



INFORMACJA PRASOWA

Warszawa, 20 kwietnia 2016

Niezapomniany jubileusz Targów EuroGastro

Nie jeden jubilat mógłby pozazdrościć takich urodzin. Trzy dni dla biznesu w wyjątkowej atmosferze oraz niezwykle uczestnicy: 276 wystawców z 17 krajów, kilkudziesięciu branżowych ekspertów, w tym światowej sławy mistrzowie kulinarni oraz tysiące odwiedzających to obraz 20. Międzynarodowych Targów Gastronomicznych EuroGastro. Kluczowe wydarzenie dla branży HoReCa odbyło się w dniach 6-8 kwietnia br. w Warszawie i zakończyło się pełnym sukcesem. Starannie przygotowana oferta wystawców spotkała się z uznaniem gości, a prowadzone rozmowy biznesowe już na targach niejednokrotnie były finalizowane umowami.

Każdego dnia na targi przychodziły tłumy odwiedzających. Kolejki chętnych do wejścia na teren wystawowy Centrum Targowo-Kongresowego MT Polska w Warszawie ustawiały się już od rana. Wysokiej jakości markowe produkty przyciągały uwagę profesjonalistów z branży gastronomicznej, m.in.: przedstawicieli kadry zarządzającej, właścicieli hoteli i kawiarni, szefów kuchni oraz pracowników restauracji.

GastroBiznes

Nie od dziś wiadomo, że najskuteczniejszą formą sprzedaży jest kontakt bezpośredni, a ożywione rozmowy prowadzone na stoiskach wystawców były tego widocznym potwierdzeniem. Goście z zaciekawieniem śledzili nowe trendy oraz słuchali opinii o prezentowanych produktach. – *Zdarzyło się kilkakrotnie, że nasze stoisko nie było w stanie pomieścić odwiedzających. To, co mnie cieszy to duża liczba nowych klientów, których napływ widoczny jest w naszych wynikach sprzedażowych. Wiemy jednak, że o dotychczasowych odbiorców również należy dbać, tak więc obie grupy wciąż musimy zaskakiwać* – mówił Tadeusz Rydel, opiekun produktu z firmy Winterhalter Gastronom Polska. – *W najbliższym czasie wprowadzimy nowość w postaci rozliczania na podstawie faktycznego zużycia sprzętu określonego na podstawie liczby wykonanych cykli* – zapowiedział.

Wiele z firm podkreślało, że obecność na targach to nie tylko działanie wizerunkowe, ale wymierne korzyści sięgające nawet setek nowych kontaktów. Tomasz Michalski, doradca handlowy z firmy Komat,

stwierdził, że blisko połowa osób odwiedzających składa w przyszłości zamówienia. – *Poza tym Targi EuroGastro pełnią cenną rolę integrującą branżę HoReCa. Rozrzuceni po całej Polsce przedstawiciele poszczególnych firm mogą tu spotkać się i zacieśnić relacje. To przynosi efekty w postaci efektywniejszej współpracy* – dodał.

Wagę wydarzenia podkreślił również Piotr Kopańczuk, dyrektor ds. sprzedaży HoReCa spółki North Coast. – *Na targach EuroGastro jesteśmy po raz osiemnasty i porównując je do podobnych imprez w Europie Centralnej są największe i najbardziej znaczące dla regionu. Spotykamy się tu przede wszystkim ze stałymi klientami oraz poszukujemy nowych odbiorców. W tym roku prezentujemy szerszy asortyment oraz sporo nowości* – dodał wskazując na sery Nuova Castelli, piadinę oraz wina Bertani, jednego z najważniejszych producentów z regionu Veneto.

Kompleksowa oferta dla branży HoReCa

Spacer alejkami gwarantował niezwykle doznania smakowe oraz prawdziwy teatr sztuki kulinarnej. Nie dało się przejść obojętnie obok stoiska firmy Rational, na którym odbywały się pokazy gotowania z zastosowaniem urządzeń Self Cooking Senses. Przedstawiciele handlowi wcielili się w rolę ekspertów kulinarnych opowiadając o kolejnych potrawach, które co chwila wędrowały w przechodzący tłum. Na stoisku przeprowadzono też konkurs, w którym swoich sił spróbowało 5 kucharzy z różnych części Polski. Konkurencyjny show poprowadziła firma Hendi Polska. Tam z kolei duży stół nakryty białym obrusem z elegancką zastawą czekał na biesiadników gotowych spróbować potraw wylaniających się z pieca konwekcyjno-parowego Naboo.

Ciekawą atrakcją dla zwiedzających stanowiła gigantyczna atrapa zmywarki firmy Winterhalter, do której można było wejść i przekonać się jak wygląda cykl zmywania. Obserwując sektor wyposażenia zaplecza kuchennego nabierało się przekonania, że dzisiejsza gastronomia to nie tylko dobry kucharz, ale i profesjonalny sprzęt z innowacyjnymi funkcjonalnościami.

Równie imponująco prezentował się na targach segment wyposażenia sal restauracyjnych i barów. – *W tym roku po raz pierwszy pokazaliśmy nowe wykonanie baru. Skupiliśmy się jednak nie na wyglądzie, bo ten klient może zamówić indywidualnie, a na rozwiązaniach za barem. Tu barman wszystko ma w zasięgu ręki, dzięki czemu szybciej przygotowuje większą liczbę drinków, co przekłada się na obrót lokalu oraz dobre samopoczucie pracownika* – powiedział Maciej Dudek, dyrektor Działu Sprzedaży ze spółki Pro Ascobloc.

Zjawiskowe zastawy, oryginalne meble, sprzęt piwowski oraz ekspresy, które wyczarowywały kawę, to nieliczne przykłady dostępnego asortymentu. Uwagę przyciągała także prezentacja wyjątkowo odpornej na zanieczyszczenia innowacyjnej kolekcji odzieży 3D Clean firmy Tedmar. – *Specjalna struktura tkaniny 3D Clean zbudowana z nici bawełnianych i poliestrowych, odpycha zabrudzenia, tworząc na powierzchni*

krople. Do ich usunięcia wystarczy zwykła woda – mówiła Barbara Maciążek z firmy Tedmar pryskając wodą na świeżą plamę ketchupu, która po chwili spływała z fartucha nie pozostawiając na ubraniu śladu. – Kiedy ubranie z tej tkaniny zostanie poplamione kawą, olejem czy sokiem, wystarczy od razu strzepnąć lub popryskać wodą i tkanina pozostanie czysta – dodała.

Osobny dział Targów EuroGastro stanowiła żywność, napoje. Urządzenia do produkcji lodów oraz napojów chłodzących tworzyły desery warte grzechu. Zaskakiwało bogactwo i jakość żywności oraz różnorodność specjalistycznych opakowań do jej przechowywania. – *W naszej ofercie znajduje się wszystko co potrzebne klientom z sektora HoReCa: świeże ryby i owoce morza, najwyższej jakości mięso, wędliny, nabiał, warzywa, owoce, zioła i przyprawy* – opowiadał Djamel Djellouli, dyrektor ds. HoReCa z firmy Selgros Cash@Carry. Na targach dostępny był również szeroki wybór win oraz produktów włoskich, które, jak twierdziła Emilia Karbownik z firmy Vandemoortele, wraz z polską kuchnią tradycyjną wciąż zyskują na popularności.

Kawa - pasja i sposób na życie

Szczególną rolę podczas Targów EuroGastro odegrała kawa, która posiada ponad 1200 smaków i aromatów. W specjalnie przygotowanej strefie Coffee Village Alf Karmer, światowej sławy ekspert ds. kawy, inicjator SCAE (Speciality Coffee Organization of Europe) i WBC (World Barista Championship) tłumaczył fenomen popularności tego napoju. – *Kawa jest po to, by dawać dobre doświadczenia i poprawić nasze samopoczucie. Niewskazany jest przy niej pośpiech, a wybór i ocena najlepszego smaku to kwestia indywidualna.* Ekspert docenił również znaczące postępy jakie Polska odnotowała w kulturze picia kawy. Niemniej jednak wskazał potrzebę dalszej edukacji w tej dziedzinie.

Podobną opinię miał Tomasz Obracaj z Apro Trade/ Akademia Kawy®, jedna z kluczowych postaci na polskim rynku kawy. – *Kawa jest w Polsce modna, a my staramy się tę kulturę jeszcze bardziej rozbudować. Na Targach EuroGastro od wielu lat organizujemy mistrzostwa baristów i olimpiadę kawy oraz prowadzimy warsztaty dla profesjonalistów, jak i pozostałych miłośników tego napoju. Zapraszamy specjalnych gości z różnych zakątków świata. W tym roku towarzyszą nam Brazylia, będąca największym producentem kawy na świecie oraz Jamajka, z której pochodzi ulubiona kawa Jamesa Bonda - Blue Mountain Coffee* – opowiadał Tomasz Obracaj.

Wśród propozycji Jamajki oprócz ekskluzywnych kaw, których cena sięgała nawet 200 dolarów za kilogram, znalazła się kawa organiczna Marley Coffee, pochodząca z plantacji prowadzonej przez rodzinę artysty. – *Liczą na to, że nasza oferta zainteresuje polski rynek oraz uda nam się nawiązać kontakty biznesowe. Targi EuroGastro stanowią do tego odpowiednie miejsce. Nasze stoisko chętnie odwiedzali właściciele kawiarni oraz restauracji. Powodzeniem cieszyły się także prowadzone przez nas warsztaty, podczas których uczestnicy mieli okazję spróbować naszych specjalności* – mówił Guy Wilmot, UK/Europe Brand Manager z Marley Coffee.

Osobnym punktem programu strefy Coffee Village była 8. Olimpiada Kawy®. Nie brakowało tu emocji i uśmiechu. Publiczność przekonała się, że praca baristy może być prawdziwym wyzwaniem. – *W Polsce zawód baristy kojarzony jest wciąż często z zajęciem dla studentów, którzy muszą sobie dorobić. Dążymy do tego, by zmienić to przekonanie. Zarówno w Stanach Zjednoczonych, Australii, krajach azjatyckich czy niektórych europejskich jest to poważany zawód. Zrobienie dobrej kawy wymaga odpowiednich umiejętności* – podkreśliła Agnieszka Rojewska, mistrzyni Polski Barista i Latte Art, wchodząca w skład Jury olimpiady. Jurorka zwróciła również uwagę na to, że kawa nie jest tylko dodatkiem. Serwowana w restauracji zwykle na końcu zamówienia pozostawia ostatnie wrażenie.

Kulinarne talenty

Po raz kolejny Targi EuroGastro stały się kuźnią młodych talentów. – *Nie wierzę. Nie spodziewałam się. Strasznie się cieszę!* – brzmiały pierwsze słowa 18-letniej Gabrieli Łukasiewicz, która zwyciężyła w konkursie „Kulinary Talent 2016”. – *To było niesamowite doświadczenie i nauka od samych mistrzów* – dodała. Swojego zadowolenia z uczestników nie krył również sam Robert Sowa. – *Konkursy są po to, by kreować nowe smaki i trendy, a młodzież sprawdziła się w tym bardzo dobrze. Nie wstydzę się przed jurorami degustacyjnymi* – mówił.

Podczas Targów EuroGastro odbył się 11. Festiwal Kuchni Greckiej Teo Vafidisa oraz po raz pierwszy swój finał miał konkurs CHEF Culinary Cup pod patronatem Jerzego Pasikowskiego. Dla uczestników obu wydarzeń był to ważny krok w rozwoju dalszej kariery, a mistrzowie kulinarni podkreślali wysoki poziom umiejętności młodych kucharzy i ich ogromne zaangażowanie.

Bogaty program merytoryczny

Każdego dnia targów odbywały się praktyczne warsztaty oraz prezentacje, podczas których sale były wypełnione do ostatniego miejsca. Uczestnicy spotkań dowiedzieli się jak skutecznie zarządzać biznesem, jak dobrać odpowiedni personel oraz jakich błędów unikać otwierając i prowadząc kawiarnię. Eksperti z branży opowiedzieli jaka jest przyszłość marketingu w gastronomii, pożądana reklama restauracji oraz rola managera XXI wieku. Omówili także niezbędne rozwiązania mobilne.

Dużym zainteresowaniem cieszyła się konferencja wraz z pokazem kulinarnym promującym Hiszpańskie Oliwki. Prowadzący, Miguel Capitán, właściciel warszawskiej restauracji La Iberica, podkreślał, że Hiszpania jest światowym liderem w produkcji oliwek. Przybliżył informacje o głównych gatunkach oliwek uprawianych w Hiszpanii, opowiedział jak można wzbogacić ich smak poprzez różne dodatki, tj. migdały, czosnek, paprykę czy zioła, jak i z czym można je serować i komponować. W tle do prezentacji hiszpańscy kucharze szykowali słynne hiszpańskie tapas, oczywiście na bazie hiszpańskich oliwek.

W trakcie targów sporo uwagi poświęcono winom - kompozycji karty oraz właściwemu doborowi do potraw. Podpowiedziano jak poprzez sprzedaż tego trunku podnieść prestiż i obroty lokalu. Miłe urozmaicenie programu merytorycznego stanowiła także prezentacja poświęcona profesjonalnej fotografii jedzenia, gdzie na konkretnych przykładach omówiono 5 ważnych zasad tej sztuki.

Najlepsi z najlepszych

W konkursie na najlepszy produkt 20. Międzynarodowych Targów Gastronomicznych EuroGastro 2016 wręczono laureatom okolicznościowe statuetki wraz z dyplomami oraz unikatowe loga „Najwyższa Jakość Targów EuroGastro 2016” będące synonimem znaku doskonałej jakości w branży HoReCa.

W kategorii „Wyposażenie zaplecza kuchennego - sprzęt ciężki i meble” nagrodę główną otrzymała firma Winterhalter Gastronom Polska za zmywarkę do garnków i przyrządów kuchennych UF-M, a wyróżnienia przyznano spółkom: Dora Metal za nowoczesne sposoby filtracji w okapach oraz RM Gastro Polska za piec piekarniczy DM-5. W kategorii „Wyposażenie zaplecza kuchennego - sprzęt drobny i akcesoria” zwyciężcą została spółka BWT Polska za BWT Bestmax Balance, a wyróżniono DANLAB za wyparkę Aromalab. W kategorii „Wyposażenie sali restauracyjnej i baru” wygrana trafiła do firmy Hendi Polska za automatyczny ekspres do kawy Profi Line - czarny, a na wyróżnienia zasłużyli: Belfood za Puremix: zintegrowany system napojów zimnych dla Horeca, Nestlé Polska Oddział Nespresso w Warszawie za profesjonalny ekspres do kawy na kapsułki Nespresso - Aguila 220 oraz Softech za wagę do sprawnej inwentaryzacji - Decibar. W kategorii „Sprzęt i akcesoria dla cateringu” nagroda trafiła w ręce spółki Papstar Polska za asortyment Papstar Pure do przekąsek Fingerfood z trzciny cukrowej, natomiast wyróżnienie przyznano firmie Komat Mieczysław Kozłowski za SpeedBAR. W kolejnej kategorii „Chemia, sprzęt czyszczący i odzież robocza dla gastronomii” nagrodę otrzymała PPH Tedmar Maria Pilewicz za kolekcję odzieży 3D Clean. W kategorii „Żywność dla gastronomii” zwyciężyła De Care pulpa z mango i wyróżniono InterEuropol Piekarnia Szwajcarska za paluch Panini z dynią, mix mini snacków oraz Bułkę Tygryska. Z kolei w kategorii „Napoje alkoholowe i bezalkoholowe” nagrodzono Nalewki Staropolskie Karol Majewski i Wspólnicy za Nalewkę Staropolską Kampinoską Kwiat Czarnego Bzu. Ostatnią z nagród w konkursie na najlepszy produkt Targów EuroGastro w kategorii Szkolenia i edukacja w branży HoReCa otrzymała Kurt Scheller Academy za szkolenia kulinarne.

Serdecznie zapraszamy na 21. Edycję Międzynarodowych Targów Gastronomicznych EuroGastro, która odbędzie się w dniach 5-7 kwietnia 2017 roku.

Kontakt PR:

Joanna Kuźma, Lawenda Public Relations,
joanna@lawendapr.com, tel. 502 096 072

Agnieszka Kuźma-Filipek, Lawenda Public Relations,
agnieszka@lawendapr.com, tel. 601 99 10 89

Ewa Prochowicz, koordynator działu marketingu, MT Targi Polska,
eprochowicz@mttargi.pl, tel. 22 529 39 26

MT Targi Polska to jeden z wiodących w Polsce i największy na rynku warszawskim organizator imprez targowych. Firma organizuje 8 imprez wystawienniczych, które rocznie gromadzą ponad 2000 wystawców i 80 000 zwiedzających. W kalendarium znajdują się targi, które bardzo dobrze znane są za granicą, a w Polsce zyskały miano najważniejszych wydarzeń targowych. Są to: EuroGastro, EuroLab, CrimeLab, TT Warsaw, Lato, WorldHotel, Dziedzictwo oraz Infrastruktura.