



INFORMACJA PRASOWA

Warszawa, 25 kwietnia 2017

EuroGastro i WorldHotel wyznacznikiem jakości branży HoReCa

Zakończyły się 21. Międzynarodowe Targi Gastronomiczne EuroGastro 2017 oraz 10. Międzynarodowe Targi Wyposażenia Obiektów Noclegowych WorldHotel 2017. Ofertę zaprezentowało 273 wystawców z 15 krajów, a Centrum Targowo-Kongresowe w dniach 5-7 kwietnia odwiedziło 19 457 osób.

Przedstawiciele branży gastronomicznej i hotelarskiej zapoznali się z najnowszymi trendami rynkowymi oraz wzięli udział w interesujących szkoleniach. Dodatkową atrakcją stanowiły konkursy kulinarne organizowane przez znanych i cenionych szefów kuchni.

Targi dla branży HoReCa

Wyjątkowa oferta wystawców przyciągnęła wielu odwiedzających. – *To są targi branżowe, nie ma tu przypadkowych osób. Przychodzą do nas przedstawiciele restauracji, hoteli oraz lokali gastronomicznych* – mówiła Ruth Piekarska-Stefanini, projekt menedżer spółki Arexpol Products Poland, dystrybutora najwyższej jakości oliwy i szynki Jamón Ibérico z Hiszpanii. – *Świadomość Polaków w zakresie żywienia wzrasta, a dodatkowo nasze społeczeństwo lubi nowości* – dodała wskazując na ekologiczną oliwę z drobkami 23-karatowego złota.

Dopracowane w każdym szczególe stoiska odzwierciedlały wysoką jakość oferowanych produktów oraz troskę o klienta. – *Na targach chcemy zaprezentować się i zaznaczyć obecność na rynku gastronomicznym. Zależy nam, aby pokazać się restauratorom i dostarczyć im inspiracji, dlatego przedstawiamy gotowe rozwiązania, które mogą podsunąć pomysły, jak najlepiej wykorzystać nasze produkty* – powiedział Cezary Furmanowicz, dyrektor działu marketingu firmy Selgros, która poprzez smaczne degustacje promowała nową markę produktów Premium Transgourmet, a wśród nich m.in. olej balsamiczny czy fermentowany pieprz.

W gronie wystawców znalazło się 40 zagranicznych firm, które dostrzegły potencjał polskiego rynku gastronomicznego. – *Jesteśmy włoskim producentem wysokiej jakości wyposażenia kuchennego*

oraz innowacyjnych pieców konwekcyjno-parowych. Po raz pierwszy przyjechaliśmy na EuroGastro, aby znaleźć pośredników i przedstawić klientom naszą markę. Posiadamy idealne rozwiązania dla polskiego rynku HoReCa, który ceni produkty najwyższej jakości – mówiła Martina Giacomini, przedstawiciel handlowy firmy Tecnoinox. Na stoisku firmy szef kuchni Luciano Fraschetti serwował włoskie specjały prosto z pieca.

Równolegle z Targami EuroGastro odbyły się Targi WorldHotel, co świetnie uzupełniało ofertę dla branży HoReCa. Krystyna Blatsios z firmy Greno oferującej najwyższej jakości tekstylia hotelowe potwierdziła, że to bardzo udane połączenie. – *Wystawialiśmy się wcześniej na WorldHotel, zauważyliśmy, że połączenie ich z EuroGastro wpłynęło korzystnie na liczbę odwiedzających nas klientów i mamy nadzieję, że przełoży się to na realizację. Odwiedzają nas przede wszystkim przedstawiciele hoteli oraz osoby pracujące w gastronomii* – potwierdziła.

Z kolei Alfred Hauptmann, dyrektor zarządzający spółki MEIKO Clean Solutions, znanej z profesjonalnej technologii zmywania, mycia i dezynfekcji, podkreślił rangę wydarzenia. – *Byłem już na blisko 100 imprezach targowych i mogę śmiało powiedzieć, że EuroGastro to dobry poziom europejski. To największe krajowe targi, na których obecni są najważniejsi gracze, a całość odzwierciedla polski rynek HoReCa* – mówił.

Wyjątkowa oferta wystawców

Powierzchnia wystawiennicza podzielona została na cztery sektory, a kompleksowa oferta wystawców była imponująca. W części poświęconej wyposażeniu zaplecza kuchennego przedstawiciele handlowi z uśmiechem prezentowali nowości. – *To jedyna patelnia indukcyjna na świecie z możliwością ustawienia temperatury z precyzją do 1°C. O utrzymanie temperatury podczas gotowania czy smażenia dba dwanaście czujników innowacyjnego systemu RTCSmp rozmieszczonych na całej powierzchni. Dzięki temu potrawa powstaje w bardzo krótkim czasie i nie traci wartości odżywczych. Dodatkową zaletą jest znikoma ilość ciepła wydostająca się na kuchnię, a także ogromna energooszczędność podczas procesu przygotowywania dań* – mówił podczas pokazu przygotowania Strogonowa Tomasz Krake, szef korporacyjny Polski, Litwy, Łotwy i Estonii firmy Welbilt, producenta wysokiej jakości urządzeń kuchennych.

Atrakcję w postaci specjalnej konstrukcji Innovation Box przygotował również specjalista od przemysłowych systemów zmywania, czyli firma Winterhalter Gastronom Polska. Podczas prezentacji przypominającej seans w kinie, odwiedzający zapoznawali się z ofertą Pay per Wash polegającą na rozliczaniu faktycznego zużycia sprzętu oraz aplikacją Connected Wash. – *Dzięki tej ostatniej osoby w kuchni czy menedżer restauracji mają możliwość podglądu wszystkich etapów pracy zmywarki. Można mieć też pełną kontrolę bezpieczeństwa i optymalizacji procesów zmywania. Rozwiązanie wdrożyliśmy jako pierwsi. Jest to innowacja, która już przechodzi w standard* – opowiadał Marcin Wajda, dyrektor

ds. marketingu i PR firmy.

Wystawcy podążając za nowymi trendami wyszli naprzeciw oczekiwaniom biznesu foodtruckowego, którego popularność wciąż rośnie. Firma RATIONAL zaprezentowała na targach innowacyjny sprzęt SelfCookingCenter® XS. – *To jest nasze najmniejsze urządzenie konwekcyjno-parowe, które idealnie wpasowuje się do każdej kuchni i foodtrucka. Nie zabiera powierzchni blatu roboczego i zastępuje kilka urządzeń, które normalnie nie zmieściłyby się w jego przestrzeni. Inteligentne procesy SelfCookingCenter® XS umożliwiają gotowanie, grillowanie czy zapiekanie, co pozwala przygotować zarówno rybę, sznycel, pizzę, jak i różnego rodzaju desery* – mówił Daniel Sielicki, National Corporate Chef RATIONAL.

W drugim sektorze odwiedzający zapoznawali się z wyposażeniem sal restauracyjnych, barów oraz obiektów hotelowych. Tutaj zainteresowanie budziła stworzona specjalnie z myślą o targach maszyna do drinków, urządzenia do produkcji lodów i deserów czy designerskie ekspresy do kawy. Uwagę przykuwały reprezentacyjne mini browary, równie elegancko wyglądała porcelana, zjawiskowe kryształowe żyrandole czy bielizna stołowa. – *Prezentujemy nowe kolekcje na rok 2017, w tym m.in. wzory komunijne i wielkanocne. Tradycją w polskiej gastronomii jest używanie w większości serwetek jednobarwnych, jednak staramy się przekonywać klientów do nakrywania stołów wzorzystymi kolekcjami. Pokazujemy jak niewielkim kosztem można dopasować wystrój restauracji stosownie do okazji lub pory roku* – mówiła Julita Lewandowska, menedżer ds. sprzedaży spółki Duni Sales Poland, dostarczającej jednorazowe nakrycia stołu oraz opakowania do gastronomii.

Targowi goście chętnie przysiadali też w pokoju hotelowym zaaranżowanym przez firmę Andropol. Wśród nowości firmy, która może pochwalić się 110-letnią tradycją, znalazły się ręczniki barwione kadziowo. – *To metoda, która pozwala na bezpieczne pranie w temperaturze 90°C bez utraty koloru. Produkt powstał w wyniku zapotrzebowania zgłoszonego przez hotele posiadające spa* – mówiła Katarzyna Bogdańska z działu promocji i reklamy. Dodaje także, że EuroGastro to priorytetowe wydarzenie targowe dla firmy w ciągu roku, stąd pozyskiwanych jest wiele nowych kontaktów, a potem zamówień.

Kolejny sektor tworzyły żywność i napoje, cukiernictwo i lodziarstwo wykraczające poza dotychczasowe horyzonty smakowe. – *Kierujemy nasz produkt do właścicieli restauracji dużych miast Polski i staramy się otworzyć ich na smaki południa. Chcemy pokazać włoską kulturę, w której oliwa jest osobnym składnikiem, a nie dodatkiem. Można ją też świetnie wyeksponować w lokalu* – przekonywała do produktów Olio d'Autore Urszula Rzepczak, właścicielka firmy, a jednocześnie dziennikarka i sommelierka, która na targach spełniała swoje kulinarne pasje. Obok kuchni włoskiej skosztować można było wielu innych potraw, m.in.: francuskich gratinek, hiszpańskich tapas czy alzackich podplomyków. Wachlarz produktów spożywczych zarówno mrożonych, jak i gotowych do spożycia był ogromny. Ponadto w targowym menu znalazł się szereg propozycji napojów: herbaty, wody mineralne, zdrowe soki

i smoothies, wina czy alkohole rzemieślnicze. Prawdziwą rozkosz podniebienia zapewniały desery lodowe oraz słodkie wypieki.

Czas na prawdziwe espresso

Pobyty w sektorze kawowym pozwolił zebrać doświadczenia zarówno smakowe, jak i zawodowe. Duża liczba wystawców była potwierdzeniem, że w Polsce wciąż rozwija się kultura picia tego aromatycznego napoju, a wraz z nią profesjonalne doradztwo. – *Stworzyliśmy Akademię Segafredo, żeby pomóc naszym klientom dbać o jakość serwowanej kawy. Dzięki temu mogą oni podnieść obroty lokalu wypracowane ze sprzedaży napojów kawowych nawet o 60%. W ramach Akademii funkcjonuje obecnie 4 trenerów baristów, którzy rozpoczynali swą działalność w dziale obsługi klienta. Takie przygotowanie pozwala im nie tylko wyszkolić personel, ale również skonstruować menu kawowe czy doradzić jaką mieszankę Segafredo dobrać do charakteru lokalu. W najbliższym czasie planujemy otworzyć w Warszawie centrum szkoleniowe, w którym będziemy przeprowadzać także szkolenia komercyjne* – mówiła Joanna Sobyra, kierownik ds. marketingu z firmy Segafredo Zanetti Poland. Rozmówczyni przypomniała, że prawidłowo zrobione espresso ma na powierzchni puszystą piankę, tzw. cremę. Prawidłowe espresso zaparza się przez 25 sekund i powinno mieć objętość 25 ml. – *Espresso bez cremy nie istnieje. Gdy idziemy do lokalu gastronomicznego i dostajemy piwo, w którym połowa kufła to piana, to natychmiast je zwracamy, prosząc o dolewkę do właściwej objętości. Z espresso jest podobnie, jednak polski konsument bardzo rzadko reklamuje nieprawidłowo przygotowaną kawę* – mówiła Joanna Sobyra.

W specjalnej Strefie Coffee Village odbyły się bezpłatne warsztaty dla baristów, menedżerów kawiarni i restauracji oraz miłośników kawy. Alf Kramer, międzynarodowy ekspert ds. kawy, podczas szkoleń dla baristów z cup tastingu porównał kawę do wina. – *Kawa ma różny smak, głębię, aromat. Osoby, które preferują słodkie smaki powinny otrzymać kawę z określonej mieszanki ziaren. Dobry barista doradzi klientowi gatunek, który będzie mu smakował* – przekonywał.

Praktyczną wiedzę dla osób, które posiadają lokal lub pracują w kawiarni przekazał podczas warsztatu „Jak stworzyć kultową kawiarnię” Mateusz Gaca, właściciel kawiarni „Brisman”. – *Kultowe miejsce to takie, gdzie ludzie czują się dobrze po obu stronach lady. Kawa zrobiona dla klienta musi być najwyższej jakości, ale bardzo ważne jest, by zadbać o personel. Chodzi o to, aby pracownicy czuli się w pracy dobrze, mieli przekonanie, że jest to rozwojowe miejsce z perspektywą coraz lepszego wynagrodzenia* – mówił.

Ponadto w strefie Coffee Village odbyła się 9. Olimpiada Kawy®, której organizatorem była firma Apro Trade / Akademia Kawy® oraz MT Targi Polska, pod patronatem Specialty Coffee Association of Europe. Justyna Gul, jedna z uczestniczek konkursu, podkreślała, że to ciekawe doświadczenie. – *Oswajamy się ze sceną, poznajemy zasady, jakimi kierują się sędziowie przy ocenianiu. Również większa publiczność jest dla nas dodatkowym wyzwaniem* – mówiła. Podczas targów rozstrzygnięto także finał 2. Olimpiady

Kawy dla Szkół Gastronomicznych, mającej na celu podniesienie poziomu edukacji i praktycznych umiejętności przyszłych baristów.

Następcy mistrzów

Zwiedzający codziennie przyglądali się emocjonującym konkursom organizowanym przez mistrzów kulinarnych. – *Dzięki konkursom młodzież ma możliwość poznać cenionych szefów kuchni i zostać dostrzeżona. Cieszę się także, że firmy chcą wzmocnić swój wizerunek poprzez współpracę ze szkołami gastronomicznymi i uczniami* – podsumował Robert Sowa, autor 9. edycji prestiżowego konkursu „Kulinamy Talent”, który odbył się drugiego dnia targów. W składzie Jury obok zawodowych szefów kuchni zasiedli znani i lubiani dziennikarze oraz prezenterzy: Agnieszka Kołodziejska, Andrzej Sołtysik, Marek Sierocki, aktorki Olga Bończyk i Katarzyna Cichopek, a także komentator i były reprezentant Polski w piłce nożnej Marcin Żewłakow. Na zwycięzców czekały cenne nagrody, a podczas ogłaszania wyników widać było łzy szczęścia.

Pierwszego dnia targów odbył się drugi finał „CHEF Culinary Cup” pod patronatem Jerzego Pasikowskiego, a ostatniego „XII Festiwal Kuchni Greckiej” organizowany przez Teo Vafidisa. Jury życzyło uczestnikom sukcesów, wszystkiego smacznego, a sobie obiadu w restauracjach, w których szefami kuchni będą w przyszłości wyłonieni laureaci.

Wartościowe szkolenia merytoryczne

Program Targów EuroGastro i WorldHotel wypełniony był szkoleniami merytorycznymi, które obejmowały tematykę zarządzania biznesem gastronomicznym i hotelowym. Chętnych nie brakowało, a miejsca trzeba było rezerwować z wyprzedzeniem. – *Szkolenia Akademii Hotelarza skierowane są do kadry zarządzającej hoteli i inwestorów. Odbywają się cyklicznie i prowadzone są przez najlepszych ekspertów branżowych, liderów swoich dziedzin* – mówiła Mira Włodarczyk, organizator spotkania poświęconego maksymalizacji zysku z działalności hotelowej. Jerzy Miklewski, właściciel firmy Projekt Hotel, podkreślił, że do sukcesu w hotelarstwie niezbędne jest myślenie kategoriami pokoi, omówił też najważniejsze mierniki biznesu hotelowego. Prelegent powiedział jak stworzyć budżet projektu oraz przedstawił dwie strategie wejścia na rynek. Uczestnicy spotkania zobaczyli na wykresach, od którego momentu hotel powinien stabilnie funkcjonować, a także jaki jest optymalny moment, aby go sprzedać.

Blisko 200 uczestników, głównie właścicieli i menedżerów restauracji, szefów kuchni oraz osób, które chcą rozpocząć biznes restauracyjny, wzięło udział w panelach gastronomicznych zorganizowanych przez firmę Vision for Business. Eksperti zdradzili jak w prosty sposób zwiększyć obrót restauracji o 20% w trzy miesiące oraz podpowiedzieli co zrobić, aby lokal przynosił zyski. – *Opowiedzieliśmy uczestnikom o kluczowych elementach, które wpływają na zarządzanie kosztami i personelem w rentownej restauracji. Wykłady oparliśmy na naszym doświadczeniu oraz przykładach rozwiązań z najbardziej rentownych restauracji w Polsce* – mówił Paweł Gruba menedżer zewnętrzny firmy V4B. – *Ile osób, tyle problemów,*

dlatego poruszamy tematy, które usprawnią pracę zarówno tych restauracji, które dobrze sobie radzą, jak i tych, które potrzebują transformacji, aby poradzić sobie z aktualnymi wyzwaniami – dodał.

Ponadto w części merytorycznej targów znalazła się konferencja pt. „Razem wobec wyzwań rynkowych w 2017 roku” zorganizowana przez Krajową Radę Gastronomii i Cateringu oraz szkolenia: „Dobry start gwarancją sukcesu. Czyli jak zacząć w gastronomii, żeby szybko nie skończyć” firmy HSMI i „Menu Engineering - jak budować dochodowe menu restauracji” magazynu Restauracja. Debata „Jest dramat! Nie ma ludzi do pracy? Czy rzeczywiście?” została przeprowadzona przez Made Solutions, odbyły się także następujące wykłady: „Czym się je nowe media, czyli jak skutecznie promować restaurację” Restaurant Week, „Rebranding w gastronomii - składowe procesu i sposoby na sprawną realizację zmian, które zwiększą szansę na sukces biznesowy” Portalu Gastronomii, „Skuteczny marketing hotelowy” grupy eholiday.pl oraz „Nowe technologie w HoReCa. Jak pozyskać nowych klientów oraz zwiększyć wolumen pojedynczego rachunku dzięki powermat - unikalnej technologii, łączącej ładowanie bezprzewodowe z inteligentną platformą mobilną” firmy Powermat Polska. Uczestnicy targów skorzystali również ze szkoleń winiarskich, podczas których dowiedzieli się jak skutecznie sprzedawać wino w restauracji i dobierać asortyment.

Najlepsi z najlepszych

Urszula Potęga, prezes MT Targi Polska, w podziękowaniu za wieloletnią współpracę wręczyła Grand Prix Ireneuszowi Węglowskiemu, Jerzemu Pasikowskiemu, Teo Vafidisowi oraz Krzysztofowi Gonciarkowi.

W konkursie na najlepszy produkt 21. Międzynarodowych Targów Gastronomicznych EuroGastro 2017 przyznano laureatom unikatowy tytuł „Najwyższa Jakość Targów EuroGastro 2017”, będący synonimem doskonałej jakości w branży HoReCa.

W kategorii „Wyposażenie zaplecza kuchennego - sprzęt ciężki i meble” nagrodę główną otrzymała firma Hendi Polska za elektryczny piec konwekcyjno-parowy kompaktowy Touch control 6xGN1/1, a wyróżnienia przyznano spółkom: Bolarus za szafę chłodniczą Pro C700 oraz Winterhalter Gastronom Polska za zmywarkę przemysłową serii UC Connected Wash. W kategorii „Wyposażenie zaplecza kuchennego - sprzęt drobny i akcesoria” zwycięzcą została spółka Domowe Sanatorium - Zimnoch za wyciskarkę wolnoobrotową Kuvings Chef CS600. W kategorii „Wyposażenie sali restauracyjnej i baru” wygrana trafiła do firmy Chris Krzysztof Sawicki za szafę do sezonowania wołowiny DX 1000, a wyróżnienie za bezbutlowy dystrybutor wody pitnej BLUSODA otrzymała spółka TOP SERW. W kategorii „Sprzęt i akcesoria dla cateringu” nagrodę wręczono spółce Gastromedia za bufet modułowy WMF QUADRO, natomiast w kategorii „Szkolenia i edukacja w branży HoReCa” do Patryka Szczepańskiego za szkolenia w dziedzinie cukiernictwa. W kategorii „Żywność dla gastronomii” zwyciężyła De Care Group, która zgłosiła Cukier Kokosowy BIO House of Asia, a wyróżnienie przyznano spółce Panegara za pulpę z marakui Koala. Ostatnią z nagród w konkursie na najlepszy produkt Targów

EuroGasto w kategorii „Napoje alkoholowe i bezalkoholowe” otrzymała firma Kaspar Schultz za minibrowar gastronomiczny o wydajności 10 hl.

W konkursie „The Best of WorldHotel 2017” w kategorii „Wyposażenie hotelu i infrastruktury okołohotelowej” nagroda została przyznana firmie Magic Play za piaskownicę edukacyjną. Z kolei w kategorii „Urządzenia i sprzęt dla gastronomii hotelowej” nagrodzono firmę MIL-System za wytrzymały składany stół cateringowy z blatem z polietylenu ZOWN XL180. W trzeciej kategorii, „Nowe technologie w zarządzaniu hotelem”, Jury wyróżniło firmę abiLine Polska za system zarządzania hotelem online Save4hotels.

Już teraz serdecznie zapraszamy na 22. edycję Międzynarodowych Targów Gastronomicznych EuroGastro 2018 oraz 11. Międzynarodowe Targi Wyposażenia Obiektów Noclegowych WorldHotel 2018, które odbędą się w dniach 21-23 marca 2018 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, dyrektor marketingu i PR, 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 7 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 oraz Dziedzictwo.