



IFEMA
PABELLÓN 14.0 14.1

Madrid Fusión:

Svjesna jednostavnost

VELIMIR CINDRIĆ

Svi znamo da je jednostavnost najkompliciranija stvar! Zato možda ne iznenađuje da je ovogodišnja krilatica u siječnju održana kongresa Madrid Fusión (trajni slogan: „Budućnost gastronomije“) bila – „Bit kuhinje: svjesna jednostavnost“. Stavimo li sve u kontekst, nameće nam se misao jednog filozofa (da ne kažemo Karla Marxa), koja kaže da je „nužnost slijepa sve dok ne postane svjesna te da je sloboda svijest o nužnosti“. Potaknut zanimljivošću tog mota, a još i više popisom nevjerojatno zanimljivih tema, sredinom siječnja krenuo sam u Madrid, koji je tih dana bio gastronomsko središte svijeta.

Naime, 18. po redu izdanje tog velikog godišnjeg gastronomskog događanja još je jednom ponudilo zanimljiv program koji je nastavio s istraživanjem budućnosti kreativne kuhinje – od odležavanja ribe do zamršene potrage za umjetnom inteligencijom kao kulinarskim alatom. Više od 300 profesionalaca sa svih pet kontinenata, uključujući chefove, slastičare, pekare, miksologe, enologe i sommeliere, okupilo se u prostorima sajma svega vezanog uz gastronomiju i samome kongresu Madrid Fusión, da bi se pozabavilo novim idejama ili, kako je to na otvorenju istaknuo domaćin, „da bi se uvjerali u to da je Reale Seguros Madrid Fusión i dalje svjetska referentna vrijednost, mjesto gdje se otkrivaju novi trendove i analiziraju procesi promjena u kreativnoj kuhinji“.

José Carlos Capel, predsjednik Madrid Fusióna, istaknuo je kako je ovo izdanje vrlo posebno zbog njegove punoljetnosti, „obljetnica koja će se proslaviti s mnogim chefovima koji su priredbu pratili sve te godine“. Capel je objasnio i značenje ovogodišnjeg slogana: „Bit kuhinje je ući u dušu namirni-

ce i izraziti mnogo toga, ali vrlo jednostavno. To dokazuju primjeri mnogih chefova poput Joseana Alije, Nika Romita i Pedra Sáncheza. Oni rade bez uplitanja umjetnosti, jela bez nepotrebnih sastojaka.

Uz sansebastijansku Gastronomiku, sa statusom jednog od dva najvažnija kongresa kreativne kuhinje na svijetu te svojim doprinosom stvaranju globalne gastronomske scene, otkrivanju novih chefova, promocije trendova i avangardnih ideja, Madrid Fusión danas ima više sadržaja negoli ikada, da i ne spominjemo nikad veću izložbenu površinu s preko 18.000 četvornih metara.

Pogledajmo sada koji su bili najvažniji aspekti ovogodišnjeg izdanja Madrid Fusióna. Kao i svake godine, kongres je na to važno događanje pozvao čitave gradove. Ovoga puta to su bili Tokio, Moskva i Sankt Peterburg te Cape Town.

Glavna tema bila je, ponovimo još jednom, bit kuhinje, pod čime se, pojednostavljeno rečeno, podrazumijevaju jela koja izgledaju jednostavno, ali kriju bogatstvo ideja okupljenih oko vrhunskih namirnica. Organizator je naglasio da se radi o receptima bez umjetnosti, napisanim samo s nekoliko elemenata u vidu, namjernom jednostavnošću, s pročišćenošću koja uzbuđuje i koja predstavlja trend u usponu.

Na tu temu u glavnom su auditoriju prezentacije održali Koji Kimura (Kimura, Tokio), Isabella Poti (Ristorante Bros', Lecce), Ivan i Sergej Berezutski (Twins Garden, Moskva), Ángel León (Aponiente, Cádiz), Niko Romito (Reale, Castel di Sangro), Andoni Aduriz (Mugaritz), Josean Alija (Nerua, Bilbao), Albert Adrià (Enigma), Jeremy Chang i Iré Hassaan (Ikoyi, London) i Pedro Sánchez (Bagá, Jaén). Tome popisu



trebaju se još dodati dva usporedna priloga. Joan Roca (El Celler de Can Roca) iznio je svoju viziju održivog kuhanja, a Oriol Castro i Eduard Xatruch (Disfrutar) svojim su nastupom naglasili važnost sklada između okusa, tehnike i čistoće izraza.

Jedno od velikih poglavlja ovogodišnjeg Madrid Fusióna bilo je posvećeno umjetnoj inteligenciji. Pitanje je bilo radi li se o znanstvenoj fantastici ili o izvrsnome alatu za ugostiteljsku industriju budućnosti. Ekipe iz dva giganta te industrije - IBM (Cerealto Siro Foods) i Sony, izložile su dvije potpuno inovativne teorije. Ako se pitate hoće li umjetna inteligencija pomoći u stvaranju novih recepata, omogućiti otkrivanje novih parova hrane i piće, kako za slana, tako i za slatka jela te hoće li to biti prikladno sredstvo za optimizaciju upravljanja restoranima, možemo reći da je bilo prilično različitih mišljenja, ali ne o tome je li to budućnost ili ne, već je li to ispravna budućnost ili korak unazad. Chefovi i stručnjaci (David Muñoz, Fernando Sáez, François Chartier, José Luis Cabañero, Masahiro Fujita, Michal Spranger i Juan Carlos Martínez) žustro su o tome raspravljali, a David Muñoz, chef restorana DiverXO, jedinog madridskog s maksimalne tri Michelinove zvjezdice, nepokolebljivo je branio tezu da nikakva umjetna inteligencija neće moći zamijeniti kreativnost u fine dining restoranima.

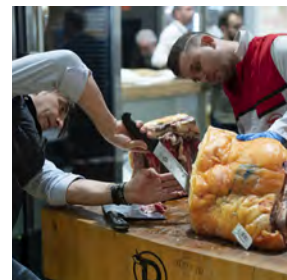
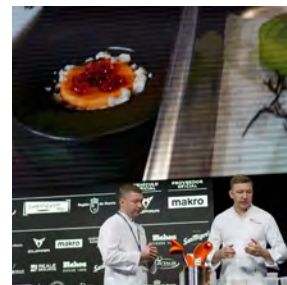
Naredna velika tema bila je – neuromarketing. Što je to, pitate se? Neuromarketing je komercijalno marketinško komunikacijsko područje koje primjenjuje neuropsihologiju na marketinška istraživanja, proučavajući senzomotorne, kognitivne i afektivne reakcije potrošača na marketinške podražaje. Neuromarketing želi razumjeti razloge kako potrošači donose odluke o kupnji i njihove reakcije na marketinške podražaje

kako bi primijenili ta učenja u marketinškoj domeni. Potencijalne koristi za trgovce uključuju učinkovitije marketinške kampanje i strategije, manje neuspjeha proizvoda i kampanje, a u konačnici i manipulaciju stvarnim potrebama i željama ljudi u skladu s potrebama i željama marketinških interesa.

No, gdje je veza između neuromarketinga i gastronomije? Španjolski chef Kiko Moya (L'Escaleta, Alicante), u suradnji sa Sveučilištem iz Valencije, otkrio je prisutnima rezultate znanstvenog proučavanja reakcija gostiju na različita jela. Na pozornici Auditorija, uz pomoć volontera iz publike, proveo je testiranje uživo u svrhu mjerenja smanjivanja neproporcionalne granične korisnosti izbora.

Jedna od zanimljivijih tema bavila se redoslijedom jedenja. Naime, postavljeno je pitanje je li rješenje jesti obratno, odnosno bismo li u obrocima više uživali ukoliko bismo počeli s najtežom hranom, a završili s najlakšom? Chef Nacho Manzano (Casa Marcial, Asturija) pokušao je odgovoriti na to pitanje uz pomoć više gurmana, od kojih su mnogi potvrdili njegove pretpostavke.

Uz pitanje umjetne inteligencije, tehnika odležavanja ribe (dry ageing) pobudila je najviše zanimanja publike. Naravno, iz hrvatskog kuta gledanja, sada se pitate zašto odležavati ribu kad se zna da je ona ukusnija što je svježija. No, radi se o sličnome postupku kao i kod odležavanja odrezaka, samo primijenjena na morsku namirnicu, nešto što će nam u budućnosti (sjetite se, Madrid Fusión bavi se budućnošću gastronomije) proširiti organoleptičke horizonte. Na tome području ima više teorija. „Australšku školu“ prvoga je dana kongresa iznio chef Joshua Niland (St. Peter, Sydney), autor iz-



vrsne knjige „The Whole Fish Cookbook: New Ways to Cook, Eat and Think“ (preporučujem je svim chefovima i ozbiljnim hobi ribljim kuharima, a koja sadržava i sve o odležavanju ribe). On je objasnio kako se trančira velika riba da bi se na njoj mogla primijeniti tehnika odležavanja. Njegovu teoriju i tehniku s oduševljenjem je prihvatio chef Dani García u svome restoranu Lobito de Mar u Madridu.

Da se ne radi samo o australskoj izmišljotini, galijski chef Pepe Solla i udruga Artesans da Pesca demonstrirali su kako se odležava riba u Galiciji, dok je posljednjega dana kongresa tokijski sushi majstor Koji Kimura predstavio i „japansku školu“, čiji je on rodonačelnik, a koja ribu odležava čak i do tri mjeseca.

Madrid Fusión 2020 pozabavio se i sve većim izazovom restoranske industrije - alergijama i intolerancijama, odnosno kako se šefovi sala i restoranske kuhinje nose s nizom tih zdravstvenih smetnji koje su u stalnom porastu. Josep Roca, sommelier El Celler de Can Roca objasnio je vrlo precizne načine i sredstva koja se rabe u njihovu restoranu, kao i složen mehanizam potreban za uspješnu borbu s ovim sve većim problemom.

Zanimljiva je bila i tema nazvana „slatko ili slano“, koja se bavila tankom crtom između ta dva okusa. U nizu fascinantnih primjera demonstriralo se, primjerice, je li moguće osmisliti „neslana“ jela s kiselim sastojcima, ali bez dodanog šećera te odgovaralo na slične izazove. Taj nadolazeći trend predstavio je berlinski chef René Frank (CODA desert Dining).

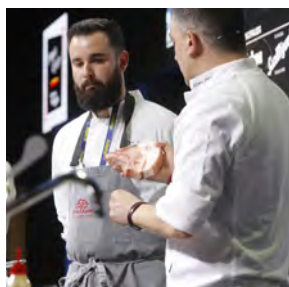
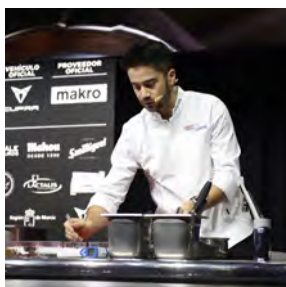
Kongres je zabilježio i nastavak trenda jedenja na tržištima. Za razliku od vremena kada je ta navada odumirala,

danas broj štandova koji na tržištima nude jelo i dalje raste. O tome je posvjedočila chefica Marga Coll (Arrels, Palma de Mallorca), objašnjavajući poslovni uspjeh svoga štanda na tržištu u mjestu Inca, trećem najvećem na Mallorci.

Danas chefovi širom svijeta grozničavo traže još neotkrivena područja i sastojke koje bi mogli proučavati do u detalje i ponuditi fascinantna jela na temelju svojih otkrića. Tako je vrijeme došlo i za korijenje i gomolje. Do sada nitko na te neuglednike jestivoga svijeta nije gledao tako ozbiljno i nitko nije toliko duboko proučavao mogućnosti koje nude, bez obzira bili kuhani ili fermentirani, kao chefica Begoña Rodrigo (La Salita, Valencia). Ona je na kongresu govorila o njihovim jedinstvenim okusima i zapanjujućem mikro svijetu ispunjenom brojnim iznenađenjima.

Toj temi pridružilo se i zanimanje za spoj morskih algi i povrća, nastavak već dobro poznatog sklada svjetova mora i kopna. Do kombiniranja algi i povrća došla je chefica Lucía Freitas (Restaurante a Tafona, Santiago de Compostella), nakon što je dosta vremena provela radeći u društvu japanskih kuhara. Radi se o jednoj sasvim drukčijoj dimenziji, jedinstvenih boja i okusa, odnosno dosad neistraženoj teoriji i praksi utemeljenoj na biljkama.

Pariški „in“ chef Guillaume Sanchez (NESO, Pariz), novi enfant terrible francuskog kuhanja, markantno istetoviran po licu i vratu, predstavio je svoja jela koja istovremeno iznenađuju i začuđuju, svojevrsnom nevjerojatnom izrazu pobune, mašte i tehnike. On je bio samo jedno od novih imena koje Madrid Fusión predstavi svake godine, a od kojih mnoga postanu važna u godinama što slijede.



Kao i do sada, u sklopu kongresa održano je više natjecanja i podijeljeno više nagrada – za europskog chefa godine, za nadolazećeg chefa, nadolazećeg pekara, Međunarodno prvenstvo Joselito za najbolji pršut na svijetu, Natjecanje u kušanju sireva, Natjecanje za sendvič s potpisom, Natjecanje Negrini Tapas s talijanskim sastojcima, Državno natjecanje Mahou Tapas, Državno natjecanje u točenju piva, za najboljeg pomoćnog kuhara, za najbolji kruh za uživanje u pršutu Ibérico i još mnoga druga.

Održane su i brojne radionice, poput onih na temu sakea i tehnika obrade ribe, a velika novost bila je inauguracija priredbe Madrid International Pastry, prvi međunarodni kongres o slastičarstvu, pecivu i proizvodnji čokolade održan u Španjolskoj. Trajao je tri dana i bavio se trima različitim poljima - kruhom, čokoladom i pecivom.

Bilo je i okruglih stolova, prezentacija i demonstracija uživo uz prisustvo međunarodnih stručnjaka i kompanija, a L'École Lenôtre iz Pariza i L'École Richemont iz Lucerna ponudili su i niz različitih radionice. Nathan Myhrvold iz Seattlea, jedno od vodećih imena teorije molekularne gastronomije i bivši poslovni partner Billa Gatesa, predstavio je svoju enciklopediju „Moderni kruh“. Jorge Pastor (predsjednik Međunarodnog kluba Richemont) govorio je o zdravome kruhu, kao i organizacija Sourdough Bread iz Bruxellesa.

Dan posvećen slastičarstvu uveličali su Paco Torreblanca, Miquel Guarro (Kulinarska škola Hofmann), Pol Contreras (El Portal de Echaurren) i Fernando Sáenz, koji su izvršili revoluciju u svijetu sladoleda i deserata (danas gotovo niti

jedan desert u fine dining restoranima ne može bez sladoleda kao komponente).

Na koncu, premda je prirodnačko usmjerenje kojim gastronomija korača posljednjih desetak godina općeprihvaćeno u svijetu, očito je da tema budućnosti gastronomije i dalje intrigira sve u toj industriji te da će za Madrid Fusión i u narednom desetljeću biti itekako mjesta. I ne samo to. Kongres će snažno utjecati na sve što se na tome polju događa, posebno u temama kao što je umjetna inteligencija. Ne sviđa vam se taj smjer? Prisjetite se što su širi krugovi govorili pri pojavi fenomena molekularne gastronomije. Svidale vam se teze zagovaratelja umjetne inteligencije ili ne, njezina vremena dolaze, ako ništa barem u komercijalnim aspektima restoranske industrije. I s tim se, kao i drugim sličnim stvarima, očito valja pomiriti.

