

SIP The Bar World of Tomorrow – bar przyszłości zaczyna się dziś

W barze nic nie dzieje się przypadkiem – każdy element, od zarządzania lodem, przez konstrukcję menu, aż po kondycję zespołu, wpływa na to, jak działa cały lokal. The Bar World of Tomorrow (TBWOT) w ramach SIP, to inicjatywa, która pokazuje, że zrównoważony bar nie musi oznaczać rewolucji – wystarczy uporządkować procesy i zacząć od świadomych, codziennych decyzji.

SIP (Share, Inspire, Pioneer), to międzynarodowa społeczność oraz platforma edukacyjna dla branży HoReCa, oferująca dostęp do szkoleń, materiałów eksperckich, wydarzeń oraz przestrzeń do wymiany wiedzy i doświadczeń między profesjonalistami z całego świata.

Jednym z jej programów jest The Bar World of Tomorrow stworzony przez Pernod Ricard we współpracy z Trash Collective i Sustainable Restaurant Association. Łączy wiedzę i praktykę, podając je w formie, która realnie odpowiada na potrzeby branży. To konkretne narzędzia do bardziej świadomego zarządzania lokalem – od pracy na składnikach i ograniczania odpadów, przez odpowiedzialne serwowanie alkoholu, po kontrolę zużycia wody, energii i innych zasobów.

- The Bar World of Tomorrow powstał z potrzeby uporządkowania codziennej pracy za barem. Pokazujemy, że sustainability to nie zestaw trudnych do wdrożenia idei, ale praktyczne rozwiązania, które pomagają lepiej zarządzać lokalem, zespołem i kosztami. To podejście, które wspiera zarówno biznes, jak i ludzi, którzy go tworzą – mówi Michał Błaszczyk, On Trade & Prestige Accounts Director w Wyborowa Pernod Ricard.

Dzisiejszy bar działa pod coraz większą presją. The Bar World of Tomorrow pokazuje, że przyszłość branży nie wydarzy się „kiedyś” – buduje się ją w codziennych decyzjach podejmowanych tu i teraz. To podejście, które łączy trzy kluczowe obszary: efektywność operacyjną, odpowiedzialne zarządzanie zasobami oraz wellbeing zespołu.

Bar of Tomorrow – Today: decyzje, które budują przyszłość

Maciej Starosolski („Liquid Story”), ekspert TBWOT uświadamia, że przyszłość nie jest odległą perspektywą, ale efektem decyzji podejmowanych każdego dnia.

– To, jak bar działa dziś, decyduje o tym, czy będzie działał jutro. Każda decyzja operacyjna, od kosztów po organizację pracy zespołu, ma realny wpływ na to, czy ten biznes jest w stanie funkcjonować długofalowo – podkreśla Starosolski.

Ekspert uczy, jak budować bar jako spójny system. Taki, który jest jednocześnie rentowny, zorganizowany i możliwy do utrzymania w długim terminie. Kluczowe znaczenie mają tu konkretne obszary operacyjne: kontrola finansów, świadome wykorzystanie surowców, projektowanie menu jako narzędzia sprzedaży, zarządzanie lodem jako realnym kosztem, a także umiejętne planowanie pracy zespołu bez ryzyka wypalenia. Równie ważne jest odpowiedzialne podejście do konsumpcji oraz nowoczesna gościnność, oparta na spokoju, obecności i jakości doświadczenia gościa.

To nie jest wizja ani teoria, ale praktyczne podejście do prowadzenia baru, który ma działać lepiej – od jutra. To także sposób na uporządkowanie codziennych działań, ograniczenie chaosu i budowanie modelu biznesowego, który działa długofalowo – bez kompromisów jakościowych.

Profit-driven sustainability: mniej strat, więcej kontroli, wyższy zysk

Sebastian Cichowlas („FLAN”) podkreśla, że zrównoważony bar to przede wszystkim bar, który zarabia. W jego podejściu sustainability nie jest ideą, ale narzędziem do osiągnięcia lepszych wyników i większej kontroli nad operacjami.

Cichowlas skupia się na tym, jak dzięki dobremu przygotowaniu, batchingowi oraz kontroli podstawowych zasobów – lodu, energii i wody – uporządkować pracę baru, ograniczyć chaos i przyspieszyć serwis. Kluczowe jest tu myślenie systemowe: mniej strat oznacza więcej kontroli, a więcej kontroli przekłada się bezpośrednio na wynik finansowy.

– Dziś sustainability przestaje być tylko ideą, a staje się narzędziem lepszych wyników i spokojniejszych zmian – mówi „FLAN”.

W jego podejściu równie ważne jest podejmowanie decyzji w oparciu o dane. Nawet kilka minut dziennie poświęcone na monitoring strat pozwala zidentyfikować obszary, w których realnie „uciekają” pieniądze. Nie bez znaczenia pozostaje także komunikacja. Pokazywanie kulis pracy baru, smart prep czy rozwiązań zero-waste buduje wizerunek miejsca jako nowoczesnego i świadomego, a jednocześnie dobrze działa w krótkich formatach wideo w social mediach.

TIPY:

- Wprowadź batching i smart prep, by skrócić czas serwisu i zmniejszyć stres zespołu
- Monitoruj codzienne straty — nawet 5 minut trackingu robi różnicę
- Wykorzystuj składniki w całości (np. sok → oleo → dodatki)
- Kontroluj zużycie lodu, energii i wody jako realne koszty operacyjne

Human sustainability: zespół to fundament, nie zasób

W 2026 roku jeszcze wyraźniej wybrzmiewa temat człowieka za barem. Maciej Malinowski zwraca uwagę na to, że prawdziwe zrównoważenie w gastronomii zaczyna się od ludzi. W jego podejściu kluczowe pytania są proste: czy zespół chce tu pracować, czy goście wracają i czy miejsce ma potencjał działać długofalowo?

– Dla mnie human sustainability to nie trend. Oznacza konsekwencję i długodystansowe myślenie o miejscu, ludziach i relacjach – podkreśla Malinowski.

Praktyk zwraca uwagę na to, że gościnność zaczyna się już wewnątrz zespołu – w jakości relacji między ludźmi, komunikacji i codziennym sposobie pracy. To właśnie zaplecze buduje doświadczenie gościa, bo zespół nie tylko obsługuje markę, ale zespół nią jest. Dlatego, w jego podejściu kluczowe jest projektowanie całej ścieżki gościa jako jednego spójnego doświadczenia. Nie chodzi o pojedyncze momenty „wow”, ale o ciągłość. Od pierwszego kontaktu z obsługą, przez wizytę, aż po to, co zostaje po wyjściu z lokalu.

Coraz większą rolę odgrywa także obecność rozumiana jako uważność i skupienie. Manager, który widzi ludzi, a nie tylko liczby. Obsługa, która naprawdę słucha i reaguje w odpowiednim momencie. To jakość, która nie wymaga dodatkowego budżetu, a jednocześnie pozwala budować lepsze doświadczenie i ograniczać zmęczenie zespołu. – *To podejście realnie przekłada się na codzienną pracę – bardziej przewidywalny serwis, lepszą komunikację i większe zaangażowanie zespołu* – dodaje.

CO WARTO WDROŻYĆ:

- Ustal jasne standardy komunikacji i pracy w zespole
- Projektuj doświadczenie gościa jako spójną całość, nie pojedyncze momenty
- Traktuj obecność i uważność jako realne narzędzia pracy
- Buduj środowisko pracy, które wspiera długoterminowe zaangażowanie

Bar przyszłości to nie trend

The Bar World of Tomorrow wyraźnie pokazuje: nowoczesny bar to nie zbiór pojedynczych działań, ale spójny system. Miejsce, które działa efektywnie finansowo, świadomie zarządza zasobami i jednocześnie dba o ludzi, zarówno tych za barem, jak i przed nim. To także podejście, które porządkuje codzienność – ogranicza chaos, wspiera lepsze decyzje i pozwala budować biznes odporny na zmiany. Bo bar przyszłości nie powstaje w teorii. Powstaje w każdej decyzji podejmowanej już dziś.

* * *

The Bar World of Tomorrow by SIP 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 21 306 przeszkolonych uczestników został już przekroczony – i licznik dalej bije (od 2020 roku).

Zajrzyj na: [Homepage](#) | [SIP](#)

Sprawdź [@sip_global](#) i [@thebarworldoftomorrow](#) na Instagramie.

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

Maciej Starosolski („Liquid Story”) – strateg, konsultant i twórca marek z ponad 25-letnim doświadczeniem w branży hospitality, alkoholi premium i gastronomii — w Polsce i na rynkach międzynarodowych. Założyciel Liquid Story, agencji doradczej specjalizującej się w rozwoju marek, strategiach on-trade, edukacji branżowej oraz praktycznych wdrożeniach sustainability i ESG. Przez 11 lat pracował w Londynie, realizując projekty barowe i hotelowe w segmencie premium. Następnie przez 12 lat związany z Pernod Ricard jako Globalny Ambasador Polskiej Wódki, odpowiadając za edukację, advocacy i projekty międzynarodowe. Łączy strategiczne myślenie biznesowe z dogłębną znajomością operacji gastronomicznych. Pracuje z markami alkoholowymi i gastronomicznymi w obszarach: skalowania, ekspansji rynkowej, on-trade marketingu, edukacji zespołów oraz budowy zrównoważonych, rentownych modeli biznesowych. Twórca Gin Dobry – Bardzo Koktajlowy Festiwal. Jego znaki rozpoznawcze to klarowność strategiczna, operacyjność i koncentracja na realnym wyniku biznesowym.

Sebastian Cichowlas („FLAN”) – od 14 lat działa za barem w topowych lokalizacjach Amsterdamu. Jego pasją jest przesuwanie granic smaku, budowanie mądrzejszych i bardziej zrównoważonych systemów barowych oraz pomaganie zespołom w utrzymaniu niezmiennie wysokich standardów. Od redukcji waste po optymalizację operacji pod zysk - skupia się na tym, żeby bary były nie tylko lepsze, ale gotowe na przyszłość. Właściciel Flavour Network (FLAN), Creative Beverage Director – Duke of Tokyo. Zwycięzca Chivas Masters Global 2019, Bartender roku 2024 – Entree Magazine oraz World's 50 Best Discovery Bar (Jitterbug Saloon)

Maciek Malinowski – praktyk gościnności z ponad 25-letnim doświadczeniem w gastronomii, brand experience i budowaniu miejsc opartych na relacjach. Od 2023 roku rozwija autorski projekt Lost Road House — butikowy, górski dom gościnny o pełnym obłożeniu i najwyższych ocenach gości. Współzałożyciel Forum Przestrzenie w Krakowie – jednego z najbardziej wpływowych konceptów gastronomiczno-kulturalnych w Polsce, wyznaczającego nowy standard miejskiego życia i komunikacji. Jako konsultant i szkoleniowiec wspiera restauracje, hotele i marki w projektowaniu doświadczeń, wzmacnianiu sprzedaży oraz budowaniu zespołów, łącząc perspektywę biznesową z wiedzą o psychologii relacji w gościnności.