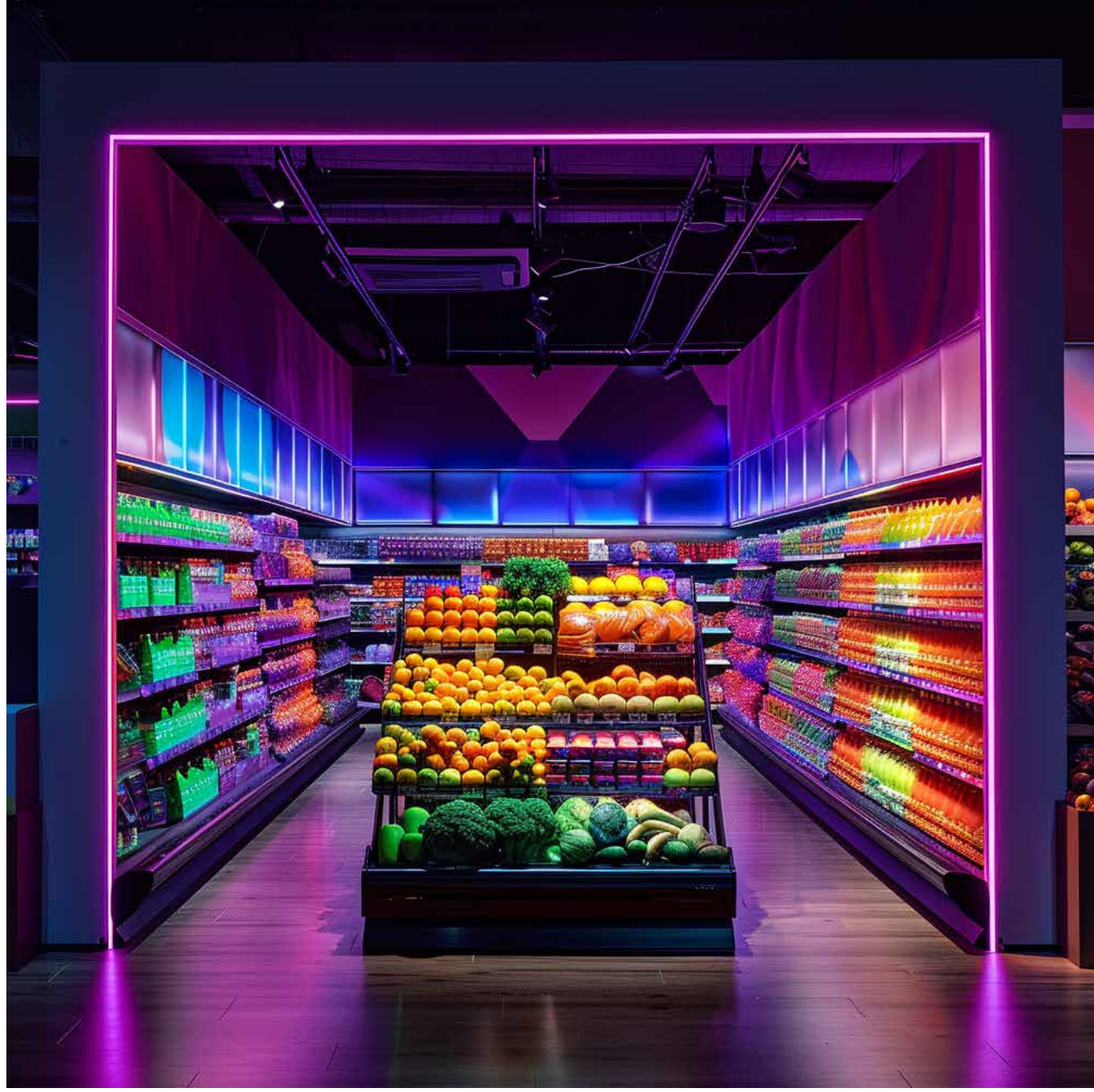
Gérard Bertrand, właściciel i główny winemaker winnic Gérard Bertrand, winemaker roku 2023

Coraz większą uwagę będzie się przywiązywać do ekologicznych i zrównoważonych praktyk produkcji żywności, włączając w to lokalne, sezonowe składniki oraz ograniczenie marnowania żywności.



Konsumentom będzie zależało nie tylko na smaku, ale także na funkcjonalności żywności, takiej jak dodatkowe korzyści zdrowotne, np. żywność bogata w probiotyki, przeciwutleniacze czy adaptogeny.

Kamil Tłuczek, finalista konkursu Bocuse d'Or Europe 2024, szef kuchni restauracji Patio w Grand Hotel Boutique w Rzeszowie i Starym Browarze Rzeszowskim



```
> co na  
to // ...  
} chatGPT*
```



```
chatGPT.message() {
```

Trend ekologiczny w gastronomii odzwierciedla rosnącą świadomość konsumentką dotyczącą wpływu żywności na zdrowie i środowisko. Przejawia się to poprzez zwiększone zainteresowanie zrównoważonym rolnictwem, lokalną produkcją żywności, minimalizacją odpadów oraz promowaniem zdrowszych opcji żywieniowych. Oto kilka kluczowych aspektów tego trendu:

```
ZRÓWNOWAŻONE ŹRÓDŁA ŻYWNOCI. {
```

Restauracje i producenci żywności coraz częściej zwracają uwagę na to, skąd pochodzą ich składniki. Preferowane są produkty pochodzące ze zrównoważonego rolnictwa, rybołówstwa i hodowli, które minimalizują negatywny wpływ na środowisko. Konsumentci coraz częściej szukają informacji o pochodzeniu żywności, którą konsumują.

```
};
```

```
LOKALNOŚĆ I SEZONOWOŚĆ. {
```

Trend ekologiczny promuje spożywanie produktów lokalnych i sezonowych. Ma to na celu wsparcie lokalnych gospodarek, zmniejszenie śladu węglowego związanego z transportem żywności oraz zapewnienie świeżości i jakości produktów.

```
};
```

```
MINIMALIZACJA ODPADÓW. {
```

Kolejnym ważnym elementem jest dążenie do zmniejszenia ilości odpadów żywnościowych. Restauracje i producenci stosują różne

strategie, aby wykorzystać żywność w sposób bardziej efektywny, np. poprzez kreatywne wykorzystanie resztek lub kompostowanie odpadów organicznych.

};

WEGETARIANIZM I WEGANIZM. {

Roślinne diety zyskują na popularności nie tylko ze względów zdrowotnych, ale również etycznych i ekologicznych. Wiele restauracji włącza do swoich menu więcej opcji wegetariańskich i wegańskich, reagując na rosnące zapotrzebowanie na żywność pochodzenia roślinnego.

};

EKOLOGICZNE OPAKOWANIA. {

Wzrasta świadomość dotycząca wpływu opakowań na środowisko, co skłania producentów żywności i restauracje do poszukiwania bardziej zrównoważonych rozwiązań. Stosowane są opakowania biodegradowalne, kompostowalne lub wielokrotnego użytku, aby zmniejszyć ilość plastiku i innych trudno rozkładających się materiałów.


```
// Podsumowując, trend ekologiczny w gastronomii podkreśla potrzebę odpowiedzialnego podejścia do produkcji, dystrybucji i konsumpcji żywności. Promuje zdrowsze nawyki żywieniowe, wspiera ochronę środowiska i zachęca do większej świadomości ekologicznej wśród konsumentów i przedsiębiorstw.
```

```
</script>
```


```
}_
```

#006





Digitalizacja i nowe technologie stają się głównym motorem rozwoju branży gastronomicznej, a rozwiązania technologiczne – takie jak kody QR, roboty kelnerskie, cyfrowe menu czy systemy AI – coraz powszechniej pojawiają się w stacjonarnych restauracjach, usprawniając ich funkcjonowanie i przyciągając klientów.

- > Sztuczna inteligencja
 - > Chatboty AI w aplikacjach do zamawiania jedzenia
 - > Blockchain w gastronomii
 - > Roboty kelnerskie
 - > Oddziaływanie multisensoryczne
 - > Ultradźwięki w produkcji soków i smoothie
 - > Precyzyjna fermentacja
 - > Hodowla mięsa i ryb z komórek mięśniowych i tłuszczowych
 - > Inteligentna technologia kuchenna
 - > Alexa for hospitality
 - > Viral na talerzu
 - > Persony
- 

SZTUCZNA INTELIGENCJA

Sztuczna inteligencja stała się niezbędnym składnikiem innowacji w branży żywności i napojów. Rewolucjonizuje ona każde ogniwo łańcucha – od pola do stołu. AI jest wykorzystywana do optymalizacji wzrostu upraw, opracowywania innowacyjnych produktów, polecenia konsumentom pozycji w menu i wielu innych celów.



CHATBOTY AI W APLIKACJACH DO ZAMAWIANIA JEDZENIA

Wyścig o integrację chatbotów AI z zewnętrznymi aplikacjami do dostarczania jedzenia trwa. Pierwsze skrzypce grają główni gracze – DoorDash i Uber Eats.

Bot AI Ubera będzie oferować rekomendacje dotyczące dostawy jedzenia i pomagać klientom szybciej składać zamówienia. Po uruchomieniu chatbot Uber Eats poprosi klientów o podanie budżetu i preferencji żywieniowych, co ułatwi im złożenie zamówienia.


Tymczasem największy konkurent Ubera, DoorDash – firma zajmująca się dostawą jedzenia online w USA z 65% udziałem w rynku – pracuje nad własnym chatbotem AI. Oprogramowanie o nazwie DashAI zostało po raz pierwszy odkryte w aplikacji DoorDash i obecnie jest testowane na niektórych rynkach w ograniczonej wydajności. Podobnie jak chatbot Ubera, DashAI zaprojektowano tak, aby zapewniać klientom spersonalizowane rekomendacje restauracji na podstawie prostych podpowiedzi tekstowych.



Blockchain

w gastronomii

Pandemia COVID-19, konflikty zbrojne, zmiany środowiska i inne zjawiska ukazały, jak kruche są światowe łańcuchy dostaw żywności. W rezultacie stały się one głównym przedmiotem innowacji w zakresie żywności i napojów. Liczba rozwiązań pojawiających się w tej przestrzeni jest ogromna i interesująca. Na przykład środowisko akademickie i start-upy opracowują „kody kreskowe DNA” dla żywności i napojów. Jest to proces polegający na dodawaniu do produktów szczepów drożdży, które można następnie prześledzić na każdym etapie łańcucha dostaw. Technologia śledzenia jedzenia od pola do talerza może rzucić światło na pochodzenie żywności podawanej w firmach gastronomicznych i restauracjach, zapewniając pewność zarówno szefom kuchni, jak i gościom. Dzięki niej klient będzie mógł prześledzić ścieżkę każdego produktu, który znalazł się w jego potrawie.



Roboty *kelnerskie*



Sztuczna inteligencja coraz bardziej wspiera ludzi w wielu dziedzinach życia. Rozwiązania AI są również obecne w branży restauracyjnej czy hotelarskiej. Nikogo nie dziwi już korzystanie z chatbotów lub asystentów głosowych, które wykorzystują sztuczną inteligencję. Od jakiegoś czasu serce klientów oraz właściciele lokali podbijają roboty kelnerskie, które pomagają w zbieraniu zamówień oraz rozwożeniu zamówień do stolików. Można już wybierać spośród wielu modeli w zróżnicowanych cenach.

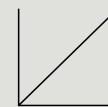


Oddziaływanie *multisensoryczne*

Podczas jedzenia wpływ na nasze odczucia mają talerze i sztuce. Kanadyjscy psychologowie odkryli, że jedzenie podawane na okrągłych, białych talerzach wydaje się słodsze. Goście restauracji lepiej oceniają dania na kwadratowych czarnych talerzach niż na okrągłych w tym samym kolorze. Kawę w białych filiżankach uważa się za bardziej intensywną niż kawę w niebieskich. I nikt nie będzie zaskoczony, że liczne badania pokazują, że korek wykonany z dębu korkowego w butelce wina znacząco podnosi opinię konsumentów na temat jej zawartości. Nie bez znaczenia również podczas jedzenia pozostaje światło (w przyciemnionym wszystko lepiej smakuje), a także dźwięk – na wyższych tonach odczuwamy smaki umami intensywniej.



ULTRADŹWIĘKI W PRODUKCJI SOKÓW I SMOOTHIE



Specjaliści ds. żywności wykorzystują technologię ultradźwięków do produkcji soków owocowych i smoothie, które są bardziej odżywcze i mają dłuższy okres przydatności do spożycia.



PRECYZYJNA FERMENTACJA

Coraz popularniejsza ze względu na swój potencjał zastąpienia tradycyjnych produktów mlecznych, precyzyjna fermentacja jest rozwiązaniem umożliwiającym produkcję białek zwierzęcych bez partycypacji zwierząt. Z technologii tej korzystają start-upy takie jak Perfect Day i New Culture do produkcji składników mlecznych bez udziału krów. Ponieważ hodowla zwierząt w dużym stopniu przyczynia się do emisji gazów cieplarnianych, zwolennicy tej metody chwalą precyzyjną fermentację jako zrównoważoną alternatywę dla konwencjonalnej produkcji mleka.

Hodowla **mięsa i ryb** z komórek mięśniowych i tłuszczowych zwierząt

Proces pozwala na wytwarzanie artykułów, które smakują jak oryginał, bez zabijania zwierząt. Zainteresowanie budzi również koncepcja produktów hybrydowych, łączących mięso pochodzenia roślinnego i hodowlanego. Produkty te, zawierające zaledwie 10% mięsa hodowlanego, oferują bogatszy smak niż ich w pełni roślinne odpowiedniki. Są także łatwiejsze w skalowaniu niż produkty pochodzące wyłącznie z upraw.

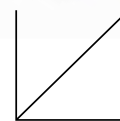


Inteligentna



technologia

kuchenna



Nowoczesna kuchnia staje się centrum technologii. Inteligentne urządzenia, które synchronizują się z potrzebami żywieniowymi, przepisy oparte na sztucznej inteligencji dostosowane do zawartości lodówki i zautomatyzowane procesy gotowania to tylko kilka innowacji na horyzoncie.

Firma Electrolux opracowała koncepcję kuchni przyszłości – GRO, która rewolucjonizuje przestrzeń kuchenną, zapewniając zrównoważoną przyszłość. Opiera się ona na danych i naukach behawioralnych, których celem jest pomaganie użytkownikom w przyszłości odżywiać się zdrowiej i bardziej ekologicznie. Ma za zadanie przede wszystkim zachęcać użytkowników, aby przynajmniej połowa ich diety pochodziła z roślin.

**[CIE
KA
WO
STKA]****APLIKACJA BOTATOUILLE**

Botatouille to innowacyjny generator przepisów oparty na sztucznej inteligencji opracowany przez BuzzFeed. Aplikacja pomaga użytkownikom w tworzeniu wyjątkowych i pysznych dań w oparciu o ich preferencje i składniki dostępne w ich kuchni. Botatouille służy jako kulinarny towarzysz, zapewniając inspirację, wygodę i wskazówki podczas całej kulinarnej podróży, niezależnie od tego, czy użytkownik jest doświadczonym szefem kuchni, czy nowicjuszem.

**[CIE
KA
WO
STKA]****KLOPSY Z MAMUTA**

Australijska firma Vow stworzyła klopsiki z mięsa wymarłego mamuta, aby zwiększyć świadomość na temat potencjału mięsa pochodzącego z hodowli laboratoryjnej. Naukowcy pobrali sekwencję DNA mamuciej mioglobiny, białka mięśniowego kluczowego nadającego smak mięsu, i wypełnili luki DNA słonia. Sekwencję następnie wprowadzono do komórek macierzystych mioblastów owcy, które uległy replikacji i urosły do 20 miliardów komórek potrzebnych do wyhodowania mięsa mamuta.

**[CIE
KA
WO
STKA]****ROBOTY RATUJĄ PSZCZOŁY**

W ramach finansowanego przez Unię Europejską projektu HIVEOPOLIS opracowano system robotyczny, który jest w stanie nawiązywać interakcje z kolonią pszczół miodnych. Nieinwazyjny system wbudowany w ramę standardowego ula dokonuje pomiarów i wpływa na zachowanie pszczół, dostosowując temperaturę wewnątrz. System ujawnia nieznane wcześniej zbiorowe zachowanie pszczół miodnych, otwierając przed pszczelarzami nowe możliwości pomagania owadom przetrwać w zmieniającym się klimacie.

ALEXA ■ *for hospitality*

Alexa została opracowana specjalnie dla branży hotelarskiej i jest obecnie używana w USA, Kanadzie, Wielkiej Brytanii, Francji, Włoszech, a od niedawna także w Niemczech. Na życzenie głosowa sztuczna inteligencja może puścić Twoją ulubioną piosenkę lub śpiew wieloryba, poprosić o przyniesienie do pokoju szampana i ręczników, a także przesunąć godzinę wymeldowania, abyś mógł spać dłużej. Alexa steruje także oświetleniem, termostatami i roletami, a nawet podaje hasło do Wi-Fi i informuje, jak dostać się na siłownię. Hotele mają także możliwość aktywacji dodatkowych umiejętności z Alexa Skill Store. Funkcje te umożliwiają gościom na przykład granie w gry, sprawdzanie czasu oczekiwania na lotnisku lub poproszenie Alexy o wyjaśnienie ćwiczeń fitness.

[CIE KA WO STKA]

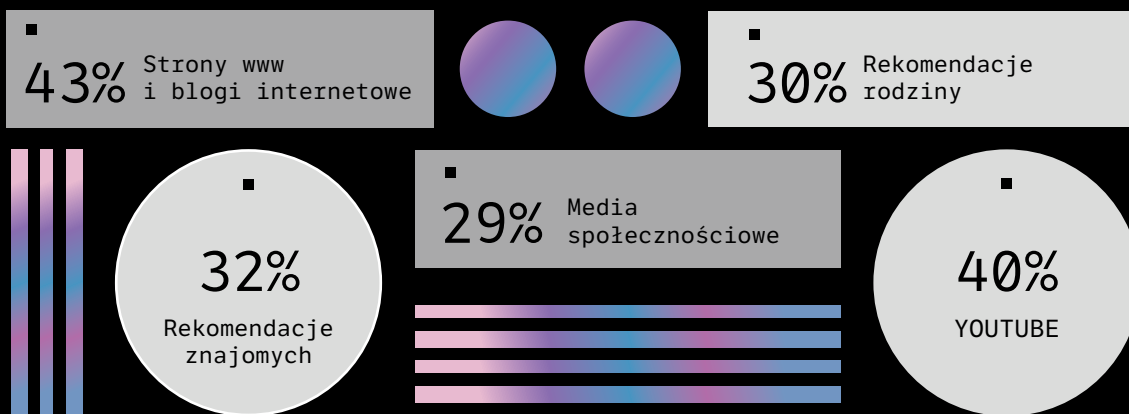
PAŁECZKI ELEKTRYCZNE DODAJĄCE SŁONEGO SMAKU

Japońscy goście będą wkrótce mogli cieszyć się korzyściami zdrowotnymi wynikającymi z mniejszej ilości soli w potrawach takich jak ramen, dzięki opracowaniu elektrycznych pałeczek, które zamiast tego wzmacniają słony smak. Urządzenie zostało zaprojektowane w taki sposób, aby pałeczki uwydatniały smak potrawy za pomocą stymulacji elektrycznej oraz minikomputera wbudowanego w opaskę, którą należy założyć na nadgarstek. Technologia ta wykorzystuje słaby prąd elektryczny, aby poprzez pałeczki, stymulować jony sodu z pożywienia do ust. W ten sposób w naszych kubkach smakowych wytwarza się słony smak, który, jak twierdzą naukowcy, zwiększa się o 1,5 raza.

VIRAL na talerzu

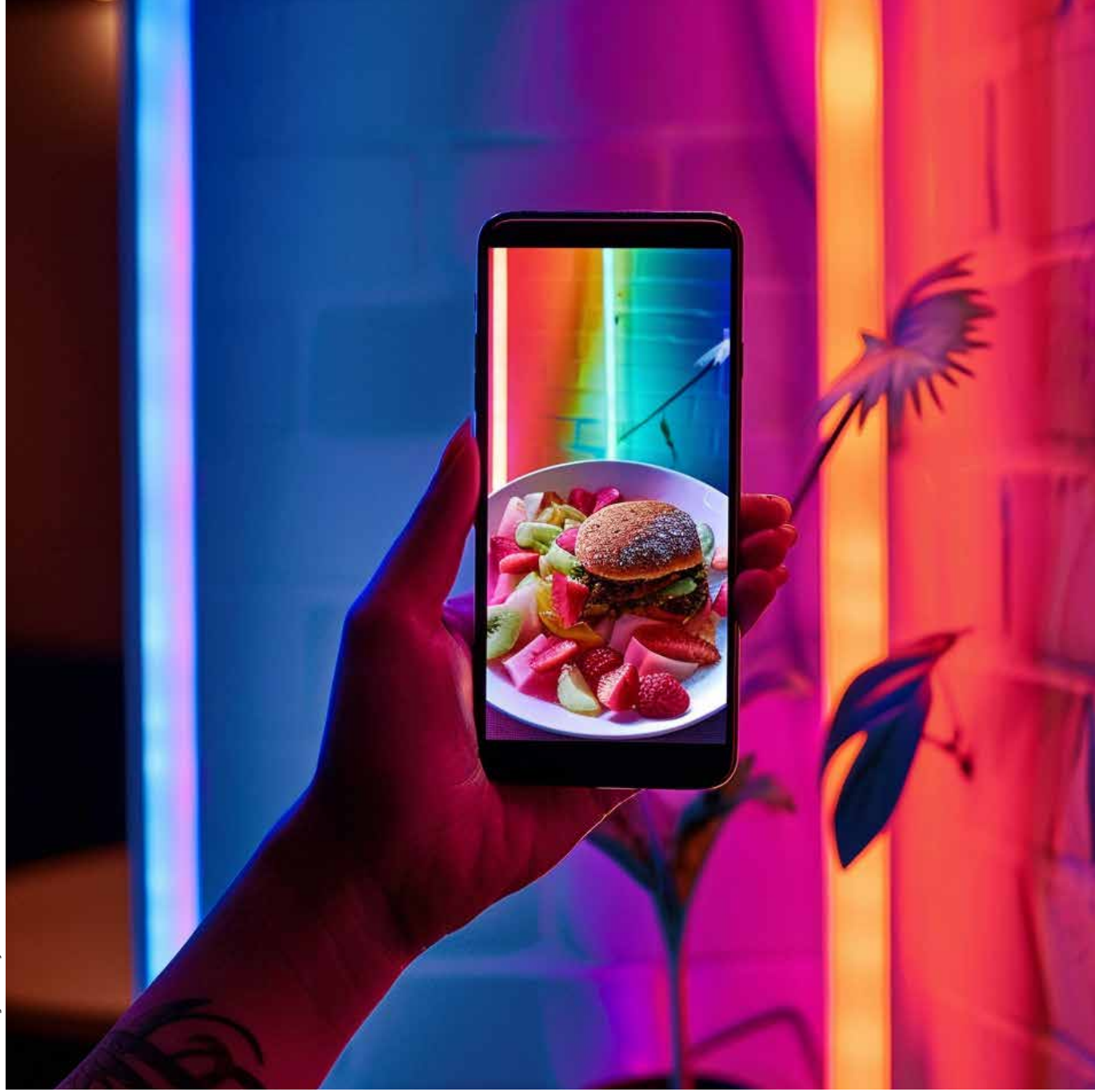
Instagram, Pinterest i TikTok inspirują i w dużej mierze wpływają na to, co pojawia się na naszych talerzach. Popularne kiedyś książki kucharskie, czasopisma kulinarne i programy telewizyjne o gotowaniu częściowo zostały zastąpione bardziej dynamicznymi formatami cyfrowymi.

GDZIE POLACY SZUKAJĄ INSPIRACJI KULINARNYCH?



PERSONY

Naukowcy z Norweskiego Instytutu Żywności, Rybołówstwa i Akwakultury opracowali gamę 10 znaków, czyli „persony”, które reprezentują przyszłe grupy konsumentów w Norwegii. Cel? Według Nofimy ma to pomóc norweskiemu przemysłowi dostosować się do zmian klimatycznych i trendów w żywności pochodzenia roślinnego.



WY

PO



WYPOWIEDZI

PO

WIEDZ

i

>



Zamawianie jedzenia online i dostawa od dłuższego czasu zyskują popularność, a pandemia tylko przyspieszyła rozwój tego trendu. W najbliższym czasie spodziewam się jeszcze większej liczby restauracji inwestujących w technologię i infrastrukturę do obsługi zamówień online.

Nowe technologie gotowania, takie jak drukowanie 3D żywności, czy hodowla komórkowa mięsa, stają się rzeczywistością. Myślę, że możemy spodziewać się jeszcze więcej eksperymentów kulinarnych i innowacyjnych podejść do przygotowywania potraw.

Jacek Majcherek, szef kuchni restauracji w Grano Hotel Solmarina w Gdańsku



Technologia wchodzi mocno i jest nieodzownym elementem gastronomii. Innowacyjność daje przewagę, nadal mocno będziemy widzieć udział social mediów w kulinariach – ten rodzaj komunikacji jest już NIE DO ODWRÓCENIA.

Paweł Anders, właściciel restauracji The Cork we Wrocławiu



Mocno dominującym trendem, a właściwie kontynuacją może być jedzenie z Tik Toka i Instagrama. Social media niestety często „decydują” o tym, co jest smaczne, a co nie, gdzie warto zjeść, a gdzie nie tracić czasu. Social media mają wielką siłę przebicia i warto o tym pamiętać.

Patryk Majewski, specjalista ds. rozwoju kategorii owoce i warzywa w Bidfood



Wszystko idzie w kierunku automatyzacji. Coraz częstszym zjawiskiem jest używanie nowoczesnych technologii w kuchni. Automatyzacja i technologie mogą pomóc w przygotowaniu sushi i innych dań japońskich. Restauracje będą inwestować w urządzenia do krojenia ryb, automatyczne formowanie ryżu lub nawet roboty do obsługi klientów.

Przemysław Janta, specjalista ds. rozwoju rynku w Bidfood



Rozwój technologii doprowadzi do nowatorskich metod gotowania, podnosząc sztukę kulinarną na wyższy poziom. Aplikacje mobilne usprawnią zamawianie, oraz dostawę jedzenia.

Kamil Tłuczek, finalista konkursu Bocuse d'Or Europe 2024, szef kuchni restauracji Patio w Grand Hotel Boutique w Rzeszowie i Starym Browarze Rzeszowskim

```
> co na  
to // ...  
} chatGPT*
```




```
chatGPT.message() {
```

Trend gastronomiczny związany z technologią rozwija się dynamicznie i obejmuje szereg innowacji, które mają na celu poprawę jakości usług, zwiększenie efektywności operacyjnej, a także zapewnienie nowych doświadczeń dla klientów. Oto kilka kluczowych aspektów tego trendu:

```
ZAUTOMATYZOWANE KUCHNIE I ROBOTY KUCHENNE. {
```

Restauracje coraz częściej wdrażają roboty kuchenne do wykonywania rutynowych zadań, takich jak przygotowywanie składników, gotowanie, a nawet serwowanie posiłków. To nie tylko zwiększa efektywność, ale też może przyciągnąć klientów zainteresowanych nowinkami technologicznymi.

```
};
```

```
APLIKACJE MOBILNE I ZAMÓWIENIA ONLINE. {
```

Dostępność aplikacji mobilnych do zamawiania jedzenia znacznie wpłynęła na branżę gastronomiczną. Umożliwiają one klientom przeglądanie menu, składanie zamówień, płacenie i śledzenie dostawy w czasie rzeczywistym, co jest szczególnie ważne w kontekście rosnącej popularności usług dostawy jedzenia do domu.

```
};
```

```
ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ I TECHNOLOGIA. {
```

Technologia przyczynia się również do promowania zrównoważonego rozwoju w gastronomii. Systemy zarządzania odpadami, efektywne wykorzystanie energii czy wody, a także innowacyjne metody

uprawy żywności, takie jak hydroponika czy wertykalne farmy, zyskują na popularności wśród restauratorów dbających o środowisko.

};

BEZKONTAKTOWE PŁATNOŚCI I ZAMÓWIENIA. {

Pandemia COVID-19 przyspieszyła przyjęcie i adaptację technologii bezkontaktowych w gastronomii. Klienci cenią sobie możliwość składania zamówień i płacenia za pomocą smartfonów lub innych urządzeń bezkontaktowych, co zwiększa bezpieczeństwo i komfort.

};

PERSONALIZACJA DOŚWIADCZEŃ KLIENTA. {

Technologie takie jak sztuczna inteligencja (AI) i analiza dużych zbiorów danych (big data) umożliwiają restauracjom lepsze zrozumienie preferencji i zachowań swoich klientów. Dzięki temu mogą oferować spersonalizowane rekomendacje, promocje i nawet dostosowane menu, co zwiększa satysfakcję klientów.

```
// Reasumując, technologia ma ogromny wpływ na branżę gastronomiczną, oferując zarówno przedsiębiorcom, jak i konsumentom nowe możliwości, wygody i doświadczenia. Restauracje, które skutecznie wdrażają innowacje technologiczne, mogą nie tylko poprawić swoją działalność operacyjną, ale również wyróżnić się na tle konkurencji i lepiej odpowiadać na zmieniające się potrzeby klientów.
```


```
</script>
```

```
}_
```


#007

ROŚLINY





Kuchnia roślinna rośnie w siłę. Według raportu Pyszne.pl „Polacy o kuchni wegańskiej” już 43% mieszkańców naszego kraju nie je w ogóle lub stara się ograniczać jedzenie mięsa i produktów odzwierzęcych, 10% oficjalnie nazywa się wegetarianami, a 6% – weganami. Z kolei 27% zamówień to posiłki wege. Rośliny są przyszłością gastronomii i dobrym wyborem dla planety.

- > Wegańskie ryby i owoce morza
 - > „Mleko” z ziemniaka
 - > Białko inaczej – w Azji na masową skalę
 - > Wegańska sieć fast foodów
 - > Starożytne zboża
 - > Makarony z roślin
 - > Hummusy i smarowidła
 - > Czas pikli
 - > Ube
 - > Yaupon
 - > Grzyby i białko grzybowe
 - > Przyszłość jest rośliną
- 

WEGAŃSKIE RYBY I OWOCE MORZA

Wegan przybywa i zainteresowanie jedzeniem roślinnym będzie wzrastać. W ciągu ostatnich lat pojawiło się wiele interesujących alternatyw dla mięsa: wegańskie kielbaski, hamburgery, hot dogi, kotlety, żeberka. Według prognoz, opublikowanych przez Global Food Forums, hitem będą wegańskie ryby i owoce morza, które umożliwią kreowanie doskonalszego wegańskiego sushi czy innych dań rybnych. Na rynku już pojawiają się wegańskie krewetki, kawior (z tapioki), łosoś (zazwyczaj z pieczonej marchwi lub papryki), tuńczyk, kalmary, paluszki krabowe – całe morze możliwości. Substytuty ryb i owoców morza powstają głównie z wodorostów, tofu, alg, bakłażanów, boczniaków, ciecierzycy, fasoli oraz pieczonych warzyw, np. marchwi, papryki czy selera. Wciąż trwają prace, by wegeryby w jak największym stopniu upodobnić do oryginału.

[CIE KA WO STKA]

By zredukować emisję gazów cieplarnianych pochodzących z produkcji żywności, do 2060 roku celem Japonii jest oparcie diety mieszkańców w 45% na białkach alternatywnych dla tych pochodzenia zwierzęcego. W Indonezji plan sięga 60%.





„MLEKO” Z ZIEMNIAKA

Prognozuje się, że do 2028 roku globalny rynek substytutów mleka wzrośnie o 104% w porównaniu z 2023. Napoje roślinne przestają być rozwiązaniem tylko dla wegan. Konsumentów odchodzi od tradycyjnego mleka, zastępując je produktami owsianymi, lnianymi czy z nerkowców. Hitem będzie „mleko” z ziemniaków. W odróżnieniu od krowiego nie zawiera cholesterolu, jodu, ma niską zawartość tłuszczu oraz cukru. Do tego doskonale się pieni – co z pewnością docenią bariści. Popularność zyskuje też ser z ziemniaków powstały w wyniku połączenia tego warzywa z płatkami drożdżowymi.

[CIE KA WO STKA]

Śmietanki roślinne wspięły się na trzecią co do wielkości kategorię roślinną (po mleku i mięsie) – co potwierdzono podczas wydarzenia IFT FIRST, które odbyło się latem 2023 roku w Chicago.

Zmiany stopniowo pojawiają się nawet w fast foodach: zaczęło się od dań wege w ofercie popularnych sieciówek, następnie powstały zielone restauracje Burger

Kinga. Max Burger troszczy się o środowisko i prowadzi badania na temat roślinnych alternatyw mięsa, aż w końcu nadszedł czas na Mr Charlie's – wegański fast food, który swoją stylistyką bezpośrednio nawiązuje do McDonald's. Pierwsze lokale pojawiły się w Stanach Zjednoczonych, kolejne planowane są w Sydney i Nowej Zelandii.

WEGAŃSKA SIEĆ FAST FOODÓW

Starożytnie ZBOŻA

Tradycyjne zboża i dawne składniki powracają i w wielkim stylu wkraczają do świata gastronomii. Komosa ryżowa, amarantus, teff i inne tradycyjne odmiany pszenicy już są używane w daniach nawiązujących do przeszłości, jak chociażby sałatki zbożowe, chleb na zakwasie czy klasyczne kompozycje podane w towarzystwie niespotykanych kasz.

[CIE KA WO STKA]

W gastronomicznych kuchniach coraz częściej pojawiają się też zioła i chwasty. Liście mniszka lekarskiego dodawane są do sałatek, omletów czy zup, a z jego korzeni przygotowuje się napar w smaku przypominający kawę. Młode liście pokrzywy to element zdrowych soków, korzenie dzikiej marchwi komponują się doskonale w zupach czy daniach gotowanych, a dziki szczaw dodawany jest do zup, sosów i sałatek.

Makarony powstałe na bazie roślin już nikogo nie dziwią. Rynek jednak poszerza asortyment i w swoim portfolio może pochwalić się makaronami zawierającymi serce palm, zielone banany czy dynię.

Makarony Z ROŚLIN

Hummus i roślinne PASTY

Hummus jako orientalne danie mocno zakorzenił się w kuchni wegańskiej na całym świecie. Jego niezwykle właściwości komponowania się niemal z każdym dodatkiem smakowym, powodują wzrost jego zastosowania, a przez to i znaczenia w diecie. Hummus Republic uznawana jest obecnie za jedną z najlepszych franczyz zajmujących się zdrową żywnością, a opiera się na daniach wegańskich, wegetariańskich, bezglutenowych i – jak sama nazwa wskazuje – hummusie. ■

[CIE KA WO STKA]

W 2023 roku Philadelphia – firma słynąca z wyrobów mlecznych – odpowiadając na globalne trendy, wypuściła na rynek swój pierwszy wegański produkt: serek z owsa i migdałów.

CZAS *pikli*

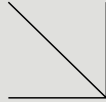
Pikle dodają octowego, marynowanego smaku niemal wszystkiemu, do czego zostaną dodane: chipsom, ale też lodom, deserom czy alkoholom, np. martini. Obecnie pikle mają szansę zrobić kolejne kroki w wychodzeniu poza utarte szlaki. ■

fot. Adobe Stock



Ube

Ube to oficjalnie najmłodniejsze warzywo 2023 roku. Ten fioletowy batat od pokoleń stanowi podstawę kuchni filipińskiej, ale na świecie zrobiło się o nim głośno dopiero za sprawą analizy trendów kulinarnych WGSN Food & Drink Influencer Map. Dlaczego ube jest tak wyjątkowe? Zmienia kolor potraw i napojów na fioletowy, a do tego ma słodki orzechowo-waniliowy smak. Restauracje na wiele sposobów włączają ube do swoich menu, dodając do koktajli, naleśników, pieczywa.



Yaupon

Yaupon to ostrokrzew występujący w południowym regionie Stanów Zjednoczonych. Napój z tej rośliny zawiera nawet do sześciu razy więcej kofeiny od mocnej kawy. Dzięki interesującemu, ziemistemu smakowi, obecności antyoksydantów, a także stosunkowo łatwej uprawie, Yaupon staje się coraz bardziej popularny na świecie.



fot. Adobe Stock

Grzyby



i białko grzybowe

Grzyby jeszcze bardziej zaznaczają swoją obecność w trendach gastronomicznych. Ich smak i właściwości doceniają szczególnie młodzi konsumenci. Stosowane są jako składnik mięsnych substytutów – dzięki swojej konsystencji nie potrzebują skomplikowanej obróbki, by do złudzenia przypominać mięso. Marka Quorn produkuje roślinne alternatywy dla mięsa na bazie grzybnii, a Mycorena i The Better Meat Co. pracują nad wprowadzeniem na rynek grzybowych białek nowej generacji. Popularność zyskują też napoje na bazie grzybów: kawa, herbata, a nawet piwo.

Przyszłość

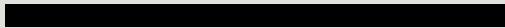


jest rośliną

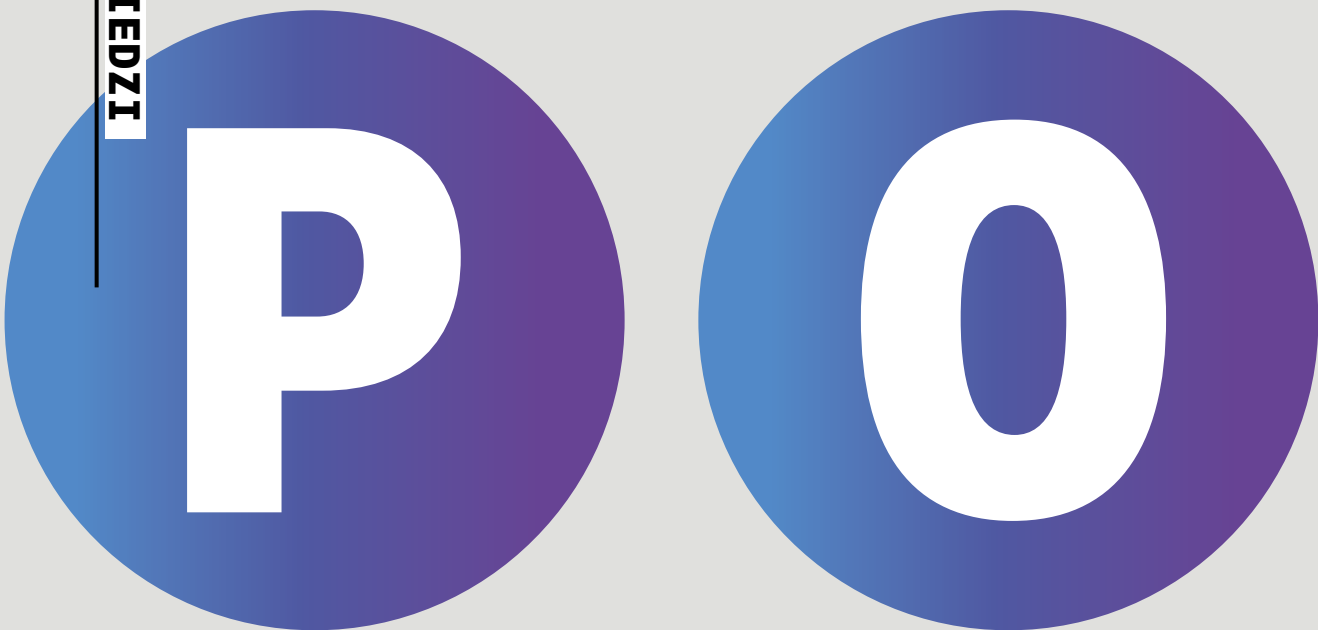
C40, globalna sieć miast zjednoczonych w działaniu na rzecz klimatu, zleciła przygotowanie raportu, wskazującego, jakie kroki należy podjąć, aby walka ze zmianami klimatycznymi była skuteczna. Wśród wniosków dominuje jeden: ograniczenie konsumpcji. Zdaniem autorów raportu, do 2030 roku, jedna osoba powinna spożywać nie więcej niż 16 kg mięsa rocznie bądź na stałe wykluczyć je ze swojej diety. Porównując, obecnie przeciętny Polak zjada go rocznie ponad 70 kg. To samo dotyczy nabiału: rekomenduje się 90 kg na osobę rocznie, a aktualnie przeciętny mieszkaniec naszego kraju konsumuje aż 200 kg.

WY

PO



WYPOWIEDZI



WIEDZ

i

>



Zdecydowanie świat zwraca się w stronę wege – być może nie od razu weganizmu, bo to trudniejsze podejście, ale wegetarianizm i flexitarianizm stają się coraz popularniejsze. W mojej restauracji ok. 50% klientów jada mięso, albo właśnie przestaje to robić, albo ogranicza jego spożycie ze względów zdrowotnych i środowiskowych.

Weganie i wegetarianie to osoby bardzo świadome tego, co jedzą. I ta świadomość stale rośnie. Minęło już przekonanie, że dieta wege to jednoznacznie dieta zdrowa. Nie wszystkie produkty roślinne mają dobre składy i nie wszystkie są zbilansowane. Klient dobrze to wie i bardzo pilnuje jakości, którą zamawia.

Do wypracowania pozostaje wytłumaczenie odbiorcom, że warzywa, tofu itp. kosztują analogicznie do mięsa, a często więcej. Stąd ceny dań roślinnych w kartach. Produkty wege na rynku polskim są z zasady droższe. I nie zawsze wynika to z samego produktu, a raczej zasady rynkowej. To tworzy wyższy koszt dania w restauracji. Może to być stoper w przejściu na weganizm dla wielu osób. A także dla szeregu restauracji, żeby wprowadzać czy rozwijać roślinne pozycje do menu.

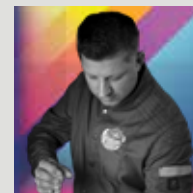
Struktura produktów wege dzieli się pół na pół. Osoby będące weganami i wegetarianami jedzą potrawy „autorsko” roślinne, bez nawiązań do menu mięsnego. Natomiast początkujący albo flexitarianie chętnie sięgają po substytuty produktów mięsnych oraz dania udające mięsne odpowiedniki. Także obydwa te nurty produktowe pozostaną nadal popularne.

Z pewnością czeka nas usankcjonowanie nazewnictwa mięsno-roślinnego, czyli mleka z roślin, wege burgera itp. Kwestia ta budzi wiele emocji i na pewno odbędzie się na ten temat niejedna dyskusja. W miarę nabywania dojrzałości, kategoria wege przejdzie też proces ułożenia relacji pomiędzy nierozumiejącymi się jeszcze środowiskami – wege kontra mięso.

Izabela Bis-Niedzielska, szefowa kuchni restauracji Zielona w Łodzi

Moim zdaniem najbliższa przyszłość będzie należała do grzybów, zwłaszcza bocznika, który w przyszłości ma zastąpić mięso zwierzęce. Już od kilku lat prowadzone są badania, które pozwolą nam dać odpowiedź, czy jest możliwe zmodyfikowanie tego grzyba tak, aby zawierał chociażby tyle samo niezbędnego białka co mięso. W najbliższym czasie popularne staną się produkty uniwersalne, które zadowolą vegetarian, jak i tych, którzy nie mogą obyć się bez mięsa. Takie, które będzie można wykorzystać w wielu dietetycznych daniach, a także będą przystępne cenowo dla każdego.

Cezary Skurtys, szef kuchni cateringu Diety od Brokuła



Roślinne diety, takie jak wegetarianizm i weganizm, zdobywają popularność. Kucharze tworzą bardziej kreatywne i zróżnicowane dania roślinne, przyciągając zarówno tych, którzy wybierają dietę roślinną, jak i mięsożerców, chcących eksperymentować z nowymi smakami.

Jacek Majcherek, szef kuchni restauracji w Grano Hotel Solmarina w Gdańsku



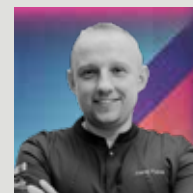
Wzrastająca liczba konsumentów wybiera dietę opartą na roślinach z różnych powodów – zdrowotnych, etycznych i środowiskowych. Dlatego też rynek alternatywnych mięsnych będzie nadal rosł.

Łukasz Dawidziuk, prezes Kuchnia Vikinga Catering Dietetyczny



Kuchnia roślinna cały czas mocno się rozwija. W dużych miastach wege to pozycje obowiązkowe, w mniejszych miejscowościach dopiero uczą się wprowadzać w swoim menu dania kuchni roślinnej. Restauracje zwracają uwagę, aby były to coraz ciekawsze pozycje w karcie, próbują fuzji różnych smaków, niekoniecznie oczywistych połączeń.

Maciej Piątek, szef kuchni restauracji Steak & Grill Restaurant w Poznaniu





W Polsce w temacie wege mocno się rozwijamy, ale nie jesteśmy nawet w połowie drogi. Przed nami jeszcze czas na wegański fine dine w gastronomii. Zauważam jednak coraz większe zainteresowanie, a co za tym idzie wzrost sprzedaży wędzonego tofu.

Tomasz Walczowski, Country Manager Poland, ALFA BIO s.r.o.



Trendem są i będą w dalszym ciągu sezonowe owoce i warzywa, ze względu na cenę, jakość, walory odżywcze i smakowe oraz coraz bardziej powszechne stosowanie wkładek sezonowych przez restauratorów. Uważam, że coraz popularniejsze stają się proste dania, ale z zachowaniem odpowiedniej jakości produktów.

Ania Wojtasik, specjalistka rozwoju kategorii owoce i warzywa w Bidfood



Rosnąca liczba osób wybierających dietę wegetariańską lub wegańską wpłynie na menu proponowane przez sushi masterów. Możemy oczekiwać, że restauracje sushi będą oferować jeszcze większy wybór wegetariańskich i wegańskich wariantów, używając do ich przygotowania substytutów rybnych i roślinnych składników. Kuchnia japońska jest znana z szacunku do tradycji i umiejętności, ale także ewoluuje z biegiem czasu. Kucharze będą łączyć tradycyjne techniki i smaki z nowoczesnymi elementami i prezentacją.

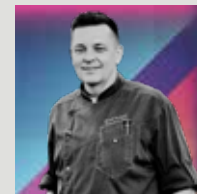
Przemysław Janta, specjalista ds. rozwoju rynku w Bidfood

Moim zdaniem trendy gastronomiczne w najbliższym czasie będą opierać się o świadome spożywanie jak największych ilości produktów zdrowych, jak najmniej przetworzonych i w szczególności lokalnych. Myślę, że spora liczba konsumentów zasili grono wegetarian oraz wegan. Sam obserwuję u siebie w hotelu, że coraz więcej gości wybiera menu wegetariańskie lub wegańskie, co jeszcze kilka lat temu nie było takie oczywiste. Dlatego dla naszych gości mamy specjalnie dedykowaną kartę.



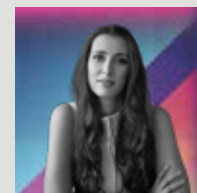
Janusz Myjak, szef kuchni restauracji Szósty Zmysł w Dr Irena Eris Hotel Spa w Krynicy Zdroju

Trend kuchni roślinnej nabiera siły, więc każda oferta menu musi zawierać opcję wege. Jeśli chodzi o trendujące składniki nadal w cenie są takie, które określić można jako „unikalne i lokalne”. Odkrywamy zasoby rodzimej flory i uczymy się doceniać smaki regionalne, chociaż podane w nowoczesnej formie. Olej z kminku, siedzuń sosnowy – niezwykle grzyb o orzechowym smaku, oryginalne i już rzadkie odmiany jabłek ze starych szczepów – to moje ostatnie odkrycia.



Paweł Kałuski, szef kuchni restauracji Sofitel Warsaw Victoria

Zwracamy coraz większą uwagę na właściwości prozdrowotne jedzenia, a kasze są świetnym źródłem witamin oraz minerałów. Dodatkowo są to produkty wielu osobom nieznane, przez co wydają się świeże i nowe. Kasze możemy wykorzystać na wiele różnych sposobów od dodatku do klasycznych dań obiadowych przez popularne bowle. Przygotuje się z nich zupy, robi farsze, a nawet desery. Dla wielu osób na pewno jest też istotny aspekt ekonomiczny. Kasze ze zbóż występujących w Polsce są przystępne cenowo.



Dr Magdalena Tomaszewska-Bolątek, orientalistka, specjalistka od turystyki i dyplomacji kulinarnej, marki narodowej i marketingu miejsc, kierowniczką Food Studies na Uniwersytecie SWPS, autorka książek



Coraz więcej osób może decydować się na roślinną dietę, zarówno ze względów zdrowotnych, jak i środowiskowych. Roślinne alternatywy dla mięsa i nabiału będą coraz bardziej powszechne.

Kamil Tłuczek, finalista konkursu Bocuse d'Or Europe 2024, szef kuchni restauracji Patio w Grand Hotel Boutique w Rzeszowie i Starym Browarze Rzeszowskim

```
> co na  
to // ...  
} chatGPT*
```



```
chatGPT.message() {
```

Trend weganizmu i wegetarianizmu w gastronomii opiera się na kilku kluczowych aspektach, które łączą się ze zmieniającymi preferencjami konsumentów, większą świadomością społeczną oraz dążeniem do zrównoważonego rozwoju. Oto główne powody, dla których coraz więcej osób wybiera dietę wegańską lub wegetariańską, a restauracje i firmy gastronomiczne dostosowują swoją ofertę do tych potrzeb:

```
ZDROWIE. {
```

Wiele badań wskazuje, że dieta oparta na roślinach może przyczyniać się do zmniejszenia ryzyka wielu chorób przewlekłych, takich jak choroby serca, cukrzyca typu 2, nadciśnienie, a nawet niektóre rodzaje raka. Weganizm i wegetarianizm są często postrzegane jako zdrowsze opcje żywieniowe.

```
};
```

```
ŚWIADOMOŚĆ EKOLOGICZNA. {
```

Produkcja mięsa i innych produktów zwierzęcych jest znaczącym źródłem emisji gazów cieplarnianych, deforestacji oraz zużycia wody i energii. Wiele osób decyduje się na weganizm lub wegetarianizm, aby zmniejszyć swój ślad węglowy i przyczynić się do ochrony środowiska.

```
};
```

```
ETYKA ZWIERZĄT. {
```

Kwestie dobrostanu zwierząt są ważnym motywem dla wielu osób rezygnujących z produktów pochodzenia zwierzęcego. Weganizm i wegetarianizm są często wybierane jako sposób na sprzeciw wobec

praktyk przemysłu mięsnego i nabiałowego, które są postrzegane jako okrutne dla zwierząt.
};

DOSTĘPNOŚĆ PRODUKTÓW. {

Rozwój rynku produktów wegańskich i wegetariańskich sprawia, że coraz łatwiej jest utrzymać taką dietę. Wiele sklepów, restauracji i kawiarni oferuje szeroki wybór smacznych i zróżnicowanych opcji, co przyciąga nawet nie-wegan i nie-wegetarian.
};

TRENDY I WPŁYW MEDIÓW. {


Media społecznościowe, celebryci oraz wpływowe osoby promujące zdrowy styl życia i dietę roślinną mają znaczący wpływ na postrzeganie i popularność weganizmu i wegetarianizmu. Wiele osób odkrywa zalety takiego stylu życia poprzez platformy internetowe i decyduje się na zmianę swoich nawyków żywieniowych.

```
// Podsumowując, trend weganizmu i wegetarianizmu w gastronomii jest napędzany przez kombinację czynników zdrowotnych, ekologicznych, etycznych, kulturowych oraz wpływ trendów i mediów. Ta zmiana w preferencjach konsumentów prowadzi do powstawania nowych produktów, usług i modeli biznesowych w branży gastronomicznej.  
</script>  
}_
```


#008

KOMPETENCJE





W dynamicznie zmieniającym się świecie, stałe podnoszenie kompetencji jest wręcz niezbędne. By być atrakcyjnymi na rynku, pracownicy zatrudnieni w sektorze horeca śledzą trendy, biorą udział w warsztatach, zdobywają nowe umiejętności, by lepiej odpowiadać na potrzeby konsumentów. Umacnia się też wizerunek osoby zatrudnionej w gastronomii. Wizja takiej przyszłości staje się atrakcyjna dla młodych ludzi.

- > Kucharz – zawód z przyszłością
 - > Rzemiosło
 - > Gastro w modzie
 - > Sommelierzy w restauracji
 - > Liczą się skillsy
 - > Szkoły branżowe
 - > Szkolenia
 - > Nauka w realnym świecie
 - > ChatGPT o szefie kuchni
- 

Kucharz zawód > z przyszłością

Wiele osób obawia się sztucznej inteligencji, widząc w niej zagrożenie dla swoich stanowisk. Rozwój AI będzie wpływał na automatyzację, co za tym idzie – z pewnością z czasem pracować będzie się łatwiej. Są zawody, które nie muszą przejmować się zmianami na rynku pracy. Eksperti Personnel Service przygotowali zestawienie 10 najmniej zagrożonych przez robotyzację i AI grup zawodowych. Na liście znalazł się kucharz. W uzasadnieniu autorzy raportu piszą, że osoba na tym stanowisku tworzy kreatywne, unikalne smaki, co jest niezwykle trudne do zastąpienia przez technologię.



Rzemiosło



fot. Midjourney / Bidfood

Rzemiosło jest w trendach. I w cenie, dlatego prawdziwi rzemieślnicy są na wagę złota. Klienci chcą otrzymywać produkty wyjątkowe, jakościowe. Gastronomia wychodząc naprzeciw tym oczekiwaniom, coraz częściej sięga po takie rozwiązania. Doskonałym przykładem są pieczywa Bridor tworzone według starodawnych receptur we współpracy z Frederikiem Lalosem – francuskim mistrzem piekarnictwa. Są produkowane na zakwasie, wyrabiane i dekorowane ręcznie, wstępnie wypiekane w piecu kamiennym.



Gastro w modzie

Zawód kucharza jest aktualnie bardziej pożądanym niż kiedykolwiek wcześniej. Gastronomia jest na fali, o czym świadczy zainteresowanie programami promującymi uzdolnionych kulinarnie amatorów. Niedawno odbyła się kolejna już odsłona hitu telewizyjnego. Tym razem o tytuł MasterChefa walczyli nie tylko dorośli i dzieci, ale także nastolatki. Takie produkcje, jak również konta w mediach społecznościowych i blogi, budzą wśród młodzieży pasję do gotowania i ukazują pracę w gastronomii jako satysfakcjonującą i atrakcyjną.



fot. Midjourney / Bidfood

Sommelierzy

W RESTAURACJI

Coraz więcej restauracji współpracuje z sommelierami, którzy znając świat win od podszewki, pomagają skomponować kartę czy przeszkolić personel w zakresie łączenia poszczególnych trunków z pozycjami z menu. Niektórzy restauratorzy decydują się nawet na zatrudnienie sommeliera w restauracji. To jedno z najbardziej wymagających stanowisk w branży restauracyjnej – od kandydatów oczekuje się znajomości alkoholi i kulinariów, a także posiadania dobrych umiejętności manualnych, sprzedażowych i interpersonalnych. ■

Dobrze przygotowani do pracy w gastronomii ludzie to najlepsza inwestycja w przyszłość horeca. Największe europejskie wydarzenie promujące umiejętności branżowe, EuroSkills 2023, odbyło się w Polsce. Młodzież, reprezentująca różne zawody, przez wiele miesięcy przygotowywała się do tego konkursu, by przyjechać do Gdańska i poddać się ocenie ekspertów. Wśród konkurencji gastronomicznych znalazły się m.in. gotowanie, cukiernictwo, piekarstwo, rzeźnictwo czy serwis restauracyjny. Reprezentanci naszego kraju wypadli bardzo dobrze, co napawa optymizmem. **Bidfood jest partnerem projektu**, wspiera młodzież podczas przygotowań – zarówno poprzez dostarczanie produktów do ćwiczeń, jak i wiedzę swoich szefów kuchni.



ZOBACZ



SKILLSY

Liczą się

Szkoły

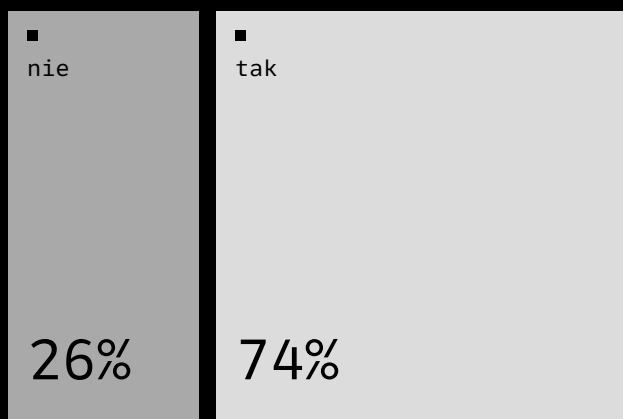
BRANŻOWE

Wielkie odrodzenie przeżywają szkoły branżowe i technika, które kształcą m.in. kucharzy i personel gastronomiczny. Na taką edukację decyduje się już ponad połowa absolwentów szkół podstawowych. Decyzja ta nie blokuje drogi do dalszej edukacji w szkołach wyższych, a daje już w bardzo młodym wieku kompetencje oraz uprawnienia zawodowe poszukiwane i cenione na rynku pracy. ■

Młodzi w gastronomii

ZDECYDOWANA WIĘKSZOŚĆ
ODCZUWA **PRZYJEMNE**
EMOCJE PODCZAS PRACY

W PRACY MOGĄ
SPOTKAĆ OSOBY, KTÓRE LUBIĄ

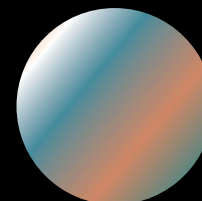
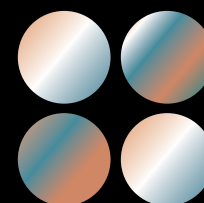
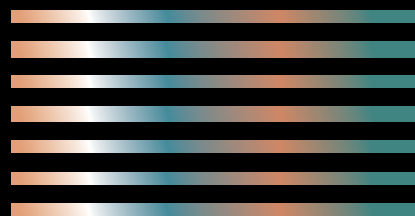


pozytywne
wyzwanie

67%

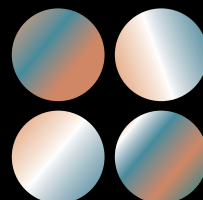
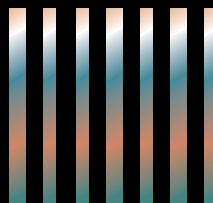
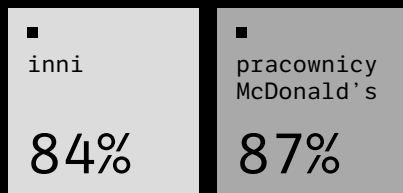
zadowolenie/
satysfakcja

65%



SĄ **ZADOWOLENI**
ZE SWOJEJ PRACY

ANGAŻUJĄ SIĘ W PRACĘ
I CHCĄ WYKONYWAĆ JĄ
JAK NAJLEPIEJ



pracownicy
McDonald's

79%

inni

76%

Źródło: Ewa Jarczewska-Gerc dla McDonald's Polska zrealizowane przy współpracy z firmą badawczą Research & Grow, N=400, październik 2023.

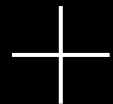
**SZKOLENIA
OD A DO Z****SZKOLENIA
OD A DO Z**

Szkolić można się w każdym wieku i na każdym etapie kariery. Oferta szkoleń poszerza się, warsztaty stają się coraz bardziej specjalistyczne, dopasowane do indywidualnych potrzeb klientów. Skupiają się zarówno na sprecyzowanych umiejętnościach, np. przygotowaniu steków, konkretnych rodzajów pizzy, kuchniach orientalnych (japońska, koreańska), formach podania (fine-dining, catering, street food), ale też na kompetencjach miękkich, gościnności, wyliczaniu food costu, zarządzaniu personelem i innych skupionych na budowaniu pozytywnych doświadczeń gości. Branża gastronomiczna rozwija się w wielu kierunkach, a trend ten będzie przybierał na sile.

A DO Z >

Nauka w rEaInym ŚWIECIE

Restauracje prowadzone przez uczniów szkół gastronomicznych? Na świecie pojawiają się pierwsze takie projekty. A wszystko po to, żeby jak najlepiej przygotować młodych gastronomów na to, co czeka ich w przyszłej pracy. Studenci The School of Hospitality Management i Culinary Arts w Monroe, prowadzeni przez doświadczonych instruktorów z ogromną wiedzą i doświadczeniem branżowym, otworzyli The Dining Lab – współczesną amerykańską restaurację z wykwinną kuchnią. Wszyscy wykładowcy posiadają certyfikaty Amerykańskiej Federacji Kulinarnej lub są certyfikowanymi edukatorami hotelarstwa. Jedzenie i obsługę nadzoruje dziekan programu, który sam jest doświadczonym pedagogiem, profesjonalnym szefem kuchni i restauratorem. Jednak najważniejsi są tu uczniowie, którzy przygotowują jedzenie i obsługują gości, zdobywając oceny.



```
> co na  
to // ...  
} chatGPT*
```



```
chatGPT.message() {
```

```
Zapytaliśmy najnowszy ChatGPT o to, jakie są trendy wśród kompetencji szefa kuchni. Oto, co odpowiedział:
```

```
INNOWACYJNOŚĆ I UMIEJĘTNOŚCI PRAKTYCZNE {
```

```
Oprócz tradycyjnych umiejętności kulinarnych, coraz większą rolę odgrywa kreatywność w tworzeniu unikalnych potraw i menu.
```

```
};
```

```
ZNAJOMOŚĆ KUCHNI ŚWIATA {
```

```
Zwiększająca się popularność kuchni międzynarodowych wymaga od szefów kuchni znajomości różnych tradycji i technik kulinarnych.
```

```
};
```

```
ZRÓWNOWAŻONE GOTOWANIE {
```

```
Umiejętność wykorzystywania lokalnych, sezonowych i ekologicznych produktów, a także minimalizowanie marnotrawstwa żywności.
```

```
};
```

```
ZARZĄDZANIE I PRZYWÓDZTWO {
```

```
Efektywne zarządzanie kuchnią, w tym planowanie, organizacja pracy zespołu oraz mentoring dla młodszych kucharzy.
```

```
};
```

```
ZASTOSOWANIE NOWYCH TECHNOLOGII {
```

```
Korzystanie z nowoczesnych technologii i sprzętu, w tym zautomatyzowanych systemów kuchennych i technologii informacyjnych.
```

WY

WI



MYWIAD



AD

>

**Patrycja Siwiec**

właścicielka
gościnność.pl,
trenerka kompetencji
miękkich
dla gastronomii,
psycholog
i akredytowany
coach EMCC

Z jakimi problemami kadrowymi najczęściej borykają się właściciele lokali gastronomicznych?

PS: Z pracy z moimi klientami wynika, że w pierwszej dziesiątce znajduje się niemożność znalezienia kompetentnych ludzi do zespołu. W przypadku sali – brak zaangażowania i chęci do pracy wynikające z przekonania, że jest to zajęcie dorywcze i chwilowe, częste zmiany personalne w zespole dezorganizujące powyższe, konflikty w zespole, brak umiejętności zarządczych i liderskich wśród osób, które zarządzają zespołem kuchni lub sal.

Czy podejście do zawodów związanych z gastronomią ewoluuje? W jaki sposób?

PS: Mamy taką nadzieję, że podejście do zawodów związanych z gastronomią będzie ewoluować w kierunku większego nacisku na profesjonalizację. Już teraz to obserwujemy. Obecnie standardem stają się kursy winiarskie WSET (Wine and Spirits Education Trust) – kiedyś zarezerwowane dla wąskiej grupy sommelierów i miłośników wina. Kelnerzy chętnie zdobywają winiarskie kwalifikacje, bo mają dzięki takim certyfikatом szansę na lepszą pracę i wyższe zarobki. Na naszych szkoleniach pojawia się wiele osób, które chcą poszerzać kompetencje menadżerskie, lepiej zarządzać zespołem i często szukają takiej wiedzy na własną rękę. Wielu pracowników dostaje wsparcie od pracodawcy, który wysyła ich do nas na szkolenie. Ci pracodawcy patrzą dalekosięźnie i rozumieją, że profesjonalizacja personelu przekłada się na jakość usług i większą satysfakcję z życia zawodowego. Każdy na tym korzysta: pracownik, pracodawca i finalnie gość.

Jakich pracowników potrzebuje aktualnie gastronomia?

PS: Zaangażowanych, stabilnych emocjonalnie, chętnych do pracy, umiejących pracować w zespole, empatycznych, miłych. Ale też oczywiście kompetentnych, doświadczonych. Słowem ludzi, którzy potrafią pracować w zespole i jasno się komunikować.

Jakiego rodzaju szkolenia najlepiej odpowiadają na potrzeby nowoczesnej gastronomii?

PS: Takie, które odbywają się regularnie i są prowadzone przez kompetentnych trenerów. Poza szkoleniami grupowymi obecnie zauważam dużą potrzebę szkoleń indywidualnych w dziedzinie komunikacji, radzenia sobie ze stresem i sytuacjami kryzysowymi, zarządzaniem kapitałem ludzkim. Jako psycholog i akredytowany coach European Mentoring and Coaching Council pracuję w trakcie sesji 1:1 z właścicielami restauracji, szefami kuchni, menedżerami. W trakcie takich spotkań pracujemy nad konkretnymi zagadnieniami. Czasami jest to zbudowanie efektywnego programu motywacyjnego dla zespołu, praca nad przekonaniami, które nam nie służą, rozwiązywanie konfliktów interpersonalnych czy budowanie lepszej atmosfery w ekipie kuchni bądź sali. Szkolenia grupowe wsparte spotkaniami indywidualnymi – w mojej ocenie – przynoszą najlepsze efekty, bo dzięki temu możemy dotrzeć do przyczyny problemu, a nie tylko łagodzić objawy.

Wiedza i umiejętności sommelierów są w cenie. Z czego to wynika i jak wykorzystuje ten fakt branża horeca?

PS: Sommelier jest po pierwsze doradcą klienta. Dopiero po drugie – osobą serwującą wino. To „ambasador winiarzy”, których trunki z dumą poleca gościom restauracji. To osoba dobrze czująca puls restauracji i mocno zaangażowana w serwis. Jego rola nie powinna ograniczać się jedynie do otwierania i dolewania wina gościom.

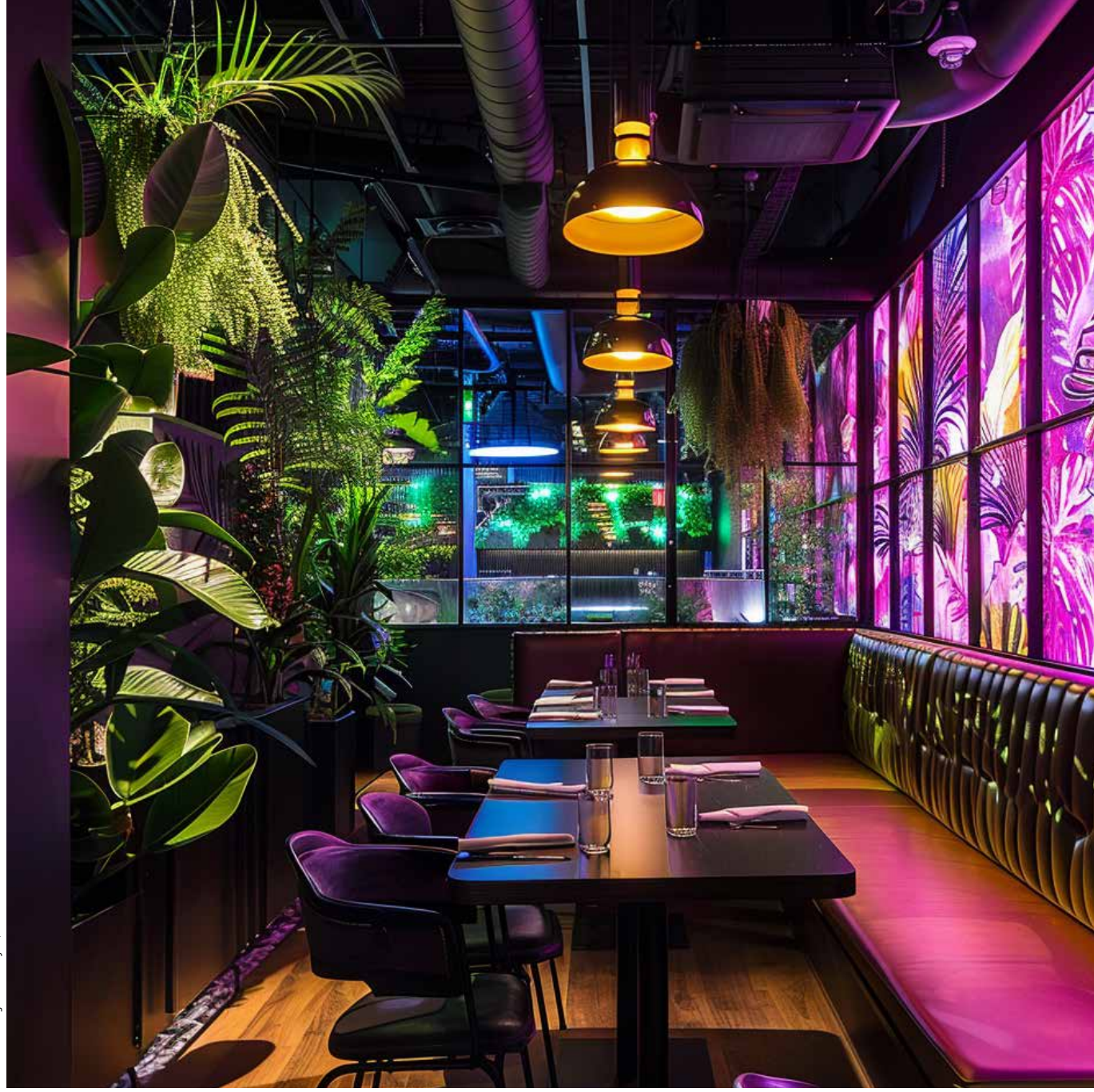
To jedna z najbardziej wymagających pozycji w branży restauracyjnej, bo wymaga znajomości świata win i kulinariów, a także posiadania dobrych umiejętności manualnych, sprzedażowych i interpersonalnych. Jeden ze znajomych restauratorów, z którym współpracowaliśmy przy okazji otwierania jego restauracji we Wrocławiu, początkowo był sceptyczny zatrudnieniu sommeliera, gdyż nie chciał się narażać na koszt dodatkowego etatu. Jednak zatrudnienie profesjonalnie przygotowanej osoby, która

rozumie swoją rolę w organizacji, to nie koszt, a inwestycja. Obecnie roczny dochód ze sprzedaży wina to kilkaset tysięcy złotych rocznie.

Dobry sommelier pamięta, że tworzy kartę win nie dla siebie, tylko dla gości i zanim zdecyduje się na dodanie konkretnego wina do karty, powinien zadać sobie pytanie: Czy to coś, co goście z chęcią zamówią? Mimo, że karta win jest autorską selekcją sommeliera, nie powinien on kierować się tylko i wyłącznie własnymi preferencjami, czym uczyni swoją pracę łatwiejszą i najprawdopodobniej sprzeda więcej wina.

Na jakie cechy w szczególności powinni zwrócić uwagę pracodawcy poszukujący osób do pracy w gastronomii?


PS: Dobra organizacja pracy, samodzielność i umiejętność właściwego rozplanowania działań, zdolność pracy w zespole. W restauracji najtrudniej pracować w zbiorowisku gwiazd, dlatego kluczowa jest umiejętność współpracy. Poza tym skrupulatność, odporność na stres. Praca w kuchni czy na sali to ciągła walka z czasem, rozkręcone emocje wynikające z kontaktu z różnymi ludźmi. Z kolei rekrutując na stanowiska menadżerskie, warto zwracać uwagę na zdolności przywódcze. I nie chodzi o aroganckie rozkazywanie, ale umiejętne delegowanie obowiązków, budowanie dobrej atmosfery w zespole. Podczas rozmowy kwalifikacyjnej pytajmy o metody radzenia sobie ze stresem i napięciem kandydata. To nam wiele powie o osobie, bo praca w gastronomii nierozłącznie wiąże się z przebodźcowaniem i stałą ekspozycją na nieoczekiwane zwroty akcji. To nie jest praca dla osób ceniących stabilność i powtarzalność.



#009



DESIGN



Wystrój i klimat wnętrza restauracji ma ogromny wpływ na to, jak czują się w niej goście. W czym tkwi sekret atrakcyjnego lokalu? Jakie elementy czy wzory powinny znaleźć się w modnych przestrzeniach? Co zrobić, by wyróżnić swoją restaurację lub bar i jak robią to najlepsi? Zobacz, w jaki sposób design i kuchnia wzajemnie się przenikają.

- > Restauracje domów mody
- > Najbardziej designerskie restauracje
- > Wzornictwo w cukiernictwie
- > Metaxa i 12 Stars Collection
- > Ceramika z Polski
- > Piękno polskich restauracji
- > Szkło dla horeca
- > Sztuka i rękodzieło
- > Skrzyżowanie kultur
- > Czary-bary
- > Miejska oaza



fot. Midjourney / Bidfood



Restauracje **DOMÓW MODY**

Luksusowe marki zrozumiały, że inwestowanie w jedzenie się opłaca. Restauracje przyciągają konsumentów do sklepów stacjonarnych

w czasach, gdy zakupy przenoszą się do internetu. I oto, w jednym miejscu, można kupić luksusowe dania, ubrania i dodatki. W ekskluzywnej paryskiej galerii handlowej Printemps pod jednym dachem znalazł się butik Balmain Homme i Perruche – modny bar z widokiem na Paryż. Wystarczyło poświęcić 5% powierzchni sklepu na część z jedzeniem, aby zwiększyć liczbę klientów o 30%. A oto inne przykłady ze świata: restauracja Alaina Ducasse’a, Beige, usytuowana na najwyższym piętrze budynku Chanel Ginza w Tokio, Café Dior Pierre’a Hermé w Seulu, Blue Box Cafe Tiffany’ego w Nowym Jorku czy restauracja na parterze słynnego mediolańskiego 10 Corso Como.

[C I E K A W O S T K A]

Prestżowa włoska marka Fendi w 2022 roku otworzyła swój trzypiętrowy sklep w Puerto Banús, inspirowany kulturą andaluzyjską i kolorowym stylem marokańskim. Prowadzi przy nim ekskluzywny beach bar.

Najbardziej designerskie RESTAURACJE

Label Magazine przygotował zestawienie 8 najbardziej stylowych restauracji na świecie. Wśród wyróżnionych znalazły się prawdziwe perełki.

fot. label-magazine.com



IZUMI Charlottenlund

IZUMI Charlottenlund to popularna restauracja znajdująca się w Kopenhadze. Minimalistyczne, harmonijne wnętrze jest połączeniem japońskiej kultury ze skandynawskim designem. Specjalizuje się w kuchni japońskiej.



199

DESIGN

Sun Tan

Sun Tan to restauracja o powierzchni około 70 m², zlokalizowana w Bairro das Colónias w Lizbonie. To niezwykle energetyczne wnętrze zaprojektowało studio projektowe DC.AD oraz Mariana Peralta.



fot. label-magazine.com

fot. label-magazine.com



Shay

Shay to minimalistyczny bar i salon herbaciany w Montrealu, który skromnym, wręcz ascetycznym wnętrzem, nawiązuje do kultury Bliskiego Wschodu.

Duddell's

W Londynie, w zabytkowym kościele, powstała filia restauracji Duddell's z Hongkongu. To nie lada gratka dla miłośników sztuki.



fot. label-magazine.com

fot. label-magazine.com



Samna

Tajemnicze wnętrze kijowskiej restauracji Samna składa się z pięciu sal i zostało zaprojektowane przez studio architektoniczne YOD Group. Panujący tu półmrok zachęca do odwiedzin miłośników przygód.



Willmott's Ghost

Ta włoska restauracja w Seattle prezentuje przestrzeń pełną klasy, w której turkusowe kanapy idealnie komponują się z nowoczesną, przeszkloną elewacją i złotymi lampami w modernistycznym stylu.

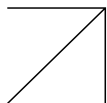
Martim

Wrocławska restauracja nagrodzona prestiżową nagrodą German Design Award to połączenie stylu portugalskiego, ale inspirowanego też Indiami, Brazylią, a nawet Japonią.



Clerkenwell Grind

Całodobowa restauracja i bar zlokalizowane w londyńskim Clerkenwell, w których czuć klimat retro. Znaleźć tu można welurowe niebieskie krzesła, różowe kanapy, a także geometryczne lampy oraz dodatki z mosiądzu.



WZORNIC - -CTWO *w cukier- -nictwie*



Od kilku lat w cukierniczym świecie mówi się o trendach inspirowanych realizmem. Nowojorska Eunji Lee zyskała oddanych fanów dzięki swoim koreańsko-francuskim deserom, takim jak popularne ciasto w kształcie kukurydzy, a urodzona w Ukrainie gwiazda cukiernictwa – Dinara Kasko – korzysta z modelowania komputerowego i druku 3D, aby zaprojektować swoje jadalne geometryczne cuda.



METAXA *i 12 Stars Collection*



Polscy artyści stworzyli kolekcję ceramicznych naczyń do koktajli: 12 Stars Collection by Metaxa. Każde z dzieł jest wykonane inną techniką przez przedstawicielkę lub przedstawiciela jednej z czterech polskich pracowni ceramicznych. Kolekcję charakteryzuje połączenie bieli z kobaltem, co przywołuje na myśl antyczną Grecję.



Ceramika

> z Polski

Ceramika z Polski podbija świat! Dwie marki z Polskiej Grupy Porcelanowej (Ćmielów, Lubiana, Chodzież oraz Ćmielów Design Studio) zostały partnerami wyposażenia Pawilonu Polski na Wystawie Światowej Expo 2020 Dubai. Co istotne, Lubiana zajmuje się przede wszystkim wyrobem produktów dla horeca. Jest jednocześnie jednym z największych producentów porcelany w Europie, sprzedaje wyroby w 40 krajach na świecie, a wdrożenia nowych wyrobów i dekoracji tworzone są we współpracy z najlepszymi projektantami.



ZOBACZ
Lubiana



ZOBACZ
Ćmielów



Piękno

POLSKICH RESTAURACJI



fot. Realizacje mode.lina

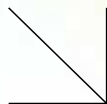
Polskie restauracje znajdują się na liście najpiękniejszych lokali gastronomicznych na świecie. Zaprojektowany w weneckim stylu warszawski Va Bene Chicchetti zdobył w 2023 roku nagrodę w konkursie Restaurant & Bar Design Awards w kategorii restauracji i barów z Europy. Opasty Tom z Warszawy został uznany w 2020 roku przez prestiżowy magazyn „Wallpaper” za jedną z pięciu najpiękniejszych restauracji na świecie. Natomiast w 2018 roku jury konkursu WIN Awards, organizowanego przez serwis World Interior News, wskazało wrocławski Campo Modern Grill jako najlepiej zaprojektowaną restaurację na świecie. Podobnych przykładów z naszego kraju jest więcej.

Szkło *dla horeca*

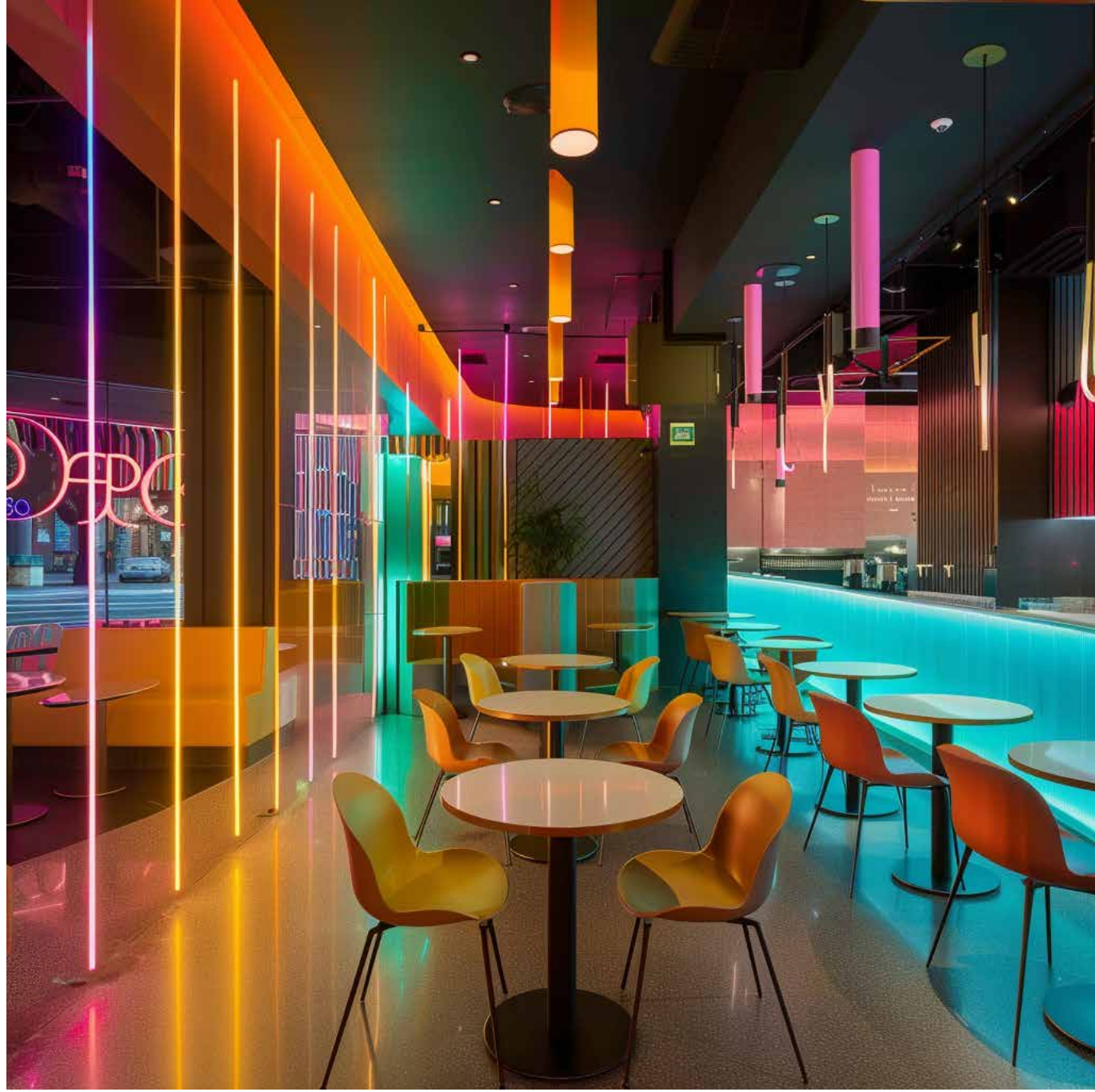
Firma Krosno zaprezentowała kolekcję Prima Lumi – harmonijne połączenie prostoty i subtelnych detali. Na kolekcję składają się kieliszki do wina, kieliszek do szampana oraz do wódki. Linia powstała specjalnie z myślą o horeca. Krótka, stabilna nóżka i wykonanie z wyjątkowo przejrzystego oraz odpornego szkła Crystalline to odpowiedź na potrzeby branży.



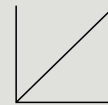
Sztuka *i rękodzieło*



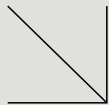
Włączanie elementów artystycznych i rękodzielniczych, takich jak ręcznie robione detale, unikalne dzieła sztuki czy lokalne rzemiosło, aby nadać przestrzeniom osobisty i niepowtarzalny charakter to trend, który na dobre zagości w restauracjach.



SKRZYŻOWANIE KULTUR



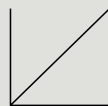
Wybitni znawcy designu przewidują, że wnętrza restauracji zwrócą się ku łączeniu tradycji z całego świata, międzykulturowości. Przestrzenie mają płynnie łączyć ze sobą wiele podejść, tworząc eklektyczne miejsca, gdzie myślą przewodnią jest długa podróż.



CZARY-BARY

Miksologia bardzo się rozwija i wciąż chce zaskakiwać, zachwycać. Koktajle prezentowane są w coraz bardziej ciekawy sposób, próbując przyciągnąć uwagę gości. Śmiało można powiedzieć, że ich serwowanie to rodzaj sztuki, performance'u. Wystrój barów musi więc za tym nadążyć. W najmodniejszych lokalach na gości czekać będą oszałamiające wizualne aranżacje czy bary z dynamicznym oświetleniem. Show must go on!

MIEJSKA OAZA



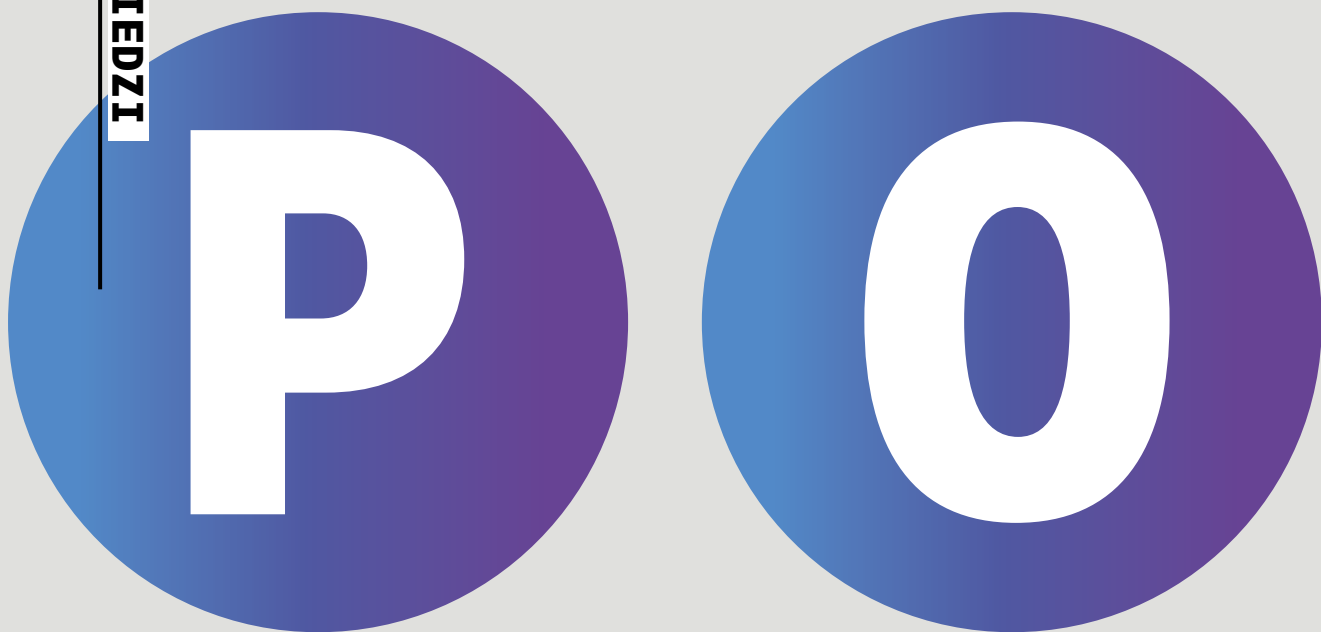
W pandemii ludzie bardziej niż kiedykolwiek docenili kontakt z naturą. Ten trend nie minął, a wręcz przybiera na sile. Restauracje to miejsca, które powinny oferować odpoczynek od miejskiego zgiełku. Ogrody na dachach, zielone ściany roślin w pomieszczeniach, posiłki serwowane na świeżym powietrzu, podkreślanie we wnętrzach ekologicznych rozwiązań i nawiązywanie do natury to dobry, zgodny z trendami, kierunek dla horeca.

WY

PO



WYPOMIEDZI



WIEDZ

i

>



Restauracje to dziś miejsca spotkań, w których panuje przyjemna atmosfera. Wnętrza są dobrze zaprojektowane i ciekawe, muzyka bywa idealnie dobrana do danego konceptu, zapachy, kwiaty, detale, sposób obsługi czy budowanie menu – dzisiaj każda z tych rzeczy ma ogromne znaczenie. Ludzie tego oczekują i chcą bywać w takich przestrzeniach. To często spektakl o czymś więcej niż tylko o dobrym jedzeniu. Restauracja to całość, a restauratorzy coraz bardziej dbają o każdy wspomniany szczegół. Dzięki temu ruch w wielu lokalach nie słabnie, mimo szalejącej inflacji i wzrastających cen. Wyjście do knajpy to już coraz częściej nasz stały punkt w celebracji ważnych momentów, ale i casualowe spędzanie czasu z przyjaciółmi - tak po prostu.

Aleksandra Dojnikowska, współzałożycielka i współwłaścicielka lokali Butkę przez Bibułkę, Pollypizza NEOpolitan oraz Baken



Lokal powinien być atrakcyjny wizualnie, wyróżniać się na tle konkurencji i przyciągać wzrok. Musi zachęcać do wejścia oraz dodatkowo przez wnętrze informować o charakterze serwowanych dań i przedziale cenowym, jakiego możemy się spodziewać. To uniwersalna idea, która powtarza się u każdego inwestora.

Pewnego rodzaju nowością lub uzupełnieniem jest coraz większa świadomość wygody użytkowania. Nie mówię tu tylko o ergonomii siedzisk, ale też o odpowiedniej akustyce we wnętrzu, natężeniu i kolorze oświetlenia – o czynnikach zwiększających nasz osobisty komfort, poczucie bezpieczeństwa. Zwracają na to uwagę nie tylko klienci o bardziej hi-endowym profilu, ale też osoby, które planują bar take and go.

W moim odczuciu obecnie dominuje indywidualizm. Inwestorzy stawiają nacisk na pomysł i oryginalność. Coraz rzadziej przeważa jeden trend, jak np. w latach 2009-2015, gdzie niemal wszędzie widzieliśmy „industrialny loft”.

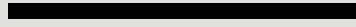
Dziś każdy z nas ma łatwy i szybki dostęp do olbrzymiej ilości inspiracji, nieograniczonych normami czasowymi. Trendy się zacierają, a jeżeli już występują, to trwają dużo krócej. Restauracja o profilu włoskim, w zależności od wizji, może być klasycznym wnętrzem pizzerii, industrialną, modernistyczną przestrzenią, futurystycznym lokalem z innowacyjnymi materiałami lub miejscem, w którym dominują naturalne, organiczne formy i barwy. Projektowane przez nas wnętrza lokali gastronomicznych są częściej odpowiedzią na historię, ideę ich prowadzących, dużo rzadziej na „trend” w czystej postaci.

Kinga Kin, projektantka wnętrz, mode:lina



fot. Realizacje mode:lina

MYMIAD



WY

WI

AD

Czym we współczesnej gastronomii jest design?

W dobie wszechobecnej konkurencji w branży gastronomicznej dobry design staje się nieodłącznym elementem budowania przewagi nad konkurencją. W Fine Dine doskonale rozumiemy tę zależność, oferując kompleksowe rozwiązania, które łączą w sobie estetykę, funkcjonalność i komfort. Takie, które tworzą niezapomniane wrażenia dla gości.

Zastawa stołowa od zawsze była ważnym elementem wystroju wnętrz lokali gastronomicznych. Jakie trendy aktualnie widzi Pan w tym obszarze?

Zastawa stołowa odgrywa kluczową rolę w kreowaniu atmosfery lokalu. Musi ona nie tylko pasować do wystroju oraz klimatu miejsca, ale również być funkcjonalna i wygodna w użyciu. W casualowych restauracjach coraz częściej króluje kolorowa porcelana, która nadaje wnętrzu przytulnego i radosnego charakteru. Doskonałym przykładem są kolekcje Iris i Dahlia, oferujące szeroką gamę kolorów i wzorów, co z pewnością spodoba się gościom, którzy chętnie dzielą się zdjęciami swoich posiłków w mediach społecznościowych.

W bardziej eleganckich lokalach fine diningowych restauratorzy stawiają na białą zastawę, która podkreśla prestiż i szyk restauracji. W tym przypadku świetnym wyborem jest odporna porcelana Nordic, która łączy w sobie oryginalny design z wytrzymałością niezbędną w warunkach profesjonalnego użytkowania.

W wyposażeniu restauracji liczy się każdy detal. Na jakie kwestie powinni zwrócić uwagę restauratorzy?

Dokładnie tak. Znaczenie mają nawet sztuce, gdzie niezwykle istotna jest jakość. Sztuce powinny być dobrze wyważone i nieskazitelne, aby zapewnić gościom komfort podczas jedzenia. Najlepsze będą kolekcje ze stali wysokiej jakości 18/10.

Kolejnym detalem, na który zwracają uwagę goście jest szkło. Powinno odzwierciedlać klasę lokalu i stopień obłożenia. W najlepszych restauracjach sprawdzą się cienkie, przejrzyste i kryształowe kieliszki. W barach i pubach lepszym wyborem będzie grube szkło hartowane.



Michał Matuszczak,

dyrektor handlowy

Fine Dine



```
> co na  
to // ...  
} chatGPT*
```



```
chatGPT.message() {
```

Gastronomia i design przenikają się na wielu poziomach, tworząc unikalne doświadczenia, które angażują wszystkie zmysły. Trend ten polega na świadomym projektowaniu nie tylko samego jedzenia, ale również otoczenia, w którym jest ono serwowane, sposobu prezentacji potraw, a nawet naczyń, na których są podawane. Oto kilka kluczowych aspektów, na których opiera się to zjawisko:

```
PREZENTACJA POTRAW. {
```

Design kładzie duży nacisk na wizualny aspekt potraw. Chodzi o to, by jedzenie nie tylko smakowało doskonale, ale również zachwycało wyglądem. Artystyczne układanie składników na talerzu, zabawa kolorami i kształtami – wszystko to ma na celu stworzenie dzieła sztuki, które można zjeść.

```
};
```

```
PROJEKTOWANIE PRZESTRZENI. {
```

Obejmuje zarówno wnętrze restauracji, jak i sposób aranżacji stołów. Przestrzeń gastronomiczna jest projektowana tak, aby współgrała z serwowanymi potrawami i tworzyła odpowiednią atmosferę. Może to oznaczać zarówno minimalistyczne wnętrze, które skupia uwagę na jedzeniu, jak i bogato dekorowane otoczenie, stające się częścią całego doświadczenia.

```
};
```

INNOWACJE I TECHNOLOGIA. {

Nowoczesny design gastronomiczny często korzysta z najnowszych technologii, takich jak druk 3D, do tworzenia unikalnych form jedzenia lub naczyń. Eksperymentowanie z teksturami, temperaturami, a nawet formami podawania (np. jedzenie w postaci aerozoli) to tylko niektóre z możliwości.

};

DOŚWIADCZENIE SENSORYCZNE. {

Design w gastronomii ma na celu stymulowanie wszystkich zmysłów, nie tylko smaku. Dźwięk chrupania, zapach świeżych ziół, wygląd potrawy, a nawet jej dotyk – wszystko to składa się na pełne doświadczenie.

};

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ I ŚWIADOMOŚĆ EKOLOGICZNA. {

Coraz częściej design gastronomiczny uwzględnia także aspekty związane ze zrównoważonym rozwojem. Wykorzystywanie lokalnych produktów, minimalizowanie odpadów, a nawet projektowanie naczyń wielokrotnego użytku lub biodegradowalnych to kierunki, które zyskują na popularności.

```
// Design w gastronomii to nie tylko sposób na uatrakcyjnienie potraw, ale także na stworzenie kompleksowego doświadczenia, które angażuje gości na wielu poziomach. Trend ten ewoluuje, a kreatywność szefów kuchni i projektantów ciągle poszukuje nowych form wyrazu, by zaskakiwać i cieszyć odbiorców.
```

```
</script>
```

```
}_
```

**OBSERWUJ NAS W MEDIACH
SPOŁECZNOŚCIOWYCH!**



KONTAKT

Dział Marketingu

e-mail: kontakt@farutex.pl

Copyright © by Bidfood 2025



Zabronione jest kopiowanie i przetwarzanie w jakimkolwiek celu oraz postaci bez pisemnej zgody autora. Dołożyliśmy wszelkich starań, aby zawarte w publikacji treści były rzetelne i kompletne.

www.bidfood.pl