

Po prostu robię ciasteczka ...

- Być zielonym nie jest proste... - śpiewał o sobie muppet Kermit. To prawda, bycie "zielonym" wymaga pewnej elastyczności i samozaparcia. Dla Małgorzaty Głowczewskiej, prezes zarządu **Vege Instytut sp. z o.o.**, wegetarianizm jest pomysłem na życie ... i na biznes

Kto gotuje w Green Wayu?

Wegetarianizm w Polsce przestaje być zjawiskiem niszowym. Według zeszłorocznych badań CBOS po wegetariańsku odżywia się już ponad 1 procent Polaków. Rosnącym rzeszom "roślinożerców" w naszym kraju łatwiej dziś zaspokoić głód. Jeszcze kilka lat temu byli oni skazani na własną pomysłowość w komponowaniu posiłków, a przepisy wegetariańskiej kuchni przekazywali sobie nawzajem. Dzisiaj w sklepach jest pod dostatkiem zarówno potraw wegetariańskich, jak i produktów do ich przyrządzania. W siłę rosną bary i restauracje wegetariańskie, wśród których prym wiodzie międzynarodowa sieć wywodząca się z Trójmiasta Green Way. Twórcy sieci - Marek Tomasz Chudzik i Jerzy Szkolnicki - od kilku lat zbierają laury, a fenomen małej knajpki wegetariańskiej, która w ciągu dekady zmieniła się w nowoczesne i świetnie prosperujące przedsiębiorstwo, zadziwia speców od marketingu. - Ważny jest pomysł i wizja - podkreślają w wywiadach Chudzik i Szkolnicki. Mało jednak kto wie, iż za sukcesem marki Green Way stoi młoda i delikatna kobieta - Małgorzata Głowczewska, prezes Vege Instytut. Większość receptur i przepisów, adoptowanych i przystosowanych do regionalnych warunków, wyszła spod jej ręki. Warzywny tort, pierożki w sosie imbirowym czy szpinakowe kluski - żelazny punkt w greenwayowskim menu - to właśnie jej dzieło.

Kobieta sukcesu

Prysłowie głosi, iż za każdym mężczyzną, który odniósł sukces, stoi silna kobieta. Małgorzata uważa, że prawda jest inna. - Za każdym mężczyzną, który odniósł sukces, stoi zmęczona kobieta - żartuje, zaprzeczając, że jest szarą eminencją Green Waya. - Ja po prostu robię ciasteczka - twierdzi, opowiadając z zapałem o nowej inwestycji, ekologicznej biopiekarni. Ponad trzydzieści różnych gatunków pieczywa, bułeczki z figami, chleb na zakwasie, ciastka na miodzie i "zdrowe" torty - to jej najnowsza pasja. - Nie przestałam zajmować się głównym menu restauracji, które w dużej mierze sama stworzyłam, ale piekarnia to moje najmłodsze dziecko i najbardziej ukochane. Produkty z ekologicznej biopiekarni, pierwszego sklepu tego typu w Polsce, sprzedawane są w Centrum Zdrowych Stylów Życia Green Way w Gdańsku Wrzeszczu. W placówce większość wyrobów posiada certyfikaty ekologiczne, świadczące o ich prozdrowotnym charakterze. Pieczywo i słodczyce z oferty są uzyskiwane za pomocą tradycyjnych metod z epok przedprzemysłowych, z mąk z pełnego przemiału ziarna, bez konserwantów, polepszaczy, barwników i sztucznych dodatków.

Świadomy target

Codziennie po zdrowe pieczywo przed piekarnią w Gdańsku Wrzeszczu ustawia się kolejka chętnych. Stali bywalcy mają swoje ulubione pozycje: największym powodzeniem cieszą się chleby i bułeczki orkiszowe oraz marchewkowe babeczki. Przystanek Zdrowia Green Way jest siódmym barem wegetariańskim Green Way w Trójmieście. W ofercie Green Waya znajdują się klasyczne, znane już wszystkim, zdrowe potrawy z całego świata. Wszystkie potrawy oparte są na bogactwie warzyw i owoców i wytwarzane z użyciem nierafinowanych produktów, a serwowane w przyjaznej, ekologicznej atmosferze. Pytana, jacy są klienci- amatorzy ekologicznego pieczywa oraz wegetariańskich posiłków, pani prezes Vege Instytut stwierdza, że przede wszystkim świadomi - Target? - zastanawia się kreatorka kuchni Green Waya. - Przychodzą tu fajni ludzie, tacy, którzy zdają sobie sprawę z rangi, jaką ma zdrowe odżywianie. Ani ekologiczni odmienicy, ani snobi. Nie ma znaczenia wiek, płeć oraz wykształcenie - stwierdza pani Małgorzata i podkreśla, że chociaż wegetarianie stanowią dużą część klienteli restauracji Green Way, na indyjską kofę wpadają też mięsożercy.

Eko menu

Z badań internetowych portalu onet.pl wynika, że wegetarianie w Polsce są dobrze wykształceni (40 proc. - wyższe, a 25 proc. - średnie, z czego 2/3 to studenci), przeciętnie w wieku 27 lat, głównie z dużych miast (70 proc.), gdzie działają organizacje promujące ten styl żywienia oraz bary i sklepy, w których można się zaopatrywać. Mimo wzrostu popularności idei wegetarianizmu, większości ankietowanym zdrowy styl życia z nią związany kojarzy się z fanaberią. Mimo iż warzywa i owoce rzadko figurują w menu przeciętnego Polaka (badania TNS OBOP z 2005 roku), nadal mamy zaskakująco dobre samopoczucie w kwestii własnej diety (tylko 2 proc. badanych uważa, że ich dieta jest bardzo niezdrowa). - A to nieprawda - protestuje Małgorzata Głowczewska. - Jemy źle: tłusto, szybko i bez pomysłu. W Green Wayu bardzo chcielibyśmy to zmienić, ale nie kierujemy się jakąś misją uzdrowienia narodu. Po prostu musi być smacznie i zdrowo: to najważniejsza zasada naszych potraw. No i regionalnie - pani Małgorzata podkreśla, że sprawdzanie na każdym produkcie informacji, czy pochodzi z Polski, weszło jej już w krew. - Kupując bezpośrednio od okolicznych rolników, mamy pewność, że płacimy uczciwą cenę - zaznacza. - Czasami wiktuały z targu są nieco droższe niż z supermarketu, ale zwykle też lepszej jakości. Dodatkową korzyścią zakupu lokalnych produktów jest wyższa zawartość witamin. Owoce i warzywa zawierają ich najwięcej tuż po zbiorze, im więcej spędzają czasu w transporcie i w magazynie, tym mniejsza ich wartość odżywcza.

Etyczny biznes

Pani prezes zaznacza, że jako początkującej bizneswoman bliżej jej do Anity Roddick, twórczyni potęgi sieci sklepów Body Shop, niż Marthy Stewart, telewizyjnego guru kulinarnego. - Green Way, mimo iż jest wielką restauracyjną siecią, to bardzo etyczny biznes - podkreśla kreatorka jego kuchni. - Składają się na to świadomi klienci, ekologiczne zasady i dbałość o produkt: to tworzy naszą markę. No i dalszy rozwój - po dziesięciu latach wymyślania przepisów i próbowania nowych potraw nie spocznę na laurach. Codziennie wymyślam coś nowego, a na rynek wprowadzam co miesiąc dwie nowe receptury - chwali się pani Małgorzata i zapowiada, że do końca roku chce otworzyć kolejnych pięć biopiekarni, bo z badań rynku wie, że na tyle będzie zapotrzebowanie. - Na razie nie myślę o tym jak o biznesie. Po prostu się cieszę, że moje zdrowe ciasteczka smakują ludziom - dodaje.