

The Bar World of Tomorrow – bar, który myśli przyszłościowo

W barze każdy detal ma znaczenie – od sposobu zarządzania lodem, przez przemyślane menu koktajlowe, aż po samopoczucie zespołu. The Bar World of Tomorrow (TBWOT) to inicjatywa, która uczy, że zrównoważony bar nie musi oznaczać rewolucji – wystarczy zacząć od świadomych decyzji.

Program stworzony przez Grupę Pernod Ricard we współpracy z Trash Collective i Sustainable Restaurant Association łączy wiedzę i praktykę, podając je w formie, która naprawdę przemawia do ludzi z branży. TBWOT zawiera konkretne narzędzia do tego, by zarządzać lokalem bardziej świadomie – od użycia świeżych składników bez produkcji odpadów, przez odpowiedzialne serwowanie alkoholu, po świadome zarządzanie wodą, energią i odpadami.

- „To już nie tylko kurs. TBWOT to społeczność – barmani, właściciele lokali, edukatorzy, którzy chcą zmieniać rzeczywistość za barem i wokół niego. Od startu programu w Polsce w 2020 roku kurs ukończyło 1235 barmanów. Globalnie cel 10 000 przeszkolonych uczestników został przekroczony – już w 2024 roku było ich ponad 18 000, a licznik dalej bije” – mówi **Kamila Czaban, Sustainability & Responsibility Manager CE**.

Lód to nie tylko składnik – lód to strategia

Lód to najczęściej używany składnik w koktajlach na świecie. A jednak często traktowany jak coś oczywistego, co po prostu jest w zamrażarce. **Maciej Starosolski („Liquid Story”), ekspert TBWOT**, pokazuje, że lód to zasób, który może przynosić straty lub realne oszczędności. Podczas warsztatów często rozprawia się z mitami na jego temat: „to nie ozdoba, tylko kluczowy składnik koktajlu, wpływający na jego jakość, temperaturę i balans”. Pokazując konkretne liczby podkreśla, że oszczędności rzadko widać z dnia na dzień, ale w skali roku bar może zużyć nawet 2 tony mniej lodu, zachowując tę samą jakość drinków.

Starosolski uczy, jak zaprzyjaźnić się ze szklanką – dosłownie. Znajomość pojemności szkła w barze pozwala nie tylko lepiej zaplanować zużycie lodu, ale także zoptymalizować koszty i zaopatrzenie. To dlatego lód powinien być uwzględniony już na etapie tworzenia listy koktajli, razem z planowaniem prebatchingu i systemów operacyjnych. Dzięki temu faktycznie staje się on strategicznym elementem pozwalającym na efektywne planowanie finansowe i zasobowe.

W praktyce to zasada 5R, która przenosi filozofię zrównoważonego rozwoju na codzienne decyzje za barem i określa jasne procedury i podziały odpowiedzialności, zwłaszcza przy dużym zespole. Idea 5R to konkretna checklista: Rethink, Reduce, Reuse, Recycle, Respect (Przemyśl, Ogranicz, Wykorzystaj ponownie, Przetwórz, Szanuj). Wdrożenie tych pięciu prostych zasad pomoże zaoszczędzić pieniądze i prowadzić bar w zrównoważony sposób. Filozofia ta pozwala nie tylko na optymalizację kosztów, ale też angażuje zespół i pomaga budować świadomą kulturę pracy.

TIPY: Edukuj zespół, by kontrolować jakość i ilość lodu. Wyznacz „icebossa” – osobę odpowiadającą za monitoring i organizację lodu w każdym serwisie. Wprowadź odciedzanie lodu, komunikuj dane i pokazuj, jak wygląda zużycie w skali miesiąca, kwartału, roku.

- „Jeśli nie kontrolujesz lodu, nie kontrolujesz jakości swojego drinka. Lód to nie dodatek – to składnik, który dotyka wszystkiego, co w szkle” – podkreśla Maciej Starosolski.

Menu, które zarabia, zanim padnie pierwsze słowo

Z kolei **Sebastian Cichowlas („FLAN”)** udowadnia, że dobra karta koktajlowa to nie tylko smak, ale i strategia. Menu zbudowane z głową pozwala lepiej zarządzać kosztami, skrócić czas serwisu i ograniczyć marnowanie składników. Najlepiej działa karta zbudowana wokół tzw. core ingredients – składników, które są szybkie w przygotowaniu, mają niskie koszty i mogą być przetwarzane na wiele sposobów. Do tego lokalność i sezonowość – nie tylko robią wrażenie, ale realnie wpływają na marżę.

Sebastian przypomina: *„menu to nie broszura, to narzędzie zarządzania. Dobrze zaprojektowana karta kieruje ruchem, wpływa na rotację zapasów, redukuje odpady i zwiększa lojalność klientów. Warto też traktować kartę jako aktywne narzędzie wpływające na zarobek, zadowolenie gościa i realizację celów zrównoważonego rozwoju”*. Karta powinna być elastyczna – pozwalająca na szybką rotację pozycji, opartą o bestsellery i realne dane sprzedażowe. Warto świadomie promować pozycje o wyższej marży, takie jak koktajle bezalkoholowe, które nie tylko zwiększają zysk, ale wspierają główną ofertę. *„Dobrze zaprojektowane menu pozycjonuje produkty (alco i 0%) tak, by się wzajemnie uzupełniały, a nie konkurowały. Kluczem jest spójność – zarówno w strukturze, jak i komunikacji. Dobrze zaprojektowane – zarabia zanim ktokolwiek cokolwiek zamówi”* – zaznacza.

TIPY:

- **3 rodzaje szkła** wystarczą do 70% klasycznych koktajli – Coupette, Lowball, Highball.
- **Baczu** koktajle (ang. batch) – przygotuj duże ilości koktajli, aby przyspieszyć serwis – mniej strat, szybszy serwis, większe napiwki.
- **Przetwarzaj resztki**: zamień „resztki” na nowe smaki i wprowadź cyrkulację składników.
- **Ustal regułę „minimum–maksimum”** w zamówieniach i pilnuj rotacji.
- **Używaj hero ingredient** – składnika, który może pojawiać się w kilku koktajlach (np. domowy syrop).
- **Zarządzaj „preperm”** (czyli swoimi zasobami prebacowanych koktajli): przygotuj bazy koktajlowe wcześniej, planuj ilości na podstawie sprzedaży tygodniowej i stosuj arkusz kontroli zaopatrzenia. To pozwala na lepsze zamówienia, mniej odpadów i większą efektywność pracy zespołu.

Sebastian Cichowlas w swoich wypowiedziach mocno podkreśla znaczenie bazowania na klasykach – nie tylko dlatego, że są znane i lubiane, ale dlatego, że pozwalają szybciej wdrożyć klienta w nowe smaki. *„Każdy koktajl, który tworzę, to twist na klasyku. Zmieniam malinę na truskawkę, dodaję buraczkę. To wciąż coś znajomego – ale w innej formie”*. Kluczowe jest też to, że barman nie powinien bać się błędów: *„Najlepszym sposobem na błędy jest po prostu bycie na nie otwartym. Próbuje, testuje, ulepsza”*.

Ty też jesteś składnikiem: wellbeing za barem

Michał Stasiak („Mycek”) przypomina, że zespół barmański to nie tylko ręce do pracy, ale przede wszystkim ludzie. Dobry serwis zaczyna się zarówno od zdrowia fizycznego i psychicznego zespołu, jak i od tego, by każdy czuł, że ma przestrzeń do rozwoju i uczenia się czegoś nowego.

Praca za barem to szybkie tempo, presja czasu i multitasking. To zmiany do późna, weekendy, święta, które trudno pogodzić z życiem prywatnym. Zaburzony rytm dobowy, mniej snu, gorsza regeneracja – wszystko to odbija się na zdrowiu. Do tego dochodzi obciążenie fizyczne: długie stanie, dźwiganie,

niewygodne buty. Są też trudni goście – pod wpływem, roszczeniowi, agresywni – co wymaga odporności psychicznej i asertywności. Łatwo w tym wszystkim zgubić zdrowe nawyki, a w dłuższej perspektywie – wypalić się.

Podczas warsztatów TBWOT moduł poświęcony wellbeingowi porusza kwestie ergonomii, nawodnienia, diety, snu, ale też emocjonalnego i psychicznego wsparcia – brzmi jak banał, ale to fundament tej pracy. Stasiak mówi jasno: *„o wypaleniu nie decyduje jeden ciężki weekend, tylko brak codziennych narzędzi do dbania o siebie – nie zrobisz dobrego serwisu, jak sam ledwo stoisz na nogach”*. Nawodnienie, mikroprzerwy, planowanie posiłków, a nawet rytuały przed snem – to elementy, które mogą decydować o jakości pracy całej zmiany. Przypomina, że barman też jest składnikiem każdego serwisu – i to najważniejszym. Dlatego wellbeing – fizyczny i psychiczny – to nie przywilej, a konieczność w branży gastronomicznej.

W swoich wystąpieniach Michał Stasiak podkreśla, że młodsze pokolenia wymuszają pozytywną zmianę na branży. *„Barmani coraz częściej pytają czy w pracy znajdą miejsce, by zjeść, odpocząć, złapać oddech. I dobrze – bo wellbeing zespołu to warunek, by chcieli zostać na dłużej”*. Wspomina, że realna zmiana dzieje się nie tylko w topowych lokalach – widać ją w coraz większej liczbie miejsc: osobne pokoje socjalne czy harmonogramy pracy uwzględniające regenerację.

TIPY: Chcesz zatrzymać dobrego pracownika? Zacznij od podstaw: wydziel strefę odpoczynku – nawet jeśli to tylko mały kącik z krzesłem i dostępem do wody. Zaplanuj zmianę tak, żeby każdy miał czas na chwilę oddechu. Ustal zasady komunikacji i zadbaj o przestrzeń, w której można na moment odciąć się od hałasu i napięcia.

- *„Zrównoważony bar zaczyna się od zrównoważonego człowieka. Nie chodzi o to, by nie czuć zmęczenia – chodzi o to, by wiedzieć, jak sobie z nim radzić. Zadbaj o głowę, nie tylko o garnisz. Za barem łatwo zapomnieć o sobie, ale jeśli chcesz dawać z siebie dużo – musisz też zadbać o emocje, energię i spokój”* – dodaje Michał Stasiak.

Bar przyszłości powinien być przemyślany, w podejściu do zespołu, do zasobów, do gościa. Taki, który umie policzyć swoje koszty, ale nie zapomina, że liczą się też wartości. Taki, który rozwija się razem z ludźmi, a nie ich kosztem.

The Bar World of Tomorrow to nie checklisty do odhaczenia. To zaproszenie do systematycznej zmiany. Od lodu, przez menu, aż po przerwę na obiad. Bo zrównoważony bar to nie trend. To sposób, w jaki będzie się pracować za kilka lat. A Ty możesz zacząć już dziś.

The Bar World of Tomorrow to program dla tych, którzy wierzą, że bar może być efektywny, etyczny i wygodny. Od startu programu w Polsce w 2020 roku kurs ukończyło 1235 barmanów, z czego aż 354 w samym 2024 roku. Globalnie cel 10 000 przeszkolonych uczestników został już przekroczony – i licznik dalej bije.

Zajrzyj na: <https://staging-site.edapp.com/course/the-bar-world-of-tomorrow-pl/>

Sprawdź @thebarworldoftomorrow na Instagramie

Zacznij od jednego składnika – może od lodu, może od siebie.



Maciej Starosolski („Liquid Story”) – od ponad 25 lat związany z branżą alkoholi i gastronomii. Zaczynał jako barman w Londynie, prowadził topowe bary, a później przez ponad dekadę budował edukację i strategię marek w Pernod Ricard jako globalny ambasador Polskiej Wódki i ekspert od zrównoważonego rozwoju. Prowadzi agencję Liquid Story, odpowiada za wdrożenie programu Bar World of Tomorrow w Polsce i kilku krajach Europy.

Sebastian Cichowlas („FLAN”) – od 13 lat działa za barem w topowych lokalizacjach Amsterdamu. Specjalizuje się w tworzeniu unikalnych smaków, nowoczesnych i zrównoważonych systemach barowych oraz wspieraniu zespołów w osiąganiu najwyższych standardów. Właściciel Flavour Network (FLAN), Creative Beverage Director – Duke of Tokyo, Zwycięzca Chivas Masters Global 2019, Bartender roku 2024 – Entree Magazine.

Michał Stasiak („Mycek”) – trener w Full House Group odpowiedzialny za rozwój i edukację zespołów. Związany z gastronomią od 17go roku życia – dziś ma na koncie pracę w topowych barach w Polsce oraz doświadczenie jako ambasador marki i szkoleniowiec w jednej z największych firm alkoholowych w kraju.