MUCHA W ZUPIE

PO DRODZE Z WINEM

JEŚLI NIE PRACUJESZ W GASTRONOMII. ALE OBEJRZAŁEŚ PARĘ PROGRAMÓW I WYDAJE CI SIĘ. ŻE WIESZ O BRANŻY WSZYSTKO. TO ZAPEWNIAMY CIĘ – NIE WIESZ NIC. NA SZCZĘŚCIE PRZED NAMI NIC SIĘ NIE UKRYJE. AKADEMIA KULINARNA „FUMENTI" I „LIVE&TRAVEL" WSPÓLNIE POKAZUJĄ NAGĄ PRAWDĘ O KUCHNI – OD KUCHNI.

TEKST Kamil Sadkowski **ZDJĘCIA** Jakub Milszewski

GRZEGORZ WEJER – popularyzator kultury wina. Współpracuje z najlepszymi szefami kuchni i restauracjami w Polsce, którym pomaga tworzyć unikatowe miejsca, do których goście chętnie wracają, a wino jest nieodzownym elementem każdego posiłku. Organizuje degustacje i opowiada o zakamarkach winiarstwa prostym, zrozumiałym dla każdego językiem.

Jak trafiłeś do branży winiarskiej?
Wszystko zaczęło się 10 lat temu. Pracowałem wcześniej w dużych firmach na bardzo odpowiedzialnych stanowiskach. W pewnym momencie nastąpił przesyt tą odpowiedzialnością, korporacyjnością. Postanowiłem, że trzeba to zmienić. Trafiłem do win. Z winem mi zawsze było po drodze. Pamiętam, że ludzie zawsze pili wódkę, whisky, a ja zawsze byłem blisko wina.

Jeżeli pijasz na mieście to gdzie? Czym się sugerujesz przy wyborze takich miejsc?
Wino traktuję jako nieodłączny element dobrej imprezy w restauracji. Dla mnie ważniejsze jest to, co ktoś stworzy na talerzu, bo ja sobie już sam poradzę z dobraniem do tego odpowiedniego wina. Kieruję się więc kuchnią: sprawdzam kto jest szefem kuchni, jak gotuje, co gotuje, co chce przez swoje dania przekazać. Wino to ważny składnik, ale daję sobie radę. Poza tym zauważmy, że jeśli mówimy o restauracjach, które mają dobrą kuchnię, to zazwyczaj mają chociażby przyzwoity wybór wina.

Czy zdarzają się miejsca, w których jest dobra kuchnia, ale ma fatalne wino?
To standard. Właściciele i inwestorzy często pakują tonowe pieniądze w kuchnię, w sprzęt, podczas kiedy wszystkie produkty dodatkowe – alkohole twarde, wina, kawa – są niskobudżetowe. Niestety taki dysonans istnieje. Polska gastronomia jest niby zarąbista, niby bardzo ładnie się rozwija, ale na arenie narodowej wygląda jak Legia w Lidze Mistrzów. Uda nam się strzelić dwie bramki, przeciętny wynik traktujemy jako duży sukces, bo graliśmy dobrze. Restauracja to nie tylko jedzenie. To forma spędzania miłego czasu. Rolą restauratora, czyli gospodarza, jest dostarczać równego poziomu produkty kuchenne i pozakuchenne. Któraś z agencji robiła dla dużej sieci hoteli badania na temat tego, na jaką budowę zamówienia decydują się klienci w restauracji. Po pierwsze – na danie główne, po drugie – na zupę i danie główne, po trzecie – na przystawkę i danie główne, po czwarte – na zupę, danie główne i napój. Napój pojawia się dopiero w czwartej konfiguracji, wino chyba dopiero w dziewiątej. Uważam, że jest to spowodowane tym, że kadra kelnerska jest nieprzeszkolona. Kelnerzy nie rozumieją swojej funkcji, tego, że są gospodarzami, osobami, które otoczą opieką swoich gości i będą dostarczały im spektrum wyboru różnego rodzaju produktów, począwszy od aperitifów, przez przystawki, zupy, do deserów. U nas wizyta w restauracji przebiega następująco: „Czy są państwo gotowi na złożenie zamówienia?", „Dwa schabowe", „Dobrze, dziękuję"

A czy w przypadku win nie wynika z tego, że kultura spożywania tego trunku w Polsce dopiero u nas raczkuje?
Ta kultura u nas się dopiero rozwija, ale z drugiej strony jesteśmy mistrzami świata w znajdowaniu usprawiedliwień.

Czyli będzie się to zmieniało?
Kultura picia wina to przede wszystkim edukacja, czyli rozumienie tego, co pijemy, skąd to się bierze, jak to powstaje, jaka jest różnica między produktem A, a produktem B, dlaczego jeden jest droższy od drugiego. Druga sprawa to sposób spędzania czasu. Jeśli się porówna jak spędzamy czas wolny dziś z tym, jak robiliśmy to dwadzieścia lat temu, to już widać różnice, ale do tego zachodniego stylu dużo nam brakuje. Dla ludzi z zachodu jest niezrozumiałe, że ludzie przychodzą do restauracji na mega imprezę, będą jedli i pili sześć godzin, i nie chcą zamówić aperitifu, nie chcą szampana. Wypiją piwo. Naturalną rzeczą jest, że jeżeli chcę mile spędzić czas to zaczynam od kieliszka szampana. On kosztuje 25 złotych, więc nie jest to kwestia ceny. Poza tym cały czas nam się spieszy. Jest super impreza, a my ciągle z zegarkiem. To problem.

RESTAURACJA TO NIE TYLKO JEDZENIE. TO FORMA SPĘDZANIA MIŁEGO CZASU. ROLĄ RESTAURATORA, CZYLI GOSPODARZA, JEST DOSTARCZAĆ RÓWNEGO POZIOMU PRODUKTY KUCHENNE I POZAKUCHENNE.

Czy w świecie winiarskim i barmańskim zdarzają się jakieś przekręty?
Generalnie nie. Są inne problemy – wino bywa utlenione, bo za długo było otwarte. Restauracje oferują wino na kieliszki i kadra kelnerska nie potrafi go sprzedać w odpowiednim czasie. Naszym głównym problemem branżowym jest tak zwana kartoniada, czyli wina w kartonach, które często są serwowane na karafki. Polacy potrafią dopowiedzieć filozofię do wszystkiego. Takie wino z kartonu rozlewane na karafki ma niby nawiązywać do filozofii włoskich trattorii, w których podawane są wina domu. Ale to nie ma nic wspólnego z tą filozofią! Co ma taka casualowa restauracja wspólnego z włoską trattorią? Restauratorzy też czasami bazują na tym, że liczą marżę teoretycznie, czyli: jeżeli kupi wino za 30 złotych to wydaje mu się, że musi narzucić na to czterokrotnie więcej, bo inaczej na tym nie zarabia. Ekonomia jest jednak taka, że nie zawsze to, co napiszemy na kartce, uda się zrealizować. Zrealizowana rzeczywista marża to ilość razy cena sprzedana, nie założona. Czasami lepiej sprzedać 10 butelek wina taniej, niż 5 drożej. Restauratorzy muszą się nauczyć, że kuchnia przyciąga i to się nie zmieni, ale kadra kelnerska ma obowiązek prowadzić sprzedaż produktów dodatkowych. Wtedy z jednej strony zwiększa się wartość rachunku, co jest rzeczą naturalną, ale z drugiej – zwiększa się także satysfakcja gościa z pobytu w restauracji. Jeżeli zjemy stek na sucho to nie będzie tak dobrze smakował, jak wtedy, gdy przed posiłkiem napijemy się wody, do steku zamówimy wino, a po nim kawę lub coś na trawienie.

Czy słyszałeś o sytuacjach, w których kuchnia specjalnie dodaje do posiłków więcej soli, żeby sprzedać więcej napojów?
To są marginalne sytuacje. Dobra restauracja nie może sobie na coś takiego pozwolić.

Skoro mówisz, że to sytuacje marginalne, to znaczy, że się jednak zdarzają.
Pewnie tak, ale ja jestem zatrudniany przez bardzo dobre lokale. Tam takie rzeczy nie przejdą.

ZAWSZE PRACOWALIŚMY Z BARDZO DOBRYMI MERYTORYCZNIE LUDŹMI, KTÓRZY POKAZYWALI NAM PEWNE TRENDY, KTÓRE ODBYWAŁY SIĘ W GASTRONOMII...

Wróćmy do przekrętów. Wy też pozyskujecie produkty od dystrybutorów i producentów. Czy zdarzają się wam sytuacje, w których widać, że ktoś was próbuje naciągnąć? Czy świat winiarski pod tym względem jest niebezpieczny?

Świat winiarski jest bardzo niebezpieczny, ale my jesteśmy postrzegani przez naszych klientów i kontrahentów jako bardzo dobry dostawca. Nikt nas nie próbuje zrobić w konia, bo sito ochronne jest tak duże, że nie ma takiej możliwości. Poza tym firma Winne Pola nie powstała w wyniku wyjazdu na wakacje czy narty, wypicia prosecco na stoku, stwierdzenia: „Ale zarąbisty biznes" i przywiezienia w samochodzie trzech skrzynek. Zawsze pracowaliśmy z bardzo dobrymi merytorycznie ludźmi, którzy pokazywali nam pewne trendy, które odbywały się w gastronomii, tłumaczyli co jest dobre i dlaczego, więc jesteśmy przygotowani do tego, że nie może być chały.

ENGLISH

SPEAKING OF WINE

If you are not working in the industry but you have seen a few shows and think that you know everything about gastronomy, then we can assure you: you know nothing. Luckily, nothing can hide from us. Fumenti Culinary Academy and Live&Travel will show you the naked truth of the kitchen side of gastronomy.

GRZEGORZ WEJER – is a wine connoisseur who works with best chefs from the best restaurants in Poland. He helps create unique places where guests return and wine is an element of a complete meal. He also holds tastings and talks about the details of winery in an easily understandable way.

How did you end up in the wine industry?

Everything began 10 years ago. Previously I worked in large companies on very responsible positions. At some point I became overburdened with this corporate responsibility. I decided to change my life and moved on to wine. Wine and I always got on great. I remember everyone reaching for vodka or whisky while I was always closer to wine.

If you go out for a drink where do you go to? How do you choose?

I treat wine as an inseparable element of a good party in a restaurant. For me it is much more about what the chef creates on my plate because I can choose the correct wine myself. So my decision is based on the kitchen: I check who the chef is, what type of food he cooks and what he is trying to show with his dishes. Wine is an important ingredient but I can manage on my own. Besides, the restaurants with good cuisine usually have an ample selection of wine.

Are there places where there is good food but terrible wine?
Yes, plenty. Owners and investors often invest tons of money in the kitchen and equipment, while all the additional things, such as hard alcohols, wine and coffee are low quality. Unfortunately, this is often the case. Polish gastronomy is theoretically off the hook, well developing, but on the international arena it is like "Legia" in the Championships' League. We occasionally manage to get two goals in; we treat mediocre results as good results because we played decently. Restaurants are not only food. It is a form of spending quality time. The role of the owner, the host, is to provide equal quality of both food and other products. Research carried out in one of the chain hotels shows what sort of meal sets guests prefer in a restaurant. The most popular one was only the main dish, second place was soup and main dish, third place was an appetiser and main dish, and last place was the full set: soup, main dish and drink. Only the fourth position contains a drink and wine was maybe on the ninth position. I believe that this is due to the lack of training of servers. Waiters do not understand their job, the fact that they are hosts and should surround guests with care and provide a full spectrum of choice across all products, ranging from appetisers, through soups up to des erts. Often restaurant visits looks like this: "Are you ready to order?", "Two pork chops", "Straightaway, thank you".

Is it not because the wine culture in Poland is simply still in its infancy?
This culture is just developing but we are also masters of finding excuses.

So it will be changing?
The culture of wine drinking is mostly knowledge, understanding what we are drinking, where it comes from, how it is made, what is the difference between products, why one is more expensive than the other. The second thing is the way we spend time. If we compare how we spend our free time today with how we spent it twenty years ago you can see the differences, but we are still quite a distance away from the western lifestyle. Westerners do not understand that people coming to a restaurant to party will eat and drink for six hours but they do not want an aperitif or Champaign. They drink beer. It is natural that if I want to spend time pleasantly I begin with a glass of Champaign. It costs 25 PLN so it is not a matter of price. Besides, we are always in a hurry. The party is amazing and we are constantly checking the time. This is the problem.

Does fraud happen in the world of bars and wineries?
Generally no. There are other problems: wine is sometimes oxidized because it was open for too long. Restaurants sell wine by the glass and waiters cannot sell it quickly enough. Our business's main problem is "boxed wine", which is wine sold in cardboard boxes that is often served in carafes. Poles can add a philosophy to anything. This sort of wine served in carafes is supposed to mimic the Italian trattoria, which serve house wine. But this has nothing to do with philosophy! What does this casual restaurant have in common with an Italian trattoria? Restaurant owners sometimes base their calculations on a theoretical profit margin: if they buy wine for 30 PLN they think that they have to charge four times more or else they will not get profit. Economy works differently; just because we put something down on paper it does not mean that it will work in real life. Realised profit margin is the multiplication of the sold and not predicted number. Sometimes it is better to sell 10 bottles cheaper than 5 bottles for a higher price. Restaurant owners must learn that good food attracts and this will not change but the waiting staff is obliged to sell other products. Then, on one side, we naturally get an increase in sales, and on the other we get more satisfaction from the guest. If we eat steak by itself it will not taste as good as a steak preceded with a glass of water, accompanied by wine and followed with a cup of coffee or something for digestion.

Have you ever heard about cases in which restaurants add more salt to their meals to sell more beverages?
These are very rare cases. A good restaurant should never allow this.

You say that they are rare but they do happen.
I assume so, but I am working for very good venues. These things do not happen there.

Let us go back to the scams. You also acquire products from distributors and producers. Are there situations in which they are trying to trick you? Is the wine industry dangerous in this context?
The wine industry is very dangerous but we are seen by our customers and contractors as a very good distributor. Nobody is trying to do us wrong because the security net is so strong that it would be impossible. Besides, the company „Winne Pola" was not created after a holiday where we had prosecco on a ski slope, said: „what a cool business!" and brought back three crates of wine in a trunk. We always worked with very skilled individuals, who showed us some trends in gastronomy, explained what is good and why. We are prepared to make sure we do not screw up.