

ŚWIAT

# LODÓW

2011

MAGAZYN



FREZERY  
OD A DO Z  
s. 14

CODZIENNIE  
40 SMAKÓW LODÓW  
s. 42

*Najlepsze pomysły... są wieczne*

**FABBRI**  
1905

*Lody Fabbri świętują sukcesy od ponad stu lat  
i ciągle są synonimem prawdziwej smakowej rozkoszy...*



*Yogurt and  
Mango*



*Almonds  
and honey*



*Choco  
Pistachio*

Dystrybucja w Polsce:

**savpol**<sup>®</sup>  
SOLIDNY PARTNER

Region Południe  
SAVPOL Sp. z o.o.  
ul. Sowińskiego 7, 44-100 Gliwice  
tel. +48 32 400 04 00  
www.savpol.pl

**“AWA”**

Region Centrum  
AWA Sp. Jawna  
ul. Niciarniana 50/52, 92-320 Łódź  
tel. +48 32 674 26 73

**Ambasador**<sup>®</sup>

Region Północ  
Ambasador 92 Sp. z o.o. Sp. K.  
ul. Raszyńska 13, 05-500 Piaseczno  
tel. +48 22 711 33 33  
www.ambasador92.pl



# SPIS treści

## Powrót do źródeł

– Grzegorz Olma s. 6

## Wystrzałowo, kolorowo, brokatowo

– nowości Martin Braun s. 10

## Dobry czas dla lodziarni

– z Rajmundem Kawalcem, prezesem firmy KAMES,  
rozmawiał Grzegorz Olma s. 11

## Frezery od A do Z

– Agnieszka Bielawska-Pękala s. 14

## Kremowy sorbet

– klucz do sukcesu – Patrycja Mrowiec-Mateja s. 20

## Witryna lodowa jak statek kosmiczny

s. 24

## Taniec ognia z lodem

– Mateusz Wilk s. 26

## Bakepol już w kwietniu

s. 28

## Orzeźwienie wprost z Sycylii

– Bartosz Malicki s. 30

## Gofry – czy to się opłaca?

– Małgorzata Milian-Lewicka s. 36

## Lody o smaku prażonych migdałów

– Piotr Bąk s. 40

## Lodziarnia na kołach

s. 41

## Codziennie 40 smaków lodów

– Graziana Melillo, Bartosz Budzyński s. 42

## Najpiękniejsza lodziarnia w najlepszym mieście

– Paweł Kowal s. 48



# Drozdzy Czytelnicy

Z roku na rok Polacy zjadają coraz więcej lodów i lodowych deserów, zarówno tych produkowanych przemysłowo, jak i rzemieślniczo. Przybywa lokali serwujących lody, coraz szersza jest także ich lodowa oferta. Na rosnące zapotrzebowanie rynku odpowiadają firmy produkujące komponenty, półprodukty, maszyny i urządzenia dla branży lodziarskiej, jak również kawiarnianej.

Coraz większym zainteresowaniem cieszą się także specjalistyczne targi ExpoSweet, które mają lodziarsko-cukierniczy charakter. W naszym przekonaniu w tym krajobrazie nie powinno zabraknąć specjalistycznej publikacji na wysokim merytorycznym poziomie – swoistego przewodnika po świecie lodów. W naszym nowym magazynie chcemy łączyć producentów i dystrybutorów urządzeń i komponentów z ich odbiorcami – właścicielami, menadżerami i pracownikami lodziarni i cukierni. Pragniemy stać się atrakcyjnym forum wymiany informacji technologicznych i technicznych, a także sprawdzonym źródłem wiedzy o branżowych nowościach i ciekawostkach.

Pierwszy numer „Magazynu Świat Lodów” oddajemy do Państwa rąk u progu lodowego sezonu. Mamy nadzieję, że publikacja ta spotka się z przychylnym przyjęciem i spełni Wasze oczekiwania. Już dziś możemy zapewnić, że tematyka lodziarska, przez pozostałe miesiące roku, obecna będzie także na łamach branżowego czasopisma „W Piekarni W Cukierni” oraz na naszej stronie internetowej [www.wcukierni.pl](http://www.wcukierni.pl).

Zapraszamy do lektury i do odwiedzenia portalu.

Redakcja

**WYDAWCA:** AGENCJA MEDIOWO-KONSULTINGOWA ZOOM S.C.  
BARBARA ZAJĄC, GRZEGORZ OLMA  
ul. Damota 6/301, 40-022 Katowice  
tel. 32 204 23 04, fax 32 700 32 84  
KONTO BANKOWE: ING 16 1050 1214 1000 0090 7661 8553

**PARTNER ZARZĄDZAJĄCY:** GRZEGORZ OLMA  
[g.olma@wpiekarni.pl](mailto:g.olma@wpiekarni.pl), tel. 32 204 23 04  
**REDAKCJA „W PIEKARNI, W CUKIERNI”**  
[www.wpiekarni.pl](http://www.wpiekarni.pl), [www.wcukierni.pl](http://www.wcukierni.pl)

**Adres redakcji:**  
Damota 6/301, 40-022 Katowice  
tel. 32 230 90 05, fax 32 700 36 72, [redakcja@wpiekarni.pl](mailto:redakcja@wpiekarni.pl)

**REDAKTOR NACZELNA:** PATRYCJA MROWIEC-MATEJA  
[p.mrowiec-mateja@wpiekarni.pl](mailto:p.mrowiec-mateja@wpiekarni.pl), tel. +48 693 375 189

**DYREKTOR MARKETINGU:** BARBARA ZAJĄC  
[b.zajac@wpiekarni.pl](mailto:b.zajac@wpiekarni.pl), tel. +48 608 094 847, 32 230 90 05

**KIEROWNIK DS. KLIENTÓW STRATEGICZNYCH:** KATARZYNA CZAK  
[k.czak@wpiekarni.pl](mailto:k.czak@wpiekarni.pl), tel. +48 535 535 923

**PROJEKT GRAFICZNY:** BOGUMIŁ MATEJA  
[b.mateja@wpiekarni.pl](mailto:b.mateja@wpiekarni.pl), tel. +48 693 814 809

**Zdjęcie na okładce:** © NB – Fotolia.com

Copyright © ZOOM Agencja Mediowo-Konsultingowa Barbara Zajac, Grzegorz Olma

**WP  
C  
PIEKARNI  
CUKIERNI**  
**ŚWIAT  
LODÓW**  
MAGAZYN

*Limosa*



nowa linia dla lodziarni i cukierni

sprawdź na: [www.lenari.com.pl](http://www.lenari.com.pl)

 **lenari**  
BY ES SYSTEM K

**ES System K Sp. z o.o.**  
ul. Wrzosowa 10, 32-340 Wolbrom  
tel. 32 644 04 00  
[www.essystemk.pl](http://www.essystemk.pl)



# POWRÓT do źródeł

RZEMIEŚLNICZE LODY NA PATYKU I POWRÓT DO TRADYCYJNYCH, PROSTYCH, A PRZY TYM NATURALNYCH SUROWCÓW TO NAJKRÓTSZA CHARAKTERYSTYKA TEGOROCZNYCH TARGÓW SIGEP.

**IMPREZY, KTÓRA OD KILKU DZIESIĘCIOLECI WYZNACZA KIERUNKI ROZWOJU PRODUKCJI LODÓW RZEMIEŚLNICZYCH W EUROPIE**

**T**ym razem w Rimini nie było spektakularnych nowości czy zaskakujących fajerwerków. Z witryn zniknęły szokujące kolorami sztucznych barwników lody o dziwnych smakach i nazwach. Liderzy rynku zdecydowanie postawili na naturalność.

## 100 PROCENT NATURALNOŚCI

Surowce mają być pozbawione konserwantów, sztucznych barwników czy emulgatorów i tłuszczów roślinnych, ale za to powinny posiadać wyłącznie naturalne aromaty. Jeśli lody czekoladowe, to powstałe na bazie czekolady, a nie kakao. Podobnie w przypadku dodatku owoców – im ich więcej, tym lepiej. Do lodów dodaje się więc owoce kandyzowane (pomarańcze) i kandyzowane przyprawy, np. imbir, dodatkiem są również półkandyzowane owoce (wiśnie, czereśnie). Zwykły cukier zastę- ▶



Zaskakująca premiera!



Gracia



Gracia Impuls



Classic



Italia

powany bywa zdrowszym – z trzciny cukrowej czy winogron (w ofercie firmy Comprital). Inne dodatki powinny pochodzić ze znanych klientom, a ciesząc się renomą, miejsc (jeśli pistacja to z Sycylii, jeśli orzeszki – z Piemontu).

W naturalność produkcji wpisało się także stoisko firmy MEC3. Jak podkreślano, aż 90 proc. użytych do jego budowy materiałów podlega recyklingowi. „Respect” – szacunek dla środowiska i przyrody był hasłem promującym tę firmę w Rimini. I bez przesady można powiedzieć, że doskonale oddawało ono ogólny wyraz targów. Naturalność produktów, dbałość o zdrowie konsumenta, prostota produkcji to kierunki, w których zmierza nowoczesne lodziarstwo. Dostosowuje się ono do oczekiwań klientów, którzy także w lodowym segmencie rynku chcą znaleźć produkty bezpieczne i postrzegane jako zdrowe.

## LODOWA KANAPKA

Prawdziwym przebojem tego roku okazały się lody na patyku i lodo-we sandwicze, zwane również lodami ciasteczkowymi. Dzięki nowatorskim, plastikowym foremkom, jakich używa się produkcji tych pierwszych, możliwe staje się wytwarzanie lodów na patyku w niemal każdej cukierni i lodziarni. Przygotowaną do sprzedaży na gałki lodową masę wystarczy bowiem przełożyć do foremek, na kilkanaście minut umieścić w szokowej zamrażarce, by wyciągnąć z niej lody na patyku, które dodatkowo mogą przybrać różne kształty (poza tradycyjnym, także serca, itp.). Foremki umożliwiają także przygotowanie lodowych kanapek. Wystarczy bowiem między dwa ciasteczka bądź waflę nałożyć lodową masę. Całość uatrakcyjnić można posypkami lub czekoladową polewą.

## DLA KAŻDEGO COŚ DOBREGO

Producenci surowców i sprzętu dostrzegają potrzeby nawet niewielkich producentów. Nowoczesne urządzenie Compritala – mikronizator – pozwala na pracę z niewielką masą o objętości 4-6 litrów. Przeznaczone jest do małych lokali, a umożliwia uzyskanie lodów o gładkiej i jedwabistej strukturze. Dzięki bardzo wysokim obrotom, które jest w stanie osiągnąć, zmniejsza ono wielkość cząsteczek z 750 do 50 mikronów, nadając lodom jednorodną strukturę.

Nowoczesny sprzęt powinien być energooszczędny i uniwersalny. Wymagania te spełnia choćby frezer Maestro HCD firmy Carpigiani, który umożliwia produkcje lodów, granit, sorbetów oraz kremów i mas cukierniczych. Urządzenie to, podobnie jak tej samej marki frezer Labotronic RTL, posiada cztery cykle produkcyjne, dzięki którym można uzyskać, w zależności od potrzeb, lody miękkie i kremowe (cykl „Excellent”), idealne do witryny wystawowej albo suche i zbite (cykl „Hard”).



Operator urządzenia ma także możliwość wyboru programu automatycznego albo przyspieszonego procesu produkcji.

Łatwość obsługi to wymogi czasów. Wiąże się ona zarówno ze sprzętem przeznaczonym do produkcji, jak i do sprzedaży. Na targach pojawiły się także automaty do lodów, obsługiwane przez klientów. Wystarczy wrzucić żeton lub monetę, wybrać jedną z opcji, by po chwili odebrać gotowy produkt.

## NAUKA I PROMOCJA

Jak chyba żadne inne imprezy targowe – Sigep to wystawa z mnóstwem niezwykle interesujących wydarzeń towarzyszących. Organizatorzy targów, wspólnie z partnerami merytorycznymi, starają się niemal każdy dzień wypełnić ciekawymi pokazami, konferencjami, konkursami. W trakcie targowych dni można więc uczestniczyć w szkoleniach i pokazach prowadzonych przez uznane cukiernicze autorytety, przyglądać się prezentacjom prowadzonym na wysokim poziomie zaawansowania czy przysłuchiwać dyskusjom naukowców. Włosi lodowe tematy traktują niezwykle poważnie. Dla nich nie jest to tylko biznes jak każdy inny,





ale część rodzimej kultury i tradycji. Dlatego też z powagą, z udziałem pracowników uniwersyteckich dyskutowano tu nad walorami odżywczymi lodów czy możliwością wykorzystania lodziarni i lokalnych lodów w promocji miasta czy regionu.

Warte wykorzystania na naszym gruncie mogą być ich doświadczenia związane z organizacją lodowych konkursów. W wewnętrznych eliminacjach do przyszłorocznego lodowego pucharu świata umożliwiono udział zawodnikom z zagranicy (nikt z obcokrajowców nie skorzystał), a same eliminacje prowadzono w niezwykle czytelnej formule. Konkursowe jury oceniało każdego z zawodników w sposób jawny. Jurorzy pokazywali publiczności swoje oceny, a punktacja zapisywana była na dużej, widocznej z daleka tablicy. Dzięki temu na bieżąco można było śledzić i porównywać stan rywalizacji. W trakcie konkursu omawiano również poszczególne prace, a eksperci dzieliли się swoimi uwagami. W ten sposób eliminacje były nie tylko atrakcyjne dla publiczności, ale również wносиły element edukacyjny.

Targi Sigep to najważniejsza obecnie w Europie impreza wystawiennicza poświęcona branży lodziarskiej. Sporo z prezentowanych w jej trakcie nowości zostanie pokazanych w Warszawie na targach Expo Sweet.

## LODY PO WŁOSKU

Każdego roku Włosi konsumują około 360 tys. ton lodów rzemieślniczych (oznacza to 6 kg na statystycznego mieszkańca Italii). Wydają na nie 2,5 mld euro. Nie licząc sklepów, w których znajdują się także witriny z lodami rzemieślniczymi, we Włoszech jest 9 tys. lodziarni, oraz kolejne 20 tys. lokali, takich jak bary i cukiernie, w który można zjeść lody. Poza Italią działa około 20 tys. włoskich lodziarni. Lokale te dają zatrudnienie blisko ćwierć milionom pracowników (150 tys. we Włoszech, 100 tys. za granicą). W ostatnich latach lodziarni we Włoszech przybywa.

## 1100 EURO DO WZIĘCIA

– Potrzebujemy blisko 3 tys. cukierników. Tyle mamy wakatów w naszych zakładach – oznajmił podczas otwarcia Targów Sigep Federico Anzelotti, szef włoskiego stowarzyszenia cukierników. Nasza branża postrzegana jest przez pryzmat pracy w nocy i zapewne z tego względu cierpimy na brak młodych kadr. Rozpoczynający pracę cukiernik może liczyć na pensję w wysokości 1,1 tys. euro.



Największe wydarzenie branży piekarskiej i cukierniczej roku 2011 w Polsce

# BAKEPOL

TARGI PRZEMYSŁU PIEKARSKIEGO I CUKIERNICZEGO

Trzecia edycja – Kielce

## 2-6 kwietnia 2011

Zapraszają Międzynarodowe Targi Poznańskie oraz Wystawcy:


Stan na dzień: 24.01.2011

Współpraca branżowa:



Współpraca medialna:



Organizator:

Międzynarodowe Targi Poznańskie sp. z o.o.  
ul. Głogowska 14, 60-734 Poznań  
tel. +48 61 869 20 00, e-mail: bakepol@mtp.pl

[www.bakepol.pl](http://www.bakepol.pl)

# Lodowy Świat MARTIN BRAUN

**M**artin Braun z myślą o Dniu Dziecka wprowadził specjalną edycję lodowego dodatku Variegó Choco Frizzy z musującymi kuleczkami. Jest to jedyny tego typu produkt dostępny na rynku polskim, podobnie jak nowość: żelowe kuleczki Goce oraz sosy do lodów z brokatem.

## NAJCIEKAWWSZA NOWOŚĆ – MUSUJĄCE KULECZKI

Variegó Choco Frizzy to uwielbiane przez dzieci variegato orzechowo-czekoladowe do produkcji lodów. Wyróżnia się spośród innych dostępnych na rynku zawartością musujących kuleczek, które rozpuszczają się w ustach. Variegó Choco Frizzy wyprodukowano z najwyższej jakości kakao oraz specjalnie wyselekcjonowanych orzechów laskowych. Zostało nagrodzone podczas targów ExpoSweet 2009 w kategorii „Najciekawsza Nowość Targów”. – Variegó Choco Frizzy szybko zdobył popularność wśród naszych klientów. Dzięki słodkiemu smakowi i musującym kuleczkom, produkt zapewni wspaniałą zabawę i uśmiech na ustach dzieci. Idąc z duchem czasu, odświeżyliśmy logo i nazwę, zachowując przy tym sprawdzoną recepturę i oferując nadal produkt najwyższej jakości – informuje Marcin Komorowski, członek zarządu Martin Braun Sp. z o.o.

Innym, popularnym wśród dzieci dodatkiem do lodów i deserów, są sosy. Martin Braun jako jedyny w Polsce posiada w swojej ofercie błyszczące sosy – z brokatem. Dostępne w wielu smakach są idealnym dodatkiem do lodów, a także naleśników i gofrów. Pozostałe sosy owocowe pozbawione są sztucznych barwników i zawierają aż 17-26 proc. owoców. Konstrukcja butelki pozwala na łatwe naniesienie sosu na deser.

## DEKORACJE ZE SMAKIEM

Dekorowanie lodów i deserów lodowych to cała sztuka, wymagająca poczucia gustu, finezji i wyrobionego smaku. Wszystko musi być dobrane i dobrze skomponowane. Należy pamiętać, że konsumenci najpierw jedzą oczami. Aby nadać oryginalny wygląd deserów i lodów Martin Braun poleca absolutną nowość na rynku polskim: kuleczki Goce z linii Cresco Italia. To kolorowe, żelowe kuleczki odporne na zamrażanie i pieczenie. Dostępne są w następujących smakach: truskawkowym, jabłkowym, cytrynowym oraz owoców lasu.

## LODOWA PREMIERA 3D

Martin Braun wspólnie z Cresco Italia, należącą do Martin Braun Gruppe, zaprezentował podczas targów Sigep 2011 wiele nowości. Wśród nich przeło-

mwowe lody dla dzieci 3Dino oraz oryginalne lody Orange Tiramisu. 3Dino to połączenie trzech smaków: migdałów, orzechów laskowych oraz białej czekolady. Produkt składa się z dwóch części: pasty do produkcji lodów oraz variegato Variegó. stworzono głównie z myślą o dzieciach – posiada atrakcyjny zielony kolor oraz oryginalny smak. Wejściu 3Dino na rynek towarzyszyła przełomowa oprawa marketingowa. Klient, zamawiający ten produkt na targach, otrzymywał zestaw gadżetów 3D (karty fana dinozaurów, okulary, serwetniki, plakaty). Klienci odwiedzający stoisko Cresco mogli obejrzeć film o dinozaurach w systemie 3D w specjalnie do tego przygotowanej sali kinowej.

Jedną z najbardziej oryginalnych nowości Cresco Italia były lody Orange Tiramisu, wyprodukowane na bazie pasty z serkiem mascarpone oraz udekorowane variegato Variegó pomarańczowym z kawałkami kandyzowanych pomarańczy. Wyśmienite i orzeźwiające połączenie smaków!

Obydwa produkty będą miały premierę w Polsce w lutym podczas targów ExpoSweet (stoisko Martin Braun nr 69). Dostępne będą tylko w ofercie Martin Braun.

Więcej lodowych nowości Martin Braun na stronie internetowej: [www.martinbraun.pl](http://www.martinbraun.pl)



## VARIEGÓ CHOCO FRIZZY – PRAWDZIWA EKSPLOZJA SMAKU!

### Składniki:

Baza lodowa Venus 50	5 kg
Pasta Vanilia Bourbon – Madagascar („Smaki Świata”)	0,25 kg
miękkie masło	0,05 kg

### Dekoracja:

Variegó Choco Frizzy	0,3 kg
----------------------	--------

### Sposób wykonania:

Zmiksować wszystkie składniki w blenderze (ok. 2 min), następnie włączyć do frezera i zamrozić. Do powstałej masy wmieszać Variegó Choco Frizzy i udekorować nim także górną powierzchnię lodów.





FOT. ARCHIWUM

# dobry czas DLA LODZIARNI

O POLSKICH LODZIARNIACH,  
TRENDACH KONSUMENCKICH  
I ŚWIETNYCH PERSPEKTYWACH  
NA PRZYSZŁOŚĆ LODÓW W POLSCE  
**Z RAJMUNDEM KAWALCEM,  
PREZESEM FIRMY KAMES,**  
ROZMAWIAŁ GRZEGORZ OLMA

**20 lat temu na Targach Polagra zaprezentowali Państwo produkty firmy Mec3. Pamięta Pan, co wówczas było nowością w Polsce w branży lodziarskiej?**

Nowością były koncentraty smakowe. Wtedy zaczynała się era witrzyn mroźniczych, w których można było wystawić 7, 9 a nawet 12 kuwet z lodami o różnych smakach. W porównaniu do tradycyjnych kontuarów, z których sprzedawano zwykle 2-3 rodzaje lodów, był to przeskok w inną rzeczywistość. Sukces, który wówczas odnieśliśmy, zawdzięczamy temu, że mieliśmy gotową odpowiedź na najczęstsze wtedy pytanie rzemieślnika – czym wypełnić witrzynę. Obok lodów śmietankowych, czekoladowych i truskawkowych, pojawiły się wtedy takie egzotyczne smaki, jak tiramisu, malaga, zabaione, cassata, jogurt. Wzbudzały sensację, a dziś należą do „lodowej” klasyki.

**Dwie dekady to dobra okazja by ocenić zmiany. Jak Pana zdaniem w tym czasie zmieniło się rzemiosło lodziarskie w Polsce? Jak wyglądało wtedy, jak wygląda dziś?**

Zaczynaliśmy w okresie niezwyklej prosperity rzemiosła lodziarskiego. Pod koniec lat 80. powstało dużo nowych zakładów rzemieślniczych produkujących lody, a wiele, istniejących wcześniej, rozbudowało się. Głównym problemem lodziarzy było wówczas zdobycie surowców i wyprodukowanie jak największej ilości lodów, bo z reguły sprzedawano wszystko jeszcze przed zamknięciem sklepu. Silna przewaga popytu nad podażą lodów, sprzedawanych gałkownicą z witrzyn, utrzymywała się do połowy lat 90., kiedy rynek załamywały lody przemysłowe w kuwetach. ▶

Były one tańsze, a dla przeciętnego konsumenta niewiele różniły się od wyrobów rzemieślniczych. Powstała sytuacja, na którą lodziarze nie byli przygotowani, ich lody przestały się sprzedawać. Wielu z nich, nie potrafiąc sobie z tym poradzić, zrezygnowało wówczas z produkcji. Najszybciej przegrali ci, którzy próbowali konkurować z przemysłem, obniżając cenę sprzedaży lodów. Odbijało się to oczywiście na jakości, bo, sprzedając tanio lodziarz nie mógł sobie pozwolić na dobre surowce, nie mówiąc o naszych półproduktach. Drastyczne obniżenie jakości lodów było, moim zdaniem, główną przyczyną kryzysu rzemiosła lodziarskiego, jaki miał miejsce pod koniec lat 90. Był to także ciężki okres dla nas, bo zamiast naszych produktów, wielu rzemieślników zaczęło stosować aromaty, barwniki i co im wpadło w ręce, byle tylko ciąć koszty.

Na szczęście, mniej więcej od roku 2000, zaczęły powstawać pojedyncze nowe lodziarnie wysokiej klasy, często czerpiące wzory z Włoch i Niemiec. Ich powodzenie zachęciło innych i teraz mamy znowu okres wzrostu, szczególnie w ciągu ostatnich kilku lat. Co ważne, systematycznie przybywa lodziarzy-fachowców, którzy coraz częściej wygrywają na swoim terenie walkę z konkurencją przemysłową.

### **Dzisiaj już coraz trudniej znaleźć budki z lodami. Przybywa za to estetycznych lokali, gdzie obok lodów serwowane są oryginalne desery, drinki. Lodziarnie i wyspy lodowe pojawiają się w centrach handlowych. Czy możemy mówić o modzie na lody?**

Na pewno tak, chociaż „budki” pozostały. W ścisłym sezonie, zwłaszcza w rejonach wypoczynkowych, nadal przynoszą niezłe dochody. Co do mody, pociąg do lodów nie jest niczym nowym. Lubimy lody, bo kojarzą się nam z dzieciństwem. Sam pamiętam długą kolejkę do Bliklego na Nowym Świecie w Warszawie, w której, jako dzieciak, wystawałem po lody truskawkowe, a ile lat temu to było.

### **Czy można już powiedzieć, że lody przestają być produktem sezonowym, a stają się całorocznym? W porównaniu z innymi, bardziej lodziarskimi krajami, ich spożycie w Polsce ciągle nie jest duże.**

Wielkość spożycia lodów i sezonowość to dwie różne sprawy. Popularne w Polsce lody typu włoskiego, tzw. gelato, nigdy nie zajmą miejsca popularnych w Ameryce ice cream, zjadanych przez cały rok jako drugie śniadanie, niemal niezależnie od pory roku i pogody. Gelato jest typowym przysmakiem sezonowym. Nawet w galeriach handlowych, w których panuje wieczne lato, lodów tego typu sprzedaje się jesienią i zimą wielokrotnie mniej.

Co do poziomu spożycia, wydaje mi się, że nasze dane statystyczne nie uwzględniają produkcji rzemieślniczej i lodów z automatów. Gdyby to doliczyć, spożycie na głowę mogłoby wzrosnąć o prawie kilogram.

### **Według badań Polacy są smakowymi konserwatystami. Lubimy to, co znamy, czyli podstawowe smaki lodów. Mec3 nie zrażona statystykami co roku wprowadza nowości. Czy warto eksperymentować ze smakiem, gdy klient jest niechętny zmianom?**

Nie znam takich badań. Powiedziałbym, że nasi konsumenci są ciągle wyjątkowo podatni na nowości, zwłaszcza zagraniczne. Ponadto nie są oni niechętni zmianom, przeciwnie, amatorzy lodów odruchowo szukają nowości, tyle że często powstrzymuje ich obawa przed rozczarowaniem. Wynika ona z faktu, że jeszcze niedawno zawartość średniej polskiej witryny pozostawiała wiele do życzenia, a i teraz, choć jest dużo lepiej, nierzadko trafia się piękna witryna wypełniona, mówiąc delikatnie, czymś bardzo odległym od ideału.

### **Od 10 lat prowadzicie Państwo w Warszawie lodziarnię Malinova. To swoisty eksperyment, taki poligon doświadczalny dla osób prowadzących lodziarnie. Skąd pomysł na tego typu inicjatywę? Jakie wnioski czerpicie z bezpośredniej obserwacji rynku?**

Malinova powstała z potrzeby pokazania, co można zrobić z dobrych półproduktów, stosując przyzwoite receptury i dotrzymując reżimu technologicznego. Decyzję o jej budowie podjęliśmy pod koniec lat 90., kiedy rzemiosło lodziarskie było w stanie upadku, a dobrych lodów rzemieślniczych trzeba było szukać „ze świecą”. Chcieliśmy przeprowadzić dowód, że konkurowanie z wyrobami przemysłowymi musi opierać się na czymś innym, niż cena gałki. Jeśli wziąć pod uwagę oceny Malinovej na różnych forach, chyba nam się to udało.

### **Od naszego połączenia się z Unią Europejską w 2004 r. na rynku zaopatrzenia lodziarni co chwila pojawiają się nowe firmy. Tymczasem, Wasza dominująca pozycja wydaje się niezagrożona – jak to robicie?**

Po pierwsze, mieliśmy szczęście związać się z firmą, która, zaczynając od zera, w ciągu zaledwie dwudziestu kilku lat stała się światowym potentatem w branży. Ten sukces to przede wszystkim dzieło jednego człowieka – współwłaściciela Mec3, pana Giordano Emendatori, doskonałego organizatora i wizjonera zarazem. Po drugie, jako najstarsza firma na rynku, mieliśmy czas na zdobycie zaufania klientów. Umiemy zapewnić klientowi powodzenie, jeśli tylko zechce korzystać z naszych rad i towarów. Nigdy też nie stosowaliśmy doraźnych zabiegów handlowych, by za wszelką cenę coś sprzedać. Wydaje mi się, że klienci to dostrzegają i szanują.

### **Jakie nowości na ten sezon przygotowała firma Mec3? Co Pana zdaniem może być tegorocznym lodziarskim przebojem w Polsce?**

Trudno mówić o jakimś ogólnopolskim przeboju w lodach rzemieślniczych. Każda lodziarnia ma własne „przeboje”, którymi skłania do siebie klientów z okolicy. Chyba jedynym wyjątkiem od tej reguły są lody Co-

okies. Wprowadzone przez Mec3 dziesięć lat temu, każdego roku opanowują coraz więcej miejsc, a o nośności tej marki świadczy stale rosnąca liczba podróbek. Cookies to swoisty fenomen, jedyny produkt rozpoznawany w lodziarniach rzemieślniczych na całym świecie. Według ostrożnych szacunków, sprzedaż lodów Cookies, począwszy od ich wprowadzenia, dochodzi do 300 mln. porcji. Mec3 na 10-lecie Cookies przygotowała propozycje kolejnych wyrobów opartych na produktach Cookies, w tym dwanaście nowych pomysłów na wyjątkowo atrakcyjne lody cukiernicze oraz ciekawą mrożoną konfekcję.

**Obserwuje Pan nasz rodzimy rynek lodów od wielu lat. Czy na podstawie tych obserwacji można sformułować perspektywy jego rozwoju? Jak Pana zdaniem będzie wyglądać branża lodziarska w najbliższych latach, w jakim kierunku będzie się rozwijać?**

Kryzys rzemiosła lodziarskiego z końca lat 90. wyraźnie mamy za sobą. Liczba lodziarni rzemieślniczych w Polsce z roku na rok rośnie. Widać to szczególnie w ostatnich trzech, czterech latach. Sądzę, że tempo tego wzrostu

wzrośnie na przestrzeni kilku najbliższych lat, zwłaszcza dla inwestycji w lokale o profilu niemieckiej eiscafé. Bo jeśli wziąć pod uwagę klimat i upodobania konsumentów, rynek polski nie jest zbyt odległy od niemieckiego. Jeśliby przyjąć, że za jakiś czas dorównamy konsumpcją Niemcom, liczba eiscafé w Polsce powinna znacznie, nawet kilkakrotnie wzrosnąć. Nie twierdzę, że dokona się to w roku 2011, ale na pewno możemy liczyć na długi okres dynamicznego rozwoju naszej branży, tak w sezonie 2011, jak i w następnych.

## EISCAFÉ – NA MAŁE CO NIECO

Eiscafé to w wolnym tłumaczeniu – lodowa kawiarnia. Lokal, w którym sprzedaje się nie tylko lody, ale dostępny jest szeroki kawiarniany asortyment: kawa, herbata, wyroby cukiernicze (ciasta, ciasteczka), desery lodowe, na bazie bitej śmietany, napoje alkoholowe i bezalkoholowe. W lokalu znajduje się kilkanaście stolików na minimum 10 osób. Dodatkowe atrakcje stanowią często telewizor, bezprzewodowy internet, codzienne gazety. Tutaj przychodzi się na kawę i małe co nieco.

REKLAMA

## Nowoczesna Firma z 20-letnią tradycją

Firma P.P.H. „SOFOREK” specjalizuje się w produkcji wafli wytłaczanych. W tym roku firma obchodzi 20-lecie swego istnienia, cały czas gwarantując najwyższą jakość wyrobów.

Wykorzystując wieloletnie doświadczenie, wychodzimy naprzeciw oczekiwaniom Klientów, proponując coraz to bogatszą ofertę asortymentową.

Od 2009 roku wprowadziliśmy osiem nowych wzorów wafli z automatu. Z każdym kolejnym rokiem poszerzamy ofertę o następne nowości.

Firma P.P.H. „SOFOREK” – Centrum Zaopatrzenia Lodziarstwa – zaopatruje również swoich Klientów w większość towarów niezbędnych w lodziarni, są to m.in. lody w proszku, sosy, frużeliny, opakowania, drobny sprzęt gastronomiczny.

*Centrum Zaopatrzenia Lodziarstwa  
Szeroki wybór wafli wytłaczanych  
Nowoczesne linie produkcyjne  
Gwarancja najwyższej jakości*

P.P.H. SOFOREK Jacek Soforek  
ul. Dworcowa 4, 64-820 Szamocin  
tel. 67 283 34 04, fax: 67 284 80 70, tel. kom.: 605 034 070  
e-mail: handlowy@soforek.pl  
www.soforek.pl



PRZYGOTOWANIE  
MIESZANKI,  
Z KTÓREJ POWSTANĄ  
LODY TO SPRAWA  
INDYWIDUALNA  
I CZĘSTO WŁASNA,  
CHRONIONA  
RECEPTURA. **ALE ŻEBY  
PRODUKOWAĆ WŁASNE  
LODY TRZEBA MIEĆ  
PRZEDÉ WSZYSTKIM  
ODPOWIEDNI SPRZĘT.  
NAJWAŻNIEJSZY  
JEST FREZER  
I PASTERYZATOR  
– BEZ TEGO LODÓW  
ZROBIĆ SIĘ  
PO PROSTU NIE DA**

FREZERY

od **A**  
do **Z**

AGNIESZKA BIELAWSKA-PĘKALA

Frezer służy do ostatecznego zmrożenia już wcześniej spasteryzowanej bazy lodowej. Proces produkcji lodów składa się bowiem z kilku etapów: przygotowanie mieszanki lodziarskiej, którą poddaje się filtracji, pasteryzacji, homogenizacji, dojrzewaniu oraz – w etapie końcowym – równoczesnym zamrażaniu i napowietrzaniu. I tym ostatnim zajmuje się właśnie frezer.

Na rynku dostępnych jest wiele urządzeń tego typu, szczególnie włoskich. Nie trudno zresztą domyślić się, że to Włosi są potęgą w ich produkcji. Jedne z najbardziej rozpoznawalnych marek to: Carpigiani, Cattabriga, Bravo, Valmar, Taylor, Frigomat, Kälte-Rudi i wiele innych. Frezery możemy podzielić na dwa typy, ze względu na budowę i sposób wydawania lodów z maszyny: frezery poziome i pionowe.

## FREZERY POZIOME

Frezery poziome, to najpopularniejszy typ urządzenia. Takie są np. najbardziej znane urządzenia włoskiej firmy Carpigiani – serie automatycznych frezerów poziomych: Carpigiani XPL oraz RTL. Jak podkreśla Piotr Lamenta z Primulatora, dystrybutora tej marki w Polsce, oba urządzenia są nowościami na rynkach światowych. Premiera maszyn miała miejsce podczas targów Sigeep 2011. Włoski potentat w dziedzinie produkcji maszyn do lodów proponuje kilka znanych już i cenionych urządzeń z serii Labotronic. Urządzenia sterowane są elektronicznie, a ich wydajność jest bardzo zróżnicowana, biorąc pod uwagę ich moc oraz możliwości produkcyjne. Dla przykładu, Labotronic 10/30 RTX o mocy 3,2 kW ma wydajność od 12 do 42 l/h. Ale już Labotronic 30/100 RTX o mocy 9 kW to maszyna, które może nam wyprodukować nawet 138 litrów lodów w ciągu godziny. Maszyny z tej serii przygotowują gotowy produkt błyskawicznie – czas zamrażania waha się od 8 do 10 minut. Urządzenia serii Labotronic mają także funkcję do spowolnienia obrotów mieszadła (1030 G i 1545 G), dzięki której można otrzymać doskonałą kawę lub mix ze świeżych owoców bez białej emulsji.

Ciekawym frezerem poziomym jest także Multifreeze firmy Cattabriga. Urządzenie pozwala na dowolne dostosowanie jego pracy do planowanej produkcji – można nim np. wyprodukować bardzo niewielką ilość lodów, bo już od 1,5 litra mieszanki. Urządzenie daje także możliwość wyboru chłodzenia.

Coraz popularniejsze na rynku stają się również urządzenia firmy Bravo. Tu także możemy wybrać opcjonalnie frezer, pasteryzator lub połączenie obu. Seria Trittico Startronic oferuje przygotowanie lodów w... dziewięć minut, w zależności od mocy urządzenia – w ilości 8-120 litrów na godzinę. Producent zachwala opatentowaną przez siebie funk-

cję systemu kontroli jonowej. Jest to system kontroli na końcu procesu mieszania i zamrażania. Dwa czujniki – jeden umieszczony na drzwiach, drugi na elemencie przesuwym maszyny – podają wszystkie informacje do urządzenia, w celu dalszego sterowania jakością. Kolejna włoska marka – Frigomat, oferuje popularny model Titan LCD 100. Czas przygotowania jednej kawy to 1-15 minut.



PAMIĘTAJMY, ŻE MASZYNY TO NIE SAMOCHÓD, KTÓRY ZMIENIAMY CO DWA, TRZY LATA. POWINNIŚMY ZWRÓCIĆ SZCZEGÓLNA UWAGĘ ZARÓWNO NA PRODUCENTA URZĄDZEŃ, JAK I NA SPRZEDAWCĘ. NIE ZAWSZE FIRMA PRODUKUJĄCA MASZYNY OD KILKUDZIESIĘCIU LAT JEST NAJLEPSZA

## PIONOWE

Frezery pionowe są rzadziej spotykane na rynku, jednak także często stosowane w produkcji lodów rzemieślniczych. Takie urządzenie oferuje np. włoska marka Cattabriga. Jej flagowy produkt to pionowy frezer Effe, maszyna mająca sporą sławę i historię. Został wymyślony i opatentowany w 1927 r. w Bolonii przez Otto Cattabrigę. W tym frezerze zbiornik obraca się, a mieszanka osadzana jest specjalną szpatułą równomiernie na całej powierzchni zbiornika. Podczas mrożenia mieszadło włącza w naturalny sposób powietrze do wnętrza mieszanki, co sprawia, że całość nabiera odpowiedniej konsystencji. Jak podkreśla producent, taki sposób pracy imituje w najbardziej zbliżony sposób dawną, ręczną metodę wyrabiania lodów. Daje także większą możliwość w realizowaniu własnych, wyszukanych receptur. W dodatku sam proces powstawania lodów jest bardzo spektakularny – wszystko widać jak na dłoni, co zresztą Włosi wykorzystują w procesie marketingowym i przygotowują smakołyk na oczach klienta.

## FREZERY Z PASTERYZATOREM

Pasteryzacja to proces niezbędny przy produkcji lodów rzemieślniczych. To technika konserwacji przy pomocy odpowiednio dobranej podgrzewania produktów spożywczych, tak aby zniszczyć lub zahamować wzrost drobnoustrojów chorobotwórczych lub enzymów przy jednoczesnym zachowaniu smaku produktów i uniknięciu obniżenia ich wartości odżywczych.

Planując produkcję lodów, możemy kupić dwa odrębne urządzenia lub jedno – kombajn, złożony z frezera i pasteryzatora. Oba rozwiązania mają swoje zalety. – Jeśli planujemy większą produkcję, należy rozważyć zakup dwóch odrębnych urządzeń, jeśli jednak mówimy o niewielkiej lodziarni, w zupełności wystarczy właśnie urządzenie combi – podpowiada Jakub Bağiński z firmy Vega Expert Gastronomiczny.

Dwa w jednym, czyli frezer z pasteryzatorem, to rozwiązanie, które do oferty wprowadza coraz więcej firm, a urządzenia cieszą się sporym zainteresowaniem odbiorców. Taki kombajn ma w swojej ofercie np. włoski Frigomat – Combi model Twin 60. Urządzenia DUO firmy Valmar to kolejny przykład udanego połączenia „dwa w jednym”. Producent przygotował kilka wersji tego urządzenia – w zależności od wielkości i mocy możemy dzięki niemu wyprodukować w ciągu godziny od 36 do 120 kilogramów gotowych lodów.

## CHŁODZENIE

Jak się okazuje, wodny sposób chłodzenia urządzeń jest chyba najlepszym rozwiązaniem. Dynamiczne chłodzenie wodne jest standardem choć opcjonalnie można zamówić urządzenie chłodzone powietrzem (taką opcję ma większość oferowanych maszyn) Ale eksperci są zgodni: jeśli zależy nam na dużej i ciągłej produkcji, lepiej zdać się na system chłodzenia wodą.

Ma to zresztą także swoje uzasadnienie ekonomiczne. Każdy z producentów dba o to, aby urządzenia były jak najbardziej energooszczędne. – W przypadku Carpigiani nowa seria RTL i XPL cechuje się jeszcze niższym zużyciem energii elektrycznej i wody. Średni pobór energii przy dużym frezerze o wydajności do 100 kg lodów na godzinę wynosi ok. 6/7 kW, przy zużyciu wody na poziomie 300 l – podaje przykład Piotr Lamenta z Primulatora. Podobne parametry mają także inni producenci. – Orientacyjnie zużycie wody przy modelu Twin 35 (combo) i Titan LCD 60 Frigomat, przy założeniu ciągłej pracy, to ok. 100 l/h. Urządzenia są zasilane mocą 400 V, a pobór mocy przy modelu Twin 35 to 9 kW, z kolei przy modelu Titan LCD 60 to 5,8 kW – wyjaśnia Małgorzata Józwiak, dyrektor handlowy Lodmaru, dystrybutora urządzeń dla gastronomii.

## JAKĄ WYDAJNOŚĆ?

Frezery mają określoną wydajność, i choć bywa ona bardzo duża, powstaje pytanie – jak dobrać odpowiednie urządzenie do wielkości produkcji? Czy jedna maszyna wystarczy, czy może konieczne jest zaopatrzenie zaplecza lodziarni w kilka frezów?

To sprawa istotna, w końcu urządzenie to spory wydatek. I tu znowu podpowiadają rozwiązanie specjaliści zajmujący się sprzedażą tego typu urządzeń. – Dobór frezera rzeczywiście zależy od wielkości produkcji, czyli ilości kulet potrzebnych każdego dnia. Naszą intencją jest, aby tak dobrać urządzenie,



**Pasteryzator Pastomaster RTL i frezer Labotronic RTL.** Serie automatycznych frezów poziomych: Carpigiani XPL oraz RTL to nowości w ofercie firmy. Po raz pierwszy zaprezentowano je na tegorocznych targach Sigep.

**Titan 60 firmy Frigomat** to jedno z bardziej energooszczędnych urządzeń. zużycie wody przy założeniu ciągłej pracy – ok. 100 l/h, a pobór mocy – 5,8 kW.



**Multifreeze firmy Cattabriga** pozwala na dowolne dostosowanie jego pracy do planowanej produkcji – można nim m.in. wyprodukować bardzo niewielką ilość lodów, bo już od 1,5 l mieszanki.



## FREZER W SKRÓCIE

Frezer to inaczej zamrażarka masy lodowej, maszyna do lodów. Masa lodowa jest we frezerze napowietrzana i mrożona. Następuje także aglomeracja cząsteczek tłuszczu. Dzięki tym procesom masa lodowa nabiera odpowiednich cech sensorycznych i fizykochemicznych. Warto zauważyć, że stopień napowietrzenia, w zależności od typu frezera, wynosi od 60 do 100 proc.



# Surowce gwarantem sukcesu

**P**reparaty BONIGRASA to wysokiej jakości mieszanki białek mleka, laktozy i nietwardzonych tłuszczów roślinnych. Z powodzeniem stosowane są w lodach, proszkowych mieszankach piekarsko-cukierniczych, kremach, nadzieniach, cukierkach i ciastkach. Produkty BONIGRASA zapewniają wysoką i, co bardzo ważne, powtarzalną jakość.

Ze względu na swą dobrą rozpuszczalność i łatwość dozowania, BONIGRASA jest produktem łatwym w użytkowaniu (mieszanie, dyspersja, rozpuszczanie). Posiada wysokie wartości energetyczne i odżywcze. Nadaje finalnemu produktowi przyjemny zapach i smak.

Wykorzystanie technologii suszenia rozpyłowego gwarantuje stabilność produktu i jednorodną konsystencję. To doskonała alternatywa dla mleka w proszku – redukcja kosztów produkcji przy zachowaniu wysokiej jakości wyrobów końcowych.

Nowością są niemleczne produkty z grupy BONIFAT (olej roślinny + syrop glukozowy) stosowane w lodach, napojach, piekarstwie i cukiernictwie. Polecane konsumentom, którzy nie tolerują przetworów mlecznych. Produkty oferowane przez Nutrimix Polska Sp. z o.o.:

- ✦ preparaty mleczno-tłuszczowe (Bonigrasa, Bonimilk, Bonifat),
- ✦ barwniki: beta-karoten naturalny, identyczny z naturalnym (Nucaro),
- ✦ witaminy: A, E, D3 (Nutrevit),
- ✦ przeciwutleniacze (Nuprotec).

**Zapraszamy na nasze stoisko na targach EXPO SWEET  
w Warszawie 23-25 lutego 2011!**

Nutrimix Polska Sp. z o.o.  
ul. Szelągowska 30, 61-626 Poznań  
tel.: +48 61 871 01 03, fax: +48 61 871 03 02  
tel. kom.: +48 697 020 119  
[www.nutrimix.com.pl](http://www.nutrimix.com.pl)



by móc zminimalizować czas pracy urządzenia, a tym samym zredukować koszty wytworzenia (nie tylko pod kątem zużycia energii, ale również czasu pracy operatora). Dlatego namawiamy klientów na zakup większego urządzenia, którym będzie mógł jednorazowo wyprodukować więcej lodów, np. trzy, cztery kuwety tego samego smaku – radzi Piotr Lamenta z Primulatora. Z kolei Małgorzata Józwiak z Lodmaru uważa, że w przypadku małej lodziarni wystarczające jest urządzenie combi np. model Twin 35 (pasteryzator + frezer), z pojedynczym wsadem od 2 do 6 kg przy wydajności 35 kg/h.

## HIGIENA I KONSERWACJA

W dobie wszechobecnego HACCP-u kwestie higieny i zabezpieczenia produktu przed jakimkolwiek skażeniem są kwestiami kluczowymi. Tym bardziej, że przecież w przypadku produkcji lodów rzemieślniczych mamy do czynienia z wieloma składnikami i produktem finalnym wymagającymi niskich temperatur, szybko tracącymi swoje właściwości. I tu także każdy z producentów w instrukcji obsługi zamieszcza procedury czyszczenia i konserwacji urządzeń leżące po stronie użytkownika. Przestrzeganie ich zapewnia bezpieczną pracę i brak obaw co do zagrożenia bakteriologicznego. Ale warto także regularnie poddawać urządzenie przeglądowi okresowemu, zapewniającym utrzymanie ruchu przez wiele lat eksploatacji. Takie przeglądy zdają egzamin, bo maszyna poddana stałemu serwisowi może wydajnie pracować nawet 30 lat.

## MASZYNA TO NIE SAMOCHÓD

Jak się w tym wszystkim połączyć, planując uruchomienie lodziarni i zakup sprzętu? Słuchać rad specjalistów i nie kierować się wyłącznie ceną – radzą ci, którzy sprzedają urządzenia. – Przy doborze urządzenia należy kierować się przede wszystkim jego parametrami pracy, zużyciem energii, jakością wykonania, trwałością – podpowiada Piotr Lamenta, i dodaje: – Pamiętajmy, że maszyny to nie samochód, który zmieniamy co dwa, trzy lata. Powinniśmy zwrócić szczególną uwagę zarówno na producenta urządzeń, jak i na sprzedawcę. Nie zawsze firma produkująca maszyny od kilkudziesięciu lat jest najlepsza. Często zdarza się, że firmy stosują tanie, przestarzałe rozwiązania techniczne, nie mające zastosowania w nowych konstrukcjach.

**Pionowy frezer Effe (Cattabriga)**  
to połączenie nowoczesności z tradycją. Pierwsze Effe zaprojektował i opatentował w 1927 r. Otello Cattabriga.



Kolejny istotny szczegół to sprzedawca. Dobrze jest kupić maszynę w firmie, która prócz dobrej ceny zapewnia również serwis gwarancyjny i pogwarancyjny, dostępność do części zamiennych oraz dokumentacji technicznej i szkoleń technologicznych. Zdarza się niestety, że kupujący większą uwagę przywiązuje właśnie do ceny urządzenia, niż do jego parametrów oraz innych czynników, decydujących o późniejszej eksploatacji. W konsekwencji może się to wiązać z niską jakością produktu i wysokimi kosztami eksploatacji.

Działający na rynku lodziarze dopowiadają jeszcze jedno. – Warto inwestować w nowe urządzenia – uważa Jacek Michalak, właściciel lodziarni z Wrocławia, i dodaje: – Co do marki – każdy ma chyba swoje upodobania. Nie ma wątpliwości, że najpopularniejsze są urządzenia włoskie. Korzystam z maszyny typu kombajn i uważam, że sprawdza się doskonale. Produkuję dziennie około 100 litrów lodów w 12 smakach. Urządzenie jest bardzo wydajne, nie zajmuje dużo miejsca, moim zdaniem gwarantuje ono także bezpieczniejszą produkcję.

Lodziarze nie boją się inwestycji w sprzęt mimo, że rynek nie jest stabilny. Jednak wciąż trudno jest przekonać wielu odbiorców do postawienia na wyższą jakość i wyższą cenę.

Rodzina lodziarnia państwa Kuźmów z podwrocławskich Kątów w ciągu ostatnich kilku lat zwiększył produkcję o 200 proc. Wiązało się to z zakupieniem sprzętu i wymianą na nowy. Obecnie w magazynie firmy znajduje się prawie 600 kuwet, w jednym czasie lodziarnia produkuje ich sześć-siedem. – Dla nas najważniejsza jest jakość, dlatego mamy frezery i pasteryzatory osobno, nie wyobrażam sobie dobrych lodów bez procesu dojrzewania – mówi Mateusz Kuźma. – Przy wyborze sprzętu kierowaliśmy się nie tylko ceną, ale także dostępnością części i wskazówkami technologów.

Na świecie spożywa się ponad 20 miliardów litrów lodów rocznie, a wydaje się na nie ok. 50 mld USD. Przeciętny Amerykanin zjada rocznie 23 litry lodów; Szwed – 14 litrów; Włoch 9 litrów. Polacy niestety są na końcu tej stawki – tylko 4 litry, ale ilość ta rośnie z roku na rok, podobnie jak liczba lodziarni. Warto pamiętać, że rynek cały czas jest bardzo chłonny.

## PASTERYZACJA, HOMOGENIZACJA, DOJRZEWANIE

Pasteryzacja mieszanki ma na celu zniszczenie mikroflory wegetatywnej. Przeprowadza się ją zwykle w temperaturze 90°C (+/- 2°C) przez okres 1-3 min. Mieszankę następnie się filtruje i poddaje homogenizacji, która polega na rozbiciu cząsteczek tłuszczu. Następnie mieszankę poddaje się procesowi dojrzewania, który ma na celu zwiększyć lepkość masy (podczas tego procesu pęcznieją białka i żeluje stabilizator). Jego długość zależy głównie od składu tłuszczów i rodzaju użytego stabilizatora; trwa od dwóch do czterech godzin.

# SweetTARG

II Śląskie Targi Cukiernicze, Piekarnicze i Lodziarskie

9-11 marca 2011  
Katowice, Bytkowska 1B

Liderzy branży

Nowości rynkowe

Ponad 1500m<sup>2</sup> sprzedanej powierzchni

W dniu 9 marca zapraszamy na panel dyskusyjny, prowadzony przez specjalistów wydziału Technologii i Żywności Uniwersytetu Rolniczego w Krakowie

1. Możliwości obniżenia indeksu glikemicznego pieczywa bezglutenowego.
2. Czy ograniczać zawartość soli w pieczywie?
3. Wykorzystanie odpadowej (po produkcji koncentratu błonnikowego) mąki owsianej w piekarstwie.
4. Charakterystyka polisacharydowych dodatków do wyrobów cukierniczych i ciastkarskich (gumy ksantanowej, guarowej, karagenu, mączki chleba świętojańskiego).

Zachęcamy do udziału w bezpłatnym szkoleniu Państwowej Inspekcji Pracy z zakresu bezpieczeństwa pracy w piekarni.

Tematy szkoleń: "Wymagania minimalne maszyn i urządzeń.", "Wypadki przy pracy w przemyśle piekarniczym."

Prowadzenie nadinspektor Zbigniew Latacz

Termin 10 marca 2011



organizator



Centrum Targowe FairExpo Sp. z o.o.  
ul. Bytkowska 1B, 40-955 Katowice  
tel. +48 (32) 78 99 192  
fax +48 (32) 254 02 27  
sweettarg@fairexpo.pl  
sweettarg@mtk.katowice.pl

Rejestracja ON-LINE

[www.sweettarg.fairexpo.pl](http://www.sweettarg.fairexpo.pl)

[www.sweettarg.mtk.katowice.pl](http://www.sweettarg.mtk.katowice.pl)

tereny wystawiennicze



patronat honorowy

CUKIERNICTWO  
PIEKARSTWO



LODY.COM.PL  
GRUPA MARKET.COM



patronat medialny

KATALOG  
Piekarnicza-  
Cukiernicza



WAZENIE  
ODDZIWANIE  
PAKOWANIE



**SORBETY CORAZ CZĘŚCIEJ  
POJAWIAJĄ SIĘ W WITRYNACH  
POLSKICH LODZIARNI.  
W CIĄGU OSTATNICH PIĘCIU LAT  
PROPORCJA SORBETÓW DO LODÓW  
MLECZNYCH ZMIENIŁA SIĘ  
Z 20-30 PROC. W WITRYNIE  
NA 40 PROC. TO SPORO, BIORAC POD  
UWAGĘ, ŻE W SEZONIE LÉTNIEM  
SORBETÓW W WITRYNIE PRZYBYWA**

PATRYCJA MROWIEC-MATEJA

**K**onsumenci poszukują przede wszystkim produktów nowoczesnych. W branży spożywczej to m.in. te produkty, które uchodzą za zdrowe, mają wartość dodaną, są szybkie do przygotowania, czasem też ekstrawagancje. W branży lodziarskiej to wszystkie nowo powstające, czasami „udziwnione smaki” lodów, ale też lody z wartością dodaną – odchudzające, energetyzujące (z guaraną) i mało kaloryczne. Za takie uchodzą m.in. sorbety.

Sorbety coraz częściej pojawiają się w witrynach polskich lodziarni. W ciągu ostatnich pięciu lat proporcja sorbetów do lodów mlecznych zmieniła się z 20-30 proc. w witrynie (na rzecz 80-70 proc mlecznych) na 40 proc. To sporo, biorąc pod uwagę, że w sezonie letnim sorbetów w witrynie przybywa.

Sorbety to lody na bazie owoców, wody, cukrów, stabilizatorów i innych dodatków, w tym pasty smakowej. Nie zawierają mleka. – Sorbety to lody bez pochodnych mlecznych – bez tłuszczów i białek. Niektórzy jednak produkują je z użyciem tych składników. Według mnie to zaburzenie idei sorbetów, które powinny być lodami w 100 proc. owocowymi wodnymi. W Polsce popularne są sorbety truskawkowe, malinowe, brzoskwińowe, gruszkowe, jabłkowe, na bazie cytrusów, a np. w Portugalii bardzo popularne są sorbety... rybne. Ale one, podobnie jak sorbety czekoladowe czy kawowe, to już inna historia, mówi mgr inż. Krzysztof Smoleń, technolog i doradca ds. produkcji lodów firmy Arlekino.

Dobry sorbet to taki, który jest kremisty, ma wyrazisty owocowy smak, nie zawiera kryształków lodu – nie kruszy się. Aby uzyskać takie właśnie idealne lody, trzeba przede wszystkim odpowiednio zbilansować

**KREMOWY  
SORBET**  
klucz do sukcesu

poszczególne składniki – owoce, cukier, stabilizator, wodę i pastę smakową. W przypadku sorbetów nie jest to takie proste, ponieważ błonnik zawarty w owocach oraz cukier to jedyna sucha masa w mieszance, a to właśnie ona nadaje lodom kremistości.

## NA ZIMNO CZY NA CIEPŁO

Najważniejsze parametry wpływające na jakość mieszanki na sorbety to: zawartość cukru, zawartość błonnika (włókna roślinnego) oraz rodzaj użytego stabilizatora, a także metoda przygotowania mieszanki.

Są dwie metody przygotowywania bazy na sorbety: na zimno i na ciepło. Większość lodziarzy w Polsce stosuje metodę na zimno, która polega na połączeniu wszystkich składników – owoców, pasty smakowej, cukrów i wafrezowaniu jej. W przypadku metody „na ciepło” – wodę, cukier oraz stabilizator, włókno roślinne, ewentualnie cukry proste pasteryzuje się w temp. do 65°C. Do tak przygotowanej bazy dodaje się owoce i/lub pastę smakową i frezuje. Jak nietrudno się domyślić, baza pasteryzowana ma dłuższy termin przydatności do spożycia. W temperaturze pokojowej można ją przechowywać nawet do kilku miesięcy. – Taka receptura najlepiej sprawdza się w lodziarniach zaopatrzonych w dwa pasteryzatory. Dzięki temu produkcja będzie odbywać się płynnie, bez przestojów, radzi Krzysztof Smoleń.

Trzeba też pamiętać, by nie traktować wymrażania mieszanki podobnie, jak w przypadku lodów na bazach mlecznych. Sorbet trzeba przede wszystkim szybciej wyjąć z frezera. O ile lody mleczne mogą się kręcić dłużej, o tyle sorbety przemrożone (zbyt długo frezowane) mogą się kruszyć.

## CO Z TYM CUKREM?

Jak już wspomnieliśmy, cukier to jeden z podstawowych parametrów wpływających na jakość sorbetów. Oprócz tego, że dodaje się go w postaci cukru kryształu, syropu glukozowego, czy dekstrozy zawarty jest też w owocach dodawanych do receptury oraz w pastach smakowych. – Wielu rzemieślników robi bazy tak samo i zapomina o tym, by dostosować ilość zawartego w nich cukru do poziomu cukru w owocach czy w paście smakowej, stwierdza Krzysztof Smoleń.

Zawartość cukru w owocach można oszacować, korzystając ze specjalnej tabeli, którą zamieszczamy w tekście (s. 22). Do określenia ilości cukru w mieszance służy także urządzenie zwane refraktometrem. – W przypadku, gdy chcemy sprawdzić, jaka jest zawartość cukru w paście smakowej, trzeba zwrócić uwagę na skład surowcowy produktu. Składnik, którego jest najwięcej, wymieniany jest na pierwszym miejscu i stanowi zazwyczaj 50 proc. masy produktu.

A co się dzieje, gdy cukru jest zbyt dużo lub zbyt mało? Nadmiar sprawia, że lody się rozpuszczają. Gdy będzie go zbyt mało – utracą kremistość

i będą się kruszyć. Ilość tego składnika jest także ważna w przypadku receptur na bazie droższych owoców. Użyte w mniejszej ilości można uzupełnić odpowiednim dodatkiem cukru i pastą smakową.

Ogólny udział cukru w lodach mlecznych powinien wynosić 16-24 proc., a w sorbetach 26-32 proc. Do tych parametrów należy dostosowywać recepturę i udział poszczególnych składników. Te parametry mogą zmieniać się nieznacznie w zależności od temperatury, jaką utrzymujemy w witrynie. W rodzimych lodziarniach poziom cukru w sorbetach oscyluje w przedziale 26-28 proc. Wspomniane wartości przewidziane są dla temperatury -13 do -14,5°C. Jeśli trzymamy w witrynie sorbety razem z lodami mlecznymi, musimy tak zbilansować poziom cukrów, aby lody mleczne i sorbety miały podobną konsystencję. Trzeba też pamiętać, by używać w sumie ok. 90 proc. sacharozę i ok. 10 proc. cukrów prostych (glukoza, fruktoza, syrop glukozowo-fruktozowy) – poprawiają kremistość i obniżają punkt zamarzania.

Nie bez znaczenia jest jakość owoców, które dodajemy do receptury. Owoce mocno dojrzałe zawierają większą ilość cukru i mogą mieć wpływ na ostateczne właściwości mieszanki (np. owoce jagody).

## STABILIZATOR I BŁONNIK

Włókno roślinne to kolejny, niezwykle ważny w przypadku produkcji sorbetów, składnik wpływający na ostateczną strukturę i kremistość mieszanki. Oprócz cukru, to on stanowi suchą masę w mieszance, mając dużą zdolność wiązania wody. Każdy rodzaj owoców zawiera inne ilości błonnika. Im jest go więcej, tym lody będą bardziej odporne na zmiany temperatury. Wynika to z faktu, że wiąże wodę, co sprawia, że ma ona mniejszą tendencję do rekrystalizacji. Ewentualną, zbyt małą zawartość włókna można uzupełnić, dodając czysty bezsmakowy błonnik, oferowany przez wielu producentów półproduktów do produkcji lodów.

I ostatnia, również ważna kwestia – stabilizator. – W sorbetach używa się zupełnie innych stabilizatorów niż w lodach na bazach mlecznych. Te do sorbetów są odpowiednie do stosowania w środowisku kwaśnym, mówi nasz doradca, i dodaje: – W lodach wodnych owocowych nie powinno ▶

## REFRAKTOMETR

Stosuje się go m.in. do określenia zawartości ilości rozpuszczonych substancji, w tym ilości cukru, stąd jest niezwykle przydatny w tworzeniu lodowych receptur. Jest dostępny w specjalistycznych sklepach, a także na portalach aukcyjnych. Ceny refraktometru kształtują się od ok. 160 zł do nawet 400 zł. Częściej jednak korzysta się z tabeli określającej przybliżone wartości procentowe cukru, suchej masy i wody w owocach.



używać się mączki nasion chleba świętojańskiego. Wprawdzie świetnie sprawdza się w mieszankach mlecznych, ale w sorbetach nie spełnia swojej roli, ponieważ potrzebuje obróbki termicznej w min. 65°C, a poza tym w środowisku kwaśnym traci swoje właściwości. Do sorbetów idealnym stabilizatorem jest guma ksantanowa. Jest droższa, ale sprawdza się doskonale w środowisku kwaśnym i w obróbce na zimno. Naturalnym stabilizatorem jest też specjalnie obrobiona pektyna, np. Giubileo firmy Comprital.

## Z CZYM TO SIĘ JE

Najtrudniejsze do przygotowania są te sorbety, których receptura wymaga sporo pracy. I tak na przykład, przy produkcji smacznych orzeźwiających sorbetów pomarańczowych trzeba pamiętać, że tworzy się je na bazie świeżo wyciśniętego soku z pomarańczy. W przypadku grejfrutowych – należy wyfiletować owoce (obrać z gorzkiej białej błonki). Jednak ilość pracy się opłaca. Na bazie sorbetów, pamiętajmy, że coraz popularniejszych wśród konsumentów, można robić wszystkie te same desery, co na bazie lodów mlecznych. Nawet spaghetti lodowe. Tutaj należy pamiętać, by zaopatrzyć się w inne końcówki do wyciskarki – szersze, które bez problemu przepuszczą zawarte w lodach pestki.

## ZAWARTOŚĆ CUKRU W OWOCACH

Owoc	% cukru	% sucha masa	% woda
Arbuz	6	5	89
Morela	9	9	82
Ananas	10	9	81
Pomarańcza	8	8	84
Banan	16	9	75
Czereśnia	10	6	84
Figa	12	8	80
Truskawka	8	7	85
Kiwi	7	3	90
Malina	7	7	86
Cytryna	5	8	87
Mandarynka	8	8	84
Jabłko	8	6	86
Mango	10	8	82
Melon	8	5	87
Marakuja	7	4	89
Papaja	8	7	85
Gruszka	9	6	85
Grejfrut	8	6	86
Pomidor	4	4	92
Brzoskwinia	9	9	82
Porzeczka	6	9	85
Winogrona	20	5	75

## PRZYKŁADOWE RECEPTURY NA SORBETY

Wszystkie składniki miksujemy razem i odstawiamy na 30 min-2 h. Następnie frezujemy.

### Zawartość owoców 65 proc.

SUROWCE (waga w kg)	
owoce	2,5
woda	0,6
cukier	0,68
Perfekta	0,14
<i>(stabilizator 35 g na kg mieszanki)</i>	
dekstroza	0
Integra Fibre	0,04
<i>(włókna roślinne)</i>	
pasta smakowa	0,12

### Zawartość owoców 50 proc.

SUROWCE (waga w kg)	
owoce	2,0
woda	1,05
cukier	0,65
Perfekta	0,14
dekstroza	0
Integra Fibre	0,04
pasta smakowa	0,15

### Zawartość owoców 35 proc.

#### – jagoda, jeżyna, owoce leśne

*(owoce z dużą zawartością włókien roślinnych)*

SUROWCE (waga w kg)	
owoce	1,5
woda	1,5
cukier	0,58
Perfekta	0,14
dekstroza	0,08
Integra Fibre	0
pasta smakowa	0,18

# najwyższej jakości włoskie komponenty do produkcji lodów

**Elenka** powstała na **Sycyli** i obecnie jest jedną z **najstarszych firm na świecie** w dziedzinie produkcji komponentów do lodów z ponad **50-cio letnią tradycją**.

Dziś ta włoska firma produkuje składniki do wyrobu lodów, wykorzystując wiedzę i doświadczenia zdobyte w przeszłości. Dobierając **najlepsze surowce**, doceniając stare receptury, strzegąc **tradycyjnych metod** zyskała uznanie w oczach klientów na całym świecie.

**Elenka** posiada pełną **ofertę produktów** począwszy od past tradycyjnych, owocowych, do przekładania oraz gotowych baz do lodów mlecznych i owocowych.

Używając komponentów firmy **Elenka**, mamy pewność, że są to **produkty naturalne**. **Wszystkie składniki** wykorzystywane do produkcji takie jak pistacje, orzechy, owoce, mleko, kakao **cechują najwyższe parametry jakościowe**. Lody wyprodukowane na tych komponentach zdobywają nagrody na światowych mistrzostwach lodziarstwa.

**Elenka** jest w swojej kategorii najchętniej wybieranym dostawcą w wielu miejscach w Europie.

**Wszystkim Klientom**, którzy chcą poznać produkty Elenki **oferujemy pomoc technologiczną i profesjonalne szkolenia** w naszej pracowni technologicznej.



Przedstawiciel w Polsce:  
**Polmarkus Sp. z o.o.**  
Pyskowice, 44-120  
ul. Wyszyńskiego 62  
tel. +48/32 30 19 100  
fax +48/32 30 19 119  
handel@polmarkus.com.pl

# Witryna lodowa jak statek kosmiczny



TO ONE SĄ CLOU KAŻDEJ LODZIARNI. PRZYCIĄGAJĄ WZROK,  
NADAJĄ TÓN WYSTROJOWI WNĘTRZA, A PRZEDĘ WSZYSTKIM  
UTRZYMUJĄ LODY W ODPOWIEDNIEJ KONDYCJI...  
WITRYNY MROŹNICZE DO LODÓW



Rozwój branży lodowej w Polsce nabiera tempa. Co ciekawe, największy udział w tym procesie mają małe, prywatne zakłady cukiernicze, uzupełniające ofertę o produkcję lodów, a także lokalni producenci lodów, nastawieni na ekspansję w ramach granic miasta czy regionu. W Polsce systematycznie wzrasta świadomość konsumencka. Klienci są zainteresowanego dobrymi, rzemieślniczymi lodami. Coraz słabiej będą sprzedawać się lody z wielkich zakładów „lodowo-chemicznych”, gdzie jedynym znakiem rozpoznawczym substancji znajdującej się w kuwetach, identyfikującym ją z lodami, jest minusowa temperatura. Konsument szuka naturalnego smaku, wyjątkowej konsystencji, prawdziwych kolorów, lodów, których termin ważności to 24 h, a nie 24 miesiące. Takich lodów śmietankowych, które smakują jak delikatny krem, takich truskawkowych, jak zerwany soczysty owoc, takich bakaliowych, jak kompozycja pokruszonej czekolady, rodzynek i orzechów. I bardzo dobrze, bo tak właśnie wygląda popyt na lody w kraju, będącym lodowa mekką – w Italii.

## SZTUKA EKSPOZYCJI

Na polskim rynku znajduje się kilku dużych graczy produkujących urządzenia chłodnicze i mroźnicze. Sprawdzają się one jako lody chłodnicze na mięso, a także jako regały chłodnicze na jogurty. Niestety, firmy produkujące urządzenia sklepowe i marketowe, mają ubogą ofertę dla cukierników i lodziarzy, a często stanowi ona niedopracowaną konieczność. Urządzenia takie zazwyczaj nie sprawdzają się w praktyce – ciasta schną, a lody płyną i wyglądają jak kisiel czy przecierana zupa. Trudno mieć pretensje, oczywistym jest, że nie da się dobrze produkować wszystkiego.

Od kilku lat branża uważnie przygląda się rozwojowi jednego z polskich producentów profesjonalnych witrzyn cukierniczych – małej, ale prężnie działającej firmie Graner Ice, specjalizującej się w produkcji witrzyn cukierniczych. Przypomnijmy, że to jedyna firma na krajowym rynku, która opatentowała i z powodzeniem wprowadziła nowy system chłodzenia witrzyn cukierniczych – soft air, o którym sporo pisaliśmy w pierwszym numerze magazynu „W Piekarni W Cukierni”. A jak traktują temat witrzyn lodowych (tzw. konserwatorów do lodów)?

## KOSMICZNE ROZWIĄZANIA

– Temat lodów dotyczy nas bezpośrednio. Nasi klienci to przecież piekarze, cukiernicy, kawiarze, którzy często mają w swojej ofercie lody. Ale proszę mi wierzyć, że temat dotyczący wyprodukowania witrzyn do lodów jest bardzo trudny i zaawansowany technologicznie, a jego powodzenie zależy także od firm kooperujących, dostarczających podzespoły. W polskich

warunkach takie witrzyny nie są do wykonania na własną rękę. A my nie mamy w zwyczaju mamić klienta opowieściami bez pokrycia. Ilu polskich producentów sprzętu chłodniczego, w niektórych przypadkach gigantów na skalę europejską, wyprodukowało w Polsce dobry konserwator do lodów? Moja odpowiedź brzmi: nikt. Oczywiście, produkuje się w Polsce witrzyny do lodów, ale są to bardziej „wspomagacze” utrzymywania lodów w minusowej temperaturze i klienci dobrze o tym wiedzą. Tyle, że do tej pory nie mieli wyboru. Bo przecież, kto zdecyduje się na perfekcyjny włoski produkt za 90 tys. zł? Naprawdę niewielu, stwierdza prezes firmy Graner Ice Michał Kołodyński, i dodaje: – Dlatego zdecydowałem się na współpracę z zagranicznymi firmami i konstruktorami, którzy kapitalnie sprawdzili się podczas współpracy przy produkcji naszych witrzyn cukierniczych Italia. Myślę, że klienci będą zachwyceni efektami. Do tej pory powstało kilka produktów, które przechodzą ostateczne testy. Uzyskaliśmy witrzynę z najwyższej włoskiej półki przy zachowaniu polskich realiów cenowych. Zdradzę, że jeden z modeli to urządzenie narożne, z obłym podgrzewanym szkłem, które bardziej przypomina statek kosmiczny, niż witrzynę do ekspozycji lodów. Proszę obserwować naszą ofertę i być z nami w kontakcie. To jest genialna sprawa dla wszystkich zainteresowanych. Każdy lodziarz znajdzie u nas witrzynę na swoją kieszeń, a co ważne – każdy będzie zadowolony z modelu, na który się zdecyduje. Przy okazji, serdecznie dziękuję wszystkim, którzy byli zaangażowani w projekt witrzyn lodziarskich.

## PERSPEKTYWY I REALIA POLSKIEGO RYNKU

Usytuowanie Polski na mapie świata nie sprzyja branży lodowej w takim stopniu, jak usytuowanie, a więc i klimat Włoch, Hiszpanii czy innych krajów, gdzie średnie roczne temperatury są znacznie wyższe. Polski sezon lodowy to zaledwie trzy miesiące, i to nie zawsze. – Podziwiam ludzi, którzy, mimo tak ciężkich warunków inwestują w sprzęt lodziarski i próbują działać, próbują zmienić świadomość konsumencką. Uważam, że musimy próbować zaszczepić w Polakach zwyczaj jedzenia lodów bez względu na temperaturę za oknem. W tym właśnie upatruję szanse rozwoju sektora lodziarskiego w Polsce. Przecież są kraje jak Rosja czy niektóre ze stanów USA, gdzie warunki klimatyczne są odległe od tych śródziemnomorskich, a ludzie tłumami odwiedzają lodziarnie, także poza sezonem – jesienią, a nawet w grudniu. Mam nadzieję, że rozwój rynku lodziarski, który rozpoczął się w Polsce kilka lat temu, będzie nadal postępował. Stąd moje decyzje o inwestycji w prace nad kolejnymi urządzeniami, komentuje prezes Graner Ice, po czym dodaje: – Korzystając z okazji, serdecznie zapraszam na nasze stoisko na targach ExpoSweet 2011, gdzie pokażemy sporo nowości i bardzo ciekawe produkty dla branży cukierniczej i lodziarskiej.

# Taniec ognia z lodem

BY STAŁE BYĆ  
NA FALI TRZEBA  
RÓŻNICOWAĆ OFERTĘ  
I ZASKAKIWAĆ, ABY  
PRZYCIAGNAĆ NOWYCH  
KLIENTÓW I MÓC  
ZAOFEROWAĆ „COŚ  
NOWEGO” STAŁYM  
BYWALCOM. Z POMOCĄ  
PRZYCHODZI  
DUET LODY + ALKOHOL

MATEUSZ WILK

**M**yśląc „alkohol”, pierwsze skojarzenia to bar, pub, pijalnia piw, kawiarnia gdzieś na szarym końcu. Niesłusznie, bowiem odpowiednio dobrany i podany alkohol potrafi dodać animuszu nawet niezbyt wyszukany lodowym deserom. – Wśród produktów będących mariażem alkoholu i lodów generalnie wyróżnić można trzy grupy: desery przyrządzane z dodatkiem alkoholu, desery lodowe, do których podawany jest alkohol, oraz koktajle – przepyszne miksy przyrządzone z lodów, owoców, syropów i różnych dodatków, wymieszane z alkoholem, mówi Roman Kołakowski, barman w warszawskim klubie Platinum, i dodaje: – Największą zaletą takich deserów jest fakt, że ile smaków lodów w ofercie, tyle możemy mieć smaków koktajli. Wystarczy wymienić jeden ze składników – dać inny likier czy zmienić smak lodów, a otrzymamy zupełnie inny deser.

### NOWY ZESTAW OBOWIĄZKOWY

Dzięki wpisaniu alkoholi na listę składników używanych do produkcji deserów, menu kawiarni może poszerzyć się o praktycznie nieskończoną listę nowych produktów. Będzie zaskakiwało nawet stałych bywalców. Tę wartość szczególnie docenią ci, których kawiarnie to miejsca, gdzie spędza się więcej czasu, niż potrzeba na zakup loda w wafelku. Kawiarnie, lodziarnie, do których przychodzi się porozmawiać, wypić dobrą kawę i zjeść małe co nieco. Do takich zalicza się gliwicki „Cynamon”, w którym alkohol szczęśliwie wiąże się z lodowymi przysmakami. – Niegdyś jedyne deserowe połączenie, jakie wchodziło w grę, to była kawa plus ciastko, czyli tzw. zestaw obowiązkowy. Od kilku lat obserwujemy, że zmieniają się przyzwyczajenia Polaków. Lubią eksperymentować i odkrywać nowe smaki. Wbrew temu, co mogłoby się wydawać, niezwykle popularnym połączeniem wybieranym przez naszych klientów jest deser lodowy i do tego lampka wina czy likieru. Wszystko oczywiście odpowiednio podane, otoczone specyficzną, romantyczną aurą, opowiada Roman Majnusz, właściciel „Cynamonu”.

### POMIESZANIE BEZ POPŁĄTANIA

Wprowadzenie do oferty kawiarni czy lodziarni wybranych alkoholi różnicuje menu, pozwala wciąż zaskakiwać klientelę, a i samemu

lokalowi dodaje luksusu i elegancji. Jednak bez odpowiedniego przygotowania i w tej beczce miodu może się znaleźć łyżka dziegciu. – Alkohol pomaga w trawieniu, może też wzbogacić smak deseru. Trzeba jednak wiedzieć, co, jak i do czego dobrać. Bowiem, sprzedając klientowi lodowego bubla, łatwo osiągnąć efekt odwrotny do zamierzonego, tłumaczy Roman Kołakowski. – Generalna zasada mówi: jeśli deser jest śmietanowy, to i dobierany likier powinien być kremowy czy śmietanowy, np. Irish Cream, Baileys, Cahlua czy Sheridan, a także likiery robione na mleku lub dobrze smakujące z mlekiem, np. Malibu. Takie alkohole z kolei nie zawsze komponują się z owocami – tu wskazane są likiery owocowe, np. Ksuxu – likier truskawkowy wykonany w 60 proc. z owoców, doskonale komponujący się z lodami. Jako dodatek, świetnie pasują wina białe, lekkie – dodaje barman.

### MIKS ADMINISTRACYJNY

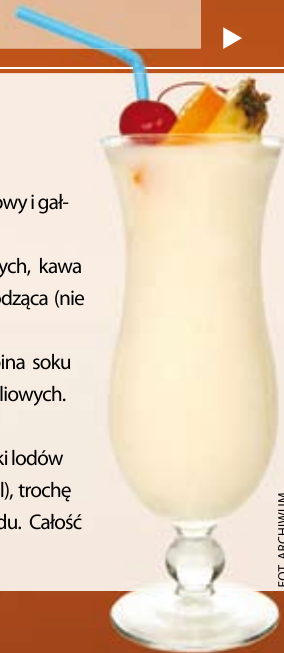
Z kolei Roman Majnusz wymienia inne kwestie: – Trzeba pamiętać, że sprzedaż alkoholu – nawet jako dodatek do lodów – wymaga właściwej koncesji oraz zgody administratora budynku.

Kolejna kwestia: alkohole mają określony czas przydatności do spożycia. Należy się więc zastanowić, ile jesteśmy w stanie ich sprzedać. Jeśli z otwartej butelki wina sprzedamy zaledwie dwie lampki, to do każdej butelki przyjdzie nam dopłacać. A jeśli w ofercie będziemy chcieli mieć np. dziesięć win, może się okazać, że w lodówce mamy otwartych dziesięć butelek.

### BARMAN POLECA...

... czyli alkoholowo-lodowe inspiracje

- **Winter Grass Hooper:** likier miętowy, biały likier kakaowy i gałka lodów waniliowych. Całość zmiksować w blenderze.
- **Coffee Cooler:** likier Cahlua, gałka lodów waniliowych, kawa i odrobina wódki. Po zmiksowaniu wychodzi kawa chłodząca (nie mylić z mrożoną).
- **Cherry Lady:** Malibu (30 ml), wódka (30 ml), odrobina soku cytrynowego, nektar wiśniowy (20 ml), gałka lodów waniliowych. Zmiksować w blenderze.
- **Florida Pina Colada:** sok ananasowy (90 ml), dwie gałki lodów waniliowych, rum kokosowy (20 ml), ciemny rum (20 ml), trochę soku pomarańczowego, 20 ml śmietanki i 2 kostki lodu. Całość zmiksować w blenderze.



Potencjalni zainteresowani dodaniem alkoholu do menu czy do lodowych drinków i deserów, muszą mieć na uwadze jeszcze jeden ważny dokument: Ustawę o wychowaniu w trzeźwości. Jak zgodnie przyznają restauratorzy, jest ona nieprecyzyjna i dopuszcza do wielu interpretacji. Dla przykładu, nie wskazuje, kiedy produkt wymaga koncesji typu B, a kiedy już koncesji typu C. Znane są przypadki kontroli takich kawiarni, gdzie sprzedawano lody oblane ajerkoniakiem o zawartości alkoholu 20 proc. Sam likier i jego ilość są w takim wypadku na tyle znikome, że zawartość alkoholu w deserze jest marginalna. Jednak podczas kontroli niektórzy urzędnicy biorą pod uwagę zawartość alkoholu w całym produkcie, a inni zawartość alkoholu w użytym dodatku, wykazując, że sprzedawany deser lodowy wymaga koncesji typu C (sic!).

Mimo czekających na restauratorów niespodzianek, przykład „Cynamonu”, obecnie jednej z najpopularniejszych gliwickich kawiarni, pokazuje, że jeśli przedsiębiorca odpowiednio przygotowuje się do takiego biznesu, wprowadzenie alkoholu do oferty wyjdzie na dobre nie tylko nam, ale i naszym klientom, którzy docenią wartość dodaną. Tym bardziej, że lodziarni i kawiarni oferujących promilowe „coś ekstra” jest stosunkowo niewiele.

## PROMILE W ŻŁOTÓWKACH

Zasady sprzedawania alkoholu precyzuje Ustawa o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi (Dz.U. z 2007 r. nr 70, poz. 473). Zgodnie z nią, sprzedawanie alkoholu wymaga zezwolenia wydawanego przez wójta, burmistrza lub prezydenta miasta. Przyznawane jest ono czasowo na okres nie krótszy niż cztery lata. Za wydanie zezwolenia należy zapłacić:

- ▶ 525 zł za sprzedaż napojów zawierających do 4,5% alkoholu oraz piwa,
  - ▶ 525 zł za sprzedaż napojów zawierających powyżej 4,5% do 18% alkoholu z wyjątkiem piwa,
  - ▶ 2100 zł za sprzedaż napojów zawierających powyżej 18% alkoholu.
- Do tego należy doliczyć opłaty: 5 zł za wniosek + 0,50 zł za każdy załącznik + 11 zł za zaświadczenie (wydawane na wniosek przedsiębiorcy).

Jeśli w lokalu mają być sprzedawane wszystkie powyższe typy alkoholu, należy posiadać koncesję na każdy z nich, za co przyjdzie nam zapłacić w sumie 3150 zł. Więcej trzeba będzie zapłacić jeśli sprzedaż alkoholu przekroczy:

- ▶ 37500 zł dla napojów alkoholowych z pierwszych dwóch grup – wówczas w kolejnym roku opłata wyniesie 1,4% ogólnej wartości sprzedaży tych napojów w roku ubiegłym,
- ▶ 77000 zł dla napojów alkoholowych z trzeciej grupy – wówczas w kolejnym roku opłata wyniesie 2,7% ogólnej wartości sprzedaży tych napojów w roku ubiegłym.

**Za sprzedaż alkoholu bez zezwolenia grozi kara grzywny w wysokości od 100 do nawet 720 tys. złotych!**

# BAKEPOL już w kwietniu!



**W**szystko, co niezbędne we współczesnych cukierniach i piekarniach – począwszy od maszyn i urządzeń technologicznych, poprzez dodatki, komponenty i koncentraty lodziarskie, cukiernicze i piekarnicze, aż po tendencje we wzornictwie wykończenia ciast i dekoracji tortów będzie można zobaczyć podczas Targów Przemysłu Piekarskiego i Cukierniczego BAKEPOL.

Impreza organizowana jest po raz trzeci przez Międzynarodowe Targi Poznańskie w Kielcach. Odbędzie się w dniach 2-6 kwietnia, od soboty do środy. Już teraz, na dwa miesiące przed targami, powierzchnia ekspozycji zajmuje 6,5 tys. m<sup>2</sup> netto, czyli tyle, ile liczyła powierzchnia poprzedniej edycji targów BAKEPOL. Systematyczny wzrost liczby wystawców oraz zajmowanej powierzchni wystawienniczej wskazują na niesłabnącą popularność tej imprezy. Udział w targach potwierdzili już niemal wszyscy liderzy rynku, zapowiadając prezentację licznych nowości oraz rynkowych debiutów.

Organizowane w cyklu dwuletnim targi BAKEPOL, stanowią najbardziej wszechstronną prezentację technologii dla branży cukierniczej i piekarskiej w Polsce południowo-wschodniej. Aż przez pięć dni kwietnia profesjonalni goście targowy, głównie przedstawiciele zakładów piekarskich, cukierniczych i lodziarskich oraz adepci zawodów: cukiernik i piekarz, będą mogli zobaczyć i przetestować konkretne urządzenia, a nawet całe linie produkcyjne, zdobywając wiedzę na temat rozwiązań technologicznych podnoszących wydajność i jakość produkcji wyrobów piekarskich i cukierniczych. Z kolei liczne pokazy, prezentacje i degustacje z pewnością dostarczą wielu inspiracji do przygotowania bajecznych form cukierniczych i smakołyków.

**Kto:** Organizator – Międzynarodowe Targi Poznańskie Sp. z o.o.

**Gdzie:** Kielce, tereny wystawiennicze przy ul. Zakładowej 1, pawilony B i D

**Kiedy:** 2-6 kwietnia 2011 r.

**Godziny otwarcia targów BAKEPOL dla zwiedzających:**

2-5 kwietnia: 10.00 – 18.00

6 kwietnia: 10.00 – 16.00



UN'ESPLOSIONE DI GUSTO  
**FRIZZY**

**VarieGó Choco Frizzy**  
jedyne na rynku  
wymienite variegato  
orzechowo-czekoladowe  
z musującymi kuleczkami.  
Nagrodzone podczas  
ExpoSweet 2009 w kategorii  
„Najciekawsza Nowość Targów”.



## SAPORI DAL MONDO

Ekskluzywna linia CRESCO Italia do produkcji lodów. To połączenie osiągnięć nauki, nowoczesnych technologii i wyrafinowanego smaku. Edycja „Smaki świata” zabiera w podróż po najbardziej niedostępnych zakątkach świata. Sapori dal Mondo firmy CRESCO wyłącznie w ofercie Martin Braun. Dostępne w egzotycznych smakach:

- Zielona herbata Japonia
- Kokos Filipiny
- Kawa Arabica Kolumbia
- Orzech laskowy Piemonte
- Pistacja Kerman Indie
- Vanilia Bourbon Madagaskar

Więcej lodowych inspiracji na [www.martinbraun.pl](http://www.martinbraun.pl)



MARTIN BRAUN Sp. z o.o.  
03-236 Warszawa, ul. Annopol 4 A  
Tel.: 22 814 52 59, 814 52 95  
Fax: 22 814 33 51  
info@martinbraun.pl  
www.martinbraun.pl

Przedstawiciele regionalni  
Region Północny 602 360 971  
Region Południowy 604 949 861  
Region Centralny 600 966 328  
Region Zachodni 607 700 180

Technolodzy cukiernicy  
Region Północny 602 574 233  
Region Południowy 600 821 403  
Region Zachodni 600 940 065  
Region Centralny 602 304 256  
606 765 110  
Technolog piekarz 696 019 078

# ORZEŻWIENIE wprost z Sycylii

JEST ZIMNA, ORZEŻWIAJĄCA,  
SŁODKO-KWAŚNA I... NOWA.  
NA PEWNO PRZYCIAGNIE  
DO NASZEGO LOKAŁU  
WIELU KLIENTÓW

**Jak podawać?**

Granitę podaje się w szklankach, kieliszkach, tomblerkach, kubkach z łyżeczką lub szeroką słomką. Dekoracje wykonuje się z naturalnych owoców – efektownie wyglądają zawieszono na brzegu plasterki pomarańczy, kiwi, ananasa, a nawet cząstki melona i truskawki.

BARTOSZ MALICKI



rzeźwiące napoje są niezbędne w każdej lodziarni czy kawiarni. Te najbardziej popularne to napoje gazowane, soki, alkohol, jeśli lokal posiada koncesję. Warto rozważyć poszerzenie oferty o atrakcyjną nowość – granitę.

Granita (zwana też slushem) narodziła się na gorącej, koczowniczej z cytrusami Sycylii. Najpopularniejsze owoce tej wyspy to czerwone pomarańcze, ale też arbuzy, a nade wszystko winogrona. Jednak to od cytrusów zaczęła się kariera mrożonego napoju, który w pierwotnej wersji wytwarzano z cytryn, grejfrutów lub pomarańczy, wody oraz cukru. Czasami owocowa mieszanina zawierała dodatek soku owocowego.

### NOWOCZESNY DRINK

Ten orzeźwiający napój świetnie nadaje się do dyskotek, pubów, barów w miejscowościach letniskowych, wszędzie tam, gdzie klienci szukają orzeźwiających nowości. Także tych z promilami. Orzeźwia, doskonale smakuje i, co ważne, efektownie się prezentuje. W oczy rzucają się jej soczyste barwy i kolorowy granitor, w którym jest przygotowywana.

Najpopularniejsza jest granita cytrusowa, ale klienci doceniają też smaki: mandarynkowy, brzoskwinowy, truskawkowy, coli, a także zielonej herbaty, napojów energetyzujących, landrynek, ananasową. Granita świetnie nadaje się do tworzenia barwnych i smakowych kompozycji z alkoholem. Najpopularniejsze granitowo-alkoholowe drinki to m.in. granita mojito, pina colada, margarita, cola z rumem.

### SZYBKIE PRZYGOTOWANIE

Granitę coraz rzadziej wytwarza się z miąższu owoców wymieszanych z wodą i cukrem, częściej produkowana jest ze specjalnych syropów i wody, a także z gotowych proszków lub z bazy i syropów, takich jak Monin.

Najbardziej skomplikowane, czasochłonne i kosztowne jest produkcje granity z owoców, wody i cukru. Dlatego na rynku pojawiło się wiele produktów ułatwiających przygotowanie slushy. Prosty sposób przygotowania napoju jest zmrożenie w granitorze jedynie bazy, którą można sporządzić z tzw. miksów bazowych. Gotową, słodką mieszaninę wlewa się do kubka i dopiero wtedy doprawia syropem. Ten sposób pozwala uzyskać wiele smaków bez potrzeby użycia kilku

## Owoce w żelu

- wiśnia
- jagoda
- porzeczka czarna
- porzeczka czerwona
- malina
- brzoskwinia
- ananas

## Polewy zastygające

- o smaku:
- pistacjowym
  - truskawkowym
  - śmietankowym
  - czekoladowym



ZPHU JABEX Eksport- Import  
Piekarska 130

43-300 Bielsko-Biała  
NIP: 547-008-09-38

Tel.: +48 33 811 91 49  
Fax: +48 33 816 91 00

biuro@jabex.com.pl  
www.jabex.com.pl



pojemników granitora. Do bazy można dodać też przed zmrożeniem odpowiedni koncentrat i mrozić w granitorze już gotową soczycie kolorową mieszankę.

## URZĄDZENIA DO GRANITY

Do przygotowania granity używa się obecnie frezerów lodziarskich lub granitorów. Polski rynek nie oferuje jeszcze tak wielu typów urządzeń, jak np. rynek włoski, jednak jest w czym wybierać. Urządzenia te mają na celu zmrozić mieszankę i zmielić ją oraz napowietrzyć tak, by powstał napój przypominający... śniegowe błoto, jak czasami nazywa się granitę.

W specjalnym przezroczystym pojemniku ze sztucznego tworzywa mieszanina soku lub owoców, wody i cukru jest zamrażana, zeszkrobana i mieszana specjalnym ślimakiem. Stosowana w wielu granitorach śruba ślimakowa oprócz tego, że pozwala na równomierne wymieszanie napoju, przesuwając go w stronę zaworu, co ułatwia całkowite zużycie napoju. Granitory mają zazwyczaj dwie funkcje – działają jako schładzarki, pracując w zakresie temperatur  $+2^{\circ}\text{C}$  do  $+8^{\circ}\text{C}$  i jako „zamrażarki” (do granity, mrożonej kawy, herbaty), pracując w zakresie temperatur  $-5^{\circ}\text{C}$  do  $-2^{\circ}\text{C}$ . Urządzenia dostępne są w wersjach z jednym, dwoma lub trzema pojemnikami o poj. 10-14 l wzwyż. Można w nich przygotować kilka rodzajów napojów, ponieważ większość wyposażona jest w regulację gęstości mieszanego produktu, ściślej mówiąc – w regulację wielkości cząsteczek granity (może być mniej lub bardziej rozdrobniona, kremista, albo gruboziarnista, jak napój z kruszonym lodem).

## ZAWSZE ŚWIEŻA

Granita przygotowywana ze świeżych owoców albo koncentratu soku owocowego ma krótki termin przydatności do spożycia, co przekłada się na wzrost kosztów produkcji i niższy zysk. Dlatego bardzo ważne przy przechowywaniu zimnych deserów (np. lodów, semifreddo), w tym granity, jest utrzymanie niskiej temperatury urządzenia, w którym są trzymane przez 24 h/dobę. Granitory przeważnie skon-

struowane są tak, aby mogły pracować w trybie dzień/noc, niektóre mają dodatkową funkcję fast freeze.

Problem trwałości rozwiązuje inne sposoby produkcji. Na przykład z gotowych mieszanek proszkowych – liofilizatów, koncentratów czy specjalnych syropów. Te jednak, z uwagi na spory dodatek glukozy, bywają bardzo słodkie, a takie nie są lubiane przez klientów. Z kolei liofilizaty proszkowe są proste w użyciu i pozwalają uzyskać szeroką gamę napojów w atrakcyjnych kolorach, przyciągających wzrok klientów. Jak zapewniają producenci są też bardziej orzeźwiająjące.

Warto pamiętać, że granita produkowana we frezrze wymaga odpowiedniego przechowania – obok lodów w witrynie w kuwecie. Napój należy od czasu do czasu zamieszać – uniknie się oddzielenia wody od części słodkiej.

Granita jest prosta w przygotowaniu, efektowna w wyglądzie, smaczna i tania w produkcji – z łatwością może stać się hitem niejednego lokalu.

## ILE TO KOSZTUJE?

Dwukomorowy granitor, pracujący w trybie dzień/noc to wydatek rzędu ok. 6-7 tys. złotych. Trzykomorowy (pojemniki o poj. 10 l) powyżej 9 tys. Granita to bardzo opłacalna inwestycja, szacując koszty produkcji i cenę sprzedaży. Koszt wyprodukowania granity bezalkoholowej to ok. 1,5 zł za 200 g kubek. Z alkoholem ok. 2. zł. Cena sprzedaży zależy już od lokalu, sposobu podania i decyzji przedsiębiorcy. Sugerowana cena sprzedaży: 8-9 zł.

## PAMIĘTAJ

- ▶ Granitor należy postawić w takim miejscu, aby miał z każdej strony dużo przestrzeni; urządzenie musi stać z dala od źródła ciepła, żeby się nie przegrzewało.
- ▶ W granitorze można zrobić też slush, shake, smoothies granity, sorbet, mrożone cappuccino i... a nawet mrożoną czekoladę.
- ▶ Fast Freeze – system szybkiego chłodzenia, stosowany w granitorach używanych w lokalach, gdzie sprzedaje się sporo napojów orzeźwiających. Wyposażone w niego granitory w krótkim czasie są w stanie wyprodukować dużą ilość produktu.





PROFESJONALNE ZAOPATRZENIE LODZIARNI, CUKIERNI I PIEKARNI



Oddział w Grudziądzu  
86-300 Grudziądz  
ul. Magazynowa 3  
tel. 56 643 85 09-12  
fax 56 641 18 08

Oddział w Grudziądzu  
86-300 Grudziądz  
ul. Magazynowa 3  
tel. 56 643 85 09-12  
fax 56 641 18 08

Oddział w Olsztynie  
10-449 Olsztyn  
ul. Piłsudskiego 77A  
tel. 89 525 18 29  
fax 89 525 18 29



# PreGel

## P O L S K A

### NOWOŚCI 2011



Za nami inauguracja sezonu lodziarskiego 2011, którą niewątpliwie były targi Sigeep w Rimini. Firma Pre Gel już od kilku lat nie prezentuje oferty na tych targach, w tym samym czasie organizuje w swojej siedzibie w Reggio Emilia dni otwarte. W tym roku odbyła się czwarta edycja prezentacji „La Via dei Gusi”. Zaproszono na nią klientów Pre Gela z całego świata. Także z Polski – ekipa z kraju gościła tam 25 stycznia. W trakcie dni otwartych przedstawiono wszystkie nowości, jakie Pre Gel przygotował na nadchodzące lato. Nie obyło się bez wielu ciekawych niespodzianek.

#### NOWOCZESNE BAZY

Oferta baz do lodów zostanie poszerzona aż o trzy nowe produkty. Pierwszym z nich jest baza Zero E – to wyjątkowy produkt, stanowiący bazę do produkcji lodów mlecznych przygotowywanych w procesie gorącym. Nie zawiera żadnych stabilizatorów ani emulgatorów i pozwala na otrzymanie lodów o kremistej i stabilnej strukturze. Do jego produkcji nie zastosowano żadnych tłuszczów uwodornionych, podobnie jak w dwóch kolejnych nowych bazach do lodów: bazie Pronto Fast – przeznaczonej do szybkiego



przygotowania lodów mlecznych w procesie zimnym oraz bazie Fiocc, która wymaga zastosowania procesu gorącego i daje niewyobrażalne możliwości wypiętrzania lodów zarówno w kuwetach, jak i pucharach deserowych.

#### ORZEŹWIAJĄCO I OWOCOWO

Lody owocowe również zyskują w tym roku kilka fantastycznych odmian smakowych. Jedną z nich jest nowa indyjska odmiana mango, będąca bazą Sprintu Mango. Wprawdzie smak tych owoców jest już doskonale znany polskim konsumentom, jednak to, co w nim najlepsze, dopiero zaistnieje w tym sezonie, właśnie za sprawą Sprintu Mango. W grupie sprintów (gotowych produktów do szybkiego przygotowywania lodów z użyciem mleka lub wody) pojawiła się także nowa odmiana smaku cytrynowego o znacznie mocniejszym nasyceniu i z dodatkiem startej skórki cytrynowej – Gran Limone Sprint.

Ciekawy jest też smak jednej z past z grupy Fortefrutto Spritz. Jest to kontynuacja linii smakowej, nawiązującej do smaków popularnych drinków i koktajli alkoholowych. Jej prekursorem był smak Mojito, który w ubiegłym roku zyskał towarzystwo Fortefutto Caipiroska. W tym roku będziemy już mieć prawdziwe trio. Spritz to smak lekko cierpkiego koktajlu z dodatkiem soku pomarańczowego. Może być stosowany zarówno do produkcji lodów, jak i do produkcji granity (podobnie zresztą, jak jego dwaj poprzednicy).



## SMAK PAST TRADYCYJNYCH

Oferta Pre Gela została wzbogacona także o kilka nowych smaków past tradycyjnych. Duże nadzieje firma wiąże z pastą La Cubanera, która powinna zadowolić nawet najbardziej wyrafinowane gusta najwybredniejszych klientów. Jest to bardzo szlachetna odmiana czekolady o pełnym, głębokim smaku. Poszerza ona bogatą ofertę past czekoladowych firmy Pre Gel, ale wydaje się, że może w tej grupie być niekwestionowanym liderem.

Wszyscy, którzy dobrze pamiętają smak pasty Arachid'Oro, powinni być zadowoleni z pojawienia się jej siostry – pasty Salty Peanut. Jest to pasta z orzeszków ziemnych, wzbogacona dodatkiem siekanych orzechów, a jej smak został dodatkowo uszlachetniony minimalnym dodatkiem soli.

## VARIEGATO – WARIACJE

Najlepiej rozwijającą się grupą asortymentową w branży lodziarskiej są tzw. variegato, w ofercie Pre Gela to grupa Arabeschi. Od kilku lat przedstawiamy nieograniczone możliwości łączenia i wzbogacania smaków lodów za pomocą wielu odmian variegato. Na ten rok Pre Gel również przygotował kilka ciekawych propozycji.

Pierwsza z nich to rozszerzenie linii, będącej ubiegłoroczną nowością – Pino Pinguino. Wzbogaciliśmy to Arabeschi krokanem orzechowym, uzyskując zupełnie nowy smak – Arabeschi Pino Pinguino Croccante. Wraz z nowym produktem pojawiła się nowa propozycja zestawu smakowego – Orso Dino. Do jego produkcji, oprócz wspomnianego Arabeschi, potrzebne są: Pasta Orso Dino, przygotowana na bazie tegorocznej nowości – Giandui, oraz pasta migdałowa i Arabeschi Pino Pinguino.

Kolejna propozycja smakowa z tej grupy asortymentowej to doskonała mieszanka czerwonych owoców leśnych z dodatkiem truskawek i czerwonej porzeczki. Arabeschi Rossi di Bosco – bo tak się właśnie nazywa ta nowość, fantastycznie sprawdza się w połączeniu z wieloma smakami lodów, zarówno mlecznych, jak i wodnych. Jednak konsumentom najbardziej smakował w połączeniu ze specjalnością Pre Gela – lodami jogurtowymi.

Wśród Arabeschi owocowych ciekawie zapowiada się kolejna tegoroczna nowość: Arabeschi Cherry Bon, zawierająca drobne cząstki wiśni. Wyjątkowe opakowanie tego Arabeschi – pakowane jest do plastikowych butelek – pozwala na stosowanie go nie tylko do dekoracji i przekładania lodów w kuwetach, ale też do dekoracji deserów lodowych.

Ostatnią z nowych propozycji jest Arabeschi Grisbi Nocciola. To już drugi smak inspirowany popularnymi we Włoszech ciasteczkami maślanymi Grisbi. Popularność szeszoletniej wersji cytrynowej pozwoliła Pre Gelowi uwierzyć w powodzenie wersji o smaku orzecha laskowego. To variegato bardzo dobrze sprawdza się w połączeniu z lodami czekoladowymi, szczególnie z nowym smakiem – La Cubanera.

Już wkrótce wszystkie nowości zostaną zaprezentowane na targach ExpoSweet w Warszawie, w dniach 23-25 lutego na stoisku nr 5 firmy Pre Gel Polska. W trakcie targów przedstawimy też nową ofertę promocyjną. Pre Gel Polska połączyła swoje działania z jednym z wiodących producentów zabawek na świecie. Przygotowane dla najmłodszych konsumentów lody niespodzianki są jednymi z najpopularniejszych zabawek ostatnich miesięcy.

**Serdecznie zapraszamy.**



# GOFRY

## czy to się opłaca?

MAŁGORZATA MILIAN-LEWICKA

Utrzymanie sprzedaży na odpowiednim poziomie, szczególnie poza sezonem, to wyzwanie dla wielu lodziarni. Wpływ na mniejsze dochody w okresie od listopada do kwietnia mają przede wszystkim przyzwyczajenia konsumentów, którzy spożycie lodów kojarzą przeważnie z okresem letnim. Często sposobem na dodatkowy przychód zimą, a jednocześnie próbą przyciągnięcia klientów, jest wprowadzenie do oferty gofrów. Sami przedsiębiorcy przyznają (dane m.in. z lodziarni Caramelito w Częstochowie i Marago Cafe z Bielska-Białej), że jest to przede wszystkim pójście w kierunku konsumenckich trendów. Czy tylko to? Przeanalizujmy, czy gofry w lodziarni mogą się opłacać.

CORAZ CZEŚCIEJ  
LODZIARNIE  
POSZERZAJĄ OFERTĘ  
O ASORTYMENT  
KAWIARNIANY:  
GORĄCE NAPOJE,  
CIASTÁ I SŁODKIE  
DANIA CIEPŁE  
– GOFRY I NALEŚNIKI.  
CZY DYWERSYFIKACJA  
ASORTYMENTU  
TO SPOSÓB  
NA PRZYCIĄGNIĘCIE  
NOWYCH KLIENTÓW?  
**CZY GOFRY  
W OFERCIE LODZIARNI  
TO OPŁACALNE  
POSUNIĘCIE?**

### POLSKIE, FRANCUSKIE, NIEMIECKIE

Koszty profesjonalnych urządzeń do produkcji gofrów, w porównaniu chociażby do cen automatów do lodów lub dystrybutorów do lodów galikowych, nie są wysokie. Sprzęt profesjonalny charakteryzuje się zastosowaniem żeliwnych płyt, sytuowanych góra-dół, które równomiernie rozprzewadzą ciepło i opiekają gofra. Sprzęt profesjonalny posiada odpowiednio dużą moc (np. podwójne gofrownice: 3,2 kW Torspo-Ostaszewski, 3 kW Roller Grill, 4 kW Silex) i dobry docisk, dzięki czemu gofry są równomiernie upieczone, a przez to chrupiące. Takiego efektu nie można osiągnąć, stosując gofrownice do użytku domowego, ponieważ nie są one przystosowane do pracy ciągłej i mogą się przegrzewać. W sprzedaży oferowane są gofrownice o płytach z wzorem małej i dużej kratki do wyboru oraz gofrownice okrągłe, w których można produkować gofry tzw. belgijskie. ►

# Wafle doskonałe do świderków

Branża lodowa w Polsce cały czas ewaluuje. Z roku na rok pojawiają się nowe produkty, dodatki, trendy. Firmy wymyślają coraz to nowe sposoby, by skusić klientów do zakupu lodów. Temat „zimnych smakołyków” ściśle związany jest z produkcją wafli do lodów. Wygląda na to, że producenci wafli również nie pozostają w tyle i biegną z duchem czasu i oczekiwań rynkowych.

Od kilku już lat dynamiczny rozwój na polskim rynku notują tak zwane lody świderki, które charakteryzują się wysoce spójną strukturą oraz niepowtarzalnym, smukłym i długim kręconym kształtem. Jednak nie bez znaczenia jest tu wafel, w którym są one podawane. Ma on wpływ nie tylko na wygląd lodowego deseru, ale też na jego walory smakowe.

W 2009 r. firma WAFLEX z Radzymina wprowadziła na rynek wafel przeznaczony specjalnie do wspomnianych „świderków”. Nazywa się „wafel europejski mały”. Swym kształtem idealnie pasuje do konwencji „świderka”. Jest smukły i długi, a przy tym chrupki i wytrzymały. Produkowany z najwyższej jakości surowców, stanowi doskonały dodatek do lodów.



**Waflex**

Zielona 7, 05-250 Radzymin

tel.: 22 7865403, tel. kom.: 602 312 298

e-mail: waflex@waflex.pl, www.waflex.pl

**ŚWIDERKI W TYM WAFLU  
TO PRAWDZIWA ROZKOSZ  
DLA SMAKOSZA I KONESERA**



## GOFROWNICA SILEX TT 522



► Podwójna gofrownica elektryczna. Dwa urządzenia zintegrowane na jednej wspólnej płycie z niezależnymi panelami sterującymi. Posiada chromowo-tytanowo-żeliwne płyty grzejne, dzięki którym ciasto nie przywiera podczas wypieku. Efektownie wyglądające i równo upieczone gofry można łatwo wyjąć. Dzięki zdystansowaniu płyt grzejnych od panelu sterującego, urządzenie to może pracować przez 24 h bez potrzeby studzenia. Elektroniczny timer sygnalizuje akustycznie oraz wizualnie koniec czasu pieczenia. Jak podaje producent, w gofrownicach tych zastosowano system zarządzania energią Energy Eco®, który gwarantuje 97,7 proc. wykorzystania pobieranej energii dla potrzeb wypieku. W gofrownicach Silex można zastosować różne wkłady – także do wypieku gofrów okrągłych.

**Moc całkowita urządzenia:** 4.0 kW, waga (brutto) 46,5 kg, typ wafła: do wyboru.

## GOFROWNICA ROLLER GRILL GED 20

► Elektryczna gofrownica podwójna cechuje się zwartą konstrukcją, trwałością, niezawodnością i bezpieczeństwem obsługi. Zapewnia możliwość jednoczesnego pieczenia czterech gofrów o wymiarach: 10x18x3 cm. Płynna regulacja temperatury do 300°C oraz równomierne rozprowadzanie ciepła w obu płytach daje gwarancję uzyskania gofrów o idealnym smaku i wyglądzie.



**Moc całkowita urządzenia:** 3,2 kW, waga: 38 kg

Gofrownica przemysłowa produkcji polskiej to wydatek rzędu ok. 1,6 tys. – 1,8 tys. zł. Profesjonalny sprzęt produkcji francuskiej to gofrownice marki Roller Grill – za pojedynczą gofrownicę, która piecze jednocześnie dwa gofry trzeba zapłacić od 2 tys. zł, a za podwójną (na cztery gofry) minimum 4,3 tys. zł. Inna często wybierana marka to niemiecki Silex, ceny gofrownic tej marki kształtują się od 3,3 tys. (za pojedynczą), do 6,4 tys. zł (za podwójną). Opinie na temat gofrownic są podzielone. Kierownik lodziarni Caramelito chwali sobie sprzęt Roller Grill i nie potrafi wymienić jego wad. Z kolei za sprzętem polskiego producenta przemawia cena – dwukrotnie niższa niż konkurencji – oraz wliczony w cenę kurs obsługi gofrownic dla pracowników i możliwy szybki serwis. Sprzęt niemieckiej firmy Silex ze względu na swoją cenę nie jest zbyt popularny, jeśli jednak już ktoś z niego korzysta, jest zadowolony z oferowanej jakości. Firma oferuje również gofrownice potrójne, a nawet poczwórne. Ich ceny jednak są odpowiednio wyższe – ok. 10-12 tys. zł.



SUKCES SPRZEDAŻY GOFRÓW  
ZALEŻY W GŁÓWNEJ MIERZE  
OD MIEJSCA SPRZEDAŻY ORAZ  
JAKOŚCI I SMAKU PRODUKTU

## TANIO CZY SMACZNIE?

Następnym ważnym czynnikiem jest wybór ciasta na gofry – robić je samemu w lodziarni, czy zamówić gotowy koncentrat do produkcji gofrów? Na to pytanie padały spójne odpowiedzi. – Stawiamy na naturalne składniki. Jakość gofra jest wtedy nieporównywalnie lepsza. Produkcja może być droższa, ale to smak przyciąga zadowolonych klientów, mówi właściciel sieci lodziarni Marago Cafe z Bielska-Białej. Kierownik lodziarni Caramelito dodaje: – Stawiamy na jakość, ciasto przygotowujemy sami.

Jaki jest przepis na najlepsze ciasto? Tajny. Jeśli już lodziarnia opracuje swoją recepturę, trzyma ją w tajemnicy. Podstawowe składniki to: mąka, jajka, woda, tłuszcz (olej lub margaryna), cukier waniliowy i proszek do pieczenia; ich proporcje i skład zależne są od procesu produkcyjnego. Po wymieszaniu składników otrzymuje się gotowe do użycia ciasto na gofry, które musi być przechowywane w chłodni. Koszt jednego gotowego gofra zrobionego z własnego ciasta to wydatek ok. 40-50 gr za sztukę.

Innym sposobem na otrzymanie ciasta jest stosowanie koncentratów w proszku. Worek 10 kg można kupić od 54 zł (np. „Pychotka”), za 79 zł „Gofry pomorskie” firmy AKO lub 1 kg firmy „Provenda” za 5,99 zł. Co znajduje się w koncentracie? Z 1 kg koncentratu można zrobić ok. 21 gofrów o wadze

100 g. Jak to możliwe? Dodajemy do 1 kg koncentratu 1 l wody (czyli 1 kg) oraz ok. 300 g oleju, daje nam to w sumie 2300 g ciasta. W procesie smażenia część wody odparowuje. Jak łatwo wyliczyć, koszt jednego gofra w tym wypadku jest porównywalny lub niewiele tańszy od gofra z własnego ciasta. Dlatego też przedsiębiorcy, pomimo zapewnień producentów o dobrej jakości, smaku i cenie, częściej decydują się na własny wyrób ciasta do gofrów.

## JAK TO UGRYŹĆ?

Jakie smaki gofrów są najlepsze według Polaków? Największym zainteresowaniem od lat niezmiennie cieszą się gofry z bitą śmietaną oraz z bitą śmietaną i owocami. W Caramelito popularne są gofry ze śmietaną i konfiturami lub świeżymi owocami. Marago Café do swoich najlepiej sprzedających się gofrów stosuje tylko świeże owoce i najlepszej jakości śmietaną. Wpływ na koszt produkcji takiego gofra może mieć nie tylko wybór sposobu wytwarzania ciasta, ale także wybór jakości dodatków. Najlepsza jest śmietana ubijana na miejscu produkcji, jednak wiąże się to z dodatkowym kosztem – trzeba kupić dobrej jakości maszynę do ubijania śmietany. Dodatkowym kosztem są owoce, posypki i polewy.

## ZARABIAMY?

Czy poniesione koszty zwrócą się z nawiązką? Trudno ocenić. Pytani przedsiębiorcy bez wahania przyznają, że gofry to urozmaicenie asortymentu, propozycja dla tych, którzy nie chcą jeść lodów, ciepłe danie w ofercie. Jednocześnie dodają: – Na gofrach nie zarabiamy, to tylko ok. 6 proc. naszej ogólnej sprzedaży (Caramelito Częstochowa). – Mamy gofry w ofercie, ale sprzedajemy głównie lody (Marago Café Bielsko-Biała).

Sukces sprzedaży gofrów zależy w głównej mierze od miejsca sprzedaży (najlepsze lokalizacje to tereny turystyczne, najlepiej nadmorskie deptaki lub centra handlowe) oraz jakości i smaku (konsumenci często zwracają na nie uwagę bardziej niż na cenę). O sezonowości trudno mówić w przypadku lodziarni – tutaj sprzedaż prowadzona jest przez cały rok, a spodziewana większa sprzedaż gofrów poza sezonem, w lokalach usytuowanych poza letnimi kurortami, raczej nie ma szans bytu. Na pewno na duże zyski mogą liczyć właściciele nadmorskich lokali czy małych punktów z lodami z automatu i goframi właśnie. Tam w okresie wiosenno-letnim sprzedaż gofrów może być stała i opłacalna, jednak trzeba pamiętać, że tylko przez parę miesięcy w roku. Wnioski są łatwe – gofry w lodziarni to na pewno poszerzenie asortymentu i wyjście konsumentom naprzeciw, ale już nie można z taką pewnością mówić o dużych zyskach. Te przyniesie inny asortyment, a gofry będą smacznym i łatwym w przygotowaniu dodatkowym produktem w menu.

Dziękujemy firmom Silex Polska i Eurogast Polska za udostępnienie zdjęć.

# Świderki doskonale zakręcone

## Vega Ekspert Gastronomiczny

Lody świderki, zwane amerykańskimi, od wielu lat cieszą się coraz większą popularnością na rynku polskim. Dotychczas, maszyny zdolne do produkcji tego typu lodów, przerabiane były w Polsce, co niekorzystnie wpływa na jakość maszyn, ich wydajność oraz niezawodność. Electro Freeze we współpracy z firmą VEGA ze Słupska stworzyli innowacyjne rozwiązania technologiczne, umożliwiające produkcję maszyn fabrycznie przystosowanych do produkcji lodów świderków.

Firma VEGA jest wyłącznym przedstawicielem oryginalnych maszyn do lodów świderków marki Electro Freeze na rynku polskim, a także światowym.



ekspert gastronomiczny

ul. Kilińskiego 31  
76-200 Słupsk  
tel. 59 840 23 22  
e-mail: biuro@vegagastro.pl  
www.vegagastro.pl

# Lody o smaku prażonych migdałów

## Składniki:

stabilizator NEUTRO (10)	0,007 kg
mleko 3,2 proc.	0,603 kg
śmietanka 30 proc.	0,100 kg
mleko w proszku odtłuszczone	0,040 kg
cukier	0,150 kg
dekstroza	0,030 kg
migdał prażony	0,070 kg

**Razem 1 kg**

## Sposób przygotowania:

Pasteryzować mieszankę w temp 85°C.  
Do gotowej mieszanki dodać zmiksowane prażone migdały. Dokładnie wymieszać.  
Można przekładać stracciatellą.  
Gotowe lody nakładać do zamrożonej kuwety i udekorować.



Zaprezentowana receptura jest zapowiedzią cyklu, który przez cały 2011 rok będziemy publikować w magazynie „W Piekarni W Cukierni”.

W cyklu znajdą Państwo: receptury na nowe smaki lodów, receptury deserów, nowe rozwiązania smakowe, które pozwolą rozwijać oferty Państwa klientów, receptury na desery oraz lody dedykowane specjalnie na daną porę roku i na wyjątkowe okazje.

Zapraszamy do lektury.



## PIOTR BĄK

Doradca technologiczny, od kilkunastu lat związany z rynkiem cukierniczo-lodziarskim. Tworzy nowe receptury, opracowuje kompletne karty menu lodziarni, a także systemy szkoleń dla personelu. Pomaga przy otwarciach kawiarni, lodziarni i punktów cukierniczych. Dzięki wieloletniemu doświadczeniu zdobywanemu w Polsce i za granicą jest wysoko cenionym doradcą.



Zamiast czekać na klienta, można do niego dotrzeć i ułatwić mu decyzję o zakupie. Najlepiej zrobić to za pośrednictwem dostosowanego do sprzedaży lodów pojazdu. Mobilny punkt sprzedaży umożliwia handel w nietypowych miejscach i o nietypowych porach dnia. Ważne, by pojazd zatrzymał się tam, gdzie spodziewana jest obecność sporej liczby potencjalnych klientów.

Z uwagi na przepisy prawa, które regulują zasady handlu obwoźnego produktami spożywczymi, pojazdy używane do tej działalności muszą spełniać szereg wymagań sanitarno-higienicznych. Najlepiej więc skorzystać z usług profesjonalnych firm, które do tego typu działalności dostosowują samochody różnych marek. Jak przystało na quasi lokal gastronomiczny – mobilny punkt sprzedaży powinien wyróżniać się estetyką i atrakcyjnym wyglądem, bo musi przyciągać uwagę, zachęcać do zakupów i gwarantować bezpieczeństwo oferowanych produktów

Adaptacja pojazdu na potrzeby handlu obwoźnego to nie lada wyzwanie. Na niewielkiej powierzchni przeciętnej vana zmieścić trzeba sporo dodatkowych elementów wyposażenia i specjalistyczne urządzenia. Skoro z auta sprzedawane mają być lody – musi znajdować się w nim witryna do lodów (może być nawet taka na 12 kuwet, o pojemności 7 litrów każda). Firmy potrafią dodatkowo umieścić także zamrażarkę do lodów, 180-litrową lodówkę oraz wymagane przepisami: zlewozmywak dwukomorowy, dwa kilkunastolitrowe pojemniki na wodę (czystą i brudną), pompę i podgrzewacz do wody, pojemnik na papier, dozownik do mydła, szafkę ubraniową. W ramach opcji w zaadaptowanym pojeździe znaleźć się może także podest pod maszynę do produkcji bitej śmietany, automat do lodów czy granitor. Wszystkie te urządzenia potrzebują niezależnego zasilania, więc konieczne jest wyposażenie auta w agregat lub specjalne baterie żelowe.



# LODZIARNIA na kołach

SPRZEDAŻ OBWOŻNA TO SZANSA  
NA DODATKOWY DOCHÓD,  
TAKŻE W TRAKCIE IMPREZ  
PLENEROWYCH. FESTYNY,  
PARKI CZY OKOLICE STADIONÓW  
TO WYMARZONE MIEJSCA NA  
USTAWIENIE SAMOCHODU-LODZIARNI

## WYMAGANIA UNIJNE DLA HANDLU OBWOŻNEGO:

- ▶ pojazdy muszą być tak zaprojektowane i usytuowane oraz utrzymane w czystości i dobrym stanie, aby uniknąć ryzyka zanieczyszczenia przez zwierzęta i szkodniki,
- ▶ muszą być w nich dostępne urządzenia do utrzymania właściwej higieny personelu (niezbędne np. do mycia i suszenia rąk),
- ▶ powierzchnie w kontakcie z żywnością należy utrzymywać w dobrym stanie, aby były łatwe do czyszczenia i dezynfekcji; wymaga to stosowania gładkich i odpornych na korozję materiałów,
- ▶ trzeba zapewnić warunki do czyszczenia i dezynfekcji narzędzi do pracy i sprzętu, odpowiednią ilość gorącej i zimnej wody pitnej oraz odpowiednie warunki do składowania i usuwania niebezpiecznych i niejadalnych substancji i odpadów,
- ▶ środki czystości powinny być tak umieszczone, aby unikać ryzyka zanieczyszczenia.

## PODSTAWA PRAWNA:

Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 178/2002 z 28 stycznia 2002 roku ustanawiające ogólne zasady prawa żywnościowego.  
Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 852/2004 z 29 kwietnia 2004 roku w sprawie higieny środków spożywczych.  
Ustawa z dnia 25 sierpnia 2006 roku o bezpieczeństwie żywności i żywienia.

## BCC Polska Sp. z o.o.

ul. Ekonomiczna 8, 67-100 Nowa Sól  
tel. 68 478 43 50, fax. 68 478 43 59  
e-mail: kp@bccpolska.pl, www.bccpolska.pl



# 40

Codziennie  
SMAKÓW LODÓW

KIM JEST RZEMIESLNIK  
SPECJALIZUJĄCY SIĘ  
W PRODUKCJI LODÓW?  
JAK STWORZYĆ  
DOSKONAŁY SMAK?  
JAK DOBRAĆ ZESPÓŁ,  
KTÓRY ZDOBYWA  
PIERWSZE MIEJSCA  
W KONKURSACH?  
NA TE I INNE PYTANIA  
GRAZIANY MELILLO  
I BARTOSZA BUDZYŃSKIEGO  
ODPOWIADAŁ  
SERGIO DONDOLI

Rozmawiamy z Sergio w jego biurze, przepięknym pomieszczeniu ozdobionym freskami, w tysięcznym domu znajdującym się w małej miejscowości San Gimignano, położonej 50 km od Florencji. Na przepięknym rynku San Gimignano Sergio otworzył w 1992 r. swoją słynną lodziarnię – Gelateria di Piazza, wymienianą przez najważniejsze na świecie przewodniki. Odwiedzają ją często włoskie i międzynarodowe stacje telewizyjne. Ruch Slow Food organizuje do San Gimignano wycieczki turystów z Polski, którzy mogą spróbować specjalów Sergio.

Na maleńkiej przestrzeni przygotowuje się tu każdego dnia czterdzieści smaków świeżych lodów. Nie zabrakło też miejsca na pamiątkowe zdjęcia ze słynnymi gośćmi – na przykład z Tonym Blairem, stałym bywalcem Gelaterii di Piazza.



## Sergio Dondoli

Jest lodziarzem, wykładowcą Carpigiani University i członkiem reprezentacji Włoch, która dwukrotnie zdobyła „Coppa del Mondo della Gelateria” (Lodowy Puchar Świata), a także członkiem komitetu promującego tę prestiżową nagrodę. W 1992 r. na rynku w San Gimignano (Siena, Toskania) otworzył słynną lodziarnię Gelateria di Piazza.

### Jak narodził się Sergio-lodziarz?

Sergio-lodziarz narodził się w naprawdę mało nobliwy sposób. Po ukończeniu szkoły hotelarskiej spędziłem 20 lat za granicą, głównie w Niemczech, gdzie prowadziłem dwie cieszące się renomą restauracje. Później zaprzyjaźniłem ze szwagrem, który był lodziarzem już w trzecim pokoleniu. Często się spotykaliśmy, a gdy przychodziła pierwsza niedziela września musieliśmy się pożegnać. To było przykre, bo wiedziałem, że zobaczymy się dopiero w tygodniu przed Wielkanocą. Na cały ten czas zamykał swój lokal i wracał do Włoch. Tego właśnie mu zazdrościłem. Ja zamykałem restaurację tylko na trzy tygodnie w roku, w styczniu. Nasze żony pochodzą z Sardynii, a więc on, gdy tylko zamykał lodziarnię, wyjeżdżał na Sardinie, aby odpocząć na słonecznych plażach. Ja zostawałem w Niemczech. W tamtym czasie mieszkałem nad Bałtykiem. Można sobie wyobrazić różnicę temperatur pomiędzy Sardinie a Bałtykiem. Pewnego dnia powiedziałem mu: „Vittorio, zamykam restaurację, otwieram lodziarnię i na wakacje będziemy jeździć razem”. Sergio-lodziarz narodził się właśnie w tak mało nobliwy sposób. Jednak to nie ujmuje nic z faktu, że zakochałem się w tym zawodzie. Nie jest zresztą jedynym zawodem, w jakim się zakochałem. Obdarzyłem uczuciem wszystkie zawody, jakie wykonywałem w gastronomii. Jestem człowiekiem ambitnym i jako taki w pracy chcę dać z siebie maksimum.

### Pańska lodziarnia to ogromny sukces. Nie myślał Pan o otwarciu innych lodziarni?

Wiele osób mi to proponuje, ale ja odmawiam. Mam dziesiątki propozycji z całego świata. Ale, no cóż, niezbyt lubię pieniądze. Ten zawód ma swoje wymogi czasowe, trzeba patrzeć, obserwować lody w witrynie, to złożona praca. Jak człowiek, który ma wiele lodziarni, może wszyst-

kiego doglądać? Ja jestem rzemieślnikiem, nie jestem przemysłowcem. Zadowolam się tym, co mam.

San Gimignano jest wyjątkową miejscowością turystyczną – od maja do połowy listopada odwiedza ją kilka milionów turystów, później wszystko zamiera. Mieszkam w miasteczku, które ma 700 mieszkańców. Otwieram lodziarnię 13 maja, pracuję osiem, dziewięć miesięcy bez przerwy. Później poświęcam się doradztwu – jestem nauczycielem i w tym zawodzie pracuję od listopada do 2 marca.

### Jak tworzy Pan swoje lody?

Wszystkie mają taki sam początek. Jakość składników i odpowiednia wiedza techniczna są podstawą konieczną do stworzenia udanych lodów. Do tego dochodzą dwa elementy, bez których nie można się obyć: pasja do zawodu, która pozwala znieść poświęcenia, jakich zawód wymaga, czyli pogoń za bezustannym rozwojem i ambitny projekt ciągłego pokonywania siebie samego. Drugi to wybór składników nadających charakter lodom. Aby tego dokonać, należy wyjść od prostych składników podstawowych, które mają ogromne znaczenie (mam tu na myśli świeżą śmietanę, świeże mleko) i poszukiwać bardziej cenionych, takich jak orzechy włoskie z Sorrento, orzeszki piniowe z Pisy, migdały z Noto, pistacje z Bronte.

Lody owocowe powstają tylko z owoców, bez dodatku mleka. Są pomyslane tak, aby mogły je zjeść również osoby z alergiami czy nietolerancją laktozy. Komponuję 10-12 smaków lodów owocowych zrobionych z prawdziwych owoców. Mam wielkie szczęście mieszkać w miejscu, gdzie jest wiele małych gospodarstw ekologicznych, które nie mogą się doczekać, by przywieźć mi swoje plony. Przez pewien okres jestem wręcz zasypywany truskawkami i brzoskwiniami! Te owoce mają niesamowity smak.

### Jak rozpoznać lodziarza-rzemieślnika z prawdziwego zdarzenia?

Po wielu rzeczach... Naturalnie, jeśli wchodzę do lodziarni i widzę w witrynie lody o smaku smerfowym, wszystko jest jasne. To przecież nie są lody. Nawet jeśli lodziarz ma na nie spory popyt, nie powinien ich robić. Nasz zawód jest bardzo dostojny. Co można przekazać za pomocą lodów smerfowych? One nie noszą ze sobą żadnej dodatkowej treści, nie ma tu nic odkrywczego. Prawdziwy rzemieślnik takich lodów nie robi.

### A czy nie powinno podążać się za gustami klientów?

Do pewnego stopnia. Nie lubię lodów tiramisù, ponieważ są bardzo tłuste i ciężkie, zawierają przecież dużo jaj, serek mascarpone. Mimo to, musiałem ulec modzie, głównie z powodu dużego popytu na ten smak ze strony Amerykanów. Z pewnością jest to smak, który nie wychodzi mi tak dobrze, jak wszystkie pozostałe. Ja uwielbiam owoce, czekoladę, z którą zresztą lubię pracować. W ciągu całego roku oferuję 30 różnych rodzajów lodów czekoladowych. Mam do nich siedem odmian czekolady i cztery typy kakao. Wydaje mi się, że jestem jedynym lodziarzem na świecie, który robi lody z czekolady firmy Amedei – jest sprzedawana po 80 euro za kilogram! Ja płacę połowę, ale to i tak bardzo dużo. Za pozostałe czekolady, również renomowane, płacę 1/3 tego, co za wyroby Amedei. Dla porównania, najlepsze kuwertyry kosztują 13 euro za kilogram. Zostałem przez Amedei wybrany, co jest dla mnie świetną reklamą.

### Ile kosztuje kilogram pańskich lodów?

14 euro. Ale zazwyczaj nie sprzedają na kilogramy. To niewiele, jeśli pomyśleć, że w Sienie 1 kg kosztuje 18 euro.

Najtańsze są lody cytrynowe, bo i cytryny nie są drogie – ok. 3 euro za kilogram. Najdroższe są pistacje z Bronte i orzeszki piniowe z Pisy. Lody tańsze i droższe równoważą i uśredniają cenę.

### Pańskie najsłynniejsze smaki bardzo się od siebie różnią. Jak powstaje nowy smak? Jak Pan go opracowuje?

Jeśli chodzi o ścieżkę, nawijmy ją kreatywną, zazwyczaj nie biegnie ona żadnym precyzyjnym szlakiem. Moje ostatnie kreacje, jak przyprawione owoce, zrodziły się ze współpracy, którą podjąłem kilka lat temu z najsłynniejszymi szefami restauracji na całym świecie. Gastronomia z wyższej półki jest pasją, której poświęcam sporą część zimy. Przebywając z mistrzami „ukradłem” parę pomysłów, które udało mi się przekształcić w lody cieszące się sukcesem od dwóch lat.



FOT. SIGEP – MAT. PRASOWE

Reprezentacja Włoch, której członkiem jest Sergio Dondoli, dwukrotnie zdobyła Coppa del Mondo della Gelateria – Lodowy Puchar Świata

### Jest Pan członkiem komitetu promującego Coppa del mondo della Gelateria – Puchar Świata Lodziarzy. Proszę opowiedzieć o doświadczeniu związanym z tą prestiżową nagrodą.

Trzeba włożyć sporo wysiłku, by stworzyć zespół, składający się z lodziarzy, cukierników-czekoladziarzy i rzeźbiarzy w bryłach lodu, zbudować relacje między tymi trzema różnymi profesjami, których zainteresowania koncentrują się na włoskich lodach rzemieślniczych, sprzyjać powstawaniu nowych przyjaźni. Każdy zespół staje się małą pracownią, gdzie miesiącami razem się trenuje, porównuje, kłóci i godzi, by stworzyć jakąś lodową ideę. Można powiedzieć, że Puchar Świata jest szkołą, w której bardzo wiele można się nauczyć.

Zawody są skomplikowane. Przede wszystkim trzeba stworzyć zgrany zespół. Jedną z najtrudniejszych dyscyplin, jest wykonanie tortu – przy wykonywaniu tego deseru trzeba niezwykle uważać na temperaturę topnienia. Podczas krojenia wszystkie warstwy – nieważne, czy dwie, czy dziesięć – muszą mieć taką samą temperaturę topnienia, miękkość. Bez względu na to, z czego się składają – mogą być stworzone z np. z 10 różnych typów lodów, w środku może być warstwa granity albo pięć kremów i trzy różne sorbety. Drugą trudnością jest prezentacja i krojenie. Jest to moment, w którym tort musi mieć idealną temperaturę topnienia. Puchar Świata to naprawdę profesjonalne zawody, jedne z tych, w czasie których zawodowiec staje się wielkim zawodowcem przez sam fakt uczestnictwa. Sam udział wystarczy do zdobycia szerokiej wiedzy, którą, nawiasem mówiąc, zdobędzie od innych.

# OSM BIERUŃ

## Tradycja dobrego smaku

### Lody FINO

Gotowe płynne lody do bezpośredniego wymrażania w automatach do lodów włoskich. Nie wymagają dodatkowych przygotowań. Dostępne w dwóch smakach: śmietankowym i czekoladowym.

Lody FINO:

- produkt UHT zapakowany aseptycznie, a zatem bezpieczny i wygodny w użyciu,
- nie gęstnieje,
- może pozostać w automacie do następnego dnia,
- sprawdza się w automatach z pasteryzacją.

LODY FINO cechują się jednolitą, kremistą konsystencją. Z lodów śmietankowych można uzyskać dowolny smak – poprzez dodanie odpowiedniego aromatu lub pasty.

### Śmietanki

#### MLEKTYNA SŁODKA UHT

Śmietana roślinna o delikatnym śmietankowo-słodkim smaku. Doskonale ubija się, trzykrotnie zwiększając objętość. Można ją zamrażać, a także mieszać z aromatami, barwnikami i galaretką. Doskonale sprawdza się jako dekoracja do kawy. Opakowanie: bag-in-box 5 l. Termin przydatności do spożycia: 4 m-ce.

#### DESEROWA UHT

Naturalna śmietanka zwierzęca o wyśmienitym smaku. Znakomita do ubijania, trwała po ubiciu, stworzona dla profesjonalistów branży cukierniczej, lodziarskiej i HoReCa. Opakowanie: bag-in-box 5 l. Termin przydatności do spożycia: 3,5 m-ca.

#### KREMÓWKA BIERUŃSKA

Jedyna na rynku śmietanka zwierzęca z dodatkiem tłuszczu roślinnego. Łatwo ubija się, jest stabilna po ubiciu. Znajduje szerokie zastosowanie w cukiernictwie, lodziarstwie i gastronomii.

Opakowanie: bag-in-box 5 l. Termin przydatności do spożycia: 3 m-ce.



**OSM Bieruń**

ul. Macieja 19 • 43-150 Bieruń

tel.: 32 216 49 95 • fax: 32 216 52 07

[www.osm.bierun.pl](http://www.osm.bierun.pl)

# Meble do piekarni i cukierni



biuro@kompleksserwis.pl ■ tel: 32 287 31 17 ■ www.kompleksserwis.pl





# NAJPIĘKNIEJSZA LODZIARNIA w najlepszym mieście

O SZCZĘŚLIWEJ, CHOĆ NA RAZIE DOŚĆ KRÓTKIEJ HISTORII  
LODZIARNI BELLA VITA, OPÓWIEDZIAŁA PAWŁOWI KOWALOWI  
JOLANTA SIEMIENCZUK, WŁAŚCICIELKA LOKALU





Wyniki raportu o jakości życia w dużych miastach Polski, opublikowane na początku roku przez PricewaterhouseCoopers, zaskoczyły spore grono osób. Zwycięzcą rankingu na najlepsze miasto został bowiem Białystok, wyprzedzając tak znamienitych konkurentów, jak Warszawa, Szczecin czy Wrocław. Jednym z ważniejszych czynników, które zdecydowały o sukcesie Białegostoku było zadowolenie mieszkańców z życia w swoim mieście. Nie wiemy w jakim stopniu na opinie mieszkańców wpłynęło otwarcie w ubiegłym roku pięknej lodziarni Bella Vita, ale z całą pewnością fakt ten musiał oddziaływać pozytywnie na nastroje wszystkich, którzy mieli okazję odwiedzić lokal i skosztować serwowanych w nim specjałów.

### **Podobno uruchomiliście Państwo lodziarnię w ciągu trzech miesięcy, w miejscu, w którym wcześniej był sklep odzieżowy?**

W rzeczywistości trwało to niewiele dłużej, bo sklep odzieżowy zamknęliśmy w połowie lutego, a lodziarnia wystartowała w czerwcu, ale to chyba i tak dobry wynik.

### **Jak na polskie warunki to swoisty rekord. Jak to się udało?**

Kluczem do sukcesu była dobra organizacja i determinacja. Wiedziałam, że musimy zdążyć z otwarciem do czerwca, albo będziemy musieli przesunąć je na kolejny sezon. Szczęśliwie udało się znaleźć podwykonawców, którzy potrafili szybko i solidnie pracować. Prace przy adaptacji lokalu trwały dzień i noc, postępowały szybko. Nie mogę także narzekać na białostockich urzędników czy miejscowe władze sanitarne. Nie tylko nie mieliśmy z ich strony żadnych problemów, ale wręcz traktowano nas przychylnie i pomocnie.

### **Dlaczego zdecydowaliście się właśnie na lodziarnię?**

Wcześniej ulica przed naszym lokalem była jedną z głównych arterii miasta. Jednak, gdy lokalne władze zdecydowały zamknąć ją dla ruchu ko-

łowego i zmienić w deptak, był to dla sklepu z odzieżą „wyrok śmierci”. Zupełnie zmieniła się struktura klientów. Teraz ludzie potrzebowali miejsca, w którym mogliby usiąść, zjeść coś czy napić się kawy. Trzeba było dostosować się do tych zmian. Przez niemal rok rozważaliśmy różne możliwości. Rozmawialiśmy z ludźmi, którzy prowadzili różnego typu lokale, także lodziarnie. Ponieważ w naszym mieście nie było dotychczas eleganckiej lodziarni, zdecydowaliśmy się właśnie na ten rodzaj biznesu.

### **Czy mieliście Państwo jakieś wcześniejsze doświadczenia w branży gastronomicznej?**

Wiele lat temu mąż prowadził restaurację, więc trochę doświadczenia mieliśmy. Chociaż lodziarnia to zupełnie co innego niż restauracja. Niektórych błędów nie udało się nam uniknąć. Przykładowo, zaplecze powinniśmy zrobić nieco większe, nawet kosztem sali sprzedażowej. Lepsza organizacja zaplecza przyspieszyłaby pracę personelu. To szczególnie ważne w przypadku lodziarni, gdzie klienci nie przychodzą „równomiernie” tylko „falami” – najpierw nikogo nie ma, a potem nagle, w ciągu kilku chwil lokal zapełnia się do ostatniego miejsca, i oczywi- ▶

ście każdy chce być natychmiast obsłużony. Tymczasem przygotowanie deserów nie jest takie proste. Boleśnie odczuliśmy to na samym początku działalności. Szczęśliwie udało się nam otworzyć lokal w środku sezonu, więc od razu mieliśmy wielu klientów, ale pracownicy nie mieli jeszcze doświadczenia i nie nadążali za obsługą. To budziło frustracje po obu stronach, klienci narzekali na powolność obsługi, podczas gdy pracownicy denerwowali się, że nie nadążają z pracą. Na szczęście jakość i smak lodów, które zaoferowaliśmy kompensowały klientom wszelkie niedogodności związane z oczekiwaniem na zamówienie.

**Z tego, co udało mi się przeczytać na portalach i forach tematycznych dotyczących Bialegostoku, Państwa lokal i serwowane w nim lody spotkały się wręcz z entuzjastycznym przyjęciem klientów. Proszę zdradzić sekret tego sukcesu.**

W dzisiejszych czasach trzeba oferować absolutnie najlepszy produkt w rozsądnej cenie. My postawiliśmy na jakość. Lody wykonujemy na naturalnych surowcach, a sorbety wyłącznie na prawdziwych owocach. Jako pierwsza lodziarnia w Polsce, użyliśmy produktów Giubileo, które gwarantują pełną naturalność surowca. Ponadto, w procesie produkcji zastosowaliśmy mikronizację mieszanki, co zdecydowanie poprawia strukturę lodów i sprawia, że są wyjątkowo pyszne. Utrzymanie tak wysokiej jakości, niestety kosztuje. Jak na Białystok mamy dość drogą gałkę, bo 2,5 zł. Ale wydaje mi się, że jest to rozsądna cena. Klienci nie przychodzą przecież do takich lokali, by szukać oszczędności, ale po to, by zjeść naprawdę dobre lody. Dlatego mamy już wielu stałych klientów, a niektórzy wręcz twierdzą, że „uzależnili się” od naszych lodów. Bardzo mnie cieszą pozytywne opinie, bo potwierdzają słuszność decyzji, którą podjęliśmy rok temu. Wiem, że dla wielu lodziarni w Polsce sezon 2010 nie był łaskawy, jednak ja nie mogę narzekać. Mieliśmy dni, gdy brakowało stolików dla wszystkich chętnych.

**Jakie mają Państwo plany na przyszłość?**

Niedawno udostępnił mi klient salę na pierwszym piętrze. Chcemy organizować tam przyjęcia urodzinowe dla dzieci. Dodatkowe stoliki na piętrze rozwiążą także problem braku wolnych miejsc w czasie imprez i koncertów, które odbywają się na rynku. Niebawem uruchamiamy kąpiel dla małych dzieci, którymi zajmie się fachowa opiekunka, podczas gdy rodzice będą mogli zjeść w spokoju deser czy napić się kawy.

**Co doradziłaby Pani osobom planującym otwarcie lodziarni?**

Planując taki biznes, trzeba liczyć się z koniecznością sporych wydatków inwestycyjnych. My staraliśmy się dokładnie wyliczyć wszystkie koszty, ale



## GIUBILEO – PRAWDZIWIE TRADYCYJNY SMAK

Giubileo to dopracowana i kompletna linia produktowa firmy COMPRITAL. Surowce Giubileo umożliwiają wykonanie lodów oraz sorbetów całkowicie naturalnych, a przy tym charakteryzujących się wyjątkowymi walorami fizycznymi - odpornością na topnienie i doskonałą smarownością, nawet poniżej -18°C. Wprawdzie już w zeszłym roku firma wypuściła na rynek włoski pilotażową serię kilku smaków, ale dopiero w tym roku zaproponowała lodziarzom odpowiednio liczną gamę smaków, która pozwala nawet dużym lodziarniom na przestawienie produkcji na surowce w 100 proc. naturalne. Nad Giubileo pracowano ponad 10 lat, wszystko aby umożliwić wykonanie lodów zgodnie z tradycyjnymi recepturami, wyłącznie z naturalnych składników, a jednocześnie zachować te zalety nowoczesnego lodziarstwa, które cenią klienci - piękną prezentację witrzyn, idealną kremistość, wysoką odporność na rozpuszczanie i idealny smak. Oficjalna premiera surowców w Polsce odbędzie się na targach ExpoSweet w Warszawie.

w końcu i tak okazało się, że były większe niż planowaliśmy. Trzeba być przygotowanym na taką sytuację. Niewątpliwie ważne jest zaprojektowanie odpowiedniego wystroju lokalu. Bella Vita była projektowana jako lokal elegancki, a jednocześnie nie przytłaczający przepychem, tak aby nie zniechęcać mniej zamożnych klientów. Kiedy już lokal wystartuje, bardzo ważne jest zebranie zespołu ludzi, którzy chcą zaangażować się w pracę. Pomimo, że w Polsce jest spore bezrobocie, wcale niełatwo znaleźć takie osoby. Kolejna kwestia to asortyment - lodziarnia, która chce pracować w sezonie zimowym musi oferować atrakcyjne desery, a także ciasta i dobrą kawę. Jednak, zanim zaczniemy sprzedaż deserów lodowych, warto dobrze wytreningować umiejętność ich przygotowania. Deser musi być nie tylko identyczny, jak w karcie menu, ale także szybko podany, by klienci się nie niecierpliwi. Na koniec najważniejsze - aby osiągnąć sukces w lodziarstwie, trzeba w ten biznes włożyć całe swoje serce i zaangażowanie. To działalności, które należy nadzorować osobiście, wówczas osiąga się najlepsze rezultaty.

# EXPO SWEET

## 2011

ExpoSweet - największe w Polsce targi branży cukierniczej i lodziarskiej.  
Impreza odbędzie się w dniach 23-25 lutego 2011, w hali targowej MTPolska, ul. Marsa 56 w Warszawie.



Trzecia edycja targów producentów i importerów, rzemieślniczego sektora cukierniczo - lodziarskiego.

### Godziny otwarcia Targów:

23.02 (środa)	godz. 10.00-18.00
24.02 (czwartek)	godz. 10.00-18.00
25.02 (piątek)	godz. 10.00-17.00

[www.exposweet.pl](http://www.exposweet.pl)

# Polecamy

variegato do lodów typu „dolce late” i „dulce de leche”  
polewy kajmakowe do lodów i deserów  
polskie kajmaki o różnych smakach i zastosowaniu  
argentyńskie Dulce de leche o różnym zastosowaniu  
polkremy – gotowe kremy cukiernicze



**Polder**

Spółka z o.o.

Zakład Produkcyjny w Bobrowie  
87-327 Bobrowo 28  
tel.: 56 495 30 72, fax: 56 495 30 71  
polder@torun.home.pl, www.polder.biz.pl