

# Woda do konsumpcji



**Świadomość różnic pomiędzy wodami komunalnymi a butelkowanymi stale wzrasta wśród społeczeństw krajów rozwijających się. Większość konsumentów w tych krajach wie, że wody butelkowane pochodzą ze źródeł wód podziemnych, co oznacza, że są naturalnie czyste i nieuzdatniane. Systematycznie również wzrasta świadomy dobór odpowiedniej wody serwowanej do konsumpcji posiłków, w dużej mierze dzięki producentom wody butelkowanej, którzy edukują swoich przedstawicieli handlowych dostarczających wody zarówno do sklepów, jak i gastronomii. Tym sposobem, jak po nitce do kłębka wiedza i kultura picia wód butelkowanych dociera do konsumentów. Pomocne są również różne akcje medialne i instytucje zajmujące się problematyką wód. W krajach europejskich funkcjonują specjaliści z dziedziny serwowania wód podobnie, jak win oraz innych potraw, a także przeszkoleni sommelierzy. W Polsce ten sektor nie jest jeszcze rozwinięty, a w specjalności profesjonalnych degustatorów wód w opakowaniach stale jest wakat.**

## Rynek wód w systemie HoReCa

W krajach europejskich, gdzie społeczeństwa są bardziej wyedukowane w zakresie walorów wód butelkowanych, sektor HoReCa prężnie się rozwija. Problemy zdrowotne, zakazy dla kierowców spożywania alkoholu, ograniczone zasoby portfela decydują o wyborze właśnie wody butelkowanej do posiłku, zamiast win czy innych napojów. Sprzyja temu szeroki wybór tychże wód w karcie menu. Powszechnie rozwijająca się moda na wodę podczas konsumpcji spowodowała wzrost spożycia również wód z kranu i wód filtrowanych podawanych w niektórych restauracjach w karafkach. Bardziej wysublimowani klienci restauracji wciąż jednak wybierają naturalną wodę butelkowaną zamiast tej z kranu, dostrzegając pomiędzy nimi ogromne różnice przede wszystkim w smaku (w wodzie z kranu zawarty jest chlor) i większe bezpieczeństwo zdrowotne wody butelkowanej. Zwolennicy picia wód kranowych udowadniają korzyści dla środowiska naturalnego, ale przeciwnicy zauważają, że naczynia trzeba myć, urządzenia filtrujące pożerają energię, a filtry muszą być zmieniane regularnie. Zawsze będzie więc istniała grupa wnikliwych i wybrednych klientów, którzy cenić sobie będą smak i skład mineralny wód w opakowaniach, co zapewnia o wiele bardziej higieniczną konsumpcję.

Dotychczas to wino kojarzyło się z elegancją i degustacją, obecnie również woda postrzegana jest jako produkt, który ma walory smakowe.

Coraz większa świadomość konsumentów i ich odczucia estetyczne, przywiązywanie wagi do dobrego jedzenia oraz wysoki standard hoteli i lokali gastronomicznych przyczyniły się w krajach europejskich do wzrostu rynku wód premium.

W ostatnich latach rynek przeszedł transformację. Wcześniej był oparty na wodach lokalnych, teraz widzimy różnorodność marek. Pojęcie „bez koloru i smaku” zostało wyparte przez smak, mineralizację, twardość, miękkość i inne terminy, które dawniej kojarzyłyby się nam raczej ze smakowaniem wina, a nie wody mineralnej.

## Cechy dobrej wody w zakresie smaku i opakowania

Europejscy znawcy tematu twierdzą, że najważniejsze cechy wody serwowanej konsumentowi w restauracji to subtelny smak i wyszukane opakowanie, które będzie dobrze prezentowało się na stole. Jakość wody oddziałuje na konsumenta dopiero w drugiej kolejności. Pierwsze wrażenie robi opakowanie, często niedoceniane, a które jest ważną częścią całościowego wizerunku produktu. Ponadto butelka chroni smak wody i wyróżnia produkt. Opakowanie typu premium powinno się charakteryzować prostym i delikatnym projektem i jednocześnie być w 100% wykonane z przetworzalnego szkła oraz nadających się do odzysku nakrętek. Etykieta powinna być pokryta nietoksycznym tuszem, nie zawierać papieru ani kleju. Nie należy jednak przesa-

zać z ceną opakowania. Natomiast smak wody nie powinien przytłaczać jedzenia. Najbardziej pożądanym przy konsumpcji dań jest smak delikatny. Niektóre wody mineralne mają zdecydowany smak, może być przez niektórych konsumentów lubiany, bo są w stanie go zapamiętać, ale woda to dodatek, a nie danie główne. Nie powinna więc konkurować z dobrym jedzeniem, winem czy innymi napojami.

Smak wody w dużej mierze zależy od poziomu sodu. Woda podawana do posiłku powinna zawierać niski poziom sodu i neutralne pH, nie powinna też być twarda (Mg+Ca). Jeśli serwowana jest jako gazowana, to o niskiej zawartości CO<sub>2</sub> co sugeruje, że woda podawana do konsumpcji powinna być raczej niska, a najwyżej średnio zmineralizowana.

Wyższa koncentracja minerałów w wodzie często pozostawia posmak w ustach. Woda z niezbyt wysoką zawartością minerałów jest miękka i może być serwowana w temperaturze pokojowej. Miękka woda ma delikatny smak i nie musi być schładzana.

**Woda butelkowana zawiera mikroelementy, których nie ma woda z kranu.**



## Kryteria wyboru wody do restauracyjnego menu

Innym zagadnieniem jest powszechne spożycie wody butelkowanej (gaszenie pragnienia, wyposażenie pokoju hotelowego, spożywanie wody do posiłku), dlatego europejskie renomowane restauracje szukają produktu o wysokiej jakości, który będzie się odróżniał od wody z kranu. Bardzo istotny jest design butelki, właściwa proporcja minerałów, dobry smak i dobra cena. Restauracje mogą dobrze zarobić na wodzie, jeśli wybiorą tę odpowiednią, którą klienci polubią i zamówią ponownie. Dlatego przy wyborze wód sugerują się wynikami konkursów, np. Superior Taste Awards, który jest organizowany przez Międzynarodowy Instytut Smaku i Jakości w Brukseli – najbardziej prestiżową organizację zrzeszającą kucharzy, sommelierów oraz instytucje badające rynek FMCG. Konkurs nagradza najlepsze dostępne na rynku europejskim produkty, w tym wody

w opakowaniach, za ich smak i jakość. W 2010 roku wśród znakomitych brandów z Europy i świata zostały docenione cztery polskie wody: Cisowianka Perlage, Kinga Pienińska, Nałęczowianka i Piwniczanka.

W krajach europejskich uzyskane w konkursie wyróżnienia mogą być wspomniane w menu danej restauracji i w ten sposób stać się wskazówką dla konsumenta, jaką wodę wybrać, natomiast dla restauratora czynnikiem podniesienia ceny. Niektóre restauracje na świecie zaczynają wprowadzać do menu karty wód, podobne jak to robią z winami. Istotnym kryterium jest więc smak, który nie powinien zdominować posiłku posmakiem minerałów czy soli.

Są dania, które dobrze komponują się z wodami gazowanymi, i takie, których smak podkreśla woda niegazowana. Z kolei woda zbyt schłodzona może znieczulić kubki smakowe i ograniczyć smakowość potrawy.

Nie bez znaczenia dla rynku HoReCa jest też cena. Tak więc restauratorzy i hotelarze, wybierając wody dla swoich klientów, kierują się mineralizacją wody i jej naturalnym pochodzeniem, wizerunkiem, smakiem, zapachem i ceną.

Im bardziej renomowana restauracja, im droższy posiłek i napoje, tym ważniejszy dobór wody i poziom świadomości wśród obsługi restauracyjnej i hotelarskiej.

### Poziom świadomości konsumentów

W rzeczywistości jest tak, że restauracje wybierają wodę, a konsumenci wybierają restaurację. Raz spożyty posiłek z wodą o złej jakości może zniechęcić klienta do ponownego skorzystania z usług tej restauracji. Dlatego szanująca się restauracja powinna oferować klientowi różne wody o zróżnicowanych walorach. Ci konsumenci, którzy nie wiedzą, jaką wodę mają wybrać, polegają na sugestii kelnera. Dzięki mediom i internetowi coraz więcej ludzi staje się jednak świadomych walorów naturalnych wód, wpływu plastiku na wodę i środowisko, różnicy pomiędzy naturalną wodą mineralną i sztucznie mineralizowaną oraz źródła, z którego ona pochodzi.

Ilość smakoszy wód, którzy potrafią odróżnić smaki wód butelkowanych, nie jest jeszcze duża zarówno wśród konsumentów, jak i kelnerów czy menedżerów restauracji. Ale to się zmienia. Niektórzy producenci, jak też organizacje konsumentów prowadzą szkolenia dla restauratorów na temat korzyści i przewagi dobrej wody

mineralnej o subtelnym smaku nad innymi wodami, ci z kolei przekazują swą wiedzę konsumentom. Świadomość obsługi hotelarskiej i restauracyjnej podnoszona jest poprzez akcje testowania wody przez kelnerów podających wino, smakoszy wina i szefów kuchni.

Konsumenci stają się coraz bardziej świadomi tego, jak ważny jest wybór dobrej wody do swojego posiłku. Ludzie, którzy zwracają szczególną uwagę na jedzenie i napoje rozumieją, że np. wysokiej jakości szkockiej z wodą z kranu, albo nawet z kostkami lodu z niej sporządzonymi, niweluje wrażenia smakowe. Niektórzy producenci starają się podnosić świadomość poprzez większe zaangażowanie w różnego rodzaju wydarzenia i programy kulinarne oraz przedstawić swój produkt światowej sławy szefom kuchni i sławnym restauratorom. Koniecznością jest aby restauracja z listą wód była w stanie wytłumaczyć klientowi podstawowe różnice między poszczególnymi wodami. Z kolei obsługa hotelowa powinna mieć świadomość, że inna woda powinna być dostarczana do pokoi hotelowych, a inna podawana do posiłków.

W Polsce posiadamy bardzo wiele dobrych wód, które spełniają warunki opisywane powyżej, a konsumenci stają się coraz bardziej świadomi tego, co oferuje rynek. Jeszcze kilka czy kilkanaście lat temu rynek wód butelkowanych miał charakter lokalny. Obecnie prawie wszyscy polscy producenci butelkowanych wód dystrybu-

ują je na cały kraj, a ponadto coraz więcej pojawia się na rynku wód importowanych z całego świata, nawet te pochodzące z lodowców Arktyki czy wyspy Fiji. Jest więc w czym wybierać, tylko należy zachęcać restauracje i hotele do edukacji w tym zakresie swojego personelu a polskie wody dobrej jakości promować nieprzerwanie poprzez dobór odpowiedniej butelki, najlepiej szklanej.

W Polsce można spotkać nieliczne restauracje, które markę wody wymieniają w swoich kartach dań. Na ogół zamieszczają jedynie informację o posiadaniu wody gazowanej i niegazowanej. Ponadto rodzimi restauratorzy nie mają w swojej ofercie zbyt dużego wyboru wód mineralnych, których jest w Polsce bardzo dużo. Wynika to z podpisanych umów „na wyłączność” z jedną firmą na jedną markę wody. Restauracji serwujących więcej niż jedną markę wody jest bardzo niewiele. Oferują one wówczas topowe marki polskie oraz marki zagraniczne jak woda Perrier, Evian, S.Pellegrino, Borjomi lub Nabeghlavi. Bywa też tak, że restauracje specjalizujące się w kuchni francuskiej serwują wody francuskie, restauracje włoskie – wody włoskie itp.

Należy mieć nadzieję, że wzorem krajów europejskich, również w Polsce w niedługim czasie restauracje będą posiadały karty wód i przeszkolony personel.

*Na podstawie Beverage Innovation XI-XII/2010 Mieczysław Kucharski*



# Notatki smakosza



**Arno Stuguweit – dawniej kelner podający wino w restauracji Manager w jego rodzinnych Niemczech, obecnie niezależny konsultant w doborze wody w branży hotelarsko-restauracyjnej odpowiada na pytania zadane przez „Water Innovation” (XI-XII/2010) na temat wód butelkowanych i dobrego jedzenia.**

## Nad czym obecnie pracujesz?

Pracuję jako ambasador szwajcarskiej butelkowanej wody mineralnej, jak również dla stowarzyszenia handlu wodą mineralną. Opracowujemy pierwszy certyfikat dla kelnerów podających wodę mineralną w Niemczech, który będzie obejmował ukończenie kursu i egzamin końcowy. Inne projekty to uruchamianie sklepu internetowego z wodami mineralnymi z całego świata, oferującego przystępne ceny, oraz praca nad tym, żeby dotacje z organizacji charytatywnych docierały do krajów trzeciego świata.

## Jakimi cechami powinna charakteryzować się dobra woda stołowa?

To trudne pytanie, ponieważ picie wody to bardzo osobista rzecz. Nasze języki mogą wyczuć smak słodki, kwaśny, gorzki i słony. Tylko trzy z nich (oprócz słodkiego) mogą się pojawić w wodzie. W zasadzie nie możemy czuć wody, ponieważ nie ma ona prawa mieć jakiegoś smaku, ale odczuwamy ją naszymi brodawkami na języku. Jedna osoba preferuje ogólny smak wody, inna lubi gorzyc, a jeszcze ktoś inny uwielbia odświeżającą kwaśność. Jeśli zorganizujesz degustację wody z dziesięcioma osobami, to bardzo prawdopodobne jest, że uzyskasz dziesięć różnych opinii – trzy osoby naprawdę ją polubią, cztery pomyślą, że jest przeciętna, a reszcie nie będzie ona wcale smakować. Jeśli chodzi o butelkowanie, szkło jest idealne dla wody, ponieważ PET może być różnej jakości i może zakłócać czysty wygląd wody.

## Jak ważny jest wybór wody dla czerpania przyjemności z posiłku?

Jeśli pijesz dużo wody podczas posiłku, to nie będziesz się czuła przejeżdżona – będziesz się czuć dobrze. Będziesz też mogła wypić więcej wina, bo alkohol zostanie rozwodniony, zanim jeszcze zacznie oddziaływać na twoje ciało. Idealna do posiłku jest lekka, miękka i świeża woda niegazowana albo delikatnie gazowana.

## Czego szukają restauracje i hotele, kiedy wybierają wodę do swojego menu?

Ważny jest duży wybór wód, jeśli chcą się wyróżniać na rynku. Jedzenie dobrej jakości, obsługa na wysokim poziomie są na porządku dziennym, ale dodatkowe atuty, takie jak kelner znający się na wodzie, przyciągają klientów z całego świata. Tak zawsze było w hotelu Adlon w Berlinie, gdzie sprzedaż wzrosła o 30%.

## Czy ludzie są świadomi wyboru odpowiedniej wody stołowej do posiłku? Jakbyś zachęcił producentów wód butelkowanych do podnoszenia tej świadomości?

Świadomość wzrosła przez ostatnie 5 lat i ludzie często dokładnie wiedzą, co chcą zamówić, w szczególności kobiety. Producenci wód butelkowanych zrozumieli, że muszą szlifować swój wizerunek i produkować to, czego oczekują klienci. Dowiadują się coraz więcej o potrzebach i nawykach swoich grup docelowych, co pomogło stworzyć historie pochodzenia ich wód, jak i odpowiednie opakowania.

## Jaka jest główna reakcja na sesje smakowania wody, które organizujesz?

Smakowanie wody pozostaje jednym z najbardziej fascynujących doświadczeń w moim życiu. Niektórzy wciąż wierzą, że woda to tylko woda, ale jak ich przekonasz, że są różnice i pokażesz jakie, to jest to dla nich bardzo odkrywcze doświadczenie. W końcu ludzie chcą wiedzieć więcej o wodzie i zaczynają o tę świadomość dbać.

## Dlaczego praca w tej branży tak cię fascynuje?

Dla mnie woda jest najbardziej zaniedbywanym i niedocenianym produktem. Bez wody nie ma życia, jest paliwem dla naszego organizmu, a jednak nie zwracamy na nią takiej uwagi, jaką powinniśmy. W ciągu 30 lat ponad 50 krajów na świecie nie będzie miało wystarczająco świeżej wody, aby zaspokoić swoje codzienne potrzeby. Nie będą nawet miały do niej dostępu. Wojny szybciej rozpętają się z powodu braku wody niż braku ropy. Przemysł może zrobić bardzo dużo w celu podniesienia naszej świadomości – może produkować i butelkować wodę w zgodzie z przyrodą, może uczyć spożywania wody butelkowanej w krajach, gdzie nie jest to na porządku dziennym, bo w pewnym momencie będzie to jedyny sposób na to, żeby przetrwać. Woda jest najważniejszym zagadnieniem, jeśli przychodzi do ekonomii i polityki przyszłości. Powinniśmy o nią dbać, zanim będzie za późno. ■

