



“
Banvit BRF, 55. Yaşında Yatırımlarla
Büyümeye Devam Ediyor
► Sayfa – 13



“
İyi Tasarlanmış Menüler, Satış
ve Sadakati Artırıyor
► Sayfa – 14

HORECA TREND

Hotel
Restaurant
Cafe
Catering

TEMMUZ-AĞUSTOS-EYLÜL 2023 | Yıl: 01 ► Sayı: 04

ISSN 2822-6038
9 772822 603004



cateringturkiye.com

57 şehirden, 759
catering firmasına bir
‘tık’la ulaşma kolaylığı



Vedat Milor :

“İyi ve Doğru Ürün Olmadan,
İyi Restoran Olmaz.”



**Michelin Guide Destinasyon
Listesine İzmir ve Bodrum
Ekleniyor**

Michelin Direktörü Gwendal Poul-
lennec ile Kültür ve Turizm Bakanı
Mehmet Nuri Ersoy'un açıklamaları.

► Sayfa – 04



**Türk Rivierası Olarak Adlandıran
Bodrum'da Michelin Heyecanı**

Mandarin Oriental, Bodrum
Genel Müdürü Ersev Demiröz'ün
açıklamaları.

► Sayfa – 05



Dünya Turu: Gürcistan

Dünyanın farklı coğrafyalarından
HORECA sektörüne dair izlenimler
sunduğumuz “Dünya Turu” serimizin
son durağı Gürcistan oldu.

► Sayfa – 15

Türkiye'de “gastronomi” denildiğinde akla gelen ilk isim Vedat Milor, HORECA TREND Yazı İşleri Müdürü Okan Yüksel'e özel açıklamalarda bulundu. Vedat Milor ile yemek, şarap, kültür, Michelin ve Türkiye'de HORECA sektörünü konuştuk.

► Sayfa – 06

**“Gerçek
Adana Kebabı
Artık Ankara'da”**

► Sayfa – 08

**Yüksel Karakış:
Şehir Turizmi Kaliteli
Restoranlarla Gelişir**

► Sayfa – 09

**Vakko L'Atelier ile
Bodrum'da İki Yeni
Lezzet Durağı**

► Sayfa – 10

**Divan Fit ile
Lezzet ve Sağlık
Bir Arada**

► Sayfa – 12


mezzeMarin®

Somon F  me

**Türkiye'nin her Bölgesine
Kargo İ mkanı**



www.mezzemarin.online



EDITÖRDEN

Elif Akın Yüksel
elif@horecatrend.com



Türkiye’de otel, restoran, cafe ve catering sektörlerinin nabzını tutan, HORECA sektörünün öncü gazetesi HORECA TREND’in yeni sayısı ile karşınızdayız.

Her ay binlerce sektör profesyoneli-ne ücretsiz olarak ulaştırılan gazetesimizin yanı sıra web sitemiz, sosyal medya hesaplarımız ve e-bültenlerimizle sektörün nabzını tutmaya devam ediyoruz. HORECA TREND siz okurlarımız ve sektör bileşenlerinin desteğiyle her geçen gün etki ve kapasitesini daha da artırıyor. Türkiye’nin uluslararası başarılarla dolu HORECA serüveninin bir parçası olduğumuz için çok mutluyuz.

HORECA TREND’in yine dopdolu bu yeni sayısında; çok değer verdiğimiz ve Türkiye’de gastronomi kültürünün sosyalleşmesinde önemli katkıları ol-

duğunu düşündüğümüz Vedat Milor ile özel bir röportaj gerçekleştirdik. Yazı İşleri Müdürümüz Okan Yüksel, Vedat Milor ile Türkiye’de (ve dünyada) gastronomiyi, yeni trendleri ve HORECA sektörünün gelişimini konuştu.

Dünyaca ünlü gastronomi rehberi Michelin; İstanbul’un ardından, İzmir ve Bodrum’a da rehberde yer verileceğini duyurdu. Michelin’in bu kararı ile Türkiye’nin çok önemli bir gastronomi destinasyonu olduğu bir kez daha vurgulanmış oldu. Kararın İzmir ve Bodrum’daki yansımaları ile Michelin Rehberi Uluslararası Direktörü Gwendal Poullennec ve Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy’un açıklamalarına ilgili haberlerimizde yer verdik.

Otel, restoran ve gastronomi ha-

berlerinin yanı sıra Türkiye’de cafe ve catering sektörlerinde yaşanan gelişmeleri de bu sayımızda sizlere kapsamlı olarak sunmaya çalıştık. HORECA sektörünün önemli bileşenleri arasında yer alan tedarikçi şirketlerimize ve sektördeki yenilikçi ürünlere de sayfalarımızı olabildiğince açtık.

Gelenekselleşen “Dünya Turu” sayfamızda ise bu ay, Gürcistan’a konuk oluyoruz. Ekip olarak gittiğimiz ve bir hafta boyunca HORECA sektörüne dair incelemeler yaptığımız Gürcistan oldukça ilgi çekici bir ülke. Gürcistan’daki izlenimlerimizin yer aldığı Dünya Turu sayfamızı da mutlaka okumanızı öneririm.

HORECA TREND ekibi olarak bizlerin keyifle hazırladığı, içimize sinen bir sayı oldu. Keyifle ve ilgiyle okumanızı dileriz...

KÜNYE

İmtiyaz Sahibi ve Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Okan YÜKSEL
okan@horecatrend.com

Genel Koordinatör
Elif AKIN YÜKSEL
elif@horecatrend.com

Editörler
Hacer SARIKAYA
Yaren EKŞİ
Berk ELMAŞ
Aslıhan BAYRAKDAR

Sanat Yönetmeni
Fatih ÇETİN

Hukuk Müşaviri
Av. Mustafa GÜMÜŞ

Yayın İdare Merkezi
ODTÜ TEKNOKENT Bilişim İno-
vasyon Merkezi Mustafa Kemal
Mah. Dumlupınar Blv. 280/G
Çankaya/Ankara

İletişim
0(312) 911 62 24
info@horecatrend.com
www.horecatrend.com

Reklam
Orbis Medya
0(312) 911 62 24
reklam@horecatrend.com

Tasarım
Prosigna Tasarım
Oğuzlar Mah. 1374. Sokak
2/4 Çankaya / ANKARA
Tel. 0312 342 22 45
www.prosigna.net

Baskı
Başak Matbaa
Merkez Ofis: Anadolu Bulvarı
Meka İş Merkezi No:5 Kat:7
Gimat Yenimahalle / ANKARA
Fabrika: Çınar Mah. Çankırı Bul-
varı No:108 Akyurt / ANKARA
Tel: (0312) 397 16 17

Yayın Türü
Yaygın Süreli Yayın
Üç ayda bir basılı
olarak yayımlanır.

HORECA Trend ve ekleri,
Orbis Medya Bilgi ve İletişim
Teknolojileri Ltd. Şti. tarafından
hazırlanmıştır. Bu yayında yer
alan yazı ve fotoğrafların tüm
hakları kredi sahiplerine veya
Orbis Medya Bilgi ve İletişim
Teknolojileri Ltd. Şti.’ye aittir.
İzinsiz alıntı yapılamaz. İlanların
ve haberlerin sorumluluğu
sahiplerine aittir.



Michelin Rehberi'nin Türkiye Haritasına İzmir ve Bodrum Ekleniyor



Michelin, Türkiye'deki seçkisine İzmir ve Bodrum'un da dahil olduğunu duyurmanın mutluluğunu yaşıyor. İzmir ve Bodrum için ilk kez gerçekleştirilecek restoran seçimleri, rehberin İstanbul'daki ikinci seçkisi ile birlikte 9 Kasım 2023 tarihinde İstanbul'da gerçekleştirilecek özel bir törenle duyurulacak.

Türkiye'de Ege ve Akdeniz mutfak geleneklerinin yanı sıra yöresel lezzetleri de barındıran İzmir ve çevresi şarap rotalarından biri olan şirin Urla ilçesi de dahil olmak üzere, gastronomi anlamında geniş seçenek sunuyor. Gastronomik ve yeni moda restoranlardan modern kafelere, geleneksel ve popüler yemek mekanlarına kadar İzmir, yemek çeşitliliği ile parlıyor. Genellikle geçmişin mirasını modern bir şekilde yorumlamaya hevesli yerel genç şefler tarafından işletilen çok sayıda restoran, Ege lezzetleri, taze balık ve zengin meze çeşitleri sunuyor.

Muğla ilinde yer alan en ünlü Türk turizm destinasyonlarından biri olan Bodrum ise, otantik ve deniz

MICHELIN Rehberi müfettişleri, İstanbul'un yanı sıra İzmir ve Bodrum'u da mercek altına alıyor. Bu iki ikonik ve turistik bölgenin rehberde dahil olması, Türkiye'nin zengin ve heyecan verici bir gastronomi destinasyonu olduğunu kanıtlıyor.

lezzetleri ile parlayan Türk restoranların yanında, Asya ve İtalyan mutfaklarının oldukça popüler olduğu ve dünya mutfaklarından çeşitli seçkiler sunan restoranların harika bir karışımı ile şekilleniyor. Burada yer alan lüks tatil köyleri, yaratıcı olmasının yanı sıra en iyi yemek deneyimini de içlerinde barındırıyor.

Michelin Rehberi Uluslararası Direktörü Gwendal Poullennec, "Geçen yıl İstanbul'a yaptıkları ilk ziyaretlerden sonra müfettişlerimiz, yol haritalarına İzmir ve Bodrum'u dahil etmekten oldukça memnundular. Bu iki lokasyon sadece kültürel ve turistik açıdan unutulmaz ve benzersiz deneyimler sunmakla kalmıyor, aynı zamanda keşfedilmeyi hak eden bir mutfak kültürüne de sahip. Bu iki yeni bölgeyi MICHELIN Rehberi ailesine dahil ederek, Türkiye'nin asla kaçırlmaması gereken bir gastronomi destinasyonu olduğu mesajını dünyaya yaymayı gönülden arzuluyoruz" dedi.

Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy

ise şöyle konuştu: "İstanbul'un ardından önde gelen turizm destinasyonlarımız arasında yer alan İzmir ve Bodrum'un 'gastro-şehir' olarak öne çıkmasından dolayı son derece mutluyuz. Sürdürülebilirlik kavramını özünde barındıran mutfak kültürümüzün zenginliğini, bölgenin en nitelikli ürünleriyle, tarladan sofraya yaklaşımıyla harmanlayan yetenekli şeflerimiz sayesinde dünyaya sergileyebileceğiz. Türkiye'nin gastronomi turizmindeki büyüyen potansiyelini göstermesi itibarıyla, bu 2 yeni bölgemizin Michelin Rehberi'ne eklenmesinden dolayı çok memnunuz, önümüzdeki senelerde yeni şehirlerimizin de listeye ekleneceğine kuvvetle inanıyoruz."

2022'de ilk kez yayınlanan Michelin Rehberi İstanbul, Türkiye'nin gastronomik potansiyelini ve mutfak çeşitliliğini gözler önüne sermişti. Michelin Rehberi İstanbul'da 5 Michelin Yıldızlı, 1 Michelin Yeşil Yıldızlı ve 10 Bib Gourmand olmak üzere toplamda 53 restoran önerilmişti.





Bodrum'da Michelin Heyecanı

Michelin'in rehber müfettişlerinin İstanbul'un ardından, İzmir ve Bodrum'u da destinasyon listesine almasıyla birlikte, Türkiye'nin bir gastronomi destinasyonu olduğu bir kez daha vurgulanmış oldu..



Yıldız'ına layık görülen Hakkasan, bu kez Mandarin Oriental Bodrum'un içinde yer alan restoranıyla yeni bir Michelin Yıldızı almayı hedefliyor. İzmir ve Bodrum'da Michelin Yıldızı almayı hak kazanan restoranlar 9 Kasım 2023'te İstanbul'da yapılacak bir tören ile açıklanacak.

Bodrum'un gastronomi zenginliği Michelin komitesinin de dikkatini çekti ve Türk Rivierası olarak adlandırılan Bodrum, İzmir ile birlikte Michelin Guide destinasyon listesine girdi. Mandarin Oriental, Bodrum Genel Müdürü Ersev Demiröz, "Geçen yıl İstanbul'un listeye girmesi hepimiz için mutluluk ve gurur vericiydi. Biz de hemen dünyaca ünlü bir destinasyon olan Bodrum için çalışmalarına başladık ve Michelin ekipleriyle temasa geçerek başvurumuzu yaptık. Yapılan değerlendirmenin olumlu sonuçlanması Bodrum'un Michelin Guide destinasyon listesine girmesi bizi son derece mutlu etti. Umuyorum ki Bodrum'un üstün hizmet kalitesi ve restoranları artık daha da parlayacak ve Michelin Yıldızı'yla onurlandırılacaktır. Mandarin Oriental, Bodrum olarak Hakkasan gibi dünyaca ünlü bir marka ile birlikte tüm seçkin restoranlarımız için heyecanlıyız" dedi.

Abu Dhabi, Dubai, Londra ve Mayfair'deki restoranlarıyla Michelin

Cennet Koyu'nun eşsiz manzarası eşliğinde, her ayrıntının özenle tasarlandığı, rutinlerden uzak yeniliklerin ve sürprizlerin öne çıktığı Mandarin Oriental, Bodrum, her detayında konforla buluşan havuzlu, yemyeşil bahçeli ve geniş teraslı odaları, tam donanımlı mutfaklarıyla ev konforunu aratmayan rezidans daireleri, barbekü köşelerine ve sonsuzluk havuzuna sahip, asırlık zeytin ve çam ağaçlarının arasında bulunan göz alıcı süit ve villalarıyla tatil için gelen misafirlerine lüks konforu sunarken aynı zamanda ulusal ve uluslararası markalara ev sahipliği yapan yeme içme mekanlarıyla da misafirlerine bir gastronomi ziyafeti sunuyor.



Masterini

PROFESSIONAL

Profesyonellerin Yeni Tercihi

Çırpıldığında dakikalar içinde hacminin 2,5 katı kadar kabarır.

Büfeye çıktığında şeklini kaybetmez.

Çökme, çatlama ve sulanma yapmaz.

Masterini
PROFESSIONAL
KREM ŞANTI

%26 Yağlı

1le

Masterini
PROFESSIONAL
KREMA

%33 Yağlı

1le

Sıcak uygulamalarda ideal kıvam ve lezzet verir.

Asitli ve sıcak uygulamalara dayanıklıdır.

Ürüne yapışmadan ürünü kaplayarak ideal yapıyı sağlar.

Şekersiz Krem Şanti olarak kullanılabilir.

Ak Gıda
kalitesiyle üretilmiştir

0850 933 4246



Vedat Milor:

“İyi ve Doğru Ürün Olmadan, İyi Restoran Olmaz”

Türkiye’de gastronomi denildiğinde akla sadece “yemek” geliyor. İşin “içmek” boyutu genelde görmezden geliniyor. Oysa dünyada yemeğin en önemli eşlikçilerinden birisi içecek, özellikle de şarap oluyor. Biz bu konuda sizce ne durumdayız? Türkiye’deki restoran işletmecilerine, şeflere önerileriniz var mı?

Bu çok doğru. Sürekli söylediğim bir şey var: 1+1=3 olabilir. Bu ne demek? Eğer yemeği doğru şarapla eşleştirmeyi başarırız, tüm deneyimi çok daha üst noktalara çıkarabiliriz. Bunu nasıl başarabiliriz? Bir defa dikkat ederseniz, doğru şarapla dedim. Şarap o kadar kompleks bir içki ki, başka bir içkiyle bu bahsettiğim deneyimi yaşamak istisnalar dışında mümkün değil. Tabii insanlar bunu söyleyince, hemen kendilerine hakaret edilmiş gibi hissediyorlar ve bu tür diktelere karşı çıkıyorlar. Haklı oldukları taraflar var. Yemek en başta bir keyif işi. Hayatın türlü zorluklarından kaçma imkanı veren, ondan daha çok keyif almamızı sağlayan bir araç, bazen bir amaç. O yüzden ‘Hayır kardeşim, sen öyle zevk almayacaksın, bak bu şarabı içip keyif alacaksın’ demek yanlış olur. Lütfen öyle anlamasınlar. Ben sadece altını çizerek, gastronomik açıdan doğru olanı tespit etmeye çalışıyorum. Yoksa şaraptan keyif alamayan biri, neden zorla kendine işkence etsin ki? Gastronomik bir doğru dememin sebebi de şu: Rakı gibi içecekler alkol açısından çok yüksek. Meyhanelerin, et ve balık lokantalarının da işine gelen bir şey bu. Yüksek alkolle damak zaten dumura uğruyor. Neyi getirirlerse olur. Amaç zaten yemekten ziyade rakı eşliğinde muhabbet.

Bir diğer olumsuz durum ise yabancı şarapların ithalinde yaşanan zorluklar. Yerli şarap sektörü giderek iyiye gidiyor ama bu konuda hala yetersiziz. Sadece kendi şarabını içen, yabancı şaraplarda yeterli referans noktasına sahip olmayan üreticiler karakterli olmayan şarapları astronomik fiyatlara satıyorlar. Sebeplerinden biri de aynı fiyata sahip ama onlardan fersah fersah ileride olan yabancı şarapları ülkemizde bulmanın zorluğu. Onlar gelirse bence rekabet artar, sektör

Türkiye’de “gastronomi” denildiğinde akla gelen ilk isim Vedat Milor, HORECA TREND’e özel açıklamalarda bulundu. Milor ile yemek, şarap, kültür, Michelin ve Türkiye’de HORECA sektörünü konuştu.

ileriye gider. Maalesef bugün çok beğendiğim gastronomik restoranlar olan TURK, Alaf gibi restoranlarda iyi şaraplar içmek çok zor. Durum böyle olunca oradaki yemek deneyimini aşağı çekiyor ve global düzeyde geri kalıyoruz. Tamam, yerli bir sektöre destek verme amacı var. Ancak böyle olunca işin içine biraz tembellik giriyor, müşterinin yaşayacağı deneyimi artırma gayesi sektöre uğruyor.

Türkiye’deki restoranlarda gördüğünüz en yaygın hata veya eksiklikler neler? Bu tür problemlerin önüne nasıl geçilebilir?

Birini az önce söyledim. Şarap menülerindeki özensizlik. Nereden çıktığını anlaşılamayan yerli şarap saplantısı. Diğer hatalardan en önemlilerine gelecek olursak... Yemek sipariş ediyorsunuz. Güzelce sırasını planlıyorsunuz. Ve... Hop-pala! Bir anda akıncı ordusu gibi tüm yemekler masaya geliyor. Giriş, ara sıcak hatta bazen ana yemekler hep birlikte önünüzde. Biri soğuyor, öbürüne uzanmak zor, şunu uzat derken tam bir keşmekeş. Halbuki yurtdışında lüks olsun olmasın, kalburüstü restoranların sahibi ve çalışanları sizi yormadan, yemeklerin soğumasına izin vermeden belli bir sırayla servisi yaparlar. Bunu



biraz da içki kültürünün eksikliği ile açıklayabiliriz. İçkili yerlere dikkat edin. Rakı bile olsa sıraya riayet edilir. Neden? Çünkü içki o yemek deneyimini uzun süren bir deneyime dönüştürmüştür. İşte her yerde işin içine şarap esaslı bir unsur olarak girse yemek her yerde yavaş ve keyfine vararak yenilen bir aktivite haline gelir.

İyi yemeğin iyi malzeme ile mümkün olabileceği bir gerçek. Bu konuda Türkiye’nin yıldan yıla gelişmek bir yana her geçen gün daha da kötüye gittiğini düşünüyorum. Bu konuda sizin de fikirlerinizi almak isterim. Ne yapmamız gerekiyor? İyi malzeme olmadan iyi yemek yapmak, Türk mutfağını geliştirmek mümkün mü?

İyi yemek yapmak isteyen biri için başlangıç noktası her zaman iyi malzeme tedariki. O malzemeyi ne şekilde işleyeceğinizi, pişireceğinizi biliyorsanız, kötü bir yemek yapma ihtimaliniz çok düşük. Ama kötü malzemeyle iyi yemek yapmak çok zor bir iş. Kötü malzemeyi maskeleyecek soslara ihtiyaç duyulur. Mesela İtalya mutfağı malzeme odaklı bir mutfaktır. Vezüv’ün volkanik toprağında yetişen domatesler olmadan, ne bileyim, Amalfi’deki limon olmadan yöresel yemekleri yapmak zor. Aynı şey bizim için de söz konusu. Ardanuç’taki Ersin Dede’de yiyeceğiniz çağ kebabını ya da Adana’daki kebapları, Ege’de otlarla yapılan yemekleri vs. başka bir yerde yapmanız çok zor. Neden? Çünkü malzeme yok. Tıpkı kimyasal bir reaksiyon gibi. Girdiler farklı olunca, çıktı da farklılaşıyor. Tabii asıl

sorun, ülkemizde tarım ve hayvancılığın giderek zorlaşması. Sosyal ve ekonomik sorunların malzeme kalitesini de etkilemesi. Denizler zaten tamamen kurumuş durumda. İyi ürünlerimizi de ülkemizde değil, maalesef yurtdışında yiyebiliyoruz. Nasıl mı? Mesela kuzugöbeğinin en iyilerini Paris’in üç yıldızlı restoranlarından L’Ambroisie’de, İskenderun’dan çıkan kırmızı kariesleri ise Venedik’te yiyebilirsiniz. Şaşıracak bir şey yok çünkü deniz ürünlerinin, özellikle tunanın en iyilerinin Tokyo’ya gitmesi gibi, bizim ürünlerin en iyileri de alım gücü faktöründen dolayı yurtdışına gidecektir. Böyle olunca, ülke mutfağının olumsuz etkilenmemesi imkansız!

Türk mutfağını dünyada nasıl konumlandırıyorsunuz? Potansiyeli ve önemi hakkında neler düşünüyorsunuz?

İmparatorluklara, kadim uygarlıklara ev sahipliği yapmış, sayısız etnik kültürün etkileşimde bulunduğu çok önemli bir coğrafyadayız. Her gelen kendisine ait bir yemeği, ürünü getirmiş. Bunlar zamanla muazzam yemeklere evrilmiş. Başka kültürlerden aldığımız yemekleri de çok iyi noktalara taşımışız. Çok zengin bir yemek kültürüne sahibiz. Bu madalyonun bir tarafı. Bir de madalyonun diğer tarafı var. Dünyayı sırf yemek için gezen gastronom dediğimiz insanlar var. Ya çok varlıklılar, ya da varlıklı olmasalar da tüm gelirlerini çok iyi yerlerde yemek için harcıyorlar. Ortak noktaları yemek tutkuları. Şimdi bu insanlar pektabii Türkiye’ye geliyorlar ama ülkemiz hiç-

bir zaman İspanya, Fransa, İtalya, Japonya gibi ülkelerin seviyesinde olmamıştır. İki temel sebebi var. Birincisini yukarıda anlattım. En iyi restoranlarımızda bile şarap menüleri çok zayıf. Geldiğinde ne içecekler? Dahası gastronomik açıdan değerli bulduğum yerlerde şarap yok. Konya’da, Şanlıurfa’da, Malatya’da, Adana’da olağanüstü yöresel lezzetler var. Ama bunu suyla mı içecekler? O yüzden soruyu şöyle yanıtlayabiliriz. Potansiyeli yüksek olan ama sosyolojik değişimler olmadan asla hak ettiği yere gelmeyecek bir mutfak diyebiliriz.

Dünya bir lezzet cumhuriyeti olsaydı, başkenti hangi şehir olurdu? Lezzet için favori şehriniz, şehirleriniz hangileri?

Bunu kendi açımdan yanıtlamam gerekirse, bence başkenti İspanya’dan olurdu. Bask, Endülüs, Kastilya, Galicia hepsi muazzam bölgeler. İnsanlar adeta 24 saat yemeği düşünüyor. Yemeğin bu kadar önemli olduğu başka bir toplum var mıdır? Sanmıyorum.

Türkiye’deki Fransız, Japon ya da İtalyan restoranlarını nasıl değerlendiriyorsunuz? Bizler Adana kebabın lezzetini dahi Adana dışına taşımakta zorlanırken; on binlerce kilometre uzaklıktaki bir lezzeti Türkiye’ye taşımak mümkün olabiliyor mu? Fransız veya Japonya mutfağından bir örnek gördüğünüzde, orijinaline ne kadar benzer olduğunu düşünüyorsunuz? Örneğin Türkiye’de gerçek pizza, suşi veya şatobiryan yemek mümkün mü?



Hayır, mümkün olmuyor. Hepsini birbirine benzeyen ve benim için hiçbir ilgi çekici yanı olmayan restoranlar bunlar. İki sebebi var. O mutfağı icra eden şefler o ülke mutfağını pek bilmeyen, doğru referans noktalarını edinmemiş ve hatta hiç o ülkeye gitmemiş kişiler oluyor genellikle. İyi bilenler olsa bile, onlar da kötü malzemeler nedeniyle iyi yemekler çıkaramıyorlar. Bu arada bir parantez açayım. Türkiye'nin en iyi restoranlarından biri, İtalyan mutfağını icra ediyor. Fauna. Başarısının arka planında ise Türkiye'deki iyi malzemelerden yola çıkarak yemeklerini inşa etmesi. Aslında İtalyan mutfağı dememek gerekir. İtalyan mutfağından esinlenen nevi şahsına münhasır bir mutfak. Başarının sebebi ise malzemenin yereldeki üst düzeydeki benzerlerini bulup emek yoğun süreçlerde kısayollara başvurmadan yapması.

Gastronomi ve yemek eleştirmenliğinde referans noktaları oldukça önemli bir konu. Dünya mutfağını deneyimlemek, iyi referans noktaları oluşturmak isteyen birisi için nasıl bir rota çizersiniz? Gençlere ve genç şeflere ilk olarak hangi ülkeleri ziyaret etmelerini önerirsiniz?

gelir olmadan külfetli yerlere gitmek mümkün değil. Ben gençken ve ortalama bir gelire sahipken yemek öncelik verdiğim bir tutku olduğum için tüm gelirim iyi restoranlarda harcıyordum. Lüks bir araba ya da daha iyi bir ev ilgimi hiçbir zaman çekmemiştir.

Michelin, uzun yıllar sonrasında İstanbul'u da rehberine ekledi. Rehberde yer alan restoranların büyük bölümü yemeklerini lezzetli bulduğum restoranlar ama listede mutlaka olmalıydı veya olmamalıydı dediğim restoranlar da var. Bu konuda sizin düşüncelerinizi merak ediyorum. Ne kadar sağlıklı bir seçim oldu?

Michelin hakkındaki düşüncelerimi defalarca yerli ve yabancı basın için kaleme aldım. En kapsamlı yazım ise İspanyol Tapas dergisi için yazdığım yazıdır. Gastromondiale.com adlı sitemde de 'Michelin: A Friendship Went Sour' başlığıyla yayınladım. Merak edenlerin okumasını tavsiye ederim. Burada da özetleyeyim.

Michelin benim için uzun zamandır iyi bir kaynak değil. Değil çünkü Rehber'e giren restoranların belirli bir formüle göre benzer tekniklerle ve sunumlarla yemek yapması ge-

Michelin Guide müfettişleri, İstanbul'un ardından İzmir ve Bodrum'u da mercek altına alacaklar. Siz Türkiye'de lezzet rotası çizseydiniz İstanbul'dan sonraki durağınız İzmir ve Bodrum mu olurdu? Michelin müfettişlerine önereceğiniz alternatif rotalar, bölgeler var mı?

Bu aslında yukarıda konuştuğunuz her şeyin özeti gibi. Bodrum herhalde Türkiye'de fiyat performans açısından yemek yenilecek en kötü yer. Ama şarap eşliğinde düzgün bir ambiyansta yemek yemek öncelik olunca şaşırtıcı değil. Dedim gibi yemek açısından başarılı yerlerde şarap yok, şarap olan yerlerde ise yemek yok!

HORECA TREND gazetesi Türkiye'deki binlerce otel, restoran, cafe ve catering işletmesine ücretsiz olarak ulaştırılıyor. Okurlarımızın büyük bölümü sektör profesyonelleri, işletmeciler ve şefler. Otel, resoran, cafe ve catering alanında çalışan profesyonellere neler söylemek istersiniz? Türkiye'yi gastronomi alanında daha ilerilere taşımak için daha fazla neler yapılması gerektiğini düşünüyorsunuz?

Bu sektör her öznesi ile bir bütün. Müşteriler, restoranlar, şefler, servis elemanları, üreticiler... Bu gruplardan birinin iyi olması kafi değil. Birinin diğerlerini tek başına yükseltmesi mümkün değil. Eğer ülke

gastronomisi ileri gidecek ise, bu ancak kolektif bir çaba ile mümkün olacaktır. İyi ve doğru ürün olmadan, iyi restoran olmaz; iyi restoran olmadan iyi damak sahibi müşteriler olmaz. Bu ilişki karşılıklı. İyi yemeği takdir eden, bunun bedelini ödeyecek müşteriler olmadan, iyi restoran da olmaz, iyi üretici de... O yüzden bu grupların bahsettiğim zincirleme ilişkinin farkında olması ve kendi ayaklarına sıkamaları lazım diye düşünüyorum.

Bu vesileyle sektöre emek veren, işini doğru yapan herkese saygı ve teşekkürlerimi sunarım.



Yeme içmede kendimizi nasıl geliştiririz? Bunun cevabını İletişim Yayınları tarafından basılan Buyurun Ziyafete adlı kitabımda vermeye çalıştım. Kitabı yayına hazırlayan avukat arkadaşım Besim Hatinoğlu ile şunu yazmıştık: Her şeyden önce değerlendirdiğiniz yemeğin veya malzemelerin en iyi örneklerini deneyip referans noktalarına sahip olmanız gerekir. Şu rotayı izlemeliler gibi bir şey söylemek yanlış olur. Hangi yemeklerden keyif alıyorsa, o yemeklerin çıktığı, iyi yapıldığı coğrafyalara gitmeleri daha mantıklı olur. Bu sayede tutku duydukları yemeklerde daha derine inme ve referans noktalarını edinme şansını yakalarlar. Mesela suşiye meraklılarsa, Tokyo'da Sugi-ta, Sawada, Saito, Amamoto ya da Kanazawa'da Mekumi gibi ustaları ziyaret etmeye çalışsınlar. Ama tabii bunların hepsi ciddi bir külfet. Şunu kabul edelim: İyi bir gelir ya da sahip olduğunuz bazı şeylerden feragat etmeyi gerektiriyor. Yeterli

rekiyor. Ve bu tür yemekler benim ilgimi çeken yemekler değil. Daha çok ortalama malzemenin, sadece farklı bir teknikle ve sunumla önünüze geldiği ve şeflerin bol bol hikaye anlattığı yemekler bunlar. Türkiye'de yıldız alan yerlerin hepsine gittim. Bence sadece bir tanesi yıldız almalıydı. Tabii, turizm hamlesi olarak Michelin ülkemize belirli maddi yatırımla getirildiği için tek bir yere yıldız vermek komik olurdu. O yüzden yıldız enflasyonu ile karşılaştık! Aslında yıldız verecek tonla yer var ama onlar maalesef Michelin'in empoze ettiği yemek yapma biçimine uymayan yerler. Uyan bir yer var mesela. Alaf. Ona da yıldız vermediler. Şaka gibi gerçekten. Bu arada izninizle şunu ekleyeyim: Habertürk'teki yeni programım Buyurun Sofraya'nın ilk bölümünde Michelin'in yıldız vermesi gerekirken es geçtiği iki yere gittim. Onlardan biri Alaf'tı. Diğer de sürpriz olsun. Youtube'ta izleyebilirler.

cateringturkiye.com

Catering Şirketi Bulmanın En Kolay Yolu: Catering Türkiye



57 şehirden,
759 catering
şirketine
bir 'tık'la
ulaşma
kolaylığı





Meze By The Sea, Sürdürülebilirliğin İzinde Bir Gurme Şöleni Yaşatıyor



Six Senses Kaplankaya bünyesinde yer alan Meze by The Sea Restaurant, markanın Eat with Six Senses felsefesi ışığında bu sezon da fark yaratıyor. Meze by The Sea, Ege kültürüne bir övgü niteliği taşıyan yenilenen menüsü ve görkemli manzarasıyla misafirlerini unutulmaz bir gurme deneyimine davet ediyor.

Six Senses Kaplankaya, Ege'nin eşsiz doğasında beş özel koyda konumlanan plajları, eşsiz konaklama deneyimi, alanında dünyaca ünlü şeflerin yönettiği restoranlar ve holistik wellness uygulamaları ile fark yaratmaya devam ediyor. Eat with Six Senses ve sürdürülebilirlik felsefesi ışığında hazırlanan Ege ve Akdeniz'in en sofistike lezzetleriyle gurme bir deneyim yaşamak isteyen misafirleri için ikonikleşen restoranı Meze By the Sea ile ezber bozmayı da sürdürüyor.

Six Senses Kaplankaya'da yer alan Meze by The Sea Restaurant'a da marka dna'sının olmazsa olmazlarından olan "yerel hassasiyet global duyarlılık" prensibini uygulayan Six Senses Kaplankaya; Executive Chef Özgür Bozgurt ve ekibi yönetiminde hayata geçirilen yepyeni menüler benzersiz bir gastro keşif yolculuğuna çıkarıyor.

Six Senses Kaplankaya'nın sevilen restoranı; Meze by the Sea, Şefinin Ege kültürünü yansıtan spesiyallerini kendi yorumuyla harmanlayarak yine yeni bir bakış açısıyla misafirlerine sunuyor. Ege kültürünü misafirleri ile benzersiz atmosferinde buluşturan Meze By The Sea; yenilenen tatları ile konsepti yeni nesil meyhane usulü tabaklara dönüştürüyor. Six Senses Kaplankaya'nın kendi organik bahçesinden toplanan meyve ve sebzelerle hazırlanan, bölgedeki zeytin ağaçlarından, yerel balık pazarından günlük deniz ve çevre köylerden gelen doğal ürünlerden oluşan eşsiz aromalara sahip mezeler, misafirlerle muhteşem Ege denizi manzarası eşliğinde tüm duyularını harekete geçiren bir gastronomi şöleni yaşıyor.

“Gerçek Adana Kebabı Artık Ankara’da”



Geleneğine ve kültürüne uygun Adana kebabı yapmak zor bir sanat. Kebabın reçetesini herkes bilse de yapması ustalık istiyor. Adana'da canınız kebab istediğinde gidebileceğiniz pek çok mekan olsa da Çukurova dışında Adana kebabın iyisini bulmak pek mümkün değil. Neyse ki “Gıyma Kebab” gibi istisnalar da var.

Ankara'ya pek çok restoran ve marka kazandıran başarılı iş insanı Korcan Dağlıoğlu ve Azerbaycanlı ortağı Zulfiya Deniz Hasanzade'nin son restoran girişimi Gıyma Kebab, Ankaralı kebabseverlerden tam not aldı. Ankara'da ikinci yılını kutlamaya hazırlanan Gıyma Kebab, kentin kebab kültürüne önemli katkılar sağladı.

Ankara'nın Balgat'la birlikte kebab kokan semtlerinden birisi olan Emek'te faaliyet gösteren Gıyma Kebab'ı mekanın kurucularından, iş insanı Korcan

Dağlıoğlu ile konuştuk. HORECA Trend'e özel açıklamalarda bulunan Dağlıoğlu, Ankara'daki 3. restoran markası Gıyma Kebab'ı ve Adana kebabın öyküsünü anlattı.

Başkent'te Adana Kebabın Adresi

Kendisi Adanalı olan ve Başkent Kozanlılar Derneği'nin kurucuları arasında yer alan Korcan Dağlıoğlu, Adana kebab lezzetini Ankara'yla tanıştırmak istediklerini, bu amaçla yola çıktıklarını söyledi.

“Başkent'te Adana Kebabın Adresi” sloganıyla hizmet verdiklerini belirten Dağlıoğlu, “Malzemelerimizi mevsimine göre Adana'dan tedarik ediyor ve Adana'da yetişmiş deneyimli ustalarımızın sanatıyla Ankara'da gerçek, kaliteli, lezzetli Adana kebab deneyimi sunuyoruz. Adana usulü lahmacunlarımız da oldukça ilgi görüyor” dedi.

Tek şubesi ile Ankara Emek'te hizmet veren Gıyma Kebab önünde kebabseverlerin oluşturduğu kuyruk uzarken, Dağlıoğlu'na “Yeni şube açmayı planlıyor musunuz?” diye sor-

duk. Yakın zamanda Ankara ve İstanbul'da şubeleşmeyi düşünü- düklerini öğrendik.

Adana Kebabın Püf Noktası

Gıyma Kebab'ta ocak başına geçip, Korcan Dağlıoğlu'na lezzetli Adana kebabın püf noktasını da sorduk. Adana kebabın etinin erkek koç etinden olması gerektiğini, Adana kebaba çok fazla baharat gitmeyeceğini söyleyen Dağlıoğlu, zırhla hazırlanan kıymaya kuyruk yağı, biraz toz biber, kırmızı biber ve tuz eklenmesinin yeterli olacağını belirtti.

“Kebab, yanında pilavla veya makarnayla servis edilmez” diyen Dağlıoğlu, kebabı pişirdikten sonra altına 2 parça tırnak pide, yanına 2 parça domates ve yeşil biber konulmasının yeterli olacağını söyledi.





“Şehir Turizmi Kaliteli Restoranlarla Gelişir”

Türkiye’de turizmin hızla geliştiğini hem turist sayısının hem de gelirlerin yükseldiğini ifade eden Yüksel Balık Yönetim Kurulu Başkanı Yüksel Karakış, “Ülkemiz, turizmde dünyanın sayılı ülkeleri arasında. Ancak rakiplerimize göre turist başına yapılan harcamalar noktasında hala gerideyiz. Eğer turizmden daha çok gelir elde etmek istiyorsak, şehir turizminin daha çok gelişmesini istiyorsak kaliteli restoranlara daha fazla destek verilmesini sağlamalıyız” dedi.

Türkiye’de turizm sektörü hızlı büyümesini sürdürüyor. Turist sayıları ve turizm gelirinde artış yaşanırken, kişi başına düşen turist harcamaları ise henüz istenilen seviyede değil. Yüksel Balık Yönetim Kurulu Başkanı Yüksel Karakış, Türkiye’ye gelen turistlerin daha fazla harcaması için şehirlerdeki kaliteli mekan sayısının artması gerektiğini savunuyor.

Yüksel Karakış, “Türkiye’ye gelen turist sayısında artış yaşanması bekleniyor. Yaz aylarında daha çok kıyı bölgelerindeki oteller tercih edilse de başta İstanbul olmak üzere birçok şehrin turist ağırlamaya devam ettiğini söyleyebiliriz. İstanbul hem turistik ziyaretlerde hem de iş amaçlı yapılan seyahatlerde ülkemizin markası konumunda. Bu da şehre gelen yabancı turist sayısının artmasını sağlıyor. Burada özellikle Avrupa’dan gelen turistler büyük önem taşıyor. Hem tatil hem de iş için gelen turistleri daha çok şehirde gezdirmeyi sağlayabilirsek ülkemizde yaptıkları harcamada o

denli artacaktır” dedi.

Şehir Turizmi İçin Restoranlar Desteklenmeli

Ülkeye gelen turistlerin daha fazla harcaması için yeme-içme noktalarının çok büyük önem taşıdığına dikkat çeken Yüksel Karakış, “Yeme-içme noktalarımız ne kadar kaliteli olursa çok daha fazla nitelikli turist ağırlayabiliriz. Avrupalı turistler de kaliteli restoranları daha çok istiyor. Özellikle balık ve et restoranlarına büyük ilgi duyuyorlar. İstanbul, bu anlamda turistlere çok fazla seçenek sunuyor. Dünya çapında yarışabilecek düzeyde çok ciddi restoranlara sahibiz. Balık restoranlarında da durum böyle” diyerek, Türkiye’nin gastronomisini, restoranlarını, kalitesini ve hizmetlerini daha fazla tanıtmaları gerektiğini belirtti.

Yüksel Karakış, “Eğer turizmden daha çok gelir elde etmek istiyorsak, şehir turizminin daha çok gelişmesini ve kaliteli restoranlara daha

fazla destek verilmesini sağlamalıyız. Açılacak yeni restoranlarla da sektörün dinamizmini korumalıyız” diye konuştu.

Bodrum’da Gastronomi Otel

Yakın dönemde turizmde farklı alanlara da yatırım yapmak için çalışmalarını sürdürdüklerini ifade eden Yüksel Karakış, restoran yatırımları dışında, orta vadede bir de otel yatırımı yapmayı da planladıklarını kaydetti. Yüksel Karakış, “Otel yatırımımız için Bodrum’a yoğunlaştık. 50 milyon dolarlık bir yatırım planlıyoruz. Maksimum 150 odalı olmasını planladığımız otelimizde bir de restoranımız olacak. İstanbul’da nasıl hizmet veriyorsak, ülkemizin cennet bölgelerinden Bodrum’da da aynı hizmeti vermeyi planlıyoruz. Otelimiz bir gastronomi oteli gibi çalışacak aslında. Türkiye’de balık restoranlarının ne kadar kaliteli olduğunu tüm dünyaya göstermek istiyoruz. Bunu ülke olarak yapabilecek güçteyiz” dedi.



MENU PRODUCTION

İLK İZLENİM HER ZAMAN ÖNEMLİDİR!

İyi bir menü tasarımı; müşterilerinizle aranızda oluşturacağınız köprünün ilk ve en önemli parçasıdır. Ayrıca mutfağınızın gücünü göstermek için doğru bir fırsattır.

Farkımız
Avrupa kalite
standartlarında
üretiyor olmamız



@ menuproduction
p menuproductioneu
+90 216 784 80 81
menuproduction.com.tr

FUNCTIONALITY
MEETS
ARTISTRY. *Handmade
with love.*



Özsüt'ten Ferahlatan Tatlarla Dolu Yaz Menüsü

Mağazalardaki yerini alan Yaz Menüsü, Özsüt'ün 85'inci yılına yakışan lezzetlerle dopdolu. Limonlu, çilekli, frambuazlı gibi taze meyvelerle hazırlanan hafif tatların ağırlıkta olduğu menüde, kahvaltı seçeneklerinden öğle ve akşam yemeklerine, sütlü ve şerbetli tatlılardan enfes pastalara, ferahlatıcı dondurmalarından buz gibi özel içeceklerle uzanan onlarca yeni tat yer alıyor.

Her yıl yaz ve kış olmak üzere iki menü hazırlayarak misafirlerine mevsimine göre en taze ve doğal lezzetleri sunan Özsüt, vazgeçilmez klasik tariflerin yanına yazın uygun ferahlatan tatları ekleyerek menüsünü genişletiyor.

Hiçbir koruyucu katkı maddesi kullanılmadan Özsüt'ün maharetli ustaları tarafından özenle hazırlanan yeni menü, limonlu, çilekli, frambuazlı gibi taze meyvelerle hazırlanan hafif tatlarla yazı karşılıyor. Özsüt'ün almetifarikası sütlü tatlıların yanı sıra, şerbetli tatlılar, pastalar, Türk damak tadına uygun geleneksel dondurmalar ve limonatadan kahvelere uzanan buz gibi özel içeceklerin yaz boyunca damaklarda eşsiz tatlar bırakacağı menünün yeni yıldızları ise heyecan yaratıyor.

Yazın Sürprizi Fesleğenli Limonlu Pasta

Özsüt yaz lezzetlerinde limonun ferahlatan tadından ilham alıyor. Limonlu Cookie, Limonlu Kek gibi enfes tatları menüsüne ekleyen Özsüt, Fesleğenli Limonlu Pasta ile yazı damgasını vurmaya hazırlanıyor.

Fesleğenli beyaz çikolata kaplı yumuşak sünger kek, taze fesleğen ve limonlu krema ile hazırlanan bu tadına doyum olmaz pastanın yanı sıra yabanmersini, frenk üzümü ve ananası buluşturan eşsiz tat Summer Berry, Yabanmersinli Tart ve Çilekli Sütlaç, menüyü tatlandırıyor.

Bu Yaz Portekiz Turtası'nı Keşfedin!

Portekizli kremalı tart olarak da bilinen Nata, Özsüt yaz menüsüne eklenen farklı lezzetler arasında yerini alıyor. Tarçın ile pişirilen yumurtalı bir tart olan Nata, dışı çıtır milföy hamuru ve içi yumuşak kremasıyla tek ısırtıkta kendine hayran bırakıyor. Nata, Sade, Çikolatalı ve Frambuazlı çeşitleriyle yepyeni bir lezzet keşfetmek isteyenleri Özsüt'lerde bekliyor.



Caffè Nero'nun Yeni Kahve Evi, Tarihi Rum Okulu Binasında Açıldı

Avrupa'nın en büyük bağımsız kahve zincirlerinden Caffè Nero, yeni Beşiktaş Çarşı mağazasını, uzun süredir restorasyonu süren tarihi binada açtı. Caffè Nero'nun, ödüllü İtalyan kahvesiyle, misafirlerini evlerindeymiş gibi hissettiren gerçek 'kahve evi' deneyimi şimdi Beşiktaş'ta.

Caffè Nero, 1975 yılından beri kapalı olan, Balıkçılar Çarşısı'nın karşısındaki tarihi Beşiktaş Rum Okulu binasında yerini alıyor. Beşiktaş'ın en önemli yapılarından biri olan ve 120 yıllık bir geçmişe sahip olan tarihi bina, uzun süren restorasyonun ardından Caffè Nero'nun misafirlerine ev sahipliği yapıyor.

Caffè Nero Beşiktaş Çarşı mağazası kapısından girildiği andan itibaren, taze çekilmiş kahve kokusu, lezzetli ve taze yiyecekleri, özgün dekorasyonu ve müziğiyle misafirlerini sıcak bir atmosferle karşılıyor. Eski okulun mirası özenle korunarak oluşturulan bu görkemli mekan, kahveseverlere etkileyici ve ilham verici bir ortam sunuyor. Zamanın ötesinde ve yaşanmışlık hissiyle dolu Caffè Nero Beşiktaş Çarşı mağazası, buluşma, sosyalleşme, çalışma ve keyifli bir mola mekanı olarak daha ilk günden misafirlerin uğrak noktası haline geldi.



Binanın giriş ve üst katlarındaki salon ve odaların dışındaki istisnai özelliği, ağaçlar altındaki geniş arka bahçesi. Bu bahçe, şehrin karmaşasından uzaklaşabileceğiniz ve ağaçların gölgesinde keyif yapabileceğiniz ferah bir ortam yaratıyor.

Caffè Nero'larda, kahve eğitim programlarında uzmanlaşan baristalar, misafirlerle birebir ilgilenerek, taze çekilmiş kahve çekirdekleriyle hazırladıkları nitelikli kahve içeceklerini sunuyor. Caffè Nero'nun yüksek kaliteli kahvesi ve ödüllü kah-

ve harmanı, yüksek rakımlı ve zengin topraklara sahip kahve yetiştirme bölgelerinden seçilerek, Caffè Nero'nun kendi kahve kavurma merkezinde kavuruluyor ve dünyadaki tüm Caffè Nero'larda aynı harman sunuluyor.

Caffè Nero, Beşiktaş'ın da aralarında olduğu seçili mağazalarda, yenilenen Nero Deli artisan sandviç seçenekleri, özenle seçilmiş malzemelerle, günlük olarak hazırlanıyor ve lezzetli öğünler olarak misafirlerle buluşuyor.



Turyağ

DEPREMİN YARALARINI BİRLİKTE SARIYORUZ

6 Şubat depreminin üzerinden mevsimler geçti,
ancak yüreklerimizdeki acı dinmedi.

Turyağ olarak bu konuya hassasiyetle yaklaşıyor, deprem bölgesindeki
ihtiyaç sahibi işletmelere bedelsiz ürün gönderiminde bulunarak
desteklerimize devam ediyoruz.



turyag.com.tr | turyagliyiz.biz

[f](#) [v](#) [turyagpastacilik](#) [turyagdunyasi](#)



Catering Türkiye

Türkiye'nin En Büyük Catering Portalı: "Catering Türkiye"



Catering hizmeti almak isteyenlerle, Türkiye'nin 57 şehrinden 780 catering şirketini bir araya getiren Catering Türkiye platformu hızlı büyümesini sürdürüyor.

Catering Türkiye; catering hizmeti almak isteyenlerle bu hizmeti sunan en iyi şirketlerini bir araya getiriyor. Alanında Türkiye'nin en büyük listeleme projesi olarak öne çıkan Catering Türkiye'de 57 şehirden 780 catering şirketine bir tıkla ulaşılabilir.

İl, ilçe bazlı filtreleme yapabilen platformda, kullanıcılar kendilerine en yakın konumdaki şirketleri bulabiliyor. Seçilen şirketler birbiriyle karşılaştırabiliyor ve "şirket yemeği" veya "düğün yemeği" gibi uzmanlaştıkları alanlara göre filtrelenebiliyor.

12 AYDA, 4.874 MÜŞTERİ YÖNLENDİRMESİ

Catering Türkiye, asgari kalite şartlarını sağlayan catering şirketlerine, daha fazla müşteriye ulaşma olanağı sağlıyor. Dileyen catering şirketleri, platform içerisindeki "öne çıkartma" ve "reklam" hizmetlerinden faydalanarak daha fazla potansiyel müşteriye de ulaşabiliyorlar.

Catering Türkiye gibi HORECA alanında birçok projeye imza atan Orbis Medya Bilgi ve İletişim Teknolojileri firmasının Genel Mü-

dürü Okan Yüksel, platforma üye olan şirketlerin Catering Türkiye üzerinden son 12 ayda 1.4 milyon görüntülenme elde ettiklerini belirtti. Catering Türkiye'den üye şirketlere yapılan müşteri yönlendirme sayısı ise bu dönemde 4.874 olarak gerçekleşti.

2023 YIL SONUNA KADAR ÜYELİKLER ÜCRETSİZ

Catering şirketleri, www.catering-turkiye.com adresinden ulaşılabilen platforma ücretsiz olarak üye olabiliyorlar. Orbis Medya Bilgi ve İletişim Teknolojileri Genel Müdürü Okan Yüksel, HORECA TREND'e yaptığı açıklamada catering şirketlerinin platforma gösterdikleri ilgiden memnun olduklarını belirtti. Yüksel, 2023 yıl sonuna kadar platforma üyeliklerin ücretsiz olarak devam edeceğini ve amaçlarının Türkiye'nin 81 ilini kapsamak olduğunu belirtti.

Divan Fit ile Lezzet ve Sağlık Bir Arada



Sağlıklı hayatın bir yaşam tarzı olduğuna inanan Divan Fit, hızlı akışa ayak uydururken temiz beslenmekten ödün vermeyenler için geliyor! Beslenmenizi iyileştirirken ruh, beden ve zihin değişimlerini Divan Fit ile beraber deneyimlemeye hazır mısınız?



ve Dilara Koçak'ın 30 yıllık mesleki birikimiyle oluşturulan birbirinden eşsiz lezzetler sunuyor. Özgün reçeteleriyle sağlıklı beslenme alışkanlıklarının bozulmadan devam ettirilmesini amaçlayan menüler, temiz beslenirken damak zevkinden ödün vermeyenlerin favorisi olmaya hazırlanıyor.

Tüketiciler 4 farklı paketten oluşan Divan Fit menülerinden kendine uygun olanı diyetisyen kontrolünde kişiye özel esnek seçimler ile tercih edebilecekler. Seçilen paket ile Dilara Koçak ekibindeki diyetisyenlerden online veya yüz yüze destek almaları da mümkün.

Divan Fit, "Divan Fit ile zinde kal!" mottosuyla, Beslenme ve Diyet Uzmanı Dilara Koçak'ın iş birliğinde ve Divan'ın usta şeflerinin dokunuşlarıyla hayata geçirildi. Beslenmenin iyileştirici gücünü lezzet ve uzmanlık ile birleştiren Divan Fit menüleri, iyi yaşama ve temiz beslenmeye arzu duyanlar için günlük olarak evlere geliyor.

Sağlıklı beslenmeye farklı bir bakış açısı getirmek isteyen ve iyi yaşam odaklı beslenen herkese ulaşabilmek amacıyla oluşturulan Divan Fit menüleri, Divan'ın yüksek kalitesi





Banvit BRF, 55. Yaşında Yatırımlarla Büyümeye Devam Ediyor

Beyaz et sektörünün köklü şirketlerinden Banvit BRF, İleri İşlem Tesisi'nin ek bölüm açılışıyla 55'inci yaşını kutladı. 2021'den beri inovasyon ve büyüme odaklı yatırımlar gerçekleştiren şirket, yeni yaşında üretim kapasitesini artırırken, istihdama ve Türkiye'ye katkı sunmaya devam ediyor.

Banvit BRF, 2021 yılında başladığı inovasyon ve büyüme odaklı yatırımları kapsamında, İleri İşlem Tesisi'nin ek bölüm açılışını törenle kutladı. Banvit BRF Yönetim Kurulu Üyeleri ve çalışanlarının bir araya geldiği kutlamada, açılışın ardından 55'inci yıl temalı bir pasta kesildi.

Banvit BRF CEO'su Tolga Gündüz, bu yeni yatırımın birlikte pazardaki yerlerini daha da ileriye taşımayı hedeflediklerini belirterek; "İleri İşlem Tesisimizin ek yatırımıyla birlikte ülkemize olan katkılarımızı artıracak olmaktan dolayı mutluyuz. Ürün portföyümüze yeni ürünler eklemeye devam ederek, büyümemizi ağırlıklı olarak inovatif ürünlere odaklanarak sağlayacağız. Kapasitelerimizin artışına bağlı olarak üretimden, lojistiğe kadar farklı alanlarda istihdam sağlamayı sürdüreceğiz. Bu katkılarımızın yanı sıra yatırımlarımızda sürdürülebilirliği de muhakkak gözetmeye devam edeceğiz" dedi.

Banvit BRF'nin 2021 yılında başlattığı yatırım hamlesinin 36 Milyon ABD doları tutarındaki kısmı tamamlanmış oldu. Şirket, 55'inci yaşında tesislerindeki üretim verimliliğini ve kapasitesini artırırken, ülkemizin büyümesine de katkı sağlıyor. Kaplamalı ve pişmiş ürünler ile şarküteri ürünlerinin üretildiği Bandırma İleri İşlem Tesisi'nin yeni bölümünün açılışıyla Banvit BRF'nin



bu tesisteki üretim kapasitesinin yaklaşık %45 ila %50 oranında artabileceği belirtiliyor.

Kurulduğu ilk günden itibaren lezzetli, pratik ve yenilikçi ürünleriyle dikkat çeken, Türkiye'nin en çok tercih edilen beyaz et markası Banvit yenilikçi teknolojileri sayesinde ürün portföyünü de geliştiriyor. Banvit BRF, İleri İşlem Tesisi'ndeki ek bölümün açılışı ile ürün portföyündeki nuget, schnitzel, kebab, burger ve köfte gibi lezzetler ile sucuk, salam, sosis gibi şarküteri ürünlerini çeşitlendirerek sofralara değer katmaya devam edecek.



PROSIGMA
TANITIM | TASARIM | FİKİR

ihtiyacınız olan tek şey,
görünürlüğü ve organik trafiği
artırmak için arama motoru
konumlandırmasını doğru ve
etkili kullanan bir tasarım
ajansıdır.

#reklam #ajans #tasarım #sosyalmedya
#websitetasarımı #logo #kurumsalkimlik
#baskı #grafiktasarım #afiş #dergi #gazete
#katalog #broşür #kartvizit





İyi Tasarlanmış Menüler, Satış ve Sadakati Artırıyor

Restoran ve cafelerde sunulan menünün tasarımı, işletmelere özgünlük ve farklılık kazandırıyor. Yapılan bilimsel araştırmalar, iyi tasarlanmış menülerin satışları ve restoranların tekrar ziyaret edilme oranlarını artırdığını ortaya koyuyor. HORECA TREND Genel Yayın Yönetmeni Elif Akın Yüksel, Türkiye’de “menü” denildiğinde akla gelen ilk markalar arasında yer alan Menü Production ekibi ile konuştu.

Menu Production markanızın öyküsünü sizden dinleyebilir miyiz? HORECA sektörünün hangi ihtiyaçlarını karşılıyorsunuz?

İsveç’in Stockholm kentinde HORECA ekipman ihtiyaçlarının üretimi ve tedariği üzerine kurulan ve ana şirketimiz olan Sibon Production AB’nin öncülüğünde Menu Production adı altında menü kabı ve kılıfları üretimi üzerine İstanbul’da üretime başladık. 2020’nin ortasında, fabrikasyon olmayan el yapımı menü kapaklarından oluşan benzersiz ve geniş ürün yelpazemizi Avrupa’daki HORECA endüstrisine satmaya odaklanan yeni bir markayı gururla başlattık. 2019 yılında ise el yapımı deri ürünlerin tasarımını ve üretimini, Läderfy markası ile başlattık.

HORECA sektöründe menü ve kılıf tasarımlarınızla öne çıkıyorsunuz? Özellikle de deri ürünlerinizle dikkat çekiyorsunuz? Deri menü ve kılıf tasarımı ve üretim süreci nasıl işliyor? Hangi malzemeleri kullanıyorsunuz ve hangi teknikleri uyguluyorsunuz?

Öncelikle otelcilik sektöründen gelen iyi eğitilmiş bir ekip ile beraber çalışıyoruz. Sektörün içerisinden gelen kişiler olarak da tam olarak ihtiyaçların neler olabileceğini, eksiklikleri, farklılıkları biliyor, yenilikleri yakından takip ediyoruz.

Çok sıra dışı işler yapmaya odaklanıyoruz ve her zaman menü kapları ve kılıflarının konsept uygunluğu ile işlevselliğine önem veriyoruz. Bu yüzden sloganımızı “Functionality



Meets Artistry” (işlevsellik Sanatla Buluşuyor) olarak belirledik.

Deri markamız Läderfy ve Menu Production’ın üretimi İstanbul’da Eski yel değirmeni mahallesinde bulunuyor. Läderfy’nin deneyimli kadrosu sayesinde de tasarımlarımızı %100 el işçiliği ile gerçek deri menü kapları üretmeye başladık.

Üretimimizde kullandığımız, dana, manda, kuzu, geyik derileri, Leather Working Group Gold Sertifikası ve Join Life Sertifikası almış üreticilerden tedarik edilmektedir. Diğer kaplama malzemelerinden Buckram ve cilt bezleri İtalya ve Hollanda’dan ithal ediliyor.

Müşterilerimizin menü kapak veya kılıf taleplerini karşılamak için öncelikle istedikleri model üzerinden tasarım ekibimiz mock-uplar hazırlıyor ve çeşitli materyal alternatifleri ve renk seçenekleri sunuyor. Onaylanan tasarımlardan sonra, menü kapları veya kılıflarındaki mekanizmalar ve logolar demo numuneler halinde

de müşterinin onayına sunuluyor. Onay alındıktan sonra üretim süreci başlıyor ve ürünler işletmeler için hazırlanıp teslim ediliyor.

Müşteri memnuniyeti bizler için en önemli unsur. Hayal ettikleri ve olmasını istedikleri her şeyi fazlasıyla yapabilmek adına zor olanı hayata geçirmeyi seviyor, sürekli araştırıyor, çaballıyor, her bir müşteriyle kendimizin bir üst versiyonuna ulaşmak için çaballıyoruz. El yapımı ve işletmeye özel tasarımlar olduğu için sonsuz seçenek ve kişiselleştirme özelliği bulunan menü kapları ve kılıfları biliniyor ki sadece o müşterimiz için üretiliyor, başka bir benzeri bulunmuyor.

HORECA sektöründeki müşterilerinizin taleplerini nasıl karşılıyorsunuz? Hangi özellikler ve özelleştirme seçenekleri sunuluyor?

Ağırlıklı olarak müşterilerimizin başında kreatif ajanslar, horeca sektörüne hizmet veren mimarlık büroları ve tabii ki direkt yiyecek içecek hizmeti veren işletmeler. Menu Production hazır menü kabı stoku tutmuyor, sadece müşterilerimizin taleplerine göre özel üretim yapıyoruz. Bizim çalışma sistemimiz; müşterimizin ihtiyacını iyi anlamak ve ona özel menüyü kendilerine hazırlamak üzerine kuruludur. Sonsuz versiyon diyebiliriz buna, neyi hayal ederseniz onu üretmek için elimizden geleni yapmaya çalışırız. Aslında bizim işimizin en önemli kısmı müşterilerimizin ilk taleplerini öğrendiğimiz brief toplantımız. Müşterilerimizin taleplerini, uzman ve deneyimli kadromuzla doğru şekilde anlayıp görevi teslim alıyoruz. Müşterilerimizin ihtiyaçlarını anladıktan sonra, onları en mutlu edecek ürünleri hayata geçirmek amacıyla zaman zaman farklı malzeme veya

mekanizma önerilerimiz de olabiliyor.

Karşılıklı konuşmalar, sunumlar ve örnekler sonucunda müşterilerimiz mutluluğu, sürekli ve devamlılığı olan müşterilerimizin her geçen gün sayısının artıyor olması, bizlere bu işi neden yaptığımızı bir kez daha hatırlatıyor ve bizi işimize daha çok bağlıyor.

Menü kılıfı tasarımlarınızda nelere dikkat edilmeli? Pratiklik, dayanıklılık ve estetik açıdan hangi faktörler önemli? Bu alanda satın alma yapacak şirketlere neler önerirsiniz?

İlk kural, işletmenin hayalindeki tasarımı kullanılabilir kılmak aslında. Bunun için gerekli tüm çabayı sarf ediyoruz. Dayanıklı, estetik, kullanışlı ama en önemlisi konsepti uygun ve müşterinin tam olarak beklenmesini karşılayacak ürünler üretiliyor olmak bizler için çok önemli. Sırf bu yüzden alışlagelmiş bir menü üretim firmalarından bizi farklı kılan ve öne çıkarak en önemli özelliğimiz; yiyecek - içecek sektöründen geliyor olmamız, akademik kariyerimizin bu konuda olması, bünyemizde bulunan tasarımcı ve model üreticilerini bu niteliklere uygun kişilerden seçmiş ve seçiyor olmamız, trendleri takip ediyor olmamız.

Satın alma yapacak şirketler için, unutulmaması gereken çok önemli iki tane önemli unsur var; Birincisi, personelin menü kabına içeriği monte ederken rahat ve güvenli montaj yapmaları. İkincisi, misafirlerinin menü kabını ellerine aldıklarında hissedecekleri duygu. Bu detay çok önemli. Girdikleri restaurantta; dekorasyon, karşılama ve sonrasında yiyecekler, içecekler ile buluşmadan önceki ilk temasın bir menü kabından geçtiği gerçeğini asla atlama-

maları gerekiyor. Aslında her şey burada başlıyor.

Sektördeki trendler ve yenilikler neler? Menü kılıfı tasarımlarında hangi yenilikçi özellikler veya teknolojileri kullanıyorsunuz?

Genele bakıldığında zaman suni deriden yapılan standart menü kapları ile karşılaşıyoruz. Ancak bizler müşterilerimize çok farklı malzemelerden, çok farklı alternatifler sunuyoruz. Mütevazı olmak istemiyoruz, Menu Production, trendleri belirleyen menü kapları üretiyor. Gerçek dana, manda, kuzu ve ren geyiği derilerinin yanı sıra talebe göre Fitalat (phthalate) içermeyen suni deri, nubuk kadife gibi malzemeler ile de menü kapları üretiyoruz. Çok yeni başladığımız, gözbebeğimiz olan elma posasından üretilen tamamen vegan, REACH standartlarında PVC Free sertifikalı bir kaplama malzemesidir. Elma derisi olarak tanıtılan bu malzeme dayanıklı, esnek ve geri dönüştürülebilir ve pürüzsüz görseleğe sahiptir.

Daha karmaşık tasarımlara uyum sağlayacak kadar dayanıklı ve esnek olan, gerilme mukavemeti ve aşınma direnci için tercih edilen aynı zamanda özel bir teknikle; hayal edebileceğiniz tüm tasarımları üzerinde uygulayabileceğiniz, Avrupa’da kitap ve menü kaplamalarında çok kullanılan Polyester ve pamuğun kombinasyonu olan bukram ve çeşitlerini kullanmaktayız. Ayrıca şarap mantarından imal edilmiş cilt bezleri kullanılmaktadır. Tüm bu ürünler İtalya ve Hollanda’dan ithal edilmektedir. Tümü FSC sertifikalı ve çevre dostu, sürdürülebilir ürünlerdir.

Menü kılıfı üretimi süreci, kalite kontrol ve test aşamaları nasıl işliyor? Ürünlerinizin dayanıklılığı ve kullanım kolaylığı konusunda hangi



**güvenceleri veriyorsunuz?**

Atölyeye ulaşan siparişler, üretim sırasına göre öncelikle model bölüme gelir. Model ustamız ürünün kalıbını çıkarır ve bu kalıp üzerinden menüde bulunan tüm parçaların bıçakları hazırlatılır. Hazırlanan bıçaklar üzerinden mock-up da görülen çizim benzeri bir ilk örnek yapılır. Uygunluk kontrolleri yapıldıktan sonra, hazırlanan bıçaklara göre ana malzemeler, yardımcı malzemeler presde kesilmeye başlanır. Sırası ile yapışkanlar sürülür, mukavvalara sıvanır, preslenir, elle taşlanır ve kıvrılır. Tüm bu aşamalarda tamamen el emeği uygulanır. Asla ve asla makinada taslama, kıvrılma yapılmaz. Uygun ve siparişte verilen

önermiyoruz.

Menü kapağı, sadece ılık su bir bezle düzenli olarak silinmelidir. İç ve dış malzemelere zarar verebileceklerinden sert kimyasallar veya aşındırıcılar kullanmamalarını şiddetle tavsiye ediyoruz.

Müşteri geri bildirimlerini nasıl değerlendiriyorsunuz? Menü kılıfı üretiminde müşteri memnuniyetini sağlamak için neler yapıyorsunuz?

%100 müşteri memnuniyeti, müşteri devamlılığı bizim ilk kuralımızdır. Müşteriyi çok iyi anlamaya ve istekleri doğrultusunda üretim yapmaya gayret ediyoruz. Geri dönüşler bizim için çok kıymetli, kendimizi her gün



iplik rengi ile kumaşa ya da deriye göre dikişler tamamlanır, siparişte verilen klşe işlemleri yapılır, sabitleme mekanizmaları uygun renlerde boyanır ve monte edilir. Tek tek kontrolden geçer temizlenir. Her birinin mekanizmaları, dikişleri köşeleri kontrol edilir ve kalite kontrol hologram etiket uygulanır. Modele göre uygun paketleme tek tek yapılır, sevke hazır hale gelir ve sevk edilir.

Menü kaplarının ömrü uygun bakım ile genellikle 2 yıldır. Ancak yiyecek - içecek sektöründe her yemek ve içecek menüsü içeriği yenilediğinde menü kabının da yenilenmesini öneririz. Bu şekilde yapmak istemeyen müşterilerimiz için de daha ekonomik kullanımlara uygun bir menü kabı da tasarlıyoruz. Burada menü kabını daha uzun süre kullanıma uygun deriden seçiyoruz ve müşterilerimiz menülerini değiştirmek istediklerinde kendileri rahatlıkla yenileyerek menülerinin devamlılığını sağlayabiliyorlar.

Çok soğuk ya da çok sıcak ortamlara menü kaplarının dönmemesi bel vermemesi için ithal özel mukavvalar ve salpa malzemeler kullanılmaktadır.

Kapağın aşırı aşınmasını önlemek için kapağı kapalı ve düz bir şekilde saklamak en iyisidir. Kapağın kenarları çarparak gereksiz hasara neden olacağından, kapağın dikey, yatay veya bir kutu içinde saklanmasını

geliştirmeye çalışıyoruz ve hatalarımızı minimumda tutmaya çalışıyoruz. Zaman zaman müşterilerimizin taleplerini karşılarken problemler de yaşadık ama en çok övündüğümüz noktalardan biri de hızlıca aksiyon alıp problemleri ortadan kaldırma çevikliğimiz. Şükürler olsun ki, kalite, işçilik ya da kumaş hataları gibi bir problem ile ilgili büyük sorunlar yaşamadık. Bu konuda kendimizi geliştirmek için her gün çalışıyoruz ve çalışmaya devam edeceğiz.

Çalışmalarınızda sürdürülebilirlik konusunu nasıl ele alıyorsunuz? Geri dönüştürülebilir veya çevre dostu malzemeler kullanıyor musunuz?

Üretimin de kullanılan malzemelerin %90'ını Avrupa'dan ithal ediyoruz. %100 geri dönüşümlü, REACH, Avrupa Birliği'nde kimyasal maddelere ilişkin mevcut birçok mevzuatı tek bir çatı altında toplayan bir AB Tüzüğüdür. REACH, (Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals) standartlarına uymayan ve PVC Free sertifikası alamamış hiçbir ürün satın alma politikası gereği alınmamaktadır. Ayrıca Atölyede kullanılan tüm geri dönüşebilecek atıkları kayıt altına alarak, çevre bakanlığı denetiminde geri dönüşüm tesislerine teslim ediyoruz.

Atölyemizin ISO 9001:2015, ISO 1002:2018, ISO 14001:2015 ve ISO 45001:2018 sertifikaları vardır.



Dünya Turu: Gürcistan

HORECA TREND'de dünyanın farklı coğrafyalarından otel, restoran ve cafeleri sizlerle buluşturduğumuz "Dünya Turu" serimizin bu ayki durağı Gürcistan oldu. Bir hafta boyunca Batum'da dolu dolu bir HORECA turuna çıktık ve izlenimlerimizi sizler için kaleme aldık.

Yediğin, içtiğin sende kalsın gezip, gördüğünü anlat" denir ama biliyorsunuz ki biz bu seride yediğimiz, içtiğimiz ve konakladığımız yerlere odaklanıyoruz. Gürcistan'ın Türkiye sınırında yer alan ve Türkiye'den her yıl yüz binlerce turist ağırlayan Batum şehrinde neler yedik, içtik ve nerelerde, nasıl konakladık tüm bunları anlatacağız.

HAÇAPURİ VE MÜKEMMEL HAMUR İŞLERİ

Önce lezzetli yemeklerle başlayalım. Gürcistan'a özel lezzetler söz konusu olduğunda sulguni ve imeruli peyniri ile hazırlanan haçapuri gerçekten özel bir lezzet. Türkiye'de Karadeniz bölgesi nasıl pide konusunda öne çıkıyorsa, Gürcistan'da da Batum'u içerisine alan Acara

özerk bölgesi aynı şekilde haçapuri ve hamur işleri ile öne çıkıyor.

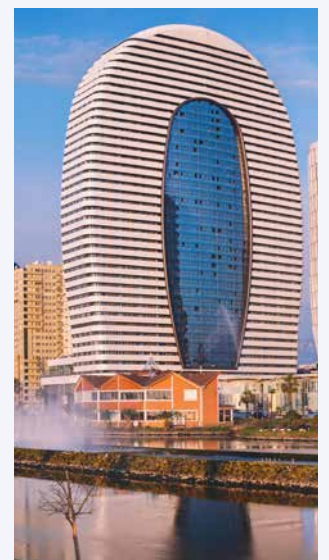
Gürcistan'da olduğumuz süreçte, birçok kez otelin açık büfe kahvaltısını atlatıp, kendimizi haçapuri ve harika hamur işleri yapan mekanlarda bulduk. Biraz kilo almış olabiliriz ama gerçekten değer.

HINKALİ, TÜRK MANTISI İLE KIYASLANABİLİR Mİ?

Gürcistan'ın geleneksel yemekleri arasında Hinkali mantısının özel bir yeri var. Bizim mantılarımızdan çok daha büyük, bilye büyüklüğünde bir et ile hazırlanıyor ve bohça şeklinde, içi su dolu olarak servis ediliyor.

Hinkaliden bir ısırık alıp, önce içindeki suyu içiyor ve sonrasında da tercihinize göre içerisine sos ekleyerek veya sade olarak tüketiyorsunuz.

Hinkali; farklı, keyifli ama bence Kayseri ya da Samsun mantısı ile kıyaslanması, rekabet etmesi oldukça zor.



bölgede oldukça iyi bir yerde diyebiliriz.

Batum'da Divan Otel'i'nde konakladık. Şehirde ayrıca Hilton, Sheraton, Radisson Blu gibi uluslararası markaların otelleri de var. Oteller her ne kadar ihtişamlı olsalar da hizmet kalitesinin Türkiye'de daha iyi olduğunu rahatlıkla gözlemleyebiliyorsunuz.

Gürcistan'daki, özellikle Batum'daki restoran ve cafelerin Türkiye'deki kadar iyi seviyelerde olmaması bölgedeki casino'larla da ilgili bir durum. Türkiye'de kimi bölgelerde nasıl "her şey dahil" tatil sistemi turistleri otel dışına çıkartmıyorsa; kumarhanelerdeki hizmet kalitesinin yüksekliği de şehrin cafe ve restoranlarının gelişmesini engelliyor gibi. Benzer bir durumu KKTC'de de gözlemlemiştik.

**GÜRCİSTAN'DA HORECA SEKTÖRÜ**

Gürcistan'ın ve özel olarak Batum'un otel, restoran ve cafe kültürü Türkiye ile kıyaslandığında; Türkiye'nin önde olduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz. HORECA sektöründe Türkiye,

Performansın **yeni standardı**

The new standard
of performance



G-STONE®

 Gaz Oven
Gazlı Fırın

 Powerful Steam System
Güçlü Buhar Sistemi

 Precision Temperature Adjustment
Alt - Üst Sıcaklık Ayarı