

POLAGRA-FOOD 2008

CO • GDZIE • KIEDY

NEWS

polagra - food

poznański magazyn targowy

WYDANIE SPECJALNE ISSN 1230-8994



STR 4

Seminaria i dyskusje
w gronie profesjonalistów

STR 9

Pokazy mistrzów
sztuki kulinarnej

polagra-food
NOWOŚĆ
NEW AT TRADE FAIR / НОВИНКИ ВЫСТАВКИ

STR 26

Rynkowe nowości
na targowych stoiskach



Międzynarodowe Targi Poznańskie



spotkaj przyszłość



Kulinarny Puchar Polski

Poznań
17 września
2008



www.kpp.mtp.pl

Organizatorzy Konkursu:



Sponsor Generalny:



Recepty i pomysły dla gastronomii

Sponsorzy:



winterhalter



Patronat honorowy:



Patroni medialni:



only best *scenes* *long* *Mad X* *R.*



Polagra-Food – gotowy przepis na sukces

2

Wydarzenia targowe

4

Dwa Dni dla Dystrybucji
Kulinary Puchar Polski
Konsumencka Ocena Produktów
Olimpiada Kawy



Wzorcowy Sklep Rybny
Forum Rzeźników i Wędliniarzy
Targowy świat win i alkoholi
Nowe trendy w tradycyjnym handlu
Panele dyskusyjne
... i wiele, wiele innych

Co nowego w ofercie wystawców?

nowości, które zobaczymy na stoiskach

26



Plan terenów targowych i kalendarz wydarzeń

szukaj w środku numeru!

Szanowni Państwo,

Międzynarodowe Targi Wyrobów Spożywczych i Gastronomii Polagra-Food już za kilka tygodni. Wiemy już, kto zaprezentuje się na targach i jakie pokaże nowości – nierzadko rynkowe premiery, znany dokładny program wydarzeń.

To największe w Polsce i Nowej Europie specjalistyczne targi tej branży, rokrocznie najważniejsza dla producentów żywności impreza targowa. Targi nie tylko z bogatą ekspozycją, ale i rozmachem oferty dodatkowej. Targowe pawilony tętnić będą życiem przez całe cztery dni.

Swoją podróż na targach warto zaplanować z wyprzedzeniem. Właśnie dlatego – by pomóc Państwu w tworzeniu targowego terminarza, a także dać już dziś przedsmak tego, co będzie się na targach działo – przygotowaliśmy wydanie specjalne Poznańskiego Magazynu Targowego: Polagra-Food News.

Targi służą przede wszystkim spotkaniom i rozmowom biznesowym. Wiele z nich odbędzie się na targowych stoiskach, okazją do innych staną się konferencje i zjazdy branżowe. Warto pamiętać o nowej, specjalnej ofercie MTP dla kupców branży spożywczej – programie Hosted Buyers. Każdy z uczestników programu może skorzystać z pomocy organizatora we wcześniejszej aranżacji spotkań z firmami odpowiadającymi określonemu przez niego profilowi. Spotkania w ramach programu Hosted Buyers odbywają się w specjalnie przygotowanej strefie – Business Meetings Area, w oddaleniu od gwaru hal targowych, sprzyjającej biznesowym rozmowom komfortem i zapachem wybornej kawy.

Największe zainteresowanie budzić będą jak zawsze nowości w ofercie przygotowane przez wystawców. O tym, gdzie i co warto zobaczyć, dowiedzą się Państwo z lektury tego magazynu. Znajdą w nim Państwo także najważniejsze informacje o samej formule imprezy, poznają zespół przygotowujący targi. Orientację w przestrzeni targów ułatwi zamieszczony w środku numeru plan ekspozycji oraz dokładny terminarz wydarzeń. A będzie ich naprawdę sporo: seminaria, panele dyskusyjne, pokazy technologii i sztuki mistrzów kulinarnych i cukierników – również wydarzenia odbywających się równolegle Międzynarodowych Targów Technologii Spożywczych Polagra-Tech oraz Międzynarodowego Salonu Dodatków do Żywności. Warto pamiętać także o usytuowanym po sąsiedzku Międzynarodowym Salonie Techniki Pakowania i Logistyki Taropak.

Zapraszamy serdecznie do lektury, życząc jednocześnie udanego i dobrze wykorzystanego czasu pobytu na targach.

Redakcja

NEWS

polagra-food

edycja specjalna Poznańskiego Magazynu Targowego

Redaktor naczelna: Halina Buczkowska

Redakcja: Dorota Krawczak, Donata Naumienko, Anna Olszewska-Marcinkiewicz, Dorota Piątkowska, Marta Radowska-Karpińska

Projekt graficzny: PressEnter

Fotografie: Dana Pucilowska, Karolina Sikorska, Marek Zakrzewski, materiały reklamodawców, archiwum

Przygotowanie do druku: PressEnter

Druk: Poligrafia Piotrowski

Redakcja: Trębacka 4, 00-074 Warszawa, Polska

tel. +48 22/ 828 99 44, fax +48 22/ 827 07 59, e-mail: warszawa@mtp.pl

Wydawca: Międzynarodowe Targi Poznańskie sp. z o.o.

Głogowska 14, 60-734 Poznań, Polska

tel. +48 61/ 869 20 00, fax +48 61/ 869 29 99, e-mail: info@mtp.pl, www.mtp.pl

Gotowy przepis na

Polski sektor spożywczy i gastronomiczny ma za sobą kilkanaście dynamicznych miesięcy boomu gospodarczego, który spowodował rozwój lokali gastronomicznych, restauracji, hoteli oraz sklepów. Przed sobą całe mnóstwo planów, obaw i nadziei związanych z przygotowaniem do Euro 2012. Na szczęście po drodze są Międzynarodowe Targi Wyrobów Spożywczych i Gastronomii Polagra-Food, które już 15 września rozpoczną się w Poznaniu.



foto. Serwis prasowy MTP



foto. Serwis prasowy MTP

Najnowsze trendy, nowoczesne technologie

Targi Polagra-Food po raz kolejny dostarczą wiedzy na temat najnowszych trendów obowiązujących w branży spożywczej i gastronomicznej.

Wystawcy, zachęteni wymiernymi korzyściami odniesionymi dzięki udziałowi we wcześniejszych edycjach, licznie stawiają się także w tym roku. Wśród nich nie zabraknie liderów rynkowych - producentów, dystrybutorów, importerów maszyn i urządzeń dla gastronomii, akcesoriów gastronomicznych oraz dostawców produktów spożywczych dla tego sektora gospodarki. Na przestrzeni pięciu salonów wystawienniczych: Salonu Gastronomii, Salonu Wyrobów Spożywczych i Napojów, Salonu Win i Alkoholi, Salonu Franchisingu oraz Salonu Wyposażenia Sklepów zaprezentują oni ponad sto nowości, które pojawią się na polskim i europejskim rynku.

Ważne pytania, gotowe odpowiedzi

Targi Polagra-Food to również centrum ciekawych prezentacji, dobrych wskazówek czy wręcz gotowych, interesujących rozwiązań. Na przestrzeni wystawienniczej stanie m.in. wzorcowy sklep rybny, „wygodny sklep” dostosowany do wymogów nowoczesnego handlu (nowa propozycja Makro Cash & Carry) oraz specjalnie przygotowany przekrój restauracji wraz z zapleczem kuchennym.

Podczas czterech dni targów na pewno padną także wszystkie istotne dla branży pytania o to jak radzić sobie z brakiem wykwalifikowanego personelu, który wyjechał do pracy za granicę, co jeszcze można zrobić, aby umożliwić otwarcie polskiego rynku pracy dla obywateli spoza Unii Europejskiej, jak dobrze przygotować się do przyjęcia kilku milionów gości, którzy przyjadą do naszego kraju na Euro 2012?

sukces



foto. Dana Pucielowska

Wymiana doświadczeń i wizytówek

Od lat Polagra-Food jest doskonałą platformą wymiany doświadczeń, miejscem towarzyskich spotkań i merytorycznych dyskusji, które prowadzone są zarówno na stoiskach wystawienniczych, jak i w klubowych i kawiarnianych zaciszach.

W tym roku jednym z takich miejsc będzie Klub Dystrybutora – niezwykle miejsce dla niezwykłych ludzi. Stanowić ma on dopełnienie wydarzeń odbywających się w ramach konferencji Dwa Dni dla Dystrybucji, którą zaplanowano specjalnie z myślą o producentach, dystrybutorach, kupcach sieci handlowych i właścicielach sklepów. Ubiegłoroczna edycja Dwóch Dni dla Dystrybucji cieszyła się ogromnym zainteresowaniem, dlatego również w tym roku przewidziano wiele ciekawych wykładów, seminariów i paneli dyskusyjnych.

Po raz pierwszy uruchomiony zostanie także program „Hosted Buyers”, w ramach którego na targi przyjadą specjalnie zaproszeni kupcy z Wielkiej Brytanii, Irlandii, Niemiec, Hiszpanii, Białorusi, Litwy, Łotwy i Estonii.

Ci, którzy planują dopiero otworzyć własny lokal gastronomiczny, będą mogli bezpłatnie skorzystać z porad udzielanych w Klubie Eksperta. Specjalna oferta złożona z pokazów kulinarnych i prezentacji została także przygotowana dla uczniów szkół gastronomicznych – przyszłych pracowników sektora gastronomicznego.

polagra-food



foto. Dana Pucielowska

HANNA SKRZYPCZAK
dyrektor targów
Polagra-Food

Przed nami 29. już edycja Międzynarodowych Targów Wyrobów Spożywczych i Gastronomii Polagra-Food, które tradycyjnie swoim honorowym patronatem objął Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Od lat targi te bardzo dynamicznie się rozwijają, co spowodowane jest między innymi zmieniającą się sytuacją na rynku spożywczo-gastronomicznym. Poprawiająca się kondycja finansowa naszego kraju powoduje, że Polacy coraz częściej jadają poza domem – chętniej odwiedzają restauracje, kawiarnie i puby.

Dodatkowo ponowne otwarcie na Europę i świat wyzwoliło w rodzimych konsumentach większą śmiałość do próbowania nowych, egzotycznych potraw oraz sięgania po bardziej wyszukane, ale droższe produkty.

Wszystkie nadchodzące tendencje i trendy zawsze doskonale widoczne są na targach Polagra-Food, które stanowią swego rodzaju barometr zmieniającej się sytuacji gospodarczej, stylu życia oraz nawyków żywieniowych. Od kilku lat bardzo dynamiczny i wielowątkowy rozwój obserwujemy szczególnie w Salonie Gastronomii, Salonie Wyrobów Spożywczych i Napojów, a ostatnio również w Salonie Win i Alkoholi. Z roku na rok gościemy także coraz liczniejsze grupy zwłaszcza zagranicznych wystawców, którzy przyjeżdżają do Poznania z całego świata, aby zaprezentować tu swoje produkty i nowoczesne rozwiązania dla gastronomii oraz nawiązać nowe kontakty handlowe.

Przygotowując każdą kolejną edycję targów staramy się, aby była ona wyjątkowym wydarzeniem, obfitującym w prezentacje najnowszych produktów, technologii i nowatorskich koncepcji. Wierzymy, że tajemnica ciągłego rozkwitu tkwi w nieustannym udoskonalaniu formuły. Mamy jednak świadomość, że tak prężny rozwój Polagry-Food nie byłby możliwy bez współpracy z liderami rynku, wystawcami, zwiedzającymi oraz przedstawicielami izb i stowarzyszeń branżowych, których cenne uwagi pozwalają jeszcze bardziej dopasować naszą ofertę do oczekiwań rynku. Szeroka współpraca z partnerami poszczególnych wydarzeń pozwala zagwarantować najwyższą jakość organizowanych przedsięwzięć i konkursów kulinarnych, wśród których szczególne miejsce zajmuje Kulinarny Puchar Polski – najważniejszy tego typu konkurs w Polsce.

Polagra-Food, jak żadne inne targi o podobnej tematyce, obudowana jest nie tylko licznymi i niezwykle widowiskowymi konkursami, ale także pokazami i wydarzeniami, których ciągle przybywa. W tym roku po raz pierwszy organizujemy Olimpiadę Kawy, czyli pierwsze drużynowe mistrzostwa Polski sieci kawowych, pokazy tajników kuchni molekularnej oraz kulinarny show „Mięso w krainie przypraw”. Nową inicjatywą jest również program Hosted Buyers sprzyjający zawieraniu nowych kontaktów biznesowych. Swoją działalność zaczyna też Klub Eksperta – miejsce, gdzie koniecznie powinny zająrzeć osoby, które planują otworzyć własny lokal gastronomiczny. W bogatym programie targów sporo miejsca zajmują także ciekawe konferencje, panele dyskusyjne oraz programy szkoleniowe, które mamy nadzieję jeszcze bardziej uatrakcyjnią Państwa pobyt na targach Polagra-Food. Do zobaczenia w Poznaniu!

DWA DNI DLA DYSTRYBUCJI



POHiD
POLSKA ORGANIZACJA HANDLU I DYSTRYBUCJI

Cykl konferencji, wykładów, seminariów i paneli dyskusyjnych dla dystrybutorów i profesjonalistów związanych z szeroko rozumianym handlem jak co roku zajmie w programie targów Polagra-Food dwa dni. Ich terminarzowi na pewno warto przyrzeć się bliżej. Co ciekawego czeka na nas w tym roku?

Nowe produkty – szansa na sukces, czy widmo porażki?

Co wpływa na to, że jednym produktom udaje się odnieść sukces rynkowy, zyskać wiernych klientów i zająć stałe miejsce na sklepowych półkach, a inne mimo wielkich nakładów organizacyjnych i finansowych znikają z rynku i pozostają złym wspomnieniem w życiorysach marketerów?

Gusta klientów zmieniają się, a ich oczekiwania rosną. Dlatego samo wyprodukowanie nowego produktu to nie wszystko. Aby się sprzedał, konsumenci muszą się o nim dowiedzieć, muszą go znaleźć na półce (dystrybucja, merchandising, BTL, wyróżniająca projekt opakowania) i ostatecznie chcieć wydać pieniądze na jego zakup. Bez dystrybucji promocja nie ma sensu. A czego oczekują producenci od detalistów we wprowadzaniu nowości na rynek? Jaki model współpracy między producentem a detalistą gwarantuje sukces rynkowy nowego produktu? Jaka w sukcesie lub porażce jest rola pośrednika, dystrybutora, czy hurtownika? Odpowiedzi na te pytania będzie można znaleźć właśnie podczas konferencji.

Organizatorzy: Trade Press, MTP
17 września, pawilon 8a, sala konferencyjna 1

DETAL **DETAL** Network



fot. Serwis prasowy MTP, Polagra-Food 2007



Marki Własne

W przeciągu kilkunastu najbliższych lat prawdopodobnie nastąpi dynamiczny wzrost udziału private labels w rynku i wypieranie marek najpierw małych, lokalnych producentów, potem średnich, ogólnopolskich. Co robić w takiej sytuacji? Czy, a jeśli tak, to kiedy zrezygnować z własnej, słabszej marki? Dla kogo marki własne są szansą, a dla kogo zagrożeniem?

Według fachowców z branży handlowej w niedalekiej przyszłości co trzeci kupowany produkt w sieci handlowej będzie już wyrobem marki własnej. Mówi się nawet, że w przyszłości wyprą one z rynku wyroby producentów lokalnych. Zostaną na nim jedynie znane marki światowe i marki sieci handlowych. W Polsce w przeciągu kilkunastu lat nastąpiły gigantyczne zmiany dystrybucji towarów. Na rynek weszły super- i hipermarkety zachodnie. Dla producentów polskich, nie dysponujących silną marką krajową, pozostały dwie alternatywy: wykupienie ich marki przez zachodniego producenta lub produkcja marki dystrybutora. Na taki sposób współpracy decydują się już nie tylko małe i średnie firmy, ale i prawdziwe giganty, gdyż firmy te, mimo że nie mają silnej własnej marki, dysponować muszą silnym zapleczem produkcyjnym i logistycznym. Liczba marek własnych w Polsce stale rośnie, tak jak i liczba sklepów dyskontowych, które w dużej mierze opierają na nich swój asortyment.

Marki własne, nazywane również z angielska private labels, zajmują nie tylko coraz więcej miejsca na półkach sieci handlowych, ale i w coraz większym stopniu trafiają w konsumencie upodobania. Ogromne zainteresowanie konferencją poświęconą markom własnym podczas ubiegłorocznych targów sprawiło, że dyskusje wokół tego tematu kontynuowane będą również podczas tegorocznej konferencji Dwóch Dni dla Dystrybucji. ■

Organizatorzy: MediaDem, red. Handel, MTP
16 września, pawilon 8a, sala konferencyjna 1

HANDEL

media
dem



Salon Wyrobów
Spożywczych i Napojów
pawilon 6A, 7, 7A, 8, 8A

Eksport polskiej żywności bije rekordy

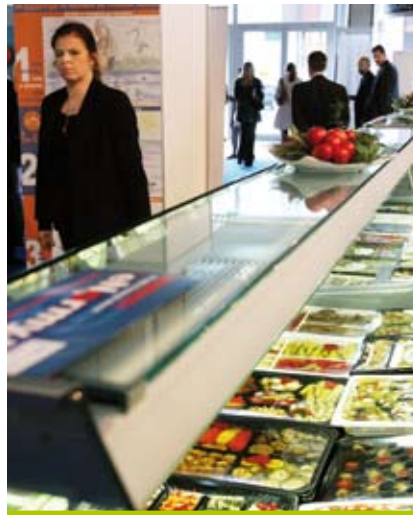
W ubiegłym roku eksport polskich produktów rolno-spożywczych sięgnął 10 mld euro. W 80 proc. trafił on do krajów Unii Europejskiej. To właśnie kierunek najsilniejszej ekspansji polskich firm. Z największych wzrostów cieszy się branża mleczarska – ubiegłoroczna sprzedaż na rynkach zagranicznych zwiększyła się aż o jedną czwartą i wyniosła ponad miliard euro.

Źródło: Polska Federacja Producentów Żywności



fot. Serwis prasowy MTP, Polagra-Food 2007

fot. Serwis prasowy MTP, Polagra-Food 2007



fot. Serwis prasowy MTP, Polagra-Food 2007

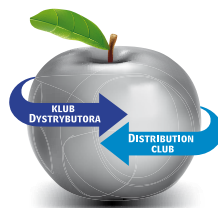


fot. Serwis prasowy MTP, Polagra-Food 2007



fot. Serwis prasowy MTP, Polagra-Food 2007

KLUB DYSTRYBUTORA niezwykle miejsce dla niezwykle ludzi



Dwa Dni dla Dystrybucji będą jednym z kluczowych punktów programu Międzynarodowych Targów Polagra-Food. Organizowane są podczas nich konferencje i spotkania przedstawicieli producentów, dystrybutorów, a także właścicieli sklepów. Formuła Dwa Dni dla Dystrybucji uzupełniona będzie przez Klub Dystrybutora, specjalną przestrzeń klubową będącą jednocześnie miejscem spotkań biznesowych.

Klub Dystrybutora organizowany jest przez Międzynarodowe Targi Poznańskie wspólnie z Agencją Mediadem już od 2003 r. w celu wsparcia projektu Dwa Dni dla Dystrybucji. Jego formuła od czasu powstania ulegała przekształceniom, odpowiadając tym samym na potrzeby zmieniającego się rynku. Obecnie Klub Dystrybutora to przestrzeń klubowa, gdzie przedstawiciele producentów, dystrybutorów i właściciele sklepów mogą podzielić się swoimi doświadczeniami w zakresie oczekiwań konsumentów, sprzedaży produktów oraz form dystrybucji.

Klub Dystrybutora to także miejsce spotkań z przedstawicielami organizacji branżowych, takich jak: Polska Organizacja Handlu i Dystrybucji, czy Polska Izba Handlu. Klub daje możliwość nawiązania licznych kontaktów z prasą codzienną i branżową. Uczestnicy mają również okazję spotkać się z ekspertami z firm badawczych, zajmujących się analizowaniem zachowań konsumentów w branży FMCG. Odwiedzający stoisko mogą zapoznać się z najnowszymi wynikami badań rynkowych przygotowanych przez firmy ACNielsen, IQS&Quant oraz Inquiry.

Dla wyjątkowych gości tworzony jest salon VIP, stwarzający możliwość prowadzenia rozmów biznesowych w komfortowych warunkach. Klub Dystrybutora jest chętnie wykorzystywany przez odwiedzających targi do prowadzenia negocjacji, spotkań biznesowych, ale także nieformalnych rozmów. Każdego roku odwiedzają go liczni przedstawiciele branż. ■



fol. Serwis prasowy MTP, Polagra-Food 2007

MIĘDZYNARODOWA KONFERENCJA MINISTRÓW ROLNICTWA



Ministrowie rolnictwa z różnych krajów, w tym nie tylko krajów członkowskich Unii Europejskiej, spotkają się 15 września w Poznaniu. Podczas targów przemysłu spożywczego odbędzie się międzynarodowa konferencja połączona z dyskusją panelową. Tematem konferencji będzie współistnienie różnych modeli rolnictwa. Inicjatorem spotkania jest polski minister rolnictwa i rozwoju wsi – Marek Sawicki. Zaproszeni goście dyskutować będą o modelach rolnictwa, które upowszechniły się w ich krajach. Targi Polagra-Food i Polagra-Tech odbywają się pod honorowym patronatem Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi. ■

DWA DNI DLA DYSTRYBUCJI

Konsumencka Ocena Produktów

Podczas targów Polagra-Food wystawcy poddadzą swoje produkty ocenie około stu konsumentów – wybranych spośród zwiedzających targi. Konsumencka Ocena Produktów to więc nie lada okazja, by przekazać bezpośrednio producentowi własne sugestie dotyczące jego wyrobów – nierzadko nowych propozycji w ofercie.

Konsumenci w specjalnie przygotowanej ankiecie poproszeni zostaną o ocenę m.in. smaku, wyglądu, zapachu, opakowania oraz ceny wyrobów. Głównym celem badania jest wskazanie najlepszej wersji produktu spośród wszystkich przygotowywanych do

wprowadzenia na rynek oraz zbadanie przewagi ocenianego wyrobu nad podobnym produktem konkurencji. Firmy, których wyroby wezmą udział w Konsumenckiej Ocenie Produktów, po zakończeniu targów Polagra-Food otrzymają certyfikat udziału w ocenie oraz raport z jej wynikami. Więcej informacji na temat KOP można znaleźć na stronie internetowej: www.konsumenckietesty.pl. ■

Organizatorzy: FC Horyzont, MTP
15-18 września, pawilon 8 – stoisko 16
codziennie od 9.00 do 17.00



fol. archiwum prywatne

MARIA ANDRZEJ FALIŃSKI
dyrektor
generalny POHiD

Handel rozwija się wszystkimi formatami – integrują się obiekty duże i małe, konsolidują firmy i kapitały, handel obrasta w zaplecze logistyczne, informatyczne, produktowe. Statystyczne 18% handlu i usług w PKB zamienia się w istotny element krajobrazu codzienności biznesu w Polsce. Polska krajem handlu? – a dlaczego? – pełny przekrój pomysłów na biznes detaliczny (i hurtowy też – kto zapomni, popełni wielki niewybaczalny błąd); od systemów dyskontowych, po super wyrafinowane oferty delikatesowe, o asortymentach nie tak jeszcze dawno temu widywanych na filmowych superprodukcjach. Zatem Polska królestwem handlu, a na tronie owego królestwa polska żywność – świetnie wyprodukowana, zapakowana, podana i wsparta wiedzą o skutecznej sprzedaży. Trudno uwierzyć? – łatwo! Wystarczy przyjść na Polagrę-Food. Co jeszcze warto odnotować? Ano to, że za miedzą i dużo dalej też Wielkie Rynki dyszą rozwojem, popytem firm na dostawy i popytem klientów na produkty. Zatem z Polagry do wielkiego eksportu jest już bardzo blisko... Dużo wrażeń? – Prawda, ale tym bardziej trzeba tu być. ■



fol. Serwis prasowy MTP, Polagra-Food 2007



fol. Serwis prasowy MTP, Polagra-Food 2007



Salon Wyrobów
Spożywczych i Napojów
pawilon 6A, 7, 7A, 8, 8A



Żywność dla najmłodszych konsumentów to niezwykle ważny i prężnie rozwijający się segment handlu wyrobami spożywczymi. Producenci starają się nie tylko spełniać wymagania stawiane im przez prawo oraz wysokie wymagania rodziców, ale także coraz częściej sami podnoszą poprzeczkę. To właśnie producentom zawdzięczamy coraz większą świadomość rodziców o tym, co ich dzieci powinny jeść, a czego unikać. Ogromne zainteresowanie polskiego handlu wysokiej jakości produktami dla dzieci podsygnalizowało pomysł wydzielenia z ekspozycji targów Polagra-Food specjalnej przestrzeni poświęconej w całości żywności dla dzieci. Zwiedzających zaprowadzi do niej charakterystyczne logo.



Również w tym roku, aby ułatwić biznesowy dialog między właścicielami marek własnych oraz tymi, którzy produkują pod szyldem dużych sieci handlowych, przewidziano oznaczenie stoisk z wyrobami produkowanymi pod szyldem marek własnych specjalnym znakiem – „Marka Własna”.



Znak „Produkujemy dla gastronomii” widoczny na stoiskach wystawienniczych ma umożliwić profesjonalnym zwiedzającym związanym z biznesem gastronomicznym: właścicielom restauracji, kawiarni, barów, punktów gastronomicznych a także osobom związanym zawodowo z gastronomią – kucharzom, cukiernikom i baristom łatwe odnalezienie produktów przeznaczonych dla gastronomii oraz ich producentów.

Przyszłość rynku wewnętrznego

Zmiany na naszym rynku wewnętrznym są bardzo dynamiczne i idą we właściwym kierunku. Łączą się sieci hurtowe i detaliczne, tworząc jeden łańcuch dystrybucji produktów FMCG od producenta do konsumenta. Taka konsolidacja w przyszłości przyniesie efekt konsumentowi.

Marzą detaliczną podzielią się poszczególne ogniwa w łańcuchu dystrybucji, obniżając maksymalnie koszty swojej działalności, ustalając rentowność na stałym poziomie, będą proponować swoim klientom coraz niższe ceny na produkty promocyjne. Będzie to element walki konkurencyjnej pomiędzy funkcjonującymi na rynku grupami hurtowo-detalicznymi.

Skorzysta na tym również producent, który swoje towary dostarczał będzie do kilkudziesięciu, a nie kilkuset, magazynów obni-

żając koszty logistyczne i współpracując ze stabilnym partnerem. Znikną dysproporcje w warunkach zakupowych u producentów pomiędzy polskimi i zagranicznymi sieciami, potencjał zakupowy będzie porównywalny. Partnerzy detaliczni skonsolidowani w sieciach będą mieli większe bezpieczeństwo działalności i lepsze możliwości rozwoju. Dostawcy hurtowi koncentrować się będą na usłudze logistycznej do zintegrowanego w ramach sieci detalu. Tak funkcjonował będzie zrównoważony rynek po zakończeniu procesów integracyjnych. ■

fot. archiwum prywatne



MAŁGORZATA WIĘCH
prezes Zarządu Polskiej
Izby Handlu



fot. Serwis prasowy MTP, Polagra-Food 2007



fol. Serwis prasowy MTP, Polagra-Food 2007

W międzynarodowym gronie

Welcome to the International Pavilion

Wspólne wystąpienia międzynarodowe po raz kolejny zagospodzą na wrześniowych targach Polagra-Food. Już dziś wiadomo, że pod szyldem Pawilonu Narodów zaprezentują się firmy z Austrii, Belgii, Białorusi, Chin, Czech, Danii, Grecji, Hiszpanii, Holandii, Indii, Malty, Mołdawii, Litwy, Niemiec, Portugalii, Rumunii, Senegalu, Słowacji, Sri Lanki, Tajlandii, Turcji, Ukrainy, Węgier oraz Włoch.

The Austrian Federal Economic Chamber (Austriacka Federalna Izba Gospodarcza), we współpracy z Wydziałem Handlowym Ambasady Austrii w Warszawie, zaprezentuje wysokiej jakości produkty przeznaczone na polski rynek konsumencki. Ma on dla austriackich firm duży potencjał handlowy, dlatego też wystawcy będą poszukiwali importerów, agentów i kupców z sieci supermarketów.

Organizatorem wystąpienia hiszpańskiego będzie Instituto Español de Comercio Exterior (Hiszpański Instytut Handlu Zagranicznego) – ICEX, który wspomaga hiszpańskie firmy w eksporcie ich produktów oraz międzynarodowej ekspansji. ICEX przedstawi bogatą ofertę produktów delikatesowych oraz win.

Thessaloniki International Fair, będące narodową instytucją zajmującą się organizacją targów, konferencji i wydarzeń kulturalnych, zorganizują wystąpienie greckich producentów na wspólnym stoisku pod swoim patronatem. Głównym celem inicjatywy jest promowanie greckiego biznesu na nowych rynkach, zwłaszcza w krajach nowej Unii Europejskiej, i rozwijanie rozpoznawalności greckich marek. Z Grecji przyjadą również członkowie Hellenic Fo-

reign Trade Board (Grecka Rada Handlu Zagranicznego) – HEPO. Jest to organizacja non-profit działająca pod auspicjami Ministerstwa Gospodarki i Finansów.

Senexpo, organizator prezentacji firm z Turcji, przygotowuje oficjalne wystąpienia tureckie na międzynarodowych targach i wystawach od 1996 roku. W opinii tureckiego przedstawiciela Polagra-Food od wielu lat stwarza wyjątkowe możliwości dla wystawców w branży spożywczej – są to najważniejsze targi branżowe w tej części Europy.

Litewskie wystąpienie zorganizuje Lithuanian Agricultural and Food Market Regulation Agency (Litewska Agencja Rolnictwa i Regulacji Rynku Spożywczego), firmy z Niemiec wystąpią pod opieką Hamburg Messe und Congress GmbH, a Słowacja będzie reprezentowana przez Agrokomplex, agendę słowackiego Ministerstwa Rolnictwa.

Bogata delegacja z Chin będzie koordynowana przez tradycyjnie już pojawiającą się na targach w Poznaniu Shanghai International Advertising & Exhibition Co. Ltd., a także Beijing United Chinese Business International Consulting Co, Ltd. Szeroki zakres usług związanych z wystąpieniem na zagranicznych targach oferowany przez

▶ *Międzynarodowy charakter targów Polagra-Food daje wiedzę o specyfice rynków europejskich. W ofercie targów są przedsięwzięcia na miarę nowoczesnej gospodarki – umożliwiające nawiązywanie międzynarodowej współpracy i wspierające realizację biznesowych planów wykraczających poza granice kraju.*



fol. B. Ziemińska

te organizacje pomagają firmom chińskim zaistnieć na polskim rynku.

W Pawilonie Narodów zaprezentowana zostanie również oferta indyjskiej kawy, ziół i przypraw korzennych.

Rada Herbaciana Sri Lanki pojawi się na targach Polagra-Food, by promować swój znak CeylonTea. Sri Lanka jest trzecim największym producentem herbaty na świecie. Malta z pewnością przyciągnie zwiedzających wystawianą przez siebie żywnością ekologiczną i dietetyczną.

Po raz pierwszy na targach w Poznaniu będzie prezentowało swoje wyroby ANDICA-FÉ – Narodowe Stowarzyszenie Producentów Kawy z Kolumbii. Ciekawie zapowiada się też wystąpienie senegalskie, reprezentujące region miasta Touba, który produkuje połowę orzechów arachidowych w Senegalu. Pokazana również zostanie tradycyjna herbata rosnąca tylko w Senegalu, hibiskus oraz masło Carité. ■



WWW.KPP.MTP.PL

Kuchnia z najwyższej półki, czyli Kulinaryny Puchar Polski 2008

Najlepszego kucharza w Polsce poznamy 17 września podczas targów Polagra-Food, przed nami bowiem kolejne finały najbardziej prestiżowego konkursu kulinarnego w kraju – Kulinarynego Pucharu Polski. Przepustką do udziału w rozgrywkach finałowych daje wcześniejsza wygrana w jednym z dziesięciu renomowanych konkursów.



foto. Serwis prasowy MTP, Polagra-Food 2007

Znamy już nazwiska dziesięciu finalistów. Są to Maciej Woźniak – WTT Kortowo, Poznań (laureat konkursu Wielkopolski Kucharz Roku), Marcin Szukaj – restauracja Dolce Vita, Bydgoszcz (triumfator konkursu Primerba Cup 2007), Tomasz Siedlik – hotel HP Park, Poznań (Profesjonalista Roku 2007 – PPH&R), Janusz Zabagto – restauracja Łoża – Klub Aktora, Kraków (VII Arte Kulinaría Italiana 2008), Daniel Uliczny – hotel La Regina (L'Art de la cuisine Martell 2008), Mariusz Bogusz – hotel Holiday Inn, Warszawa (III Festiwal Kuchni Greckiej 2008), Karol Łukomski – Athina Catering, Wrocław (Kulinarna Gala Tour-Gastro-Hotel 2008), Marcin Rózański – hotel Sheraton, Poznań (Zielone Czapki Bonduelle 2008), Zbigniew Koźlik – hotel HP Park Plaza, Wrocław (Olimpiada Smaku 2008). Na rozstrzygnięcie czeka jeszcze X Festiwal Ryby, Wędki i Muzyki Sielawa Blues, który odbędzie się 6-7 września w Starych Jabłonkach w Warmińsko-Mazurskiem.

Zdobycie tytułu wymaga nie lada talentu. Już samo znalezienie się w gronie kucharzy, którzy otrzymali prawo startu w Kulinarynym Pucharze Polski, jest dużym osiągnięciem. Kulinarynym zmaganiom finałowym przygląda się zaś międzynarodowe jury, które zwraca uwagę niemal na wszystko.

Regulaminowe ABC

Uczestnikami Kulinarynego Pucharu Polski są dwuosobowe drużyny, złożone z szefa i pomocnika. Chociaż ocenie podlega praca całego zespołu, to nominację do nagrody otrzymuje szef, który oceniany jest za organizację pracy zespołu i umiejętności zawodowe jego członków, przygotowanie stanowiska pracy, smak, estetykę i sposób podania pracy konkursowej. Przed kucharskimi dwójkami stoją dwa zadania – przygotowanie przekąski i dania głównego. W tym roku będzie to ciepła przystaw-

ka z sery i świeżych borowików oraz danie główne, którego podstawą ma być comber z sarny z dodatkiem żurawiny i miodu pitnego. Potrawy oceni międzynarodowe jury.

Do zdobycia całe sto punktów

... w tym 10 za mise en place i czystość, czyli przygotowanie produktów i sprzętu, optymalny czasowo podział prac i ich punktualne zakończenie, czystość warsztatu pracy – także po jej zakończeniu, 20 punktów za fachowe przygotowanie – prawidłową technikę produkcji, zachowanie wartości odżywczych i prawidłowe zastosowanie termicznej obróbki produktów, 30 punktów za sposób przygotowania i prezentacji potrawy – w tym za wrażenia ogólne, brak sztucznych dodatków i czasochłonnych elementów w przygotowaniu oraz estetyczny wygląd, a 40 punktów



foto. Serwis prasowy MTP, Polagra-Food 2007

za smak potrawy – oceniany jako smak własny produktu, zestawienie smakowe produktów, prawidłowy dobór dodatków i doprawienie zachowujące smak własny surowca. Zawodnicy nie mogą stosować sztucznych ani przygotowanych wcześniej dekoracji i dodatków, gotowych farszów i sosów (fond, majonez i ketchup są dopuszczalne jako podstawa), ani uformowanych z góry elementów mięsa, warzyw, ciast lub ryb.

dokończenie na str. 10

dokończenie ze str. 9



foto: Serwis prasowy MTP, Polagra-Food 2007

Konkursowe bonusy

Zwycięzca otrzymuje wysoką nagrodę pieniężną i możliwość wyjazdu na szkolenie do prestiżowego Instytutu Paula Bocuse w Lyonie. Ale to nie wszystko. Jerzy Pasikowski, przewodniczący komisji sędziowskiej konkursu, jeden z założycieli Klubu Szeffów Kuchni, trener polskiej reprezentacji na Puchar Świata w Luksemburgu 2002, podsumowuje: – *Konkurs ten jest przede wszystkim szansą dla bardzo młodych ludzi, którzy już mają sukcesy w pro-*

mowaniu swoich umiejętności i dobrze znają swój kunszt zawodowy. W końcu aby stanąć do KPP, musieli wcześniej wygrać jeden z dziesięciu najlepszych polskich konkursów. Na przestrzeni kilku lat rozgrywania Kulinarnego Pucharu Polski zawsze o trzy zwycięskie ekipy (ale nie tylko) toczyły się prawdziwe boje pracodawców. ■

Organizatorzy konkursu: Wielkopolska Izba Gastronomii, Międzynarodowe Targi Poznańskie
Patroni honorowi: Klub Szeffów Kuchni, Ogólnopolskie Stowarzyszenie Szeffów Kuchni i Cukierni
Patroni medialni: portal gastronomiczny



foto: Serwis prasowy MTP, Polagra-Food 2007

www.gastrona.pl, Przegląd Gastronomiczny, Restaurator
 Sponsor generalny: Unilever Foodsolutions
17 września, pawilon 9 – przestrzeń specjalna
– Kulinarny Puchar Polski, godz. 10.00-15.00

KLUB EKSPERTA

Wiedza z najlepszych rąk

Jak stawiać pierwsze kroki na coraz bardziej wymagającym rynku gastronomicznym? Jak spełnić marzenie o własnym lokalu? Na targach Polagra-Food można będzie się tego dowiedzieć od profesjonalistów.

Klub Eksperta to miejsce dla tych, którzy chcieliby spróbować swych sił i otworzyć własny obiekt gastronomiczny. Tam właśnie najlepsi specjaliści z branży doradczą będą w najważniejszych kwestiach wiążących się z rozpoczęciem własnej działalności restauracyjnej: jak sfinansować takie przedsięwzięcie, w co wyposażyć lokal, jak zaaranżować salę, w jaki sposób ułożyć menu. Będzie można także otrzymać kilka przydatnych wskazówek, jak serwować dobrą kawę oraz jak stworzyć kartę alkoholi. W Klubie Eksperta zasiądą m.in. specjaliści z firmy Unilever Foodsolutions – eksperci od kalkulacji (określanie food-costu), ustalania kart menu we wszystkich segmentach żywienia zbiorowego oraz znawcy nowych trendów w gastronomii. Przedstawiciele takich firm, jak Tchibo czy Cream prowadzić będą doradztwo w zakresie wszystkich aspektów dotyczących kawy: od wyboru lokalizacji coffee baru, poprzez wybór ekspresów oraz mieszanek różnych gatunków kawy. Na pytania, jak zaaranżować salę restauracyjną, jakie wybrać meble, dywany, tapety, oświetlenie, ale także jaką zakupić porcelanę, naczynia szklane i sztucce odpowiedzą specjaliści z firmy Witek's. Zaprezentują oni także, na przykładzie urządzeń firmy Hendi, jak profesjonalnie zaaranżować i wyposażyć kuchnię. A skąd na to wszystko wziąć pieniądze i jakie spełniać warunki, aby je otrzymać? Takich informacji udzielać będą przedstawiciele Banku PKO BP. W gronie ekspertów zasiądą także inspektorzy z Państwowej Inspekcji Sanitarnej, którzy uczulą przyszłych restauratorów na to, o czym zapomnieć nie wolno. ■

15-18 września, pawilon 9 – przestrzeń specjalna, godz. 10.00-16.00



foto: Serwis prasowy MTP, Polagra-Food 2007

WYSPA KAWOWA

Akademia Espresso

Gdziekolwiek nie spojrzeć, wszyscy mówią i piszą o ogromnych zmianach na rynku kawowym w Polsce. Powstają nowe kawiarnie, bary kawowe. Pojawiają się kolejne koncerny zagraniczne. Coraz lepszego espresso można napić się już nie tylko w specjalistycznym lokalu, ale również...na stacji benzynowej. Również my sami powoli uczymy się kultury kawowej; rozwijają się nasze smaki, stajemy się coraz bardziej wymagającymi klientami.

Pojawia się zatem pytanie: jakie podjąć działania, jakie wybrać rozwiązania i gdzie ich szukać, by nie utonąć w powodzi nowości?

Wychodząc naprzeciw wszystkim poszukującym, zapraszamy na kolejną edycję Wyspy Kawowej – Akademii Espresso. Tegoroczne spotkanie przygotowane zostanie w trzech odsłonach:

Ekspresy tradycyjne – świat kawy dla baristów i pasjonatów

Będzie to okazja do przetestowania rozmaitych gatunków i mieszanek kaw, w zależności od zróżnicowanych parametrów temperatury, ciśnienia i czasu ekstrakcji. Do dyspozycji gości oddajemy kilka przygotowanych spe-

cialnie na tę okazję profesjonalnych ekspresów oraz młynków.

Ekspresy automatyczne – Coffee to go

Wraz z ogromnym rozwojem rynku kawowego nie rośnie niestety porównywalnie grono wykwalifikowanych specjalistów. Przygotowaliśmy zatem kilka odpowiedzi na pytanie: za pomocą jakich narzędzi uzyskać dobrą i pożądaną jakość kawy we własnym lokalu?

Laboratorium Akademii Espresso – subiektywny świat kawy

Jedną z podstaw sukcesu każdego coffee baru, kawiarni czy restauracji, jest ciekawe menu. Jeśli zatem wiedzą już Państwo wszystko o espresso i potrafią perfekcyjnie pienić mleko, zapraszamy do naszego laboratorium. Będzie to w pełni wyposażony bar, w którym proponujemy naszym gościom kilka propozycji do ich kawowego menu. Będzie to także okazja do zmierzenia się z własną fantazją, przygotowania kilku napojów i oddania ich pod ocenę innych gości Akademii.

Zapraszamy zatem wszystkich, którzy piją kawę, lubią ją, coś o niej wiedzą, potrafią prawidłowo ją zaparzyć, byli są lub będą



Salon Gastronomii
pawilon 9



foto: Serwis prasowy MTP, Polagra-Food 2007

mistrzami baristów, a także tych, którzy chcą dowiedzieć się czegoś więcej lub po prostu spotkać z ludźmi, dla których kawa jest prawdziwą pasją. ■

Organizatorzy: Primulator, MTP
15-18 września, pawilon 9 – przestrzeń specjalna,
godz. 9.00-17.00



W świecie pasjonatów kawy



foto: archiwum prywatne

MAREK ROBACHA
Primulator sp. z o.o.
sędzia międzynarodowy
konkursów dla baristów

Jak prezentuje się polski rynek kawowy na europejskim tle?

Stopniowo asymilujemy europejskie trendy. Od dwóch lat widać bardzo dynamiczne zmiany i rozwój – zmienia się kultura picia kawy i struktura konsumpcji. Średnie spożycie kawy w Polsce znacząco się nie zmienia i od kilku lat wynosi około 3 kg rocznie (przy włoskim i niemieckich spożyciu 6,5 kg czy 11-13 kg w krajach skandynawskich). Jednak w gastronomii kawę instant i mieloną zaczyna wypierać kawa ziarnista, a to doskonale potwierdzenie, że oczekiwania rynku wyraźnie zmierzają ku coraz wyższej jakości. Ten trend dotarł na nasz rynek z krajów zachodnich z wielką dynamiką. Spójrzmy na najlepszy przykład: stacje benzynowe. Do końca 2008 już na prawie tysiącu stacjach będzie można napić się kawy, na jaką jeszcze nie dawno nie było szans. Niemcy przeżywają niespotykany boom kawowy w sektorze małych sklepów z pieczywem. Tylko kwestia czasu, kiedy i u nas będzie

można kupić w takim sklepie pyszną kawkę na ciepło oraz doskonale cappuccino. Czy faktycznie jestem w biznesie kawowym, czy tylko wypełniam pozycję w menu o nazwie kawa – to pytanie, które już dziś bezwzględnie powinien sobie zadać każdy właściciel lokalu gastronomicznego, restauracji, kawiarni, cukierni itp.

A jaka jest recepta na sukces?

Aby osiągnąć „perfect espresso”, potrzebny jest profesjonalny ekspres do kawy, odpowiedniej jakości mieszanka kawy oraz barista, który potrafi te wszystkie atuty wykorzystać. W Polsce nie ma szkoły kawy, która zapewni łatwy i powszechny dostęp do wiedzy. Najlepszymi edukatorami rynku są firmy zajmujące się dostawą kawy oraz profesjonalnych ekspresów. Można również skorzystać z wiedzy i doświadczenia coraz szerszej grupy baristów. Ich kompetencje rosną z roku na rok. Polscy barisci powoli zaczynają odgrywać znaczącą rolę w środowisku

międzynarodowym. Jak silna jest potrzeba własnej edukacji wśród pasjonatów kawy, jakimi są bariści, niech świadczy fakt, że w zeszłym roku na Mistrzostwach Świata Baristów w odległym Tokio Polska była reprezentowana przez 14 osób, a tegoroczne zawody w Kopenhadze dopinowała 40-osobowa grupa z Polski!

Gdzie więc szukać takiej wiedzy?

Jednym ze skutecznych sposobów na poznanie się z nowymi trendami w biznesie kawowym jest wizyta na targach. Można poznać ofertę firm, które zajmują się dostawą kawy, sprzętu, akcesoriów. Na stoiskach na najlepszych ekspresach i młynkach pracują najlepsi bariści. Niektóre firmy organizują pokazy i prezentacje sztuki parzenia kawy. Można spróbować różnych rodzajów kaw w formie cup testingu itp. Naprawdę warto skorzystać z kontaktów z pasjonatami, oni chętnie dzielą się swoją pasją i doświadczeniem. ■



WWW.OLIMPIADAKAWY.PL

Olimpiada Kawy

Popularność kawy wśród Polaków ciągle rośnie. Specjalistycznych sklepów z różnorodnymi gatunkami kawy i akcesoriami do jej zaparzania i podawania nie trzeba szukać daleko. Polskim rynkiem zainteresowały się też największe światowe firmy, które w błyskawicznym tempie zorganizowały sprawnie funkcjonujące sieci własnych kawiarni. Dziś prześcigają się one w jakości i wyrafinowaniu serwowanych napojów. Która z sieci zasługuje na tytuł mistrzowski? Odpowiedź na to pytanie będziemy mogli znaleźć podczas Olimpiady Kawy, która odbędzie się w ramach Salonu Gastronomii tegorocznych targów Polagra-Food – 15 i 16 września.

Olimpiada potrwa dwa dni. Zespoły baristów, reprezentujące poszczególne sieci, będą musiały wykazać się zarówno imponującą wiedzą teoretyczną, jak i prawdziwie mistrzowskimi umiejętnościami w przygotowywaniu małej czarnej. Rozegrane zostaną cztery kawowe konkurencje:

Latte art

– tu poznamy najlepsze smakowo i najciekawsze wizualnie caffè latte

Zadaniem baristów będzie przygotowanie i zaserwowanie w ciągu 6 minut dwóch porcji latte i macchiato – ocena uwzględniać będzie wygląd napoju, jego zapach, smak, czas zużycia na jego przygotowanie, ale także identyczność cech obu porcji.

Coffee in good spirits – to konkurencja dla autorów najznakomitszych drinków kawowych połączonych z alkoholem

Bariści mają za zadanie przygotować i zaserwować w ciągu maksymalnie 8 minut dwie Irish coffee i dwa napoje według własnej receptury – tzw. signature beverages na bazie espresso i alkoholu. Jury oceni poprawność w przygotowaniu (Irish coffee), wygląd, za-

pach, smak kaw oraz czas potrzebny do ich przygotowania.

Espresso na czas – zadaniem będzie mistrzowskie przygotowanie i zaserwowanie jak największej liczby filiżanek espresso

Czas konkurencji to 6 minut, jury ocenić będzie liczbę filiżanek espresso, poprawność techniki przygotowania kawy i wygląd serwowanych porcji.

Cup tasting – tu rywalizujące ze sobą zespoły rozpoznawac będą różne gatunki kawy, na podstawie ich smaku i aromatu

Z ośmiu zestawów po trzy filiżanki (gdzie w dwóch będzie ta sama kawa, a w trzeciej inna) bariści będą musieli w ciągu 8 minut wytypować filiżanki z kawą różniącą się od pozostałych dwóch. Każdy zawodnik otrzyma do rozpoznania identyczne kombinacje. Wszystkie trzy napary przygotowane zostaną z mieszanki 10 gatunków kawy. Ocenie podlega liczba poprawnie wybranych filiżanek i czas.

Zmagania zespołów będzie obserwowało i oceniało jury akredytowane przez SCAE



fol. Serwis prasowy MTP, Polagra-Food 2007

PROGRAM WYDARZEŃ:

Poniedziałek	15 września
10.30 – 11.00	spotkanie z zawodnikami i sędziami; prezentacja zasad Olimpiady
11.00 – 13.00	latte and macchiato art
13.00 – 14.00	przerwa
14.00 – 16.00	coffee in good spirits
Wtorek	16 września
10.00 – 13.00	espresso na czas
13.00 – 14.00	przerwa
14.00 – 16.30	cup tasting
16.30	wręczenie nagród i zakończenie imprezy

(Speciality Coffee Association of Europe) i WBC (World Barista Championship).

Ci, którzy zechcą poszerzyć swoją wiedzę na temat kawy, mogą liczyć na kilka lekcji w ramach Akademii Kawy®. Jeden blok tematyczny Akademii to warsztaty szkoły baristów, drugi – cykl prezentacji od palenia różnych gatunków kawy, poprzez ich mielenie i w końcu parzenie w ekspresach przelewowych oraz innych popularnych urządzeniach.

Do udziału w prezentacji Akademii Kawy® szczególnie serdecznie zapraszamy restauratorów, właścicieli kawiarni, kafeterii, pubów i hoteli oraz oczywiście smakoszy kawy. ■

Organizatorzy: Apro Trade, MTP

Partner wydarzenia: Prima – Sara Lee
Coffee and Tea Poland SA
15-16 września, pawilon 9
przeźrenia specjalna, godz. 10.00-16.00





foto: Senis prasowy MTP, Polagra-Food 2007

Czy wiesz, że...

Kawa pojawiła się na giełdzie pod koniec XIX wieku i dziś jest tuż za ropą naftową najważniejszym towarem na największych parkietach światowych. To właśnie jej maklerzy z równą uwagą co doniesienia rynkowe śledzą na przykład... prognozy pogody w Brazylii.



Ważne tematy

Redakcja miesięcznika „Przemysł Fermentacyjny i Owocowo-Warzywny” wraz z Krajową Unią Producentów Soków i Krajową Radą Przetwórstwa i Zamrażalnictwa Owoców i Warzyw oraz MTP organizuje podczas targów Polagra-Food 2008 panel na temat „Możliwości ekspansji produktów branży owocowo-warzywniej na rynki UE i krajów trzecich”.

Przedmiotem wystąpień i dyskusji podczas panelu będą najbardziej aktualne problemy związane z: perspektywami i dalszą karierą polskiej żywności w UE i na świecie, z funkcjonowaniem polskiej branży owoców i warzyw na rynku europejskim i światowym, stopniem wykorzystania możliwości ekspansji naszych produktów owocowych i warzywnych, problemem skutecznej promocji polskich specjalności branżowych na ujednoczonym rynku UE i na rynkach światowych.

Wśród zaproszonych prelegentów oraz gości znajdą się przedstawiciele właściwych resortów i polskiej reprezentacji branży w Brukseli, organizacji branżowych i stowarzyszeń, producenci i przetwórcy. ■

Organizatorzy: red. Przemysł Fermentacyjny i Owocowo-Warzywny, SITSpoż., Krajowa Rada Przetwórstwa i Zamrażalnictwa Owoców i Warzyw, Krajowa Unia Producentów Soków, MTP

17 września, pawilon 14B, sale AB, godz. 14.00-17.00



foto: archiwum prywatne

TOMASZ OBRACA
Apro Trade Sp. z o.o.
SCAE ex President

Kawa to pasja i wiedza

Czy prawdziwy kawowy boom na polskim rynku to całkowicie nowe zjawisko?

W czasach powojennych, aż do lat dziewięćdziesiątych, polski rząd traktował kawę jako używkę luksusową i w związku z tym eliminował ją z grupy artykułów pierwszej potrzeby. Wynikiem tej polityki jest nasza obecna średnia spożycia kawy rzędu 2,6 kg rocznie na osobę, w porównaniu z 7 kg w Niemczech czy 12 kg w Finlandii. Mimo to wielu z nas nie wyobraża sobie dnia bez wypicia przynajmniej jednej filiżanki kawy. Poza samym wspaniałym aromatem i smakiem dodaje nam energii i kojarzy się z chwilą odpoczynku i relaksu – w domu, w pracy czy w kawiarni. Od kilku lat jest to również bezdyskusyjnie

moda, przez duże M. Ten fenomen ogarnął cały świat poprzez powstanie wielu specjalistycznych kawiarni i sieci, od małych do bardzo dużych. Łączy się z nim rozprzestrzenianie kultury picia kawy – choć słynne włoskie espresso reprezentuje tylko kilka procent światowego spożycia kawy, sama nazwa jest znana wszędzie.

Jak więc zostać mistrzem w parzeniu kawy?

Można bez końca polemizować, jaki sposób jej przyrządzania jest najlepszy. Czy parzona po turku w szklance, imbryku, z french press, z przelewowych urządzeń (wciąż najpopularniejszy na świecie), z włoskich Moka, automatów all in one, czy wreszcie z ciśnieniowych ekspresów. Tak samo odwieczne są dyskusje nad prymatem jednych gatunków kawy czy ich mieszanek nad drugimi. A jest ich tak wiele, reprezentują ponad 1000 smaków – więcej niż miód i wina! Każdy odnajdzie coś dla siebie. Zawsze jednak potrzebna jest możliwość porównania – zanim upewnimy się, że ta, którą wybraliśmy, istotnie jest dla nas najlepsza.

W Apro Trade/Akademii Kawy® wiemy, że najlepsza droga do doskonałej filiżanki kawy to nie tylko pasja, ale również wiedza. Od siedmiu lat organizujemy SCAE Polskie Mistrzostwa Barista – cieszą się one coraz większym zainteresowaniem. Wierzmy, że również dzięki nim poziom polskich kawiarni wciąż rośnie.

Na targach Polagra-Food przygotowujemy wspólnie z MTP i pod patronatem SCAE – Specialty Coffee Association of Europe pierwszą polską Olimpiadę Kawy. Największe sieci kawiarni będą ubiegać się o medale w kategoriach: espresso na czas, latte art, coffee in good spirits i cup tasting. Poza widowiskiem i emocjami rywalizacji będzie to wspaniała okazja do pogłębienia wiedzy o kawie, zdobycia umiejętności przygotowania napoju i jednocześnie spotkanie przyjaciół po fachu. Apro Trade/Akademia Kawy® zaprezentuje także różne gatunki kawy, proces ich palenia, mielenia i parzenia.

Czym jest SCAE?

SCAE założyło w 1998 roku kilku europejskich specjalistów, jako organizację, na forum której specjaliści różnych dziedzin związanych z kawą mogą wymieniać się wiedzą i doświadczeniami. Poza szkoleniami, konferencjami i wystawami SCAE organizuje także coroczne światowe zawody Barista, Latte Art, Cup Tasting, Coffee in Good Spirits i inne. SCAE zrzesza dziś ponad 1000 członków w 75 krajach, w tym 25 w Polsce. Są nimi zarówno miłośnicy kawy, jak i potentaci branży. Ostatnia konferencja, wystawa i zawody odbyły się w czerwcu w Kopenhadze, gdzie o tytuły mistrza świata walczyli tegoroczni mistrzowie Polski Barista, Latte Art i Cup Tasting, uzyskując bardzo dobre wyniki! ■

Słodka sztuka deserów



for. archiwum prywatne

FILIP KWIATKOWSKI
dyrektor sprzedaży
i marketingu Unifine F&BI

Udany deser to skomplikowane połączenie wielu elementów: smaku, kompozycji, sposobu podania, ale i atmosfery miejsca. Ponieważ końcowe zadowolenie konsumenta to nie tylko kwestia wrażeń czysto smakowych, ale kombinacji smaku, zapachu, wyglądu i aranżacji, warto zadbać, aby to, co proponujemy, stanowiło spójną całość. Było świeże, smaczne i estetycznie podane. Najnowsze trendy to z jednej strony dążenie do minimalizmu – proste kompozycje, wyraźne smaki, oszczędna dekoracja. Z drugiej strony można zakosztować deserów sporządzanych według zasad kuchni molekularnej. Musy zanurzone w ciekłym azocie, sorbety przygotowywane w ciągu kilku minut – i to wszystko na oczach klienta. Specjalny show i specjalny rodzaj odbiorców, ceniących nowe doznania, nowe smaki. Jako Unifine F&BI na bieżąco śledzimy rozwój wszystkich tych trendów i staramy się wyposażać swoich klientów w komponenty, które pozwolą im oferować desery na najwyższym światowym poziomie. ■



for. Serwis prasowy MTP, Polagra-Food 2007

DZIEŃ MŁODEJ GASTRONOMII

Na specjalny program tego dnia złożą się m.in. mistrzowskie pokazy sztuki kucharzkiej, cukierniczej, wirtuozerii baristów, a także prezentacje specjalistycznego sprzętu stosowanego w gastronomii. Przygotują je Międzynarodowe Targi Poznańskie wspólnie z wystawcami targów Polagra-Food. Wszystko to dla zaproszonej młodzieży szkół gastronomicznych – i z myślą o tej części branży, która boryka się z brakiem młodej i wykwalifikowanej kadry.

POŻEGNANIE Z AFRYKĄ

Pod takim hasłem odbędą się na tegorocznych targach II Mistrzostwa Polski Cukierników w kategorii deserów. Rozgrywki te pokażą doskonale kunszt polskich mistrzów cukiernictwa.

Od kilku lat sztuka cukiernicza w sektorze gastronomicznym rozwija się bowiem niezwykle dynamicznie. Desery zadziwiają coraz bardziej kunsztem formy i walorami smakowymi.

W tegorocznym konkursie wystartuje dziesięć dwuosobowych ekip reprezentujących najlepsze polskie hotele, cukiernie i restauracje, m.in. Cukiernię Sowa z Bydgoszczy, Cukiernię Kandulski z Poznania, T. Deker Pâtisseries & Chocolatier z Sopotu oraz zwycięzcy I edycji Mistrzostw – reprezentacja Cukierni Angelika z Debrzna.

W loży sędziowskiej zasiądą autorytety polskiego i światowego cukiernictwa, m.in. Bożena Sikoń (Hotel Jan III Sobieski), Dariusz Struciński (Hotel Anders) i Janusz Profus (Cadbury Wedel) oraz jurorzy z zagranicy. Zwiedzający targi będą mieli szansę nie tylko podziwiać dzieła sztuki zawodników, ale także przyjrzeć się im przy pracy. ■

Organizatorzy: Unifine F&B, MTP
Patronat honorowy: Klub Szeffów Kuchni Patronat medialny: Przegląd Gastronomiczny, Przegląd Piekarski i Cukierniczy, Gastrona.pl
15 września, pawilon 9 – przestrzeń specjalna

PPROGRAM WARSZTATU KULINARNEGO „NORWESKI ŁOSOŚ - POCHODZENIE ORAZ WYKORZYSTANIE W GASTRONOMII I CATERINGU”



Czas warsztatu - ok. 1 godz. 40 min.

Prowadzenie:

Część teoretyczna - przedstawiciel Norweskiej Rady ds. Eksportu Ryb i Owoców Morza

Część praktyczna - Robert Sowa - Szef Kuchni Hotelu Jan III Sobieski, Ambasador Norweskich Ryb i Owoców Morza

Część dotycząca wykorzystania łososia norweskiego w kuchni japońskiej - przygotowanie sushi - Kamil Antosik - Sushi Master z restauracji OHH! Sushi & Grill - Warszawa, Centrum Handlowe Klif

Część teoretyczna:

- Fakty o hodowli łososia norweskiego
- Cykl hodowlany i produkcyjny łososia norweskiego
- Warunki hodowli
- Karmienie
- Bezpieczeństwo hodowli łososia norweskiego
- Transport
- Działalność Norweskiej Rady ds. Eksportu Ryb i Owoców Morza - czym jest znak NORGE?

Część praktyczna:

- Jak kupować łososia norweskiego?
- Dzielenie łososia norweskiego na elementy - efektywne

wykorzystanie łososia norweskiego w gastronomii i cateringu

- Przykłady dań z poszczególnych części łososia norweskiego
- Jakie dania są szczególnie modne w gastronomii i cateringu? Warsztat kulinarny - przygotowanie sushi i sushi maki
- Prezentacja, omówienie i formy zakupu składników niezbędnych do przygotowania sushi
- Degustacja
- Danie Dnia przygotowane na bazie łososia norweskiego krok po kroku - niespodzianka kulinarna od Roberta Sowy

WITEK'S

TWORZYMY KLIMATY



KRAKÓW-MODLNICZKA
ul. Handlowców 2
32-085 MODLNICA
tel. (012) 661 51 60
fax (012) 636 69 58

www.witeks.pl

Tworzymy klimaty

Każdy drobiazg w naszym codziennym życiu ma ogromne znaczenie. Drobiazgi działają na wszystkich dookoła, tak naprawdę odpowiadają za atmosferę i relacje między ludźmi. Wpływ na to mają kolory, przedmioty, meble, dodatki, światło. Wszystkie pomieszczenia mają swój własny niepowtarzalny klimat.

W każdej dziedzinie są profesjonalści, którzy przez odpowiednie połączenia stylów tworzą swoisty klimat otoczenia. Większość z nas ma ulubioną restaurację, do której chodzi od lat. Co jest tego przyczyną? – Bo w niej czujemy się świetnie. Dlaczego? Ponieważ odpowiada nam styl danego lokalu, gdzie czujemy się szczęśliwi i zrelaksowani.

Dawniej otwierając restaurację lub hotel, nikt nie miał takich możliwości i nie zastanawiał się, jak ma wyglądać każdy szczegół. Na czym ugościć klienta? Tak! ugościć, bo sztuka podawania to nie tylko to, co podajemy, ale także jak i na czym?. Czasy się zmieniły – dzisiaj każdy chce tego co najlepsze – wcześniej wystarczyło kupić w hurtowni parę talerzy, szklanek, sztucce, byle jak najtaniej, ugotować i podać, nie zawsze przywiązując wagę do oprawy. Teraz wszystko zmieniło się diametralnie. To, na czym i jak podajemy, ma czasami większe znaczenie od miejsca, gdzie się znajdujemy. Ludzie lubią być goszczeni w lokalach, w których obsługa jest elegancka i taktowna.



fol. Serwis prasowy MTP, Polagra-Food 2007



fol. Serwis prasowy MTP, Polagra-Food 2007

Dlaczego ważne spotkania życiowe chcemy organizować w lokalach renomowanych? Bo wiemy, że stworzony tam klimat będzie najlepszą oprawą do decyzji, jaką chcemy podjąć. Dziś oferta na rynku zakupowym jest tak duża, że bez odpowiedniego doradcy można mimo wielkich chęci i wydania dużych pieniędzy nie osiągnąć oczekiwanego skutku – zadowolenia klienta. Każdy klient zadowolony z obsługi i doradztwa wraca, poleca nas i najlepiej reklamuje. Witek's to nie tylko miejsce, gdzie kupisz, zapłacisz i koniec! My, znając oczekiwania klienta, niejednokrotnie wywracamy do góry nogami Jego koncepcję, z którą do nas przyszedł i wspólnie projektujemy zastawę stołową tak, by pasowała do podawanych potraw i wyglądu stołu. Staramy się nadążać za modną stylistyką i kształtem oferowanej porcelany oraz dodatków by każdy lokal był inny, wyjątkowy i miał swój klimat.

W tym roku organizatorzy Polagra Food 2008 poprosili nas – firmę Witek's, zajmującą się kompleksowym wyposażeniem gastronomii, o stworzenie specjalnego miejsca podczas targów, gdzie klient będzie mógł spotkać się z fachowcami i uzyskać potrzebne informacje z dziedziny wyposażenia wnętrza, kuchni, baru, nakrycia stołu, wymogów sanepidu oraz finansowania inwestycji. Nie ukrywamy, że propozycję utworzenia Klubu Eksperta podczas targów przyjęliśmy z wielką radością. Mamy nadzieję, że wiele osób odetchnie z ulgą po odwiedzeniu naszego stoiska, ponieważ odkryją coś, czego dawno szukali.

Zapraszamy Państwa do odwiedzenia nas podczas targów Polagra Food 2008 i rozpoczęcia z nami satysfakcjonującej współpracy.

Międzynarodowe Targi Poznańskie i firma Witek's

MIĘSO W KRAINIE PRZYPRAW

Codziennie, przez cztery dni trwania targów Polagra-Food, ocy i podniebienia targowej publiczności cieszyć będą potrawy przygotowywane w kuchni pod szyldem „Mięso w krainie przypraw” na przestrzeni Salonu Gastronomii.

Bohaterem kulinarnych pokazów będą różnorodne gatunki mięs – najwyższej jakości. Dostarczą je Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy RP. W profesjonalnej kuchni przeobrażą się one w smakowite dania za sprawą najróżnorodniejszych przypraw dostępnych na rynku. Podczas kulinarnych pokazów walory przypraw poszczególnych firm zaprezentują znakomici kucharze i bohaterowie mediów. Kulinarne show zaprezentują m.in. Unilever Food-solutions, Sofrapol, Amco oraz Wyższa Szkoła Hotelarstwa i Gastronomii z Poznania. ■

Organizatorzy: Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy RP, MTP

15-18 września, pawilon 7 – przestrzeń specjalna, godz. 9.00-16.00



fol. Serwis prasowy MTP, Polagra-Food 2007

WIELKOPOLSKI KUCHARZ ROKU

Już drugiego dnia targów Polagra-Food rozegra się IX edycja konkursu o tytuł Wielkopolskiego Kuchacza Roku. Będzie to finał rozgrywanego od stycznia konkursu Wielkopolskie Igraszki Kulinarne. Biorą w nim udział kucharze z restauracji Poznania i Wielkopolski.

Igraszki organizowane są rokrocznie, tworząc okazję do spotkań kucharzy, porównania swoich umiejętności, rozmów i dyskusji. W ramach rywalizacji kucharze wykonują od podstaw danie na zadany temat. Kucharze, którzy zajmą pierwsze i drugie miejsce, nominowani są do konkursu o tytuł Wielkopolskiego Kuchacza Roku. Igraszki odbywają w Centrum Kulinarным Unilever Foodsolutions w Poznaniu. W konkursie Wielkopolski Kucharz Roku bierze udział 10 kucharzy, a jego zwycięzca nominowany zostaje do udziału w Kulinarным Pucharze Polski w następnym roku. Twórcą i organizatorem Igraszek i konkursu Wielkopolski Kucharz Roku jest Wielkopolska Izba Gastronomii. ■

Organizatorzy: Wielkopolska Izba Gastronomii, MTP
pawilon 9 – przestrzeń specjalna – Kulinarный Puchar Polski, godz. 14.00-17.00



fot. Serwis prasowy MTP, Polagra-Food 2007

KUCHNIA MOLEKULARNA W ROLI GŁÓWNEJ

Budzi ciekawość, zdumienie i zachwyt. Nie jest łatwa, ale wśród jej rozlicznych technik, są takie, z którymi może poeksperymentować właściwie każdy. Seminarium poświęcone tajnikom kuchni molekularnej oraz pokazy nietypowych sposobów obróbki żywności, jak choćby zamrażanie w ciekłym azocie – takie atrakcje czekają na uczestników wrześniowych targów.

Elementy kuchni molekularnej mogą bardzo uatrakcyjnić każde danie, wprowadzić powiew świeżości do tradycyjnej kuchni. Wykorzystując nawet najprostszy dostępny na rynku syfon gastronomiczny do bitej śmietany, można już przygotować bardzo efektowne i nowoczesne danie. Ojcem kuchni molekularnej jest Ferran Adrià – hiszpański szef kuchni, który promuje i rozwija techniki molekularne w swej restauracji El Bulli. Rezerwację stolika trzeba zamawiać tam rok wcześniej, ale z pewnością warto. Warto bowiem poznawać nowe i zdumiewające możliwości kulinarne, nowatorskie techniki, które często zaskakują swą prostotą. Trzeba tylko na nie wpaść. Taka okazja zdarzy się we wrześniu, na targach Polagra-Food. Będzie można nie tylko popatrzeć – szczegółowe informacje i wskazówki czekają na uczestników seminarium, ■

Organizatorzy: red. „Przegląd Gastronomiczny”, SITSPÓŻ, Sigma-NOT, MTP
17 września, pawilon 9 – przestrzeń specjalna, godz. 10.00-12.00



Salon Gastronomii
pawilon 9



fot. Serwis prasowy MTP, Polagra-Food 2007



fot. Serwis prasowy MTP, Polagra-Food 2007

PRIMERBA CUP 2008

Od początku roku trwają rozgrywki trzeciej edycji konkursu dla profesjonalnych kucharzy Primerba Cup. Na targach Polagra-Food nastąpi wielki finał. Zwycięzca otrzyma prawo udziału w Kulinarным Pucharze Polski i ma szansę zostać Mistrzem Polski w Gotowaniu.

Pomysłodawcą i organizatorem konkursu jest firma Unilever Foodsolutions – producent żywności oraz dostawca rozwiązań dla gastronomii. Potrawy przygotowywane w konkursie zawierają zawsze jeden ze składników marki Primerba Knorr. Tegoroczny temat konkursowy to danie główne z perliczki.

Autorzy najlepszych receptur wyłonionych we wstępnej selekcji rywalizowali w eliminacjach regionalnych w siedmiu miastach Polski. Na targach w wielkim finale zmierzy się siódemka – wybrana już z czternastu półfinałistów. ■

Organizator: Unilever Foodsolutions
16 września, pawilon 9 – przestrzeń specjalna, godz. 10.00-13.30



Kuchnia z pasją

Unilever Foodsolutions jest jednym z działów firmy Unilever, znanym już

w 65 krajach świata. W Polsce od 16 lat dostarcza kompleksowe rozwiązania dla gastronomii. Oferujemy:

- ◆ produkty o unikalnych cechach na polskim rynku gastronomicznym, takie jak: Esencje smakowe Przyprawy w płynie KNORR, Primerby KNORR, Rama Combi Profi i wiele innych,
- ◆ gotowe, kompleksowe pomysły pozwalające naszym Klientom na zaoszczędzenie czasu i pieniędzy, przynoszące im tym samym większe zyski,
- ◆ rozwiązania zgodne z najnowszymi kulinarnymi trendami oraz przede wszystkim z wymaganiami naszych Klientów,
- ◆ fachową wiedzę i pomoc.

Nasza misja to być najlepszym partnerem i doradcą w każdej kuchni oraz dostarczać najlepsze rozwiązania dla gastronomii. Nasze pomysły to wynik współpracy z oddziałami Unilever Foodsolutions na całym świecie oraz nieustannej wymiany doświadczeń. Europejska sieć Regionalnych Centrów Innowacyjnych, w tym również Centrum w Poznaniu, pracuje nad ulepszaniem istniejących i przygotowaniem nowych produktów dla gastronomii oraz technologii ich produkcji.

SZKOLENIA I POKAZY KULINARNE

Z naszych szkoleń, organizowanych w profesjonalnie wyposażonym Centrum Kulinarnym Unilever Foodsolutions w Poznaniu, korzysta rocznie około 2000 szefów kuchni, kierowników placówek gastronomicznych oraz dietetyków. Zaznajamiamy ich z ekonomiką przygotowania potraw, jak również z korzyściami wynikającymi ze stosowania produktów co-

nvenience. Dzięki naszej supernowoczesnej przyczepie do pokazów kulinarnych mamy również możliwość zorganizowania szkolenia bezpośrednio u naszych Klientów.

NASZA STRONA INTERNETOWA

Serdecznie zapraszamy do odwiedzenia naszej strony internetowej – www.unileverfoodsolutions.pl, na której znajdują Państwo więcej informacji na temat:

- ◆ naszej firmy, marek i dystrybucji produktów,



- ◆ produktów Unilever Foodsolutions w podziale na kategorie produktowe,
- ◆ przepisów i pomysłów na menu wraz z kalkulatorem liczby składników w zależności od liczby porcji,
- ◆ działu sprzedaży w podziale na sprzedaż tradycyjną i telebiznes,
- ◆ naszych inicjatyw jako „Partnera w kuchni” – konkursów kulinarnych, szkoleń, systemu Unilever Foodsolutions i magazynu „Kulinaria”,
- ◆ trendów i ciekawostek z rynku gastronomicznego w Polsce,
- ◆ porad szefów kuchni i regionalnych doradców kulinarnych w zakładce „Kącik Szefów Kuchni”.



MAGAZYN GASTRONOMICZNY „KULINARIA”

Co kwartał ukazuje się skierowany do naszych Klientów magazyn „Kulinaria Unilever Foodsolutions”. Znajdą Państwo w nim:

- ◆ przepisy sezonowe,
- ◆ prezentacje najciekawszych receptur naszych Klientów z całej Polski w rubryce „Kącik Mistrzów Kuchni”,
- ◆ prezentacje nowości produktowych oraz atrakcyjne pomysły na ich zastosowanie,
- ◆ relacje i fotoreportaż z ważnych wydarzeń branżowych, zarówno krajowych, jak i zagranicznych, a także ze szkoleń, które odbywają się w naszym Centrum Kulinarnym,
- ◆ wywiady z ciekawymi ludźmi ze świata gastronomii,
- ◆ kulinarne ciekawostki i nowe trendy w gastronomii,
- ◆ informacje o najnowszych zmianach i inicjatywach naszego działu.



fol. Serwis prasowy MTP. Polagra-Food 2007

KONKURSY KULINARNE

Primerba Cup i Młody Kreator Sztuki Kulinarniej

Firma Unilever Foodsolutions jest pomysłodawcą i organizatorem inspirującego konkursu pod nazwą Primerba Cup. W 2006 roku miała miejsce jego pierwsza edycja, a dziś jest on jednym z najważniejszych konkursów w Polsce.

Oprócz pucharu i nagrody głównej zwycięzca ma zagwarantowany udział w finale Kulinarne Pucharu Polski, uznawanego za najbardziej prestiżowe wydarzenie w polskiej gastronomii.

Nasza firma wspiera również młode talenty. Zdobywcy tytułu Młodego Kreatora Sztuki Kulinarniej, w organizowanym przez nas konkursie kulinarnym, mają otwartą drogę do zawodowego sukcesu. Najlepszy spośród uczniów szkół gastronomicznych biorących udział w konkursie staje się jednocześnie finalistą Primerba Cup, a stąd ma już prostą drogę do zdobycia najwyższych laurów w Kulinarne Pucharze Polski. ■

Dokładny regulamin konkursów znajduje się na stronie internetowej www.unileverfoodsolutions.pl.

Informacji można zasięgnąć także u naszych doradców kulinarnych lub pod numerem bezpłatnej infolinii 0 800 66 11 11 (pn. – pt. 8:00-16:00).



fol. Serwis prasowy MTP. Polagra-Food 2007

Jak sprzedawać

Wzorcowy sklep rybny

Dzisiejszy konsument może wybierać spośród setek, a nawet tysięcy artykułów spożywczych, którymi kuszą półki i stoiska sklepowe, dlatego tak ważna jest odpowiednia ekspozycja w miejscu sprzedaży. Modelowy sklep rybny – zaopatrzony w świeże, wędzone i mrożone ryby to kolejna z atrakcji, które będzie można zobaczyć na targach.

Zataczająca coraz szersze kręgi moda na zdrowy tryb życia, coraz bardziej popularna kuchnia śródziemnomorska z jej rybnymi potrawami sprawiają, że statystyczny Polak coraz chętniej sięga po ryby. Mimo to wciąż za mało. Ze spożyciem 12,8 kg ryb rocznie wciąż pozostaje w tyle nie tylko za społeczeństwami Europy Południowej, ale także za sąsiadami z Europy Środkowej. Edukacja konsumentów i kreacja nowych tendencji – to najnowszy trend w branży rybnej.

PO PIERWSZE EKSPOZYCJA

Forma prezentacji na lodzie krajowych czy egzotycznych ryb nie jest niczym nowym dla konsumentów z dużych miast, którzy znają takie stoiska z hipermarketów. Tak wyeksponowany towar rzadziej prezentują właściciele mniejszych sklepów rybnych i sklepów spożywczych ze stoiskiem



foto. Serwis prasowy MTP, Polagra-Food 2007

rybnym. Na stoisku zbudowanym na wzór idealnego sklepu rybnego będzie można podpatrzeć, jak atrakcyjnie wyeksponować świeże, mrożone, wędzone ryby oraz inne produkty rybne.

PO DRUGIE INFORMACJA

Wzorcowo wyposażony i zaopatrzony sklep rybny będzie miał w tym roku jedno

główne przesłanie – pokazać, jak informować konsumentów o pochodzeniu i walorach sprzedawanego towaru – o gatunku i pochodzeniu ryby, metodzie produkcji, walorach odżywczych oraz metodach ich obróbki kulinarnej w domu. Targowy mini-sklep rybny zostanie więc także wyposażony w małą gastronomię, a przez wszystkie dni targów będą trwały degustacje. ■

Organizatorzy: Stowarzyszenie Rozwoju Rynku Rybnego, MTP



foto. Serwis prasowy MTP, Polagra-Food 2007

SPOTKANIE Z NORWESKIMI RYBAMI



foto. Serwis prasowy MTP, Polagra-Food 2007

Walory zdrowotne norweskich ryb, warunki i bezpieczeństwo ich hodowli na wykładach w części teoretycznej, kulinarny warsztat oraz możliwości wykorzystania ryb w gastronomii, a także wspólne gotowanie i degustacja tak przygotowanych potraw w części praktycznej – tak przedstawiał się będzie program Dnia Norweskiego dla Młodej Gastronomii na tegorocznych targach Polagra-Food.

O promocję ryb i owoców morza z Norwegii w Poznaniu zadba Norweska Rada ds. Eksportu Ryb i Owoców Morza. Wystąpienie na targach to część prowadzonego przez Radę programu edukacyjnego – warsztatów kulinarnych organizowanych w szkołach gastronomicznych w całej Polsce, w tym również podczas IX Małopolskiego Konkursu Szkół Gastronomicznych w Krakowie, którego organizacja ta była sponsorem. Warsztaty pro-



wadzone są przez Roberta Sowę – szefa kuchni Hotelu Jan II Sobieski. Podczas warsztatów praktycznych młodzi kucharze dowiodą się na przykład, jak kupować łosia norweskiego, przyglądając się prawidłowemu i sprawnemu rozbirowi ryby oraz wykorzystywaniu poszczególnych części łosia norweskiego do różnych potraw, tak aby zoptymalizować koszty prowadzonej działalności gastronomicznej.

W lekcjach z łosiem norweskim w roku szkolnym 2007/2008 uczestniczyło ponad 1500 uczniów! Wszyscy uczniowie szkół gastronomicznych, którzy nie mieli do tej pory możliwości poznania walorów ryb norweskich, będą mogli już we wrześniu spotkać się z Robertem Sową oraz wziąć udział w warsztacie kulinarnym na targach w Poznaniu. ■

Organizator: Norweska Rada ds. Eksportu Ryb i Owoców Morza, 18 września, pawilon 9, godz. 9.00-16.00

FIRMA NA 5

18 września, w Dniu Młodej Gastronomii na targach Polagra-Food, poznamy firmy branży gastronomicznej budzące największe zainteresowanie adeptów tego fachu. Uczniowie szkół gastronomicznych, jako jury konkursu „Firma na 5”, wybiorą je spośród wystawców Salonu Gastronomii

Młodzi ludzie otrzymają przy wejściu formularze konkursowych ankiet. Oceniać zaś będą m.in. atrakcyjność stoiska (jego aranżację, wystrój, innowacyjność) oraz rzeczowość uzyskanych od jego obsługi informacji. Wskażą również, dla którego z wystawców chcieliby pracować w przyszłości, gdyby mieli możliwość takiego wyboru.

Zwycięskim firmom zostaną przyznane statuetki w trzech kategoriach: najlepszego show przygotowawanego na stoisku, najlepszej aranżacji stoiska oraz najpełniejszego i najciekawszego przekazania wiedzy. Nagrodzeni zostaną również oceniającą uczniowie. Wśród osób, które oddadzą wypełnione ankiety, zostanie wylosowana atrakcyjna nagroda, a klasa, do której chodzi autor wylosowanej ankiety, gościć będzie na szkoleniu w Centrum Kulinarnym Unilever Foodsolutions. ■



fol. Serwis prasowy MTP, Polagra-Food 2007

Targowe spotkania wędliniarzy

Polagra-Food to jedno z najważniejszych targów producentów żywności, nie tylko w Polsce. Wśród wielu branż przemysłu spożywczego regularnie spotykają się na nich rzeźnicy i wędliniarze. I tradycyjnie ich spotkania mają program ciekawy także dla szerokiej publiczności.

We wrześniu jak co roku targi będą okazją do wskazania najlepszych producentów, wyrobów i specjalistów w branży. Spośród wytwórców przetworów mięsnych produkujących wyroby z przestrzeganiem zasad technologii zostanie wyłoniony Najlepszy Producent Wędlin. Co ważne, do konkursu firmy masarskie zgłoszą wyroby produkowane codziennie, nie tylko z okazji Polagry. W konkursie Mięso Kulinarne poznamy masarnie oferujące najlepsze mięso wieprzowe, mięso wołowe, mięso drobiowe, a także mięso z innych zwierząt – w takim podziale na grupy asortymentowe zostaną wyłonieni zwycięzcy.

Sami zwiedzający targi wybiorą natomiast zwycięzców konkursu Sztuka Układania i Dekorowania Pater. Jego uczestnicy współzawodniczyć będą w trzech kategoriach: party serwis – czyli sztuka układania i de-

korowania wędlin plasterkowanych, pater okolicznościowe – czyli pater przygotowywane na specjalne okazje, takie jak śluby, uroczystości rocznicowe itp. oraz mięso i wędliny w układach artystycznych – czyli artystyczne układy z mięsa i wędlin, tworzone w celach reklamowych, nieprzeznaczone do bezpośredniej konsumpcji. Drugim konkursem, w którym jurorami będą konsumenci, jest walka o tytuł Najlepszego Wyrobu Wędliniarzkiego.

FORUM RZEŹNIKÓW I WĘDLINIARZY

Specjaliści tej branży z pewnością dzień wizyty na targach zarezerwować powinni na uczestnictwo w czternastym już



fol. Serwis prasowy MTP, Polagra-Food 2007

Forum Rzeźników i Wędliniarzy. Handel z krajami trzecimi, jakość wyrobów mięsnych i wędliniarskich oraz marketing i reklama w branży to najważniejsze tematy, które będą omawiane w trakcie paneli dyskusyjnych. ■

Organizatorzy: Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy RP, MTP

XIV Forum Rzeźników i Wędliniarzy:

15-17 września, pawilon 7 – przestrzeń specjalna, godz. 9.00-17.00



Rozmowy biznesowe na targach, czyli...

Hosted Buyers

Program Hosted Buyers to specjalna propozycja skierowana do najliczniejszych i najważniejszych gości targów Polagra-Food – kupców branży spożywczej. W ramach tego programu organizowany jest matchmaking – nowoczesna i efektywna metoda kontaktu będąca uzupełnieniem lub alternatywą dla tradycyjnych kontaktów biznesowych zawieranych na targach.

Kupcy zgłaszający się do udziału w programie otrzymują specjalne przywileje. Między innymi jako profesjonalni zwiedzający targów Polagra-Food otrzymują bezpłatnie: stałą kartę wstępu, miejsce parkingowe na terenie MTP oraz materiały informacyjne dotyczące targów, takie jak katalog wystawców czy program konferencji. Zostaną również zaproszeni do udziału w wieczorze branżowym targów. MTP oferuje także pomoc w rezerwacji miejsc noclegowych. Uczestnicy programu Hosted Buyers mają zagwarantowany wstęp do specjalnej przestrzeni spotkań biznesowych – Business

Meetings Area, gdzie rozmowy z wystawcami mogą prowadzić w sprzyjającej atmosferze, przy filiżance doskonałej kawy. Każdy z uczestników programu może skorzystać z pomocy organizatora we wcześniejszej aranżacji spotkań z firmami opowiadającymi o określonym przez niego profilu, a w ten sposób maksymalnie zwiększyć efektywność swojego pobytu na targach. MTP organizuje spotkania z firmami wybranymi przez uczestników programu z wykazu rekomendowanych, rozmowy odbywają się zaś na stoisku danego wystawcy lub w Business Meetings Area. ■

INNOWACJA W TERMICZNEJ OBRÓBCE ŻYWNOSCI

SelfCooking Center® to nowoczesne urządzenie firmy RATIONAL służące do termicznej obróbki żywności. Potrafi ono samodzielnie rozpoznać wagę (wielkość) i ilość produktu oraz w pełni automatycznie dobrać i kontrolować jego czas gotowania, temperaturę, szybkość przepływu powietrza oraz wilgotność w komorze. Przejrzysty i łatwy w obsłudze panel kontrolny oraz komunikaty wyświetlane w języku polskim pozwalają sprawnie obsługiwać urządzenie nawet niewykwalifikowanemu personelowi. Co więcej, SelfCooking Center® potrafi także funkcjonować w bezobsługowym trybie gotowania nocnego. Urządzenie to jest nieustannie udoskonalane. Jego innowacyjność została wielokrotnie doceniona. Otrzymało ono m.in. tytuł Hit 2005 (przyznawany przez czasopismo „Food Service”), Złoty Medal Polagra-Food 2004 oraz złote medale na targach w Hamburgu i Nowym Jorku. Z tą nowoczesną technologią termicznej obróbki żywności będzie można zapoznać się podczas targów Polagra-Food na stoisku firmy RATIONAL. W SelfCooking Center® wyposażone będą także wszystkie kuchnie, w których odbywać się będą konkursy kulinarne.

PROFESJONALNE ROZWIĄZANIA DLA GASTRONOMII W MAKRO CASH & CARRY

Makro Cash and Carry prezentuje po raz pierwszy na targach Polagra-Food pakiet rozwiązań biznesowych kierowanych do profesjonalistów z branży gastronomicznej. Wizyta na stoisku Makro będzie okazją do zapoznania się z nowościami kulinarnymi kierowanymi do sektora HoReCa oraz ofertą Makro Świat Prezentów dotyczącą rozwiązań w zakresie produkcji i dystrybucji zestawów okazjonalnych dla firm.

Na stoisku Makro zobaczycie Państwo profesjonalną kuchnię, w której odbywać się będą atrakcyjne pokazy kulinarne oraz prezentacje nowoczesnych urządzeń gastronomicznych. Zainteresowanie Państwa z pewnością wzbudzą surowce i półprodukty, z których mistrzowie kuchni znani z programu Kuchnia TV – Grzegorz Kazubski i Robert Cichomski przygotowują wykwintne dania, m.in. kuchni włoskiej i orientalnej. Na stoisku znajdzie się także piwniczka wybornych win oraz barek kawowy, w którym będzie można spróbować aromatycznej kawy RIOBA, parzonej przez wykwalifikowanych baristów. Dla klientów Makro odwiedzających stoisko przewidziane są atrakcyjne rabaty na wybrane produkty.



– Makro od 14 lat prowadzi działania wspierające rozwój rynku gastronomicznego oraz niezależnego handlu w Polsce. Wiemy, jak trudno jest funkcjonować naszym Klientom na coraz bardziej konkurencyjnym i dynamicznie zmieniającym się rynku, dlatego służymy fachową radą i doświadczeniem wspierając ich działalność. Dokładając wszelkich starań, aby być najlepszym partnerem dla wymagających Klientów z sektora usług gastronomiczno-hotelarskich, traktujemy udział w tegorocznych targach jako doskonałą okazję do osobistego spotkania i dialogu z Państwem – mówi Leszek Jurczak, manager ds. klientów HoReCa Makro Cash & Carry. ■



Polacy wydadzą 2,5 mld zł na wino

Przez ostatnie 10 lat sprzedaż wina w Polsce zwiększyła się o blisko 100 proc. Za dziesięć lat statystyczny Polak może wypijać już 6-8 litrów wina rocznie. Te obiecujące prognozy cieszyć mogą zwłaszcza dostawców tzw. win spokojnych – te bowiem sprzedają się najlepiej.

Źródło: Euromonitor International, Rzeczpospolita 12.03.2008

Salon Win i Alkoholi Zapraszamy dorosłych zwiedzających

Nowością tegorocznego Salonu Win i Alkoholi będzie aranżacja jego przestrzeni. Przy wejściach pojawią się małe recepcje dla zwiedzających. Na teren Salonu wejść będą mogły wyłącznie osoby pełnoletnie. Taka formuła pomoże zapewnić komfort rozmów i prezentacji producentów, ekspertów, importerów i dystrybutorów win i alkoholi.

Targowy świat win i alkoholi

Wyśmienite jedzenie, którego na targach Polagra-Food z pewnością nie zabraknie, dopełni paleta wyrafinowanych trunków. Na koneserów win i alkoholi, przedstawicieli handlu, właścicieli hoteli, restauracji, piwnic winiarskich w hotelach, pałacach, prezesów klubów oraz miłośników wyborowych napojów alkoholowych oczekiwać będą wystawcy Salonu Win i Alkoholi.

- Salon ten powstał na targach Polagra-Food już trzy lata temu. Zaproponowany wtedy pomysł sprawdził się i sprawdza nadal, widzimy to po rosnącym rokrocznie zainteresowaniu Salonem importerów oraz producentów win i alkoholi z Polski i zagranicy – mówi dyrektor tych targów Hanna Skrzypczak. Każdego roku Salon Win i Alkoholi krystalizuje swoją formułę, odpowiadając na oczekiwania wystawców i dostosowując się do wygody zwiedzających, a także odpowiadając na aktualne wymagania rynku. W tym roku ekspozycja win i alkoholi zajmie specjalnie wyodręb-

niony pawilon, który wyposażony zostanie w salkę degustacyjną i prezentacyjną z profesjonalnym serwisem kieliszkowym i lodowym. W tak zaaranżowanym miejscu będzie można posmakować win i alkoholi z różnych zakątków świata – Włoch, Portugalii, Hiszpanii, Słowacji, Belgii, Rumunii, a także z wielu obszarów Polski. Tak przygotowana przestrzeń sprzyjać będzie z pewnością nawiązywaniu nowych kontaktów handlowych i udanym rozmowom biznesowym. ■



BIAŁE, CZERWONE, MUSUJĄCE...

Złote Medale dla najlepszych win

Po raz czwarte wina prezentowane na targach Polagra-Food staną w szranki konkursu o Złoty Medal MTP – nagrody znanej i cenionej na całym świecie. Konkurs ten ma formułę otwartą. Złoty Medal MTP cieszy się na rynku dużą renomą. Bardzo często jeszcze w czasie trwania targów profesjonalści branży winiarskiej, opierając się na wyniku werdyktu sądu konkursowego, dokonują zakupów nagrodzonych wyrobów. Tegorocznych laureatów poznamy podczas uroczystej gali 17 września.





Polskie winiarstwo ma przed sobą przyszłość

ELŻBIETA PAWŁOWSKA

dyrektor Biura Krajowej Rady Winiarstwa i Miodosytnictwa

Krajowa Rada Winiarstwa i Miodosytnictwa powstała 18 lat temu, z inicjatywy 22 przedsiębiorstw winiarskich. Wszystkie nasze działania zmierzają do rozwoju polskiego nowoczesnego winiarstwa, poprawy jakości jego wyrobów – szczególnie win owocowych, które w latach sześćdziesiątych ubiegłego stulecia były eksportowane nawet do Stanów Zjednoczonych, Japonii, Anglii i innych krajów europejskich, lecz poprzez nieodpowiedzialną politykę gospodarczą straciły jakość i dobrą opinię na rynku.

Dziś nowością jest produkcja win ekologicznych, które w Unii Europejskiej cieszą się ogromnym zainteresowaniem. Przy odpowiednich warunkach ekonomicznych mogłaby się w Polsce rozwinąć produkcja napojów niskoalkoholowych – cydrów, które święcą triumfy na rynkach światowych.

Podczas Międzynarodowych Targów Wyrobów Spożywczych i Gastronomii Polagra-Food 2008



foto.: Krajowa Rada Winiarstwa i Miodosytnictwa

będziecie Państwo mieli możliwość zapoznania się z winami owocowymi wysokiej jakości, ekologicznymi, jak również winami gronowymi, które zdobędą medale w tegorocznym XVII Ogólnopolskim Konkursie Win, Miodów Pitnych i Wyrobów Winiarskich organizowanym przez naszą Radę.

Targi te są doskonałą szansą na promocję polskiego winiarstwa i prezentację, tego, co ma do zaoferowania najlepszemu. Chcemy jak najpełniej ją wykorzystać. Zapraszam Państwa serdecznie do odwiedzenia Salonu Win i Alkoholi na tegorocznej Polagrze-Food. ■

ZŁOTE GRONA DLA NAJLEPSZYCH ALKOHOLI

Złote Grona to wyróżnienia magazynu „Świat Win”, przyznawane produktom prezentowanym na łamach czasopisma. Co roku wyróżnienia te wręczane są laureatom na targach Polagra-Food.

Jury dokonuje wyboru w różnych kategoriach: szampan lub wino musujące, wina czerwone, białe, różowe, wina wzmocnione, alkohole mocne, polski produkt (wino, miód, nalewka...), debiut roku (dla firmy lub produktu) i popularyzacja kultury wina. W tej ostatniej kategorii wyróżniono w ubiegłym roku Zielonogórskie Stowarzyszenie Winiarskie. Wcześniej Złote Grono otrzymali m.in. Sopenxa, ICE (polska agenda Włoskiego Instytutu Handlu Zagranicznego), AICEP Portugal. Wśród dotychczasowych laureatów są m.in. tacy importerzy wina, jak AN.KA Dystrybucja, Atlantika, Bartex, Badagoni Europa, Dębowa Polska, TIM SA, Viktus. ■

Organizatorzy: redakcja miesięcznika „Świat Win”, MTP, 15 września, pawilon 6B, godz. 14.00



foto.: Serwis prasowy MTP, Polagra-Food 2008

Podążamy za światowymi trendami



for. archiwum prywatne

ANDRZEJ SZUMOWSKI
prezes Stowarzyszenia
Polska Wódka

Pozycja sektora spirytusowego w Polsce ma szczególne znaczenie. Nasz kraj jest czwartym rynkiem wódki na świecie. Jednocześnie polska wódka od dziesięcioleci stanowi ikonę eksportową naszego kraju. Polska była, jest i będzie krajem wódki, oczywiście przy założeniu, że tak zwane czynniki decyzyjne (parlament, rząd) nie rzucą kłód pod nogi temu tradycyjnemu narodowemu przemysłowi. W ostatnich latach dokonały się istotne zmiany jakościowe w branży spirytusowej. Praktycznie zakończony został proces prywatyzacji w obszarze produkcji (niesprywatyzowane dotychczas przedsiębiorstwa nie stanowią istotnej siły rynkowej). Dynamicznie przebiega proces konsolidacji w obszarze dystrybucji. Dynamicznie rozwija się eksport polskich wódek. Na rynku wewnętrzym również widać interesujące zjawiska. Przykładem jest rozwijający się rynek alkoholi importowanych (whisky, gin, rum, koniak, tequila, likiery). Znakomicie uzupełnia to i wzbogaca rynek krajowy. Niemniej jednak polscy konsumenci po okresie fascynacji importowanymi nowinkami wracają do korzeni i stają się lojalni wobec sprawdzonych polskich brandów wódek. Interesującym zjawiskiem

jest również rozszerzanie palety wódek o alkohole smakowe. Nie należy jednak zakładać, że rynek ten będzie rósł w sposób szczególnie intensywny. Produkcja wódki w Polsce po chwilowym załamaniu na początku dekady systematycznie rośnie. Jest to odzwierciedlenie trendów światowych. Wódka jest najszybciej rosnącą kategorią wśród wyrobów światowych. Konsumenci na całym świecie doceniają wódkę jako znakomitą bazę do smacznych i efektywnych drinków i koktajli. W Polsce także zmienia się styl spożywania wódki. Dużą w tym zasługą firm produkujących i dystrybuujących alkohole mocne, które w swych działaniach komunikacyjnych podkreślają walory spożywania wódki także w innej niż czysta postaci. Nowym i interesującym zjawiskiem jest również włączanie się firm branży spirytusowej w działania w obszarze społecznej odpowiedzialności. W tym celu powołana została organizacja Stowarzyszenie Polska Wódka (Polish Vodka Association), które obok promocji i ochrony polskich wódek na świecie podejmuje także rozliczne działania edukacyjne i informacyjne dotyczące odpowiedzialnego stylu spożywania wódki. ■



Salon Franchisingu
pawilon 8A



Tot. Serwis prasowy MTP, Polagra-Food 2007

Współpraca z dostawcami

Premie pieniężne i bonusy – aspekty podatkowe

Rozwijanie działalności jest niemożliwe bez współpracy z dostawcami i partnerami handlowymi. Jednocześnie nieodłącznym elementem takiej współpracy jest wypłacanie kontrahentom różnego rodzaju dodatkowych płatności. Płatności takie mogą stanowić wynagrodzenie za świadczone usługi, mieć formę rabatów, premii pieniężnych – bonusów lub być tzw. opłatami półkowymi. Dokumentowanie tych płatności i związane z tym określenie prawidłowych konsekwencji podatkowych jest często przedmiotem wątpliwości podatników z jednej strony i nieustannie zmieniającego się stanowiska władz podatkowych z drugiej strony. Podczas spotkania zostaną wskazane podstawowe cechy płatności, które decydują o ich klasyfikacji podatkowej oraz o prawidłowym sposobie ich dokumentowania. ■

Prowadzący: Magdalena Zasiewska, dyrektor w dziale doradztwa podatkowego firmy PricewaterhouseCoopers; Juliusz Wojciechowski, starszy menedżer w dziale doradztwa podatkowego firmy PricewaterhouseCoopers.
16 września, pawilon 8A, sala 3

Opłaty franczyzowe

Licencja czy usługa, a może jedno i drugie – kwalifikacja i dokumentacja podatkowa

Dokonywanie opłat franczyzowych wiąże się z konsekwencjami podatkowymi zarówno po stronie franczyzodawcy, jak i po stronie dokonującego płatności (franczyzobiorcy). Dlatego też istotne jest dokładne określenie struktury opłat (czy są one w kalkulowane w cenę towarów, czy też dokonywane od-

ębnie) oraz świadczeń, do których opłaty się odnoszą (np. licencja, know-how, wsparcie marketingowe, itd.). Uzyskanie tych informacji pozwala na właściwe sklasyfikowanie samych płatności, niezbędnych dokumentów potwierdzających zasadność ponoszenia tych wydatków, a także na określenie prawidłowych implikacji podatkowych. Podczas spotkania zostaną wskazane kluczowe elementy opłat franczyzowych, których prawidłowe określenie pozwoli zarówno franczyzobiorcy, jak i franczyzodawcom na bezpieczną podatkowo klasyfikację. ■

DWA DNI DLA DYSTRYBUCJI

Program doradztwa Makro Cash & Carry



Zmiany funkcjonalne i jakościowe, lepsze postrzeganie marki sklepu, zwrot z dokonanej inwestycji i łatwiejsze zarządzanie – jak to wszystko osiągnąć? Podczas tegorocznych targów Polagra-Food na przestrzeni 500 m kw. ekspozycji Makro Cash & Carry zaprezentuje kompleksowy Program Doradztwa dla Handlu Detalicznego oraz rozwiązania gastronomiczne, które mogą stanowić ciekawe uzupełnienie działalności handlowej.



Fot. Serwis prasowy MTP, Polagra-Food 2007

Celem programu jest pomoc niezależnym sklepom w dostosowaniu się do wymogów nowoczesnego handlu. Koncepcja „Wygodny sklep”, na której program ten się opiera, to suma wiedzy niezależnych ekspertów i doświadczenia praktyków handlu. Obejmuje ona zarówno rozplanowanie układu przestrzennego, rozmieszczenie urządzeń

i regałów, usytuowanie grup towarowych, zaplanowanie asortymentu, jak i rozplanowanie ustawienia asortymentu w ramach danej grupy towarowej. Dotyczy także doboru wyposażenia, na przykład regałów, oświetlenia oraz systemu kasowego. Makro Cash & Carry chce pomóc niezależnym handlowcom w znalezieniu opty-

malnego zestawu rozwiązań, który będzie gwarantować korzystne dla lokalnych klientów danego sklepu zmiany funkcjonalne i jakościowe, lepsze postrzeganie marki sklepu, jak również zwrot z dokonanej inwestycji oraz łatwiejsze zarządzanie. Program Doradztwa dla Handlu Detalicznego jest elastyczny, uwzględnia różne indywidualne potrzeby a plan modernizacji sklepu jest tworzony wspólnie z jego właścicielem. – *Sądymy, że niezobowiązujące partnerstwo przyniesie korzyści obu stronom. Nasze działania są alternatywą dla umów franczyzowych. Pozostawiamy kupcom pełną autonomię i swobodny dobór różnych rozwiązań, w zależności od potrzeb i budżetu. Wiemy, że kupcy są często zbyt zajęci, aby analizować wszystkie możliwe rozwiązania. Nasz program ma być dla nich ułatwieniem. Integrujemy po prostu dostępną wiedzę o nowoczesnym handlu na potrzeby naszych klientów. Nasz sklep wzorcowy bazuje na koncepcji sklepu wygodnego – zarówno dla klientów jak i właściciela – mówi Artur Wójcik, menedżer odpowiedzialny za rozwój nowego projektu.*

MAKRO pomogło zmodernizować według koncepcji „Wygodny sklep” już ponad 120 placówek, a 400 projektów jest w trakcie realizacji. Firmy, które już skorzystały z programu Doradztwa dla Handlu Detalicznego, deklarują wzrost obrotów średnio o 20-50 proc. w zależności od skali zmian. ■

DWA DNI DLA DYSTRYBUCJI

Nowe trendy w tradycyjnym handlu

„Handel tradycyjny też może być nowoczesny” – będą o tym przekonywać Wiadomości Handlowe i Makro Cash & Carry podczas zaplanowanego na tegoroczne targi Polagra-Food seminarium. To już drugie takie warsztaty dla właścicieli i kierowników sklepów na targach – ubiegłoroczna edycja zgromadziła ponad 200 uczestników.

Również w tym roku konferencję poświęconą zasadom aranżacji i wyposażania sklepów poprowadzą trenerzy z renomowanych firm szkoleniowych oraz doświadczeni praktycy z Makro Cash & Carry. O najnowszych trendach będą mówić także dostawcy sprzętu – mający najlepszą orientację w swoich segmentach rynku. Pokażą

najnowsze rozwiązania techniczne. Nie zabraknie praktycznych wskazówek z zakresu wystroju sklepów, zasad doboru asortymentu, sprzętu kasowego i oprogramowania, regałów sklepowych, wag, urządzeń chłodniczych, ekspozytorów, systemów oświetleniowych oraz systemów monitoringu. Pojawią się praktyczne aspekty wdrożeń systemu HACCP, finansów placówek handlowych, merchandisingu i skuteczne sposoby wyróżnienia się na tle konkurencji. Seminarium będzie podzielone na dwie części, z odrębnym programem: „Zaplanuj z nami sklep” i „Wyposaż z nami sklep”. Każdy dzień zakończy dyskusja moderowana przez redaktora Wiadomości Handlowych.

Do udziału w spotkaniach zaproszeni są zarówno przedstawiciele sieci handlowych, jak i niezależni detaliści – ci, którzy właśnie rozważają wymianę mebli lub urządzeń w swoim sklepie, usprawnienie organizacji sprzedaży, zaaranżowanie na nowo swojej placówki lub po prostu zechcą pogłębić swoją wiedzę. ■

Organizatorzy: Wiadomości Handlowe, Makro Cash & Carry, MTP
pawilon 8A, sala konferencyjna 2, godz. 10.30-14.30



RYNKOWE DEBIUTY

Branża spożywcza to nieustający festiwal premier. W bogactwie oferty coraz trudniej zaistnieć i odnieść sukces na rynku ze swoim produktem. Żeby wygrać w tej konkurencji, potrzeba nie tylko doskonałego wyrobu, ale także pomysłu na jego wypromowanie. Polagra-Food stwarza takie możliwości. Kilkanaście tysięcy produktów – pełen przegląd oferty rynku spożywczego, w tym wiele premierowych produktów zaprezentują wystawcy Polagra-Food 2008. Zwiedzający będą mogli zapoznać się z charakterystyką każdego z prezentowanych produktów oraz informacją o jego pozycji na rynku.



AGRO-DANMIS Sp. z o.o. pawilon 6A, stoisko 40

Ser kozi „FETKOZ”

Mleko kozie w proszku, ser kozi „Gramo-capra” (podobny do parmezanu), Ser kozi edamski, ser kozi twarogowy pełnotłusty, ser kozi śmietankowy, roladki twarogowe z ziołami i z pieprzem, jogurty kozie, serki termizowane. Nasze produkty są wyśmienitym dodatkiem do wielu dań np. sałatek, pizzy, sosów i zapiekanek. Charakteryzują się znakomitymi walorami smakowymi i zdrowotnymi. Są nieodzowne w każdej zdrowej kuchni.

CTI MEDIA Sp. z o.o. pawilon 9, stoisko 12

Poradniki z serii „Zarządzanie restauracją”



Unikatowa na polskim rynku seria „Zarządzanie restauracją” to 15 poradników zawierających skuteczne i praktyczne porady dla właściciela, menagera i innych pracowników lokali gastronomicznych. Zróżnicowana tematyka dotyczy zagadnień związanych z efektywnym zarządzaniem i zwiększaniem zysków z prowadzenia restauracji, pubów czy barów.

Program lojalnościowy Horeca Profit™

Horeca Profit™ to pierwszy w Polsce multipartnerski program lojalnościowy przeznaczony dla branży hotelarsko-gastronomicznej. Skierowany do osób zarządzających lub pracujących w hotelach, restauracjach, kawiarniach, pensjonatach,

barach, stołówkach. Wśród nagród są m.in. włoskie kursy kulinarne, bony towarowe Sodexho, sprzęt RTV i AGD.

ECO-CONSULTING QUALITY STANDARD Sp. z o.o. pawilon 8, stoisko 1

Bulgari pianki truskawki

Produkt o wyjątkowych walorach smakowych i estetycznych. Pianki o kształtach i kolorach owoców m.in. truskawek. Świeżość, wyjątkowy smak i zapach zapewnia hermetycznie zamykany, przezroczysty box.

Quick Milk – aromatyczna magiczna słomka do mleka

Magiczna aromatyczna słomka do mleka w trzech różnych smakach (truskawka, czekolada, wanilia). Mini granulki wypełniające słomkę po kontakcie z mlekiem oddają swój smak i kolor. Produkt bezpieczny dla dziecka oraz łatwy w użyciu.

Trolli żelki Myszy

Produkt cechuje oryginalna forma i ciekawa kolorystyka. Opakowanie hermetycznie zamykane (display) zapewnia zachowanie oryginalnego smaku i zapachu. Plomba na opakowaniu zabezpiecza przed otwarciem oraz gwarantuje nienaruszalność opakowania.

FARUTEX Sp. z o.o. pawilon 9, stoisko 24



Śmietana Culinaire Original firmy Debic

Najlepsza uniwersalna śmietana kuchenna dla zawodowców. Ma niezrównane możliwości zastosowań kuchennych, nie ścina się, nie rozdziela, szybko zagęszcza; jest odporna na zamrażanie i rozmrażanie. Ma wyśmienity smak i jest doskonała do stosowania zarówno na zimno, jak i na ciepło. Produkt dostępny w opakowaniu o pojemności 1000 ml.

Karczochy grillowane w oleju firmy Ginos

Karczochy grillowane w oleju słonecznikowym ze wspaniałymi włoskimi ziołami i przyprawami zaskakują świeżością i praktycznością. Stanowią doskonały dodatek do pizzy, dań mięsnych, dań z makaronów, a także do wszelkiego rodzaju sałatek. Świetnie smakują jako przekąska z sosem czosnkowym. Produkt dostępny w opakowaniu o pojemności 800 g.

Copa Owoce Leśne firmy Menorquina

Szklany pucharek lodów na bazie białego sera, zmieszanych z sosem z owoców leśnych, pokrytych malinami oraz czerwonymi i czarnymi porzeczkami. Lody Menorquina są wspaniałą propozycją na urozmaicenie i ożywienie deserów. Produkt dostępny w opakowaniu o pojemności 180 ml.



Taco mini tacki firmy Santa Maria

Taco mini tacki produkuje się z mąki kukurydzianej, oleju palmowego i soli. Nie zawierają glutenu i kwasów tłuszczowych typu trans. To doskonałe przekąski lub przystawki. Mają wyjątkowy kształt i wielkość, są łatwe w użyciu, napełnianiu i serwowaniu. Można je napełnić

Gastro
Trendy
2009 



Poznań | 14-17.09.2009

www.gastrotrendy.pl

mielonym tacy i sałatkami. Produkt dostępny w opakowaniu o pojemności 2000 g.

Pieprz cytrynowy firmy UBENA

Pieprz cytrynowy o orzeźwiającym i wyszukany smaku, niepowtarzalnym i intensywnym zapachu. Ta aromatyczna przyprawa pobudza zmysły i sprawia, że gotowanie staje się jeszcze większą przygodą niż kiedykolwiek. Jest doskonała do deserów, ryb, serów, sosów i warzyw. Produkt dostępny w opakowaniu o pojemności 600 g.

Salami wieprzowe cresponetto typu milano firmy Veroni

Pyszne salami składające się z drobno mielonego mięsa wieprzowego. Pakowane jest w naturalny flak, zawsze intensywnego koloru czerwonego. Plasterki wyglądają jak z ziarenek ryżu. Salami ma łagodny i delikatny smak. Doskonale nadaje się do pizzy, kanapek, pieczenia, świeżych warzyw, owoców oraz wykwintnych serów. Produkt dostępny tylko w ofercie Farutex w opakowaniu o pojemności 2500 g.

FLOWCRETE POLSKA Sp. z o.o. pawilon 8A, stoisko 41

Systemy posadzkowe FLOWFRESH



Bezspoinowe posadzki na bazie żywicy poliuretanowej charakteryzują się wysoką odpornością mechaniczną, termiczną i chemiczną. Systemy mają właściwości antybakteryjne. Dzięki zastosowaniu nowoczesnych technologii posadzka hamuje rozwój drobnoustrojów, co ułatwia zachowanie wysokiego poziomu higieny.

FROSTA Sp. z o.o. Pawilon 9, Stoisko 21



Przysmak rybny z sosem musztardowym

Filety z łososia z wyjątkowym sosem na bazie ostrej musztardy połączonej z de-

likatnym miodem i śmietaną, podawane w złotej panierce.

Łosoś po francusku

Łosoś po francusku to dwie porcje filetów z dzikiego łososia z dodatkiem delikatnego nadzienia szpinakowego. Całość zapieczona w chrupkim cieście francuskim.

I.T.P. GASTRO Sp. z o.o. pawilon, stoisko

Pieć do obróbki termicznej w niskich temperaturach z funkcją wędzenia

Sterowany manualnie, służy do przyrządzania i utrzymywania potraw w wysokich temperaturach dzięki technice płaszczą kabli grzejnych oplatających komorę pieca. Zintegrowany system wędzenia. Niewielkie zużycie energii. W wyposażeniu standardowym – 3 ruszty i rylnienka. Wsad 7 pojemników GN 1/1 65 mm lub 3 pojemniki GN 2/1 65 mm. Dołączone kółka. Dane techniczne: podłączenie 230V, 3,3Kw., wtyczka. Wymiary zewnętrzne: W 208 mm x D 653 mm x G 785 mm; wymiary wewnętrzne: W 540 mm x D 531 mm x G 673 mm.

ITALVEX Natalia Lewandowska pawilon 9, stoisko 33

Kawa włoska O'Ccaffee ziarnista i mielona

Oryginalna włoska kawa o niepowtarzalnym smaku i aromacie doskonała do przyrządzania espresso, cappuccino czy latte. Dostępna jako kawa 100% arabica bądź w formie mieszanek ziaren arabica i robusta.



LACURE POLSKA pawilon 6B, stoisko 46



Gerolsteiner Naturell

Jest to naturalna niegazowana woda mineralna, o niskiej zawartości składników mineralnych. Szczególnie polecana dla kobiet w ciąży i dzieci.

Gerolsteiner Sprudel

Jest to naturalna woda mineralna o wulkanicznym pochodzeniu, naturalnie gazowana. Numer 1 w Niemczech. Butelka szklana pozwala na ustawienie jej na stole również podczas przyjęć.

MAKRO pawilon 9, stoisko 1 pawilon 8A, stoisko 2

RIOBA nowa linia produktów



Produkty reprezentowane przez markę Rioba to kawa, herbata oraz dodatki typu cukier, słodzik, śmietanka, ponadto mrożone desery, lody, syropy barmańskie do drinków i kawy, mrożone dania gotowe a także jednorazowe papierowe kubki i porcelanowe filiżanki do kawy. Wszystkie produkty są wysokiej jakości, innowacyjne i unikalne.



MARIMAX POLSKA Sp. z o.o. pawilon 8A, stoisko 25

Brzoskwinie Premium w lekkim syropie

Soczyste owoce brzoskwiń mają bardzo duże znaczenie dietetyczne. Zawierają liczne biologicznie aktywne substancje, m.in. cukry, kwasy organiczne, witaminę A, witaminy B1, C, PP, a także potas, fosfor, wapń, magnez i żelazo. Witamina C





Międzynarodowe Targi Poznańskie



Jesteśmy znani z targów

www.mtp.pl

spotkaj  przyszłość

ma podstawowe znaczenie w produkcji kolagenu, który jest niezbędny do utrzymania prawidłowego stanu skóry, kości, chrząstek, zębów i dziąseł.

Produkty diety śródziemnomorskiej

Produkty kuchni śródziemnomorskiej: karczochy serca KIER 2500 g, pomidory suszone KIER 2 l, kapary La Sevillana 2 l, pomidory całe i krojone bez skórki KIER 2550 g gwarantują zdrowie i długowieczność. Cenione przez konsumentów i zalecane przez lekarzy. Bogata oferta obejmuje produkty hiszpańskie, greckie i włoskie.

Oliwki greckie KIER

Nowe przysmaki przybliżające klimat Grecji: oliwki królewskie z migdałem KIER 370 ml, oliwki greckie kazamata KIER 370 ml, oliwki nadziewane serem KIER 370 ml. Trzy nowe smaki oliwek greckich marki KIER.

Owoce KIER

Słodkie owocowe puszki: mango w syropie KIER 425 g, papaja w syropie KIER 425 g. Owoce w lekkim syropie doskonale zarówno dla dzieci jak i dla dorosłych.

OBST SA

pawilon 8A, stoisko 23

Bran Flakes

płatki pszenne z otrębami – 250 g

Bran Flakes to wyjątkowy smak płatków pszennych z otrębami. Oprócz walorów zdrowotnych płatki łączą szczególne zalety smakowe z wysoką wartością odżywczą. Zawierają naturalne witaminy i mikroelementy, mają wysoką zawartość błonnika, dzięki czemu korzystnie wpływają na przemianę materii.

Bran Flakes płatki pszenne z otrębami, kawałkami truskawek i kokosa – 250 g

Niepowtarzalna kompozycja płatków pszennych z otrębami, aromatycznymi



owocami truskawek i kokosa tworzy wyjątkowy smak Oprócz walorów smakowych mieszanka łączy szczególne zalety zdrowotne z wysoką wartością odżywczą, zawiera także naturalne witaminy i mikroelementy. Ma wysoką zawartość błonnika, dzięki czemu korzystnie wpływa na przemianę materii.

Pieczywo orkiszowe ekologiczne – 130 g

Pieczywo orkiszowe wyprodukowane jest z najwyższej jakości ziarna orkiszu pochodzącego z gospodarstw ekologicznych. Ziarna orkiszu zawierają duże ilości białka, błonnika, nienasyconych kwasów tłuszczowych, węglowodanów, witamin i biopierwiastków. Orkisz ma łagodny, przyjemny smak i jest lekkostrawny. Spożywany trzy razy dziennie w połączeniu z określonym sposobem odżywiania zwiększa odporność i usuwa toksyny. Systematycznie stosowana dieta orkiszowa regeneruje cały organizm, przywracając zdrowie.

Płatki kukurydziane ekologiczne – 250 g

Płatki kukurydziane ekologiczne produkowane są wyłącznie z surowców pochodzących z gospodarstw ekologicznych, przy uprawie których stosowane są jedynie środki naturalne, nieprzetworzone technologicznie. Bez konserwantów i chemii spożywczej, bardzo smaczne, o odpowiednio zbilansowanej zawartości składników pokarmowych są gwarancją smacznego i zdrowego posiłku.

Płatki kukurydziane ekologiczne light – 250 g

Płatki kukurydziane light produkowane są z surowców pochodzących wyłącznie z gospodarstw ekologicznych. Nie zawierają szkodliwych dodatków chemii spożywczej. Ze względu na brak cukru oraz obniżoną zawartość soli zalecane są osobom o specyficznych wymaganiach dietetycznych. Gwarantują apetyczny i zdrowy posiłek dostarczając organizmowi wielu potrzebnych składników odżywczych.

Sportina Active płatki pszenne pełnoziarniste dla aktywnych – 250 g

Bogactwo naturalnych składników odżywczych, zawartych w ziarnach pszenicy i ryżu, sprawia, że płatki pszenne Sportina Active stanowią doskonałe uzupełnienie diety i mogą być nieocenionym sprzymierzeńcem dla osób dbających o szczupłą i zgrabną sylwetkę. Doskonałe źródło węglowodanów. Dodane do mleka bądź jogurtu sprawiają, że posiłek staje się prawdziwą przyjemnością.

Sportina Fruits płatki pszenne pełnoziarniste z owocami – 250 g

Finezyjna kompozycja pełnoziarnistych płatków pszennych z ryżem oraz z dodatkiem smacznych owoców o szczególnych walorach smakowych, również źródło witamin i składników mineralnych, które występują w owocach. Płatki są bogate w węglowodany, a dzięki dużej zawartości błonnika są również idealnym składnikiem codziennej diety, dzięki której można utrzymać zgrabną sylwetkę lub pozbyć się zbędnych kilogramów.

OKRĘGOWA SPÓŁDZIELNIA MLECZARSKA W CHOJNICACH

pawilon 6A, stoisko 13

Ser NASZ SALAMI z przyprawami

Aromatyczny ser wyrabiany tradycyjną metodą, pozwalającą na uzyskanie niepowtarzalnych walorów smakowych, najwyższa jakość. Dodatki w postaci przypraw zapewniają unikalny, subtelnie pikantny smak.

OKRĘGOWA SPÓŁDZIELNIA MLECZARSKA W SKIERNIEWICACH

pawilon 6A, stoisko 6

Ser mozzarella



Jest to ser z masy parzonej niedojrzewający, o świeżym, delikatnym mlecznym smaku. Niezastąpiony w przygotowaniu prawdziwej pizzy, sałatki, zapiekanki. Pro-

w beczkach z dębu francuskiego i amerykańskiego. Produkowane z odmian Alicante Bouschet (30%), Cabernet Sauvignon (30%), Trincadeira (40%).

**SEALED AIR POLSKA Sp. z o.o.
CRYOVAC FOOD SOLUTIONS**

pawilon 9, stoisko 11

Cryovac® Flavour Mark®



System pakowania pionowego w elastyczne woreczki

Technologia pakowania żywności płynnej i półpłynnej (np. zupy, gulasze, sosy itd.) w elastyczne woreczki – zastępujące sztywne metalowe puszkę, szklane pojemniki i plastikowe wiaderka stosowane w gastronomii. Długotrwałe przechowywanie produktów w temperaturze pokojowej (pasteryzacja). Sterylne woreczki do produktów kwaśnych: sosów pomidorowych, owoców i soków. Wygodne w użyciu i przechowywaniu.

Cryovac® n'Oven®



Tacka piankowa C-PET do dań gotowych

Nowa tacka do dań gotowych i pizzy, pakowanych w systemie LID MAP do stosowania w tradycyjnym piekarniku oraz w kuchence mikrofalowej. Tacka wyróżnia się niską wagą, szczelnym zgrzewem, większą odpornością na czynniki zewnętrzne oraz doskonałymi właściwościami termoizolacyjnymi (uchwyty boczne pozostają zawsze chłodne w dotyku, co zmniejsza ryzyko oparzeń przy wyjmowaniu tacki z piekarnika). Idealna do dań gotowych, pizzy i tzw. żywności wygodnej.

Cryovac® Simple Steps®



Opakowanie próżniowe typu „skin” do dań gotowych

Jest to opakowanie do dań gotowych przeznaczonych do przyrządzania w kuchence mikro-

falowej. Innowacyjne połączenie zalet gotowania „sous vide” z wygodą mikrofal. Funkcja samoistnego uwalniania pary wodnej pozwala na przygotowanie potrawy w hermetycznie zamkniętym opakowaniu, bez potrzeby zdejmowania bądź przekłuwania górnej folii. Szerokie zastosowanie w gastronomii oraz w handlu detalicznym. Dostępne są tacki formowane z folii rolowej oraz gotowe typu „skin”.

SEKO S.A.

pawilon 9, stoisko 21

Filety śledziowe z suszoną papryką 900 g

Produkt otrzymany z filetów śledziowych marynowanych z dodatkiem cebulki oraz suszonej papryki. Wyraźny, pikantny smak filetów podkreślony zestawem odpowiednio dobranych suszonych warzyw i ziół.

Salatki jarzynowe 150 g

Salatki jarzynowe: królewska, koktajlowa, tradycyjna, becikowa, z jajkiem, z fasolą i z kukurydzą to kompozycja warzyw z dodatkiem znakomitego sosu majonezowego, przygotowanego według własnej receptury SEKO. Różnorodność oferowanych sałatek wynika z szerokiej gamy użytych składników, tj. warzyw, owoców, jajek oraz przypraw.

SPÓŁDZIELNIA MLECZARSKA LAZUR

pawilon 6A, stoisko 38



Ser Lazur skalmierzycki – plastry 90 g

Oryginalna, oparta na wieloletniej tradycji receptura delikatnego sera o doskonałej równowadze smaków: słodkiej śmietanki, orzechów włoskich i błękitnej pleśni. Charakter sera podkreśla jego jadalna skórka pokryta niebiesko-białą, szlachetną pleśnią.

Ser Lazur srebrzysty – plastry 100 g

Ser lazur srebrzysty pokryty jest tą samą szlachetną pleśnią Penicillium roqueforti, którą zaszczepiono nie tylko wnętrze sera, ale także jego powierzchnię. Dzięki temu ser równomiernie dojrzewa i nabiera niespotykanego dotąd lekko pikantnego sma-

ku. Koneserów na pewno zachwyci specyficzny smak jadalnej pleśniowej skórki sera.

Ser Lazur złocisty – plastry 100 g

Ser wzbogacony o aktywne bakterie probiotyczne Lactobacillus acidophilus LA-5®, które mają korzystny wpływ na określone funkcje organizmu. Bakterie zawarte w seryce poprawiają stan zdrowia, mają wpływ na dobre samopoczucie i poprawę przemiany materii w organizmie. Są wskazane po kuracji antybiotykowej. Rozwój pleśni wewnątrz i na powierzchni powoduje, że lazur złocisty posiada niespotykany smak i aromat.



Ser pleśniowy Lazur błękitny

Ser błękitny z przerostem błękitnej, szlachetnej pleśni ma delikatny posmak pieczarki, kruchy, wilgotny miąższ i aromatyczny, nieco ostry smak. Ma szerokie zastosowanie kulinarne: jako nadzienie do rolad mięsnych, jako składnik deski serów, kanapek i sałatek, do zup, sosów, zapiekanek z mięsem, makaronem, warzywami. Dostępny jest w formie kręgu o wadze 2,0-2,8 kg lub wiórków.

Serek Lazur kremowy

To delikatny, kremowy serek z kawałkami sera Lazur. Kawałki sera z błękitną pleśnią nadają mu wyrafinowany, lekko pikantny smak. Doskonale smakuje z pieczywem, również jako deser, składnik sałatek, surówek warzywnych oraz dipów. Jest świetnym dodatkiem do gorącego makaronu i w zestawieniu z warzywami. Idealnie smakuje z upieczonym mięsem oraz wędlinami. Dostępny w kubku 125 g lub w opakowaniu 1 kg.



ŚREDZKA SPÓŁDZIELNIA MLECZARSKA JANA

pawilon 6A, stoisko 16

Maślanka stracciatella

Maślanka stracciatella to oryginalne połączenie popularnej maślanki z kawałkami czekolady. Charakteryzuje się łagodnym, orzeźwiający smakiem z nutą



gorąco w sosie cytrynowym, łosoś zapiekany po francusku z ziemniakami, ryba zapiekana po włosku z makaronem, paella z owocami morza. Potrawy wzbogacone oryginalnymi dodatkami i przyprawami dają możliwość przyrządzenia smacznych, zdrowych i pożywnych dań w wygodny i prosty sposób.



WEWALKA GmbH
pawilon 7A, stoisko 19



Drożdżowe ciasto na grilla

Uniwersalne ciasto drożdżowe firmy WEWALKA do przygotowania na grillu to produkt, który można przyrządzić na wiele sposobów: na grillu węglowym lub gazowym, ale również w opiekaczu, na patelni czy w piekarniku. To perforowane ciasto doskonale sprawdza się zarówno podczas tradycyjnych jak i nowoczesnych spotkań przy grillu. Produkt nawinięty jest na papier do pieczenia, przez co idealnie nadaje się do przyrządzania w piekarniku. Umieszczony na opakowaniu specjalny wentyl kontroluje dostęp powietrza, gwarantując świeżość ciasta.

VKF SPORK
HEINZ RENZEL Sp. z o.o.
pawilon 8A, stoisko 3

POS Info Rollo

Mini prezenter rolkowy. Estetyczna i nowatorska forma prezentacji treści rekla-

mowych i informacyjnych, przyciągająca uwagę klientów i ułatwiająca podjęcie decyzji zakupowych. Łatwy sposób montażu poprzez mocowanie do regału za pomocą dwustronnej taśmy samo-przylepnej.



Międzynarodowe Targi Poznańskie



spotkaj przyszłość

15-18.09.2008
Poznań

taropak 2008



Międzynarodowy Salon Techniki Pakowania i Logistyki

Na sukces
składa się
wiele czynników

Weź udział w największym spotkaniu branży opakowaniowej i logistycznej w Europie Środkowo-Wschodniej!

W programie m.in.:

- konkurs wózków widłowych Sztaplar Show
- modelowe centrum dystrybucji Innovations for Logistics
- konferencje:

Druk etykiet na opakowania
Opakowania na półkę
Innowacyjne rozwiązania dla logistyki
Rynek opakowań biodegradowalnych w Polsce



www.taropak.pl
e-mail: taropak@mtp.pl

Organizator: Międzynarodowe Targi Poznańskie sp. z o.o.,
ul. Głogowska 14, 60-734 Poznań, tel. (061) 869 20 87, fax (061) 869 29 53

Nasz zespół

Oto zespół, który na co dzień zajmuje się organizacją Międzynarodowych Targów Wyrobów Spożywczych i Gastronomii Polagra-Food. Jego celem jest przygotowanie targów najlepiej dopasowanych do potrzeb wystawców i zwiedzających.

W centrum zdjęcia siedzi dyrektor targów Polagra-Food – **Hania Skrzypczak** (tel. 061 869 21 04, hanna.skrzypczak@mtp.pl), a od lewej: **Małgosia**

Gozdek (tel. 061 869 21 61, malgorzata.gozdek@mtp.pl) i **Ewa Bartkowiak** (tel. 061 869 21 39, ewa.bartkowiak@mtp.pl), które odpowiadają za kontakt z wystawcami. Dalej – nasz rodzynek – **Marcin Jędrzejczyk** (tel. 061 869 21 73, marcin.jedrzejczyk@mtp.pl) koordynator ds. wydarzeń. Obok niego – **Marta Adamiec** (tel. 061 869 29 85, marta.adamiec@mtp.pl), która tak, jak Gosia i Ewa odpowiada za kontakt z wystawcami. Dalej na prawo siedzi, uwielbiająca czerwony kolor, koordynatorka ds. wydarzeń **Donata Paszkiewicz** (tel. 061 869 21 26, donata.paszkiewicz@mtp.pl) oraz **Marta Radowska-Karpińska** (tel. 061 869 26 34, marta.radowska@mtp.pl) odpowiedzialna za promocję i public relations. W ostatnim czasie do zespołu dołączyły jeszcze: **Ania Kołodziej** (061 869 25 01, anna.kolodziej@mtp.pl), która odpowiada za kontakty ze zwiedzającymi oraz **Natalia Filipiak** (tel. 061 869 20 92, natalia.filipiak@mtp.pl), która wspiera działania w zakresie promocji i public relations.

Zapraszamy do kontaktu z nami.




 Międzynarodowe Targi Poznańskie




spotkaj przyszłość


 **POLAGRA-TECH 2008**
MIĘDZYNARODOWE TARGI TECHNOLOGII SPOŻYWCZYCH
Poznań


 **Salon Przemysłu Piekarskiego i Cukierniczego**

14 - 18.09.2008

 **Salon Maszyn i Urządzeń dla Przemysłu Mleczarskiego**

15 - 18.09.2008

 **Salon Maszyn i Urządzeń dla Przemysłu Spożywczego**

 **Międzynarodowy Salon Dodatków do Żywności**
15 - 17.09.2008



www.polagra-tech.pl

www.dodatki.mtp.pl




polagra-food

2 0 0 9

Międzynarodowe Targi Wyrobów Spożywczych

14-17 września 2009, Poznań

www.polagra-food.pl

ZAPRASZAMY NA KOLEJNĄ EDYCJĘ



Salon Wyrobów Spożywczych i Napojów



Salon Win i Alkoholii



Salon Wyposażenia Sklepów



Salon Franchisingu



Gastro
Trendy
2009 

W tym samym terminie:

Międzynarodowe Targi Gastronomii **Gastro Trendy**

www.gastrotrendy.pl



KUP BILET TANIEJ – ZAREJESTRUJ SIĘ!
ANKIETĘ PROSZĘ ZOSTAWIĆ W KASIE PRZED WEJŚCIEM.



15 – 18 WRZEŚNIA 2008

Zapraszamy do zwiedzania Międzynarodowych Targów Wyrobów Spożywczych i Gastronomii Polagra Food 2008. Wcześniejsza rejestracja uprawnia do zakupu tańszego biletu. Uwaga, każdy zwiedzający wypełnia oddzielny formularz.

DANE UCZESTNIKA

* Imię

* Nazwisko

Tel.

Fax

* E-mail

* Stanowisko

DANE FIRMY

* Nazwa

* Adres

* Kod

* Miejscowość

NIP

Kraj

*** LICZBA ZATRUDNIONYCH**

do 10 11 - 100 101 - 500 powyżej 500

*** ZAKRES DZIAŁALNOŚCI**

Handel wyrobami spożywczymi – hurtownia <input type="radio"/>	Gastronomia – kawiarnie <input type="radio"/>	Cukiernia <input type="radio"/>
Handel wyrobami spożywczymi – sklep <input type="radio"/>	Gastronomia – puby <input type="radio"/>	Usługi dla przemysłu spożywczego <input type="radio"/>
Handel wyrobami spożywczymi – sieć handlowa <input type="radio"/>	Gastronomia – hotele <input type="radio"/>	Izba, stowarzyszenie <input type="radio"/>
Produkcja wyrobów spożywczych i napojów <input type="radio"/>	Zakłady masarskie, mięsne, ubojnie <input type="radio"/>	Administracja państwowa lub samorządowa <input type="radio"/>
Gastronomia – restauracja <input type="radio"/>	Browar <input type="radio"/>	Jednostka naukowa lub badawcza <input type="radio"/>
	Zakłady przemysłu spirytusowego <input type="radio"/>	Inne <input type="text"/>

*** ZAKRES ZAINTERESOWAŃ**

Salon Wyrobów Spożywczych i Napojów

Salon Gastronomii

Salon Wyposażenia Sklepów

Salon Franchisingu

Salon Win i Alkoholii

* Wyrażam zgodę na umieszczenie udzielonych powyżej informacji w bazie danych MTP sp. z o.o. w Poznaniu i na ich dalsze przetwarzanie w celach statystycznych i marketingowych. Udzielający informacji ma prawo wglądu do swoich danych i do ich poprawiania na warunkach określonych ustawą z dn. 29.08.97 o ochronie danych osobowych.

* Zgadzam się także na wykorzystanie mojego adresu email podanego wyżej, w celu przesyłania przez MTP sp. z o.o. w Poznaniu informacji handlowych zgodnie z ustawą z dnia 18 lipca 2002 roku o świadczeniu usług drogą elektroniczną. Respondent ma możliwość zrezygnowania z otrzymywania tych informacji w dowolnej chwili.

*** pole wymagane**

Data

Czytelny podpis

KONTAKT: Anna Kołodziej – anna.kolodziej@mtp.pl, tel. +48 61 869 2501





Międzynarodowe Targi Poznańskie



spotkaj przyszłość

Po raz pierwszy na targach
Hosted Buyers Programme!


polagra-food