

Polskie produkty w elitarnych hotelach

ROZMOWA

Krzysztof Jędrocha,
prezes zarządu fundacji
Polish Prestige Hotels.

Od kiedy działa Polish Prestige Hotels i jakie są założenia organizacji?

KRZYSZTOF JĘDRUCHA: W 1997 r. dzisiejszy prezes honorowy PPH Kazimierz Kowalski, jako dyrektor hotelu Jan III Sobieski w Warszawie, zaproponował wybranym, niesieciovym hotelom zorganizowanie marketinowego aliansu strategicznego w celu wzmocnienia konkurencyjności pojedynczych polskich hoteli poprzez nawiązanie współpracy między nimi w wybranych obszarach, w tym wspólnych działaniach promocyjnych, prospdrazachowych i zakupowych. Koncepcja tej formuły polegała na tym, aby w grupie hoteli PPH dyskntować efekt skali w zakresie relacji handlowych zrzeczonych obiektów z dostawcami usług dla hoteli, jak również na realizacji wspólnych działań marketingowych pod wspólną marką, którą stworzyła grupa. Formuła aliansu strategicznego była i nadal jest rozwiązaniem, które pozwala umiejętnie wykorzystywać sieciowe efekty



MATERIAŁY PRASOWE

grupy, unikając jednocześnie jej słabości.

Jakiego rodzaju obiekty zrzesza PPH?

Założycielom zależało, aby zrzeszenie było elitarne, dlatego też do grupy PPH nie może należeć każdy hotel. By zachować elitarność grupy, wprowadziliśmy opłatę wpisową oraz roczną z tytułu składki marketingowej, ale, co ważniejsze, dokładnie sprawdzamy każdy obiekt aplikujący do PPH. Jeśli wyjątkowo zrzeszonych hoteli ma się opierać na profesjonalizmie świadczonych usług, musi być ona potwierdzona obiektywnie i regularnie sprawdzana. Oczywiście żaden hotel nie daje gwarancji

podtrzymywania wysokiej jakości usług cały czas, dlatego konieczne są cykliczne kontrole. W PPH rozwiązaliśmy to w sposób motywujący, czyli w formie konkursu. Hotele należące do Polish Prestige Hotels poddawane są co dwa lata anonimowej kontroli pod kątem oceny jakości świadczonych usług, w ramach Konkursu Jakości Usług. Jest to jedyny tego rodzaju konkurs w Polsce, przeprowadzany w grupie hotelowej.

Jakie korzyści mają obiekty zrzeszone w ramach PPH?

Dzięki wypracowanej przez lata pozycji marki i kojarzeniu PPH z wysoką jakością świadczonych usług już samo umieszczenie na stronie hotelu logo organizacji jest dla potencjalnego gościa sygnałem, że dany obiekt reprezentuje określone wartości. Uczestnictwo w programie PPH&R umożliwia obniżenie kosztów za sprawą finansowania wydatków na cele promocyjno-marketingowe i szkolenie kadry z wplatu wszystkich hoteli grupy. Hotelarz, który zdecyduje się przystąpić do programu, może też liczyć na zniżki przy zakupie wybranych elementów wyposażenia hotelu. Fundacja prowadzi program firm partnerskich, z którymi hotele współpracują na preferencyjnych warunkach.

Jeśli chodzi o wsparcie marketingu i promocji, PPH oferuje

przede wszystkim stałą obecność grupy w internecie oraz w branżowych mediach drukowanych. Proponuje także warsztaty i szkolenia, które, po pierwsze, demonstrują pracownikom hoteli najnowsze trendy, uczą ich praktycznych umiejętności, a tym samym podnoszą jakość świadczonych usług. W tym przypadku nie do przecenienia jest również możliwość wymiany doświadczeń między kadrą zarządzającą obiektami. Ponieważ hotele łączy wysoka jakość usług, a nie dzieli bezpośrednia konkurencja, menedżerowie mogą bez lęku dzielić się doświadczeniami i wymieniać uwagi na temat zastosowanych programów lojalnościowych, systemów informatycznych czy nawet sposobów rekrutacji zastosowanych w danym obiekcie. Należy tu także wspomnieć o programie lojalnościowym Prestige Club, który jest realizowany we wszystkich hotelach członkowskich. Goście, za każde wydane pełne 100 zł na usługi noclegowe i gastronomiczne, otrzymują punkty, którymi następnie mogą płacić za każdą usługę dostępną w hotelach. Upraszczając, gość otrzymuje 10 proc. zwrot wydanych środków.

Są i bardziej osobiste korzyści z pracy w hotelu należącym do PPH – wszystkim pracownikom hoteli zrzeszonych w PPH przysługują specjalne ceny we wszystkich hotelach grupy. Ceny są stałe i nie ulegają zmianom.

Czy widoczny jest związek obiektów PPH z regionem, w którym działają?

Zdecydowanie tak, to, co jest unikalnego w każdym kraju i każdym regionie, to tradycja, kultura i dziedzictwo kulinarne. Dlatego w początkowym okresie tworzenia Fundacji Polish Prestige Hotels, kiedy określano statut, zapisano tam cele, wśród których znajdziemy m.in. kultywowanie tradycji historycznych w hotelarstwie i gastronomii, eksponowanie staropolskiej gościnności i obyczajów, kultywowanie regionalnych zwyczajów i lokalnego dorobku kulturalnego. Jest to także element, który bierzemy pod uwagę, rozpatrując kandydaturę danego obiektu.

W jaki sposób poprzez restauracje hoteli PPH można promować produkty regionalne?

Myślę, że hotele zrzeszone w PPH robią to doskonale: w każdym obiekcie możemy znaleźć potrawy korespondujące z regionalnym dziedzictwem kulturowym. W górach królują sery, na Mazurach i nad morzem ryby, na Podlasiu tradycyjnie wschodnie specjały. ■

Dobre jedzenie na wyciągnięcie ręki

ROZMOWA

Ewa Wachowicz, autorka książek i programów kulinarnych, dziennikarka i producentka telewizyjna.

Czy Polacy potrafią już rozróżniać i kupować dobre produkty do przygotowania potraw?

EWA WACHOWICZ: Podstawą dobrej kuchni są najwyższej jakości produkty. Dużo podróżuję po świecie, bywam na targach i bazarach. Ale to właśnie w Polsce dostrzegam ogromne możliwości zaopatrzenia się w dobrej jakości produkty. Wystarczy odwiedzić nasze ryneczki i bazarki. Nie ma problemu z kupieniem tam absolutnie wszystkiego, od warzyw po mięso. Mamy dobre produkty, które są łatwo dostępne. Zwłaszcza że w ostatnim czasie rozwija się duża liczba drobnych wytwórców dbających o jakość.

Większość z nas po zakupy idzie do sieciowych marketów.

I bardzo dobrze, ponieważ także w marketach kupimy wysokiej jakości żywność. Myślenie, że markety to wyłącznie gorsza żywność, jest nieaktualne. Coraz częściej pojawiają się w nich produkty mniejszych, regionalnych producentów. Ostatnio w jednym ze znanych sieciowych marketów kupiłam swoje ulubione kiszzone ogórki i kapustę. Duże sieci coraz częściej zaskakują bardzo wysoką

jakością produktów i naprawdę smacznych potraw.

Programy kulinarne są przede wszystkim rozrywką. W jakim stopniu, według pani, pełnią też rolę edukacyjną w zmianie przyzwyczajeń żywieniowych na lepsze, zdrowsze?

Ich rola w tej dziedzinie jest ogromna. Nie chodzi jedynie o ich walory prozdrowotne, ale też informacyjne. Programy przygotowujemy, mając na uwadze zmieniającą się, coraz większą dostępność produktów. Na ekranie pojawiają się produkty zarówno niewielkich osiedlowych sklepików i bazarków, jak i sieciowych marketów. Pokazywanie w programie kulinarnym produktów, których zakup graniczy z cudem, nie miało by sensu. Jeszcze nie tak dawno awokado było dostępne w Krakowie na trzech placach targowych i jeszcze trzeba było wiedzieć, u której pani Basi można je kupić. Dziś idziemy do marketu i mamy do wyboru albo zielone, albo czarne awokado. Takich przykładów jest znacznie więcej. Rolą naszych programów jest jednak nie tylko informacja o dostępności produktów. Podpowiadamy przede wszystkim,

w jaki sposób włączyć je do naszej kuchni.

Czy nasza kuchnia podąża za modą, trendami?

Idziemy w kierunku kuchni zgodnej z porami roku. Gdy zaczyna się sezon na szparagi, to właśnie one królują na naszych talerzach. Jeśli przychodzi czas dobrych ziemniaków, wtedy to na ich bazie przyrządzamy potrawy. Widać to w naszych domach, ale także w restauracjach. Kuchnia oparta na produktach sezonowych jest wysmienita. Poza tym obserwuję modę na warzywa korzeniowe. Coraz częściej w naszych potrawach pojawia się pasternak czy seler. Produkty dostępne od zawsze i tanie, ale nieco zapomniane, wracają do łask.

W jakiej kategorii dań czuje się pani ekspertem?

Doskonale odnajduję się szczególnie w salatkach i wszelkiego rodzaju sosach sałatkowych. W tej dziedzinie moja kreatywność jest ogromna. Bardzo dobrze czuję się też w dziedzinie ciast i deserów.

Jaki jest pani ulubiony deser?



MATERIAŁY PRASOWE

Na to pytanie nie da się odpowiedzieć. Niedawno mieliśmy Wielkanoc, więc nie wyobrażałam sobie, by zabrakło mazurka kajmakowego i wielkanocnej baby z przepisu mojej mamy. Uwielbiam

te słodkości. A gdy jesteśmy bliżej świąt Bożego Narodzenia, to myślę o serniku. Nie wyobrażam sobie jesiennych weekendów bez szarlotki, ale za każdym razem innej... ■

Moja praca polega na edukowaniu

ROZMOWA

Pascal Brodnicki, kucharz, prezenter telewizyjny, autor książek kulinarnych.

Czy w 2017 roku obowiązuja jakieś nowe trendy kulinarne?

PASCAL BRODNICKI: Prawdę mówiąc, mamy obecnie do czynienia z jednym wielkim wybuchem trendów kulinarnych. Co chwilę otwierają się nowe lokale proponujące oryginalne menu. Trudno za tym nadążyć. Nie ma dziś problemu ze znalezieniem miejsca odpowiadającego naszym preferencjom. Polacy coraz więcej podróżują po świecie, dlatego ich gust i oczekiwania kulinarne mocno się zmieniły. Żyjemy szybko i w bardzo różnorodny sposób. Jedni odkrywają nowe dania w restauracjach, inni wolą spróbować swoich sił we własnej kuchni, a programy kulinarne ich w tym inspirować.

Jakich inspiracji i podpowiedzi potrzebują osoby, które chcą samodzielnie gotować?

Widzę zainteresowanie najprostszymi, wręcz banalnymi potrawami. Jest wyraźna potrzeba instruowania, jak wykonać proste czynności i nieskomplikowane potrawy. Wśród zainteresowanych jest duża grupa ludzi bardzo młodych. Pokazuję potrawy skomplikowane, ale także i te łatwe w wykonaniu, gdzie forma nie przerasta treści. Są to potrawy proste, wykonane z dostępnych składników. To jedzenie domowe i realne. Takie, które da się wykonać, gdy człowiek wraca do domu. Programy kulinarne mają różnicowaną widownię. Dla jednych przygotowuję coś prostego, dla innych coś bardziej wyszukanego. Jednak zawsze są to przepisy na bazie produktów, których nie trzeba sprowadzać z drugiego końca świata. Generalnie kupiłam się na potrzebach ludzi, którzy chcą się nauczyć gotować.

Gdy ktoś chce, abyśmy demonstrowali coś tak banalnego, jak smażenie naleśników, to nie widzę problemu. Od czegoś trzeba zaczynać. Na edukowaniu polega moja praca. Mamy dwie grupy osób, dla których robimy programy. Pierwsza to ludzie, którzy nie wykraczają poza zestaw około dziesięciu potraw, które przygotowują przemienne. Druga grupa to osoby cagle poszukujące czegoś nowego.

W Polsce nie ma problemu z dostępnością dobrych produktów?

W Polsce jest wszystko. Francuskie sery, homary, awokado, mango i cała masa innych fantastycznych rzeczy. Od nabywców zależy, czy dołożą starań, by z uwagą kupowali produkty jakościowo dobre. Sezonowe, świeże i naturalne. Sporo zależy też od tego, ile jesteśmy w stanie zapłacić za

produkty. Osobiście doradzam, aby podczas kupowania czytać etykiety i zadawać pytanie skąd pochodzi produkt. Na przykład gotowe do zjedzenia mango z Peru może nie być dobrym rozwiązaniem. Bliżej mamy Madere. Nie mówiąc o tym, że to jeszcze nie sezon na ten produkt. W Polsce kupimy składniki z całego świata, ale robimy to z rozmysłem. Nawet produkty codziennego użytku starajmy się kupować rozsądnie. Rozmawiamy ze sprzedawcami, a w restauracjach zadawajmy pytania.

Co pan zademonstruje podczas Warsaw Food Expo?

Z pewnością będzie to coś zdrowego z dobrych i modnych składników. Ostatnio chodzą za mną sałaty, kasze, warzywa, daktyl. I ponad wszelką wątpliwość będzie to coś nowego. ■



MATERIAŁY PRASOWE

Każda kuchnia jest cudowna

ROZMOWA

Joseph Seeletso, kucharz.

Jaką kuchnię lubi pan najbardziej?

JOSEPH SEELETSO: Nie faworyzuję żadnej szczególnej kuchni, która może być kuchnią etniczną, np. koszerną, indyjską, skandynawską, polską, a nawet afrykańską (Sub Sahara Cuisine). Dopóki ktoś gotuje i służy mu to, i robi to z sercem, to każda kuchnia jest cudowna.

Z których produktów spożywczych korzysta pan najchętniej?

W większości używam marakui do ryb i słodkich ziemniaków do kaczki, a głównie używam owoców tropikalnych, np. gawu. Pieczone w soli kiwi z solą morską i miętowymi lodami było kontrowersyjnym daniem w mojej restauracji.

Jaki przepis poleca pan na ten sezon?

W tym sezonie królują u mnie szparagi nadziewane mięsem kraba i mango, tatar z tuńczyka



MATERIAŁY PRASOWE

Joseph Seeletso Botswańczyk z urodzenia, od wielu lat Polak z wyboru. Absolwent prestiżowej angielskiej uczelni gastronomicznej Westminster Kings Way College w Londynie, gdzie uzyskał tytuł chef de cuisine. Kucharz, artysta, kulinarny wizjoner. Zakochany w Polsce, jej smakach oraz podejściu do tradycji kultywowanych zarówno w życiu, jak i w kuchni. Ma 23-letnie doświadczenie, gotował w różnych zakątkach świata. Znały z wielu programów telewizyjnych, m.in.: „Dzień dobry TVN” i „Pytanie na śniadanie” w TVP 2. Występował na antenie CNN i BBC. Największą popularność przyniosła mu rola jurora w dwóch edycjach programu „Top chef” w telewizji Polsat. Gotował dla znanych osób m.in.: Billa Gatesa, króla Szwecji Gustawa cz Michaela Jacksona. Od czerwca 2016 prowadzi autorską restaurację Joseph's Bistro & Wine na warszawskim Muranowie.

Zaproponuję odkrywanie kuchni afrykańskiej, która najprawdopodobniej może być modna w ciągu pięciu lat, głównie kuchnia z podmorskiej Sahary, np. afrykańskich ryb kota (sum afrykański) z puree plateau i sosem passion fruit. Deser z czekolady z sosem amarula itp.

Co pan zaprezentuje do swoich ulubionych dań?

Będzie to dopasowanie jedzenia i wina. Aby kucharz był nie tylko od gotowania, ale potrafił zrozumieć i poczuć sztukę wyboru wina do potrawy. W końcu szef kuchni może być doskonałym sommelierem. Np. podstawowe dopasowanie proscotto, cava, szampana z tempurą z krewetek i łagodnym curry z bananów. Podstawowe metody degustacji win w Polsce powinny być niezbędną wiedzą u każdego szefa kuchni. ■

WARSZAWA

FOOD EXPO

2017

Targi współtwarzyszczą spotkaniu Grupy Wyszehradzkiej

MIĘDZYNARODOWE TARGI ŻYWNOCI

01-03 CZERWCA

PTAK WARSZAWA EXPO
MIĘDZYNARODOWE CENTRUM TARGOWE - HONDEKOWE

Polska Prezydencja w Grupie Wyszehradzkiej
lipiec 2016 - czerwiec 2017

Polska smakuje



PATRONAT HONOROWY
Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi



PATRONAT HONOROWY
Marszałek Województwa Mazowieckiego



PATRON STRATEGICZNY
Krajowa Rada Izb Rolniczych

PARTNERZY:

