

nek raczkujący, z ogromnymi możliwościami. Jest to związane głównie z trybem życia, który zmusza do szybkiego tempa, łatwiej jest więc spotkać się w kawiarni czy barze. Poza tym wzrasta świadomość Polaków i zainteresowanie kawą oraz wszelkimi napojami na jej bazie. Do tego dodać należy intensywną reklamę w mediach, ciekawość, chęć spróbowania czegoś nowego i tendencję do częstszego stolowania się poza domem. Dlatego tego typu lokale mają dużą szansę powodzenia i cały czas powstają nowe. Ostatnim nabytkiem na polskim rynku kawiarni jest „Cafe bar Mon Balzac”, gdańska kawiarnia, która została oficjalnym ambasadorem kawy marki RIOBA. To pierwsze tego typu miejsce w Gdańsku, a drugie w Trójmieście. Do tej pory marka ta była dostępna dla gastronomii tylko w halach MAKRO Cash & Carry, ale obecnie ma też swojego reprezentanta w postaci kawiarni. Oficjalne otwarcie „Cafe bar Mon Balzac” jako ambasadora marki RIOBA nastąpiło 4 sierpnia br. Kawę przyrządzają tu wykwalifikowani barmani. Warto też zaznaczyć, że w rankingach kawy tej marki plasują się wśród liderów ekskluzywnych kaw.

Ciekawym pomysłem kawiarni niezależnej

jest też pralnia-kawiarnia w Krakowie, czyli „Francia cafe”. Właściciel pralni samoobsługowej wpadł na pomysł utworzenia kawiarni, by osoby czekające na pranie mogły spędzić ten czas miło, na rozmowie przy filiżance parującej kawy. Pomysł przypadł do gustu klientom pralni. Mogą się tu napić latte, cappuccino, espresso, kawy mrożonej z lodami i bitą śmietaną, a nawet po irlandzku – ze szkocką whiskey.

Innym pomysłem na kawę są coffee bary mobilne. Kawiarnie świadczące tego typu usługi zajmują się głównie organizacją mobilnych barów na wszelkiego typu imprezach, jak wesela, konferencje, spotkania zarówno biznesowe, jak i rodzinne, imprezy plenerowe itp., można rzec – kawiarniany catering. Kawa przyrządzana jest przez wyszkolonych baristów, przy wykorzystaniu profesjonalnych ekspresów ciśnieniowych i podawana w eleganckich filiżankach. Menu kawowe ustalane jest indywidual-

nie, zgodnie z oczekiwaniami klientów i charakterem imprezy. Jest to bardzo wygodny sposób „wyjścia na małą czarną”, dlatego także cieszy się coraz większym zainteresowaniem.

Profesjonalista barista

Nie da się ukryć, że dobra kawa musi być przyrządzona zarówno z wysokiej jakości ziaren, jak też odpowiednio zaparzona. Przyrządzaniem kaw zajmują się wyszkoleni barisci. W tym celu odbywają się liczne szkolenia i kursy przyszłych mistrzów, konkursy, zawody, a także pokazy. Wiele z nich organizują sami producenci kaw, tworząc na przykład stoiska-kawiarenki w centrach handlowych, na których odbywają się pokazy parzenia kawy prowadzone przez mistrzów Polski baristów. Poza możliwością sprawdzenia swoich umiejętności i pokazania ich szerszej publiczności, jest to też doskonały sposób reklamy marki i kawiarni.

A pomysłów na kawę nie sposób zliczyć. Barisci prześcigają się w koncepcjach przyrządzania, łączenia smaków, zestawień dodatków, sposobów przystrajania, podawania. Poza klasycznymi espresso, cappuccino, latte czy kawą po wiedeńsku, w bogatych menu znaleźć można kawę z dodatkiem



mięty, syropów w szerokiej gamie smakowej: irlandzki, malinowy, waniliowy, czekoladowy, bananowy, orzechowy, ale też z odrobiną alkoholi, jak brandy, tequila, rum czy amaretto. Mamy też kawy i napoje kawowe z cynamonem, adwokatem, anyżem, karmelem, miodem bądź migdałami. Są również kawy o smaku limetki, piernika, orzecha macadamia, kokosu, kawy gorącej i mrożonej, kawy z lodami i bitą śmietaną, które wyglądają i właściwie są już nie tylko napojem, ale wręcz deserami. Poza tym, że wysmienicie smakują, kusząco pachną i pięknie wyglądają, to przyciągają też często bajkowymi wręcz nazwami. Warto dobrze przemyśleć nazwy poszczególnych kaw, gdyż to one w pierwszej kolejności zwracają uwagę gości. Bogate kawiarniane menu to fantastyczna reklama każdej kawiarni i coffee baru. Zachęci każdego do wstąpienia w nasze progi, choćby po to, i głównie po to, by spróbować wszystkich naszych kaw. A im bardziej pomysłowy barista, tym częstsze wizyty gości. ■