Święto naturalnej żywności

Jeszcze kilka lat temu targi Natura Food kojarzone były z ekstremalnym odłamem ekologicznych aktywistów. Dziś to poważna, duża impreza, na którą przyjeżdżają kucharze, eksperci, dziennikarze prasy branżowej i blogerzy kulinarni. W drugi październikowy weekend Łódź na trzy dni stała się stolicą polskiej ekologii, a wszystko za sprawą targów naturalnej żywności organizowanych już po raz piąty

TEKST I ZDJĘCIA: ***Patrycja Siwiec***

Musztarda z suszonych pomidorów, albo z imbirem i płatkami chili? Cydr z polskich jabłek, wino z truskawek, chałwa z serwatki czy polskie sery zagrodowe? Dobrze zorientowani smakosze wiedzą, że próba zaopatrzenia się w takie produkty to prawie jak polowanie. Trzeba najpierw zlokalizować sklep, bazar albo producenta, a później liczyć na łut szczęścia, że nasz pożądany towar będzie do kupienia od ręki. Nic dziwnego, że wygłodniali ekologicznych nowinek odwiedzający targi Natura Food wychodzili z pełnymi torbami zakupów. Pokus było wiele, bowiem w tym samym momencie po przeciwnej stronie hali odbywały się targi odpowiedzialnej mody – gdzie tematem przewodnim była ekologia oraz produkcja odzieży w duchu fair trade (sprawiedliwego handlu). Wystawcy zaprezentowali certyfikowane produkty ekologiczne, żywność tradycyjną z oznaczeniami unijnymi i z oznaczeniami krajowych systemów jakości, a także produkty naturalne, nieprzemysłowe i o niskim stopniu przetworzenia.

Targi i festiwale kulinarne to nie tylko możliwość zrobienia dobrych zakupów, ale też okazja do poszerzenia swojej wiedzy. Najbardziej podobały mi się dyskusje, możliwość wzięcia udziału w różnorodnych seminariach i warsztatach, ponieważ z nich mogłam dowiedzieć się interesujących rzeczy na różne tematy. W tym posłuchać co myśli czołowy polski kucharz (Wojciech Modest Amaro) o recenzowaniu restauracji. Szansa na spróbowanie produktów od lokalnych wytwórców także nie zdarza się codziennie – mówi Laura Osęka, która na Natura Food przyjechała z Warszawy.

Targi Natura Food stanowiły dobrą okazję do nawiązania kontaktów biznesowych, pozyskania nowych klientów i partnerów.

Prelekcje, wykłady i panele dyskusyjne zapraszały do poznania nowych trendów w gastronomii. Organizatorzy zadbali, żeby horyzonty mogli poszerzyć zarówno profesjonaliści jak i amatorzy. W ramach projektu „Kreowanie marki Łódzkie poprzez promocję tradycyjnych smaków regionu" odbył się pokaz kulinarny prowadzony przez Wojciecha Modesta Amaro. szefa kuchni warszawskiej restauracji Atelier Amaro. Jego prezentacja cieszyła się ogromnym zainteresowaniem, choć w trakcie pokazu na widowni można było zaobserwować co najmniej jedną wymianę pokoleniową. Szef kuchni pokazał niestandardowe i kreatywne metody korzystania z regionalnych i naturalnych produktów. Marynowana w purée z dzikiej róży kaczka sous-vide, risotto ze słonecznika z aromatem sosny i brusznicą, żurawina, malina, puder z płatków róży – to jedno z dań, które ugotował podczas otwartych warsztatów. Każdy miłośnik dobrej kuchni powinien choć raz uczestniczyć w tego typu wydarzeniu, zwłaszcza, gdy daje ono możliwość poznania ciekawych produktów, zdobycia o nich wiedzy, a także ich nabycia. To, co urzeka w takich targach to możliwość nawiązania bezpośredniego kontaktu z osobą, która sprzedaje takie produkty. Producenci ekożywności to przeważnie ludzi z pasją, z którymi można nawiązać przyjacielską rozmowę. Z roku na rok widać coraz wyższy poziom organizacji Targów. Programy towarzyszące, pokazy, konferencje były zróżnicowane tematycznie, niezmiernie ciekawe i – co ważne – edukacyjne. Ten nacisk na edukacyjny, nie tylko handlowy charakter Targów sprawia, że nasza wiedza o naturalnej lub lokalnej żywności jest coraz bogatsza. Z niecierpliwością czekam na kolejną edycję – opowiada Renata Targosz z Krakowa, uczestnicząca w targach już po raz drugi.

Risotto ze słonecznika z aromatem sosny i brusznicą, marynowana w płatkach dzikiej róży kaczka sous-vide i puder z płatków róży to jedno z dań Atelier Amaro.

Tłumy zgromadził pokaz gotowania laureata jedynej polskiej Wschodzącej Gwiazdki Michelina, Wojciecha Modesta Amaro.

Dla zwiedzających Natura Food dodatkową wartością była nie tylko możliwość zakupu ekologicznej żywności, naturalnych produktów czy odzieży uszytej z ekologicznych materiałów zgodnie z zasadami fair trade, ale i porozmawiania z bezpośrednimi producentami prezentowanych towarów. Dla obu stron to okazja do wymiany informacji, rozwiania wątpliwości i ustalenia, co stoi na przeszkodzie, by ekologiczna żywność zdobywała w Polsce szybciej nowych odbiorców. Ludzie, którzy zaangażowali się w przetwórstwo naturalnych produktów są zwykle wielkimi pasjonatami swej pracy, a tym samym najlepszymi propagatorami zdrowej żywności.

Pod patronatem Slow Food Polska odbyły się laboratoria smaku. To spotkania wykładowo-degustacyjne, gdzie słuchacze mają okazję skosztować omawianych produktów i potraw, a także dowiedzieć się tego, gdzie i jak są tworzone. W tym roku laboratoriom przewodzili Gieno Mientkiewicz i Zbigniew Kmieć, znani chociażby z organizacji Festiwalu Smaku w Grucznie. Tematyka tegorocznych laboratoriów prezentowała się dość szeroko: od wódki i zakąski, po sery zagrodowe czy polskie wina.

Łódzka Natura Food zaczyna mieć coraz większe znaczenie w propagowaniu nie tylko zdrowych produktów, ale i zdrowej ideologii.

W ramach Natura Food dla gastronomii odbyła się dyskusja panelowa z udziałem Wojciecha Modesta Amaro, Carlosa Gonzalesa Tejera oraz Doroty Minty. Dyskusja dotyczyła tego, jak oceniać restauracje, jak się tworzy ich rankingi i dokąd zmierza dziennikarstwo kulinarne. Prelegenci wyrazili szczere opinie na temat tego jak poziom recenzji kulinarnych oceniają sami restauratorzy. Wnioski nie było zbyt pozytywne. Wojciech Modest Amaro ubolewał nad niskim poziomem kulinarnego wykształcenia ludzi, którzy zaczynają pisać recenzje, często anonimowo. – Żeby móc się w ogóle zabrać za napisanie recenzji kulinarnej, należy mieć wiedzę merytoryczną przynajmniej na poziomie sous-chefa – mówił Amaro.

Targom towarzyszyły pokazy mody i tekstyliów wytworzonych zgodnie z zasadami fair trade.

Na stoiskach mieliśmy okazję zobaczyć ekologiczne sery kozie z gospodarstwa ekologicznego FIGA, produkty wegetariańskie firmy Primavika oraz produkty fair trade takich firm jak Smart Cafe, czy Szczypta Świata. Można było także przekonać się o istnieniu wielu rodzajów olejów. Prezentowane były takie tłoczone na zimno, nieoczyszczone; lniane, konopne, z pestek moreli, z kiełków pszenicy, oleje rydzowe, dyniowe. Ponadto na targach można było się zaopatrzyć w takie rarytasy jak olej arganowy, herbatę z łuską gryki, ręcznie produkowaną czekoladę, produkty z nasion amarantusa.

Polskie wina miały silną reprezentację na tegorocznych targach. Producenci przygotowali bogatą ofertą win owocowych. Specjalne stoisko było poświęcone wyłącznie winom aroniowym. Na innym można było skosztować wina z polskich truskawek, czy śliwek węgierek. Nie zabrakło też żywności o działaniach leczniczych, która zalecana jest przy schorzeniach układu pokarmowego: soków kwaszonych, produktów bezglutenowych.

W tym roku w Łodzi równolegle odbywała się impreza pod hasłem II Tydzień Ekologiczny – akcji społecznościowej organizowanej przez Stowarzyszenie Polska Ekologia, pod hasłem; „Kup przynajmniej jeden produkt ekologiczny". W ramach beECO, czyli pierwszych targów ekologicznego stylu życia, odbyło się wiele warsztatów związanych z ekokuchnią, ekologicznym wychowywaniem dzieci, recyclingiem, ekomodą, ekoturystyką, czy odnawialnymi źródłami energii. Sami organizatorzy także pozostali w duchu eko. Przed halą odbyła się zbiórka elektrodpadów i surowców wtórnych.

Targi Natura Food były też doskonałą okazją nie tylko do przedstawienia się szerszej grupie odbiorców, ale też do wypromowania swoich towarów poprzez udział w konkursie o Złoty Medal na najlepszy produkt zaprezentowany na targach. Produkty oceniane były w trzech kategoriach: ekologiczne certyfikowane, naturalne niecertyfikowane i tradycyjne. Za najlepszy produkt EKO uznano sok ekologiczny z marchwi, olej z pestek dyni (kategoria naturalne), Makaron Radziwiłłowski i Miód Mazur Garbatych.

Targi Natura Food stanowiły platformę spotkania dla sprzedających, kupujących jak i dla tych, którzy chcieli dowiedzieć się czegoś więcej na temat przyszłości ekologicznych produktów. Pełniły też inną, ważną rolę. Zdecydowanie zrywały ze stereotypem agresywnej ekologii. Duża frekwencja odwiedzających z różnych pokoleń napawała pozytywną nadzieją, że Polacy otwierają się na produkty ekologiczne, pochodzące od małych producentów. Dobrze widzieć, że targi takie jak Natura Food są motorem napędzającym zainteresowanie zdrową żywnością i możliwością jej wykorzystania zarówno w domu jak i w restauracji.