

STREET FOOD



COUTURE

Anul acesta, Street Food Couture trece la următorul nivel, dar cu o direcție mai clară și mai bine definită. Dacă în 2025 oaspeții au fost interesați de ingredientele gourmet folosite în preparate, în 2026 atenția se mută spre măiestria chefului, tehnica, specificul regional și modul în care preparatul reușește să spună o poveste.

Pentru publicul tânăr, trendul Street Food Couture oferă acces la o experiență culinară premium, dar într-un format mai accesibil. În contextul în care timpul este tot mai limitat, iar bugetele mai atent

gestionate, oaspeții caută acel tip de „lux accesibil”: preparate autentice, proaspete, conectate la influențe globale, dar care transmit și ideea de alegeri mai echilibrate și mai sustenabile. Trendul se potrivește foarte bine restaurantelor cu servire rapidă, unde flexibilitatea și eficiența sunt esențiale. Vorbim aici despre preparate pregătite rapid, porții mai mici, rețete proaspete, sosuri mai lejere și ingrediente cu proveniență locală. Aceste locuri sunt percepute ca autentice, cu experiențe atent construite, fapt susținut și de interesul tot mai mare pentru K-food, preparatele pe

frigărui și îndrăgitul chaat indian.

Street Food Couture merge dincolo de farfuria finală sau oaspete. Este o poveste despre proces, măiestrie și bucuria comună, împărtășită, o direcție care pune în valoare bucătarul și deschide ușa către o lume întreagă de experiențe culinare.

STREET FOOD COUTURE

Street food clasic, reinterpretat cu precizie—Transformă preparatele street food precum bao, burgeri sau rulouri din foi de orez, în experiențe premium, folosind proteine de calitate, condimente artisanale și plating rafinat.

Ingrediente-vedetă pentru meniuri populare în mediul online—Ube, sare de mare afumată, carne de porc din rase tradiționale sau hot honey, ingrediente cu impact vizual și gust

intens, contribuie la crearea unor preparate atractive pe rețelele sociale precum TikTok și Instagram.

Fuziune globală cu respect pentru autenticitate—Integrează rețete tradiționale din bucătării diferite precum cea grecească, filipineză sau din Orientul Mijlociu, păstrând gustul și specificul lor autentic.

Tehnici culinare spectaculoase—În

bucătăriile deschise, metodele de gătire inspirate din street food, precum wok hei, frigerea pe rotisor sau gătirea pe frigărui, devin parte din experiența oaspeților.

Street food sustenabil, cu ingrediente prietenoase cu planeta—Integrează ingrediente sustenabile precum mei african, fasole neagră sau roșii portocalii, în preparate street food familiare, cum ar fi loaded fries sau mini-burgeri.

BUCĂTĂRII POPULARE

Bucătăria din Orientul Mijlociu și cea africană câștigă tot mai multă recunoaștere, inclusiv prin preparate populare precum şaorma.

Grecească	Persană
Latino-americană	Orientul Mijlociu
Pan-asiatică	Filipineză
Argentiniană	Africană
Sri Lankează	
Vietnameză	

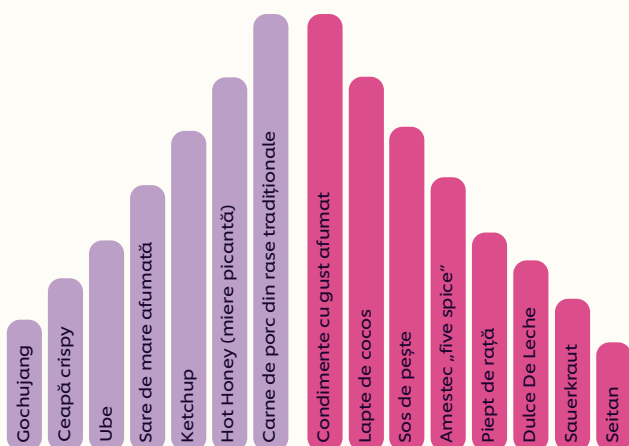


LEGENDĂ

Popular În creștere

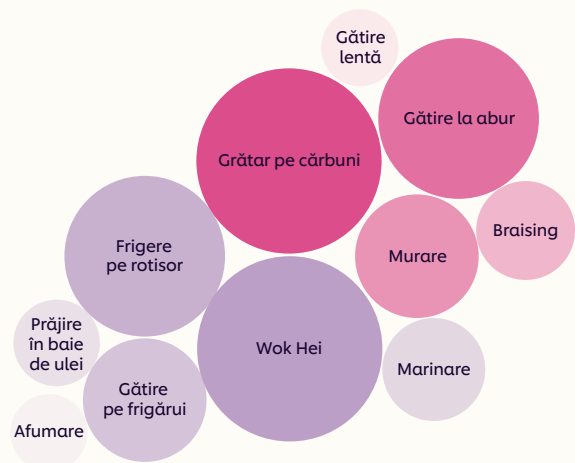
INGREDIENTE POPULARE ȘI ÎN CREȘTERE

Ingredientele noi și interesante se numără printre căutările online cu cea mai rapidă creștere, cu evoluții anuale semnificative pentru ube, gochujang și sare de mare afumată. Astfel de creșteri se observă și în zona sosurilor, precum hot honey și ketchup, dar și a deserturilor, precum semințele de chia și biscoff.



TEHNICI POPULARE ȘI ÎN CREȘTERE

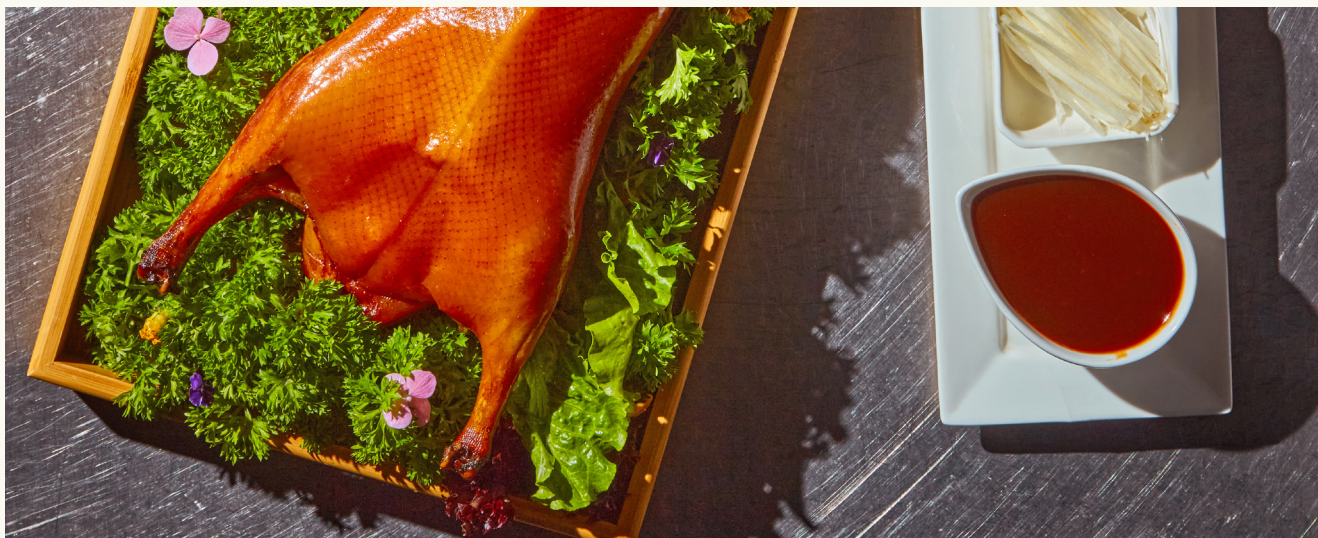
Tehnici inspirate din bucătăriile nord-africane, precum gătirea pe frigărui și grătarul pe cărbuni, câștigă tot mai mult teren în meniuri actuale.



INGREDIENTE ÎN TENDINȚE

STREET FOOD COUTURE

VREI CA PREPARATELE TALE SĂ ATRAGĂ ATENȚIA? IA ÎN CALCUL ACESTE
INGREDIENTE POPULARE PENTRU REȚETELE TALE **Street Food Couture.**



Street food-ul are o istorie de peste o mie de ani și, cu toate acestea, continuă să evolueze de la an la an. Datorită noilor gusturi, texturi și influențe culinare, tendințele din street food se schimbă permanent, oferindu-le clienților experiențe culinare noi și surprinzătoare, chiar și atunci când își doresc un preparat simplu și accesibil.

În 2026, câteva ingrediente cheie își pun amprenta asupra tendințelor de street food. Integrează-le în creațiile tale Street Food Couture pentru a atrage atenția clienților...

Ube

Deja un ingredient de bază în street food-ul din numeroase țări din Asia de Sud-Est, ube este o rădăcinoasă cunoscută pentru culoarea sa mov intens, spectaculoasă, și pentru gustul dulce, cu note de nuci. Își face frecvent apariția în deserturi, chifle umplute, băuturi de tip latte și înghețată și continuă să stârnească interesul clienților.

Chilli Crisp

Originar din China, Chilli Crisp este un condiment picant și crocant, preparat din fulgi de chilli, usturoi și ulei. Oferă preparatelor un echilibru perfect între gustul picant, savoarea umami

și textură. Este din ce în ce mai folosit pentru a da un plus de gust și o notă picantă tăițelilor, preparatelor de tip dumpling (găluște asiatice) și chiar burgerilor.

Sare de mare afumată

Sarea de mare afumată oferă preparatelor o aromă subtilă de fum, fără să fie nevoie de fum sau foc propriu-zis – o soluție ideală pentru cei care vor să integreze acest profil aromatic în preparate.

Hot Honey (Miere Picantă)

Probabil nu este o surpriză să regăsești mierea picantă pe această listă: apare în tot mai multe meniuri. Hot Honey combină dulceața clasică a mierii cu un accent picant de chilli. Este ideală pentru a fi adăugată peste pui prăjit, pizza sau nuci coapte. Combinația dintre dulce și picant devine rapid una dintre vedetele street food-ului.

Folosirea unor ingrediente mai sustenabile este tot mai importantă, mai ales în contextul în care Generația Z, segmentul cu cea mai rapidă creștere, urmărește cu atenție modul în care restaurantele și antreprenorii contribuie la protejarea planetei. Din această perspectivă, următoarele două ingrediente oferă opțiuni sustenabile

și pot completa perfect preparatele de street food.

Goracan (Mei african)

Această cereală străveche a devenit rapid un ingredient de bază în street food. Foarte răspândită în India, unde este folosită pentru Ragi Dosa sau gustări de tip porridge, aduce un gust rustic, cu note pământii, unor preparate precum wrapurile, clătitele în stil dosa, sliders sau chiflele.

În plus, nu conține gluten, este bogată în fibre și reprezintă o sursă de proteine vegetale, fiind potrivită pentru persoanele cu intoleranțe alimentare sau pentru cele care urmează o dietă vegetariană ori vegană.

Roșiile portocalii

Roșiile portocalii sunt ideale pentru dipuri aromate, relish-uri în stil street food, burgeri în straturi sau sosuri pentru smash burger. Pe lângă gustul intens, culoarea lor vibrantă contribuie la crearea unor preparate memorabile și spectaculoase vizual. Sunt deosebit de atractive pentru publicul tânăr, care își dorește nu doar o experiență gustoasă, ci și preparate perfecte pentru a fi fotografiate și distribuite pe rețelele sociale.

DU STREET FOOD-UL LA UN NOU NIVEL

**PREPARATE SIMPLE, TRANSFORMATE ÎN EXPERIENȚE CULINARE VIBRANTE:
REVOLUȚIA STREET FOOD ESTE ÎN PLINĂ DESFĂȘURARE. IATĂ CUM O POȚI
ADOPTA ȘI CUM POȚI DEVENI PARTE DIN EA, CHIAR
în propriul tău univers culinar.**



Ca răspuns la cererea tot mai mare pentru gusturi intense și prezentări inovatoare la prețuri accesibile, street food-ul a devenit una dintre principalele forțe creative ale gastronomiei la nivel global. Operatorii de street food își reinventează rețetele clasice, integrând ingrediente gourmet, tehnici moderne de gătit și influențe din culturi culinare diferite.

În același timp, rețelele sociale le-au oferit acestor afaceri o vizibilitate la nivel global. Clienții sunt încurajați să descopere gusturi noi și să-și împărtășească experiențele, contribuind astfel la dezvoltarea unei comunități în jurul street food-ului. Ceea ce a apărut cândva din necesitate s-a transformat într-o formă de expresie artistică, ce pune în valoare diversitatea și creativitatea culinară a unei regiuni.

Ritmul străzii poate fi integrat în orice tip de locație. Descoperă mai jos șapte idei ușor de adaptat care te vor ajuta să aduci această energie mai aproape de clienții tăi.

1. Evenimente pop-up tematice

Organizează evenimente temporare dedicate unor preparate din diferite regiuni ale lumii. Astfel, poți pune în valoare varietatea specifică street food-ului, poți atrage un public nou și poți menține interesul clienților fideli.

2. Experiențe interactive

Clienții sunt atrași de posibilitatea de a urmări modul în care este pregătită mâncarea, mai ales atunci când sunt utilizate tehnici specifice preparatelor lor preferate de street food. Creează experiențe memorabile prin demonstrații sau ateliere în care aceștia pot învăța cum să pregătească preparate reprezentative.

3. Meniuri actualizate periodic

Un meniu care se schimbă periodic reflectă dinamismul specific street food-ului și poate include constant rețete noi sau specialități din diferite regiuni. În acest mod, le oferi clienților un motiv să revină și să încerce de fiecare dată ceva diferit.

4. Asocieri creative

Oferă recomandări de băuturi care pun în valoare preparatele de street food.

Astfel, poți îmbunătăți experiența la masă și poți crește vânzările.

5. Opțiuni personalizabile

Street food-ul se adaptează cu ușurință preferințelor individuale. Oferă-le clienților posibilitatea de a-și personaliza preparatele, alegând ingredientele, sosurile sau nivelul de intensitate al condimentelor. Astfel, le oferi mai mult control asupra experienței și crești șansele ca preparatul final să răspundă exact așteptărilor lor.

6. Colaborări cu artiști locali

În centrul street food-ului se află cultura, iar aceasta poate lua nenumărate forme. Invită artiști locali să-și expună lucrările în locația ta. Astfel, poți atrage și publicul acestora și poți îmbogăți experiența clienților.

7. Programe de loialitate

Un program de recompensare care oferă reduceri sau mese gratuite după un anumit număr de comenzi va consolida loialitatea clienților și îi va încuraja să revină.

EXPERIENȚE CULINARE



PERSONALIZATE

Personalizarea experienței oaspeților evoluează anul acesta într-o direcție mai clară. Dacă în 2025 trendul experiențelor personalizate era asociat mai ales cu tehnologia, formatele de tipul „crează-ți propriul preparat” și experiențele interactive, în 2026 acesta devine mai echilibrat. Oaspeții caută preparate mai simple, dar în continuare gustoase, atent construite și dinamice, în timp ce servirea rămâne fluidă și eficientă.

Formatul accesibil le oferă oaspeților exact ceea ce își doresc: sentimentul că pot alege. Într-o

lume în care opțiunile sunt aproape nelimitate, iar multe experiențe par deja gândite pentru ei, oamenii vor preparate care se pot adapta ușor nevoilor lor. Acest lucru poate însemna înlocuirea unui topping, ajustarea unui sos sau alegerea unui preparat care răspunde preocupărilor tot mai mari pentru sănătate și preferințe alimentare, fără compromis la gust sau calitate. Aceste momente în care oaspetele deține controlul fac experiența culinară mai distractivă, personală și memorabilă.

Restaurantele cu servire rapidă se potrivesc perfect acestui trend.

Pentru operatori, flexibilitatea în meniu poate crește loialitatea, poate genera interes și poate adăuga o percepție premium, fără costuri ridicate. Pentru oaspeți, mesele de zi cu zi devin mai personale, fie că vorbim despre bowl-uri personalizabile, bucătării deschise sau concepte de tip hot pot și salad bar premium, unde fiecare își poate construi propria versiune a preparatului ideal.

Trendul Experiențe Culinare Personalizate nu se oprește la preparate în sine. Accentul se mută către experiența pe care oaspetele o simte ca fiind a lui: libertatea de a alege, conexiunea cu preparatul și posibilitatea ca o masă obișnuită să devină memorabilă.

EXPERIENȚE CULINARE PERSONALIZATE

Preparatele ajustabile devin esențiale în meniu—Preparatele personalizabile sunt tot mai căutate. Oaspeții pot alege tipul de proteină, sosurile, garniturile sau toppingurile.

Stații de ingrediente vizibile pentru oaspeți—Atunci când gătești în fața oaspeților, de la tranșarea cărnii și

finisarea sosurilor, până la montarea toppingurilor, oferi o experiență culinară completă, spectaculoasă, în timp ce pui în lumină prospețimea ingredientelor și măiestria echipei.

Meniuri hibride—Personalizează preparatele deja cunoscute și apreciate, precum burgeri, bowl-uri

sau lipii, cu toppinguri sezoniere ori inspirate din bucătăriile internaționale.

Rotația aromelor pe baza datelor—Folosește datele din POS, recenziile online și programele de loialitate pentru a adapta mai ușor meniul, în funcție de ce aleg și apreciază oaspeții.

INGREDIENTE POPULARE PE REGIUNI

Orientul Mijlociu

Limoncello, fistic, semințe de chia, kombucha, lychee.

America de Nord

Castraveți murați cu mărar, Biscoff, ceapă crispy, pește pește crud.

Europa

Miere picantă, condimente cu gust afumat, piri piri, nduja.

Asia de Sud-Est

Sfeclă roșie, ube, sirop de arțar, fistic.

Africa

Boba, espresso, sirop de arțar, sfeclă.



LEGENDĂ

Popular În creștere

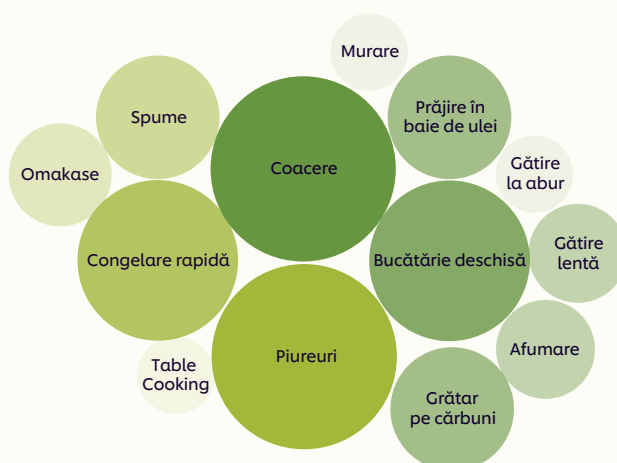
INGREDIENTE POPULARE

Culorile intense, precum cele din sfeclă roșie sau ube, și aromele puternice, precum castraveții murați cu mărar sau sarea de mare afumată, sunt în creștere semnificativă. Personalizările mici, dar cu impact, devin tot mai importante.



TEHNICI POPULARE ȘI ÎN CREȘTERE

Noile moduri de a lua masa, de la omakase la experiențe comune precum table cooking și Korean BBQ, sunt tot mai vizibile. Printre tehnicile cu cea mai rapidă creștere se numără spumele, piureurile și congelarea rapidă.



GUSTUL SE PERSONALIZEAZĂ: IDEI SIMPLE PENTRU MENIURI MAI FLEXIBILE

ÎNTR-O PERIOADĂ ÎN CARE IMPORTANȚA ALEGERII JOACĂ UN ROL ESENȚIAL ÎN ATRAGEREA NOILOR OASPEȚI, CHEF BRANDON COLLINS, EXECUTIVE CHEF UNILEVER FOOD SOLUTIONS, POUGHKEEPSIE, NEW YORK, SUA, ÎMPĂRTĂȘEȘTE SECRETELE SALE LEGATE DE EXPLORAREA PERSONALIZĂRII MENIULUI — **efort minim, impact maxim.**



A existat o perioadă în care experiența desăvârșită la restaurant era strâns legată de consistență, dar, pe măsură ce prezența în mediul digital îi ajută pe oaspeți să fie tot mai conștienți și mai vocali în privința preferințelor lor, trendul personalizării are un rol tot mai important în industria ospitalității.

Cercetarea a arătat că preparatele modulare, pe care oaspeții le pot personaliza, devin un element central în meniuri și reprezintă cel mai important punct din cadrul trendului **Experiențe Culinare Personalizate**. Experiența culinară nu se mai bazează pe reguli stricte și pe ghidarea fiecărui pas al oaspeților, ci pe oferirea elementelor potrivite pentru o experiență memorabilă, care nu poate fi replicată identic. Cu publicul Gen Z în prim-planul acestei tendințe bazate pe alegere, restaurantele trebuie să răspundă nevoilor individuale tot mai diverse ale viitorilor lor clienți. În continuare, Chef Brandon Collins, Executive Chef Unilever Food Solutions, oferă sfaturi și trucuri despre cum poate fi integrată această nouă tendințe fără presiune suplimentară asupra restaurantului și echipei.

Sosuri și condimente

Una dintre cele mai simple modalități de a integra personalizarea este să oferi

o varietate de sosuri, dressinguri sau vinegrete. Oamenii adoră să folosească sosurile ca dip sau să le adauge peste preparate. Nu ai nevoie de rețete noi! Folosește sosurile pe care le ai deja în meniu și pregătește cantități mai mari. Astfel, poți oferi o experiență personalizată fără a te complica. Gama Hellmann's te ajută să faci acest lucru mai ușor, oferind soluții stabile și versatile, potrivite pentru multiple aplicații în bucătărie, de la dip-uri gata de utilizare, la baze de încredere pe care le poți deriva. Sosurile sunt stabile, astfel încât nimic nu se pierde, iar acest lucru asigură eficiență, oferindu-le în același timp oaspeților flexibilitatea pe care și-o doresc când vine vorba de gust.

Toppinguri și extra ingrediente

Toppingurile și ingredientele suplimentare le oferă oaspeților control, răspunzând preferințelor lor actuale. Coriandru? Iubit de unii oameni, contestat de alții. Atunci când îi lași pe oameni să aleagă dacă vor să îl includă sau nu, te asiguri că fiecare se bucură de preparat. Același lucru se aplică și altor preparate din meniu: oaspeții pot înlocui sau combina ingrediente din preparate diferite. Secretul este să folosești ceea ce ai deja. Oamenii își creează propria experiență după propriile alegeri, astfel că preparatele vor varia în mod

natural. Monitorizând ce ingrediente sunt populare, poți dezvolta viitorul meniu și poți crea mai ușor preparate noi, păstrând personalizarea simplă și atractivă.

Tehnici de gătire

Tehnicile de gătire sunt o altă modalitate prin care le poți permite oaspeților să-și personalizeze preparatele. De exemplu, pieptul de pui poate fi prăjit, copt sau preparat pe plită, folosind resursele deja disponibile în bucătărie. Pentru bucăți mai mari de carne, precum coastele de vită, poți oferi o variantă gătită lent, în sos, sau o variantă la grătar, în stil Galbi, folosind aceleași componente. Această abordare răspunde și diferitelor preferințe alimentare, întrucât un oaspete poate evita preparatele prăjite, alegând o variantă coaptă. Astfel, variația tehnicii oferă oaspeților mai multe opțiuni și îmbunătățește experiența culinară, fără să complice procesul de lucru din bucătărie.

Creează mai ușor Experiențe Culinare Personalizate pentru oaspeții tăi! Descoperă broșura Hellmann's cu idei de sosuri derivate pentru un plus de inspirație!

DESCARCĂ BROȘURA

NOILE REGULI ALE EXPERIENȚEI LA RESTAURANT, POTRIVIT GENERAȚIEI Z

LA FEL CA ORICE ALTĂ INDUSTRIE CREATIVĂ, LUMEA CULINARĂ SE AFLĂ ÎNTR-UN PROCES DE TRANSFORMARE, PE MĂSURĂ CE ATENȚIA SE MUTĂ CĂTRE VIITOAREA GENERAȚIE CU O PUTERE SEMNIFICATIVĂ DE CUMPĂRARE. CU PROPRIILE REGULI ȘI UN SET CLAR DE PREFERINȚE, GENERAȚIA Z REPREZINTĂ **următoarea mare provocare.**



Pe fondul creșterii rapide a puterii de cumpărare la nivel global, Generația Z este pe cale să devină publicul-țintă al oricărui brand. Cercetările noastre arată că 84% dintre aceștia mănâncă în drum spre sau dinspre serviciu, iar gustările au devenit o parte esențială a zilelor lor de lucru.

Fiind una dintre cele mai numeroase generații din istorie și având un potențial financiar semnificativ, Gen Z reprezintă viitorul – atât la propriu, cât și la figurat. Pe măsură ce puterea sa de cumpărare evoluează, dezvoltarea pe termen lung a unei afaceri devine imposibilă fără înțelegerea alegerilor și preferințelor sale clare. Dar ce așteptări au cei din Generația Z atunci când iau masa în oraș?

Patru chefi internaționali Unilever Food Solutions pornesc de la experiențele lor reale și oferă recomandări care te pot ajuta să câștigi de partea ta clientul viitorului. De la dimensiunea porțiilor până la tehnicile culinare, aceștia evidențiază câteva dintre direcțiile care pot pregăti afacerile din industria ospitalității pentru viitor.

Brandon Collins,
Chef executiv corporat (SUA)

Una dintre cele mai importante caracteristici ale Generației Z este faptul că nu preferă porțiile mari. Tinerii ies împreună cu prietenii, se așază la aceeași

masă și comandă mai multe preparate mici, în locul unui singur fel principal consistent.

Preparatele accesibile, ușor de împărțit, funcționează cel mai bine. Meniul poate fi completat și cu mocktailuri în format mic, ușor de preparat, deoarece, în general, acești clienți nu consumă alcool. Generația Z apreciază aromele internaționale prezentate în formate familiare – de exemplu, kimchi în arancini sau butter chicken servit pe nachos – precum și reinterpretările creative, dar accesibile, ale preparatelor clasice.

Joanne Limoanco-Gendrano,
Chef executiv (Filipine)

Generației Z îi place să aibă un cuvânt de spus în privința preparatelor pe care le consumă. Membrii ei își doresc să poată alege: sosul care însoțește preparatul, garnitura sau sursa de carbohidrați și chiar detalii mici, precum toppingurile presărate peste cartofii prăjiți.

Este important ca preparatul să includă și un element interactiv: un moment care poate fi surprins și postat pe Instagram, fie că vorbim despre deschiderea unui recipient, turnarea unui sos sau o prezentare care creează o experiență vizuală.

James Brown,
Chef executiv (Regatul Unit)

Generația Z decide foarte repede unde să mănânce: se uită pe Instagram și, dacă o locație arată cool, o alege. Membrii săi sunt spontani, informați și receptivi la experiențe noi, astfel că operatorii trebuie să găsească echilibrul potrivit. Atunci când nu ești sigur ce îți doresc, întreabă-i direct, apoi completează răspunsurile lor cu experiența ta profesională.

Pentru a introduce mai multe opțiuni potrivite pentru gustări, nu ai întotdeauna nevoie de produse noi în meniu. Poți folosi jumătăți de porție din alte preparate existente, poți crea o secțiune restrânsă de salate sau gustări ori poți adăuga câteva sucuri proaspete... Totul trebuie să pară autentic și practic, nu forțat.

René Noel Schiemer,
Consultant culinar (Germania)

Atragerea Generației Z nu este ușoară, dar este important să o întâmpini în propriul context. În restaurantele din clădirile de birouri, tinerii aleg adesea să evite cantina și preferă preparate street food în tendințe sau bowl-uri. Opțiunile proaspete, atractive vizual și orientate către un stil de viață activ sau către preferințe alimentare specifice îi pot convinge să revină.

Locația contează și ea, așa că este esențial să înțelegi preferințele locale și să oferi opțiuni creative și accesibile publicului.

CUM CREEZI MENIUL PERFECT

ÎMBINÂND VIZIUNEA ARTISTICĂ ȘI GÂNDIREA DE BUSINESS, ACEST GHID PREZINTĂ **pașii către succes**. PATRU CHEFI ÎȘI ÎMPĂRTĂȘESC PROPRIILE INTERPRETĂRI ALE MENIULUI PERFECT.



Crearea unui meniu presupune luarea în calcul a numeroase aspecte, însă obiectivul rămâne întotdeauna același: găsirea echilibrului dintre creativitate și profitabilitate.

Orice afacere își dorește să ofere arome delicioase și să integreze tendințele actuale, fără a depăși bugetul disponibil.

Dar cum poți ajunge la acest rezultat? Chiar dacă perfecțiunea pare imposibil de atins, patru chefi Unilever Food Solutions îți oferă recomandările lor.

Eric Chua, Chef executiv (Singapore)

Totul pornește de la a-ți asculta clienții, a înțelege ce caută și a crea un meniu adaptat obiceiurilor lor de consum. De asemenea, este la fel de important să verifici periodic sistemele POS și să analizezi datele de vânzări. Dacă un preparat nu performează, poate fi momentul să îl elimini sau să îl ajustezi. Uneori, preparatul poate fi foarte bun, însă prețul său este prea ridicat pentru publicul locației.

Frank Olivarius Jakobsen, Chef principal și consultant culinar (Danemarca)

Alege ingrediente care pot fi folosite în

cât mai multe moduri și care te ajută să eficientizezi timpul de pregătire, fără a face compromisuri în ceea ce privește calitatea și gustul.

Redu numărul ingredientelor și concentrează-te pe produse profesionale, de calitate, care pot avea utilizări multiple – precum fulgii de cartofi, din care poți obține un piure rustic, o supă, un piure fin sau o spumă.

Și combinarea creativă a produselor este importantă. Asocierea bazelor de supă cu arome concentrate sau alte baze culinare îi ajută pe chefi să creeze preparate semnătură, păstrând în același timp un proces de pregătire simplu.

În cele din urmă, meniurile ar trebui să fie adaptabile, eficiente și capabile să inspire, oferindu-le chefilor flexibilitatea de a modifica preparatele și, în același timp, de a oferi gust, valoare și o experiență memorabilă, cu impact.

Joanne Limoanco-Gendrano, Chef executiv (Filipine)

În procesul de optimizare a meniului, este esențial să păstrezi oferta concentrată și să stăpânești foarte bine între 10 și 15 preparate, în loc să creezi un meniu foarte extins.

Un meniu prea mare crește riscul apariției greșelilor, al problemelor legate de costuri și al dificultăților de gestionare a stocurilor. În schimb, un meniu mai restrâns te ajută să controlezi profitabilitatea, să asiguri o aprovizionare constantă cu ingrediente de calitate și să ajustezi mai ușor preparatele care nu se vând suficient.

Thaís Gimenez, Chef executiv (Brazilia)

Crearea meniului este un exercițiu de echilibru, în care costurile, tehnicile culinare și alegerea ingredientelor trebuie să funcționeze în armonie. Ingredientele scumpe sau rare pot crea experiențe unice, însă folosirea produselor locale, sezoniere și autohtone permite crearea unor meniuri rentabile, care oferă în continuare rafinament prin tehnicile folosite.

Utilizarea datelor despre clienți poate îmbunătăți și mai mult experiența: cunoașterea preferințelor, a obiceiurilor și a vizitelor anterioare le permite chefilor să ofere variații subtile sau preparate personalizate.

RECOMANDĂRI ESENȚIALE PENTRU PLATING

**DETALII FINALE POT FI UNEORI CEL MAI GREU DE REALIZAT.
ACESTE RECOMANDĂRI SIMPLE ȘI UȘOR DE APLICAT TE VOR ADUCE
cu un pas mai aproape de platingul perfect...**



EXPERIENȚE CULINARE PERSONALIZATE

Personalizare prin culoare și contrast

Culorile intense, care atrag privirea, reprezintă una dintre cele mai simple modalități de a crea un preparat cu aspect modern, pe care clienții vor dori să-l fotografieze și să-l distribuie. Integrarea unor ingrediente în tendințe, precum ube (cu nuanță sa intensă de mov), fisticul (un verde proaspăt și discret) sau Hot Honey (cu glazura sa bogată, de culoarea chihlimbarului), poate amplifica imediat impactul vizual al farfuriei. Aceste ingrediente nu aduc doar gust, ci funcționează și ca surse naturale de culoare, ajutând preparatele să iasă în evidență atât în feedurile de social media, cât și în meniu. Suprapune nuanțe contrastante pentru a crea farfurii cu un impact vizual puternic.

Prezintă opțiunile într-un mod cât mai vizibil

Servește sosurile în recipiente mici, mixurile de condimente în boluri individuale, iar toppingurile în vase ceramice sau pe platouri atent aranjate. Astfel, clienții își pot adapta preparatul în funcție de propriile preferințe, iar fiecare element contribuie la povestea vizuală a mesei.

Rezultatul este o experiență culinară mai atractivă și mai memorabilă.

BUCĂTĂRIE FĂRĂ GRANITE

Tehnici pentru texturi

Combină tehnicile culinare și pune în valoare contrastul dintre texturi: proteine gătită pe cărbuni alături de un sos cremos sau legume rumenite rapid în wok, servite cu un piure fin de ube. Alăturarea texturilor diverse face ca influențele culinare diferite să pară surprinzătoare, dar în același timp armonioase. De asemenea, le arată clienților atenția și efortul investite în fiecare preparat.

Alege veselă care reflectă specificul cultural

Servește preparatele în vase care reflectă originile culturale ale rețetei. De exemplu, bibimbapul coreean ar trebui servit în boluri piatră de tip dolsot, iar curryurile indiene, pe platouri thali din oțel inoxidabil. Servește antipasti italienești pe platouri din lemn, iar sosurile salsa și tocănițele mexicane în molcajete. Aceste sugestii simple de servire contribuie semnificativ la crearea unei experiențe autentice pentru clienți.



STREET FOOD COUTURE

Ritmul străzii

Clienții apreciază spectacolul specific street food-ului. Este suficient să urmărești câteva clipuri pe TikTok sau Instagram pentru a vedea cât de ușor devin virale preparatele din această categorie, datorită modului deschis și dinamic în care sunt pregătite. Atunci când spațiul îți permite, păstrează procesul de gătit la vedere și adu în prim-plan energia grillurilor, a wokurilor și a frigărurilor. Scopul este să-i atragi pe clienți și să-i implici cât mai mult în procesul culinar.

Preparate de împărțit, fără formalități

Caracterul relaxat al street food-ului îl face ideal pentru preparate ușor de împărțit, chiar dacă experiența poate deveni puțin dezordonată. Pornind de aici, creează preparate care pot fi date din mână în mână, desfăcute în bucăți sau servite la comun, alături de sosuri pentru dipping. Tocmai această atmosferă informală și aparte a făcut street food-ul atât de popular.

RĂDĂCINI CULINARE

Evidențiază măiestria

Tehnica este una dintre cele mai simple modalități prin care îți poți demonstra măiestria de chef. Lasă la vedere urmele de grill, vasele de fermentare și elementele vegetale de decor, astfel încât clienții să poată vedea pe deplin efortul investit în crearea preparatului. Cu siguranță aceste detalii nu vor trece neobservate.

Pune în valoare autenticitatea ingredientelor

Păstrează ingredientele principale ușor de recunoscut și evită procesarea lor excesivă. Pune în valoare forma, culoarea și aspectul lor natural, mai ales atunci când folosești ingrediente specifice regiunii din care provine preparatul. Această tendință pune puternic accentul pe caracterul tradițional, motiv pentru care ingredientele autentice și modul de prezentare sunt esențiale.