

Bake & Sweet

magazyn branży piekarskiej i cukierniczej



W NUMERZE: kłopoty z nowymi stawkami VAT

B&S BUSINESS NEWS ŚWIAT

BRAK MAKI DOPROWADZIŁ DO DEFICYTU CHLEBA WE WSCHODNIEJ UKRAINIE

B&S BUSINESS POLSKA

KONCERN POLSKI CUKIER MOŻE WKRÓTCE STAĆ SIĘ ŚWIATOWYM GIGANTEM. PLANUJE INWESTYCJE NA CAŁYM ŚWIECIE

WYDARZENIA

UDANA DRUGA EDYCJA SWEETTARG W KATOWICACH

PRODUKTY I SUROWCE

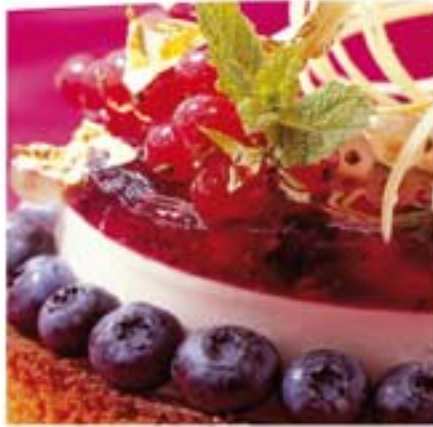
CO DECYDUJE O TYM, JAK SPRZEDAWAĆ SIĘ BĘDĄ LODY? WBRĘW POZOROM WCALE NIE ICH SKŁAD I TYLKO W NIEWIELKIM STOPNIU SMAK



Lodowa premiera roku w 3D

Więcej na str. 3 i 83

Nowa gama owoców DELIFRUIT®



Nowa gama owoców DELIFRUIT®

Od dwóch dekad nadzienia owocowe marki Fruibel® są znane jako wyznacznik jakości i szerokiego wyboru oraz doceniane przez profesjonalistów.

Unifine Food & Bake Ingredients sprzedaje swoje produkty w prawie 60 różnych krajach, gdzie poprzez partnerskie relacje z dystrybutorami udział w rynku naszych nadzień owocowych stale rośnie. Aby utrzymać taki trend należy skupić uwagę na potrzebach rynku i klientów.

Wśród różnych potrzeb wyrażanych przez konsumentów pragnienie zdrowego żywienia jest jednym z najczęstszych.

Z tego względu, jako producent, musieliśmy opracować receptury, w których udział dodatków do żywności jest minimalny. W pewnych przypadkach musieliśmy z niektórych substancji zrezygnować. Tak stało się z barwnikami AZO, które zostały zastąpione przez barwniki naturalne.

Zauważamy również zwiększającą się segmentację rynku - z jednej strony zapotrzebowanie na produkty najwyższej jakości, z drugiej zainteresowanie dobrą jakością za przystępną cenę.

Biorąc te fakty pod uwagę Unifine Food & Bake Ingredients zdecydowało się na rozszerzenie gamy produktów Delifruit®.

Delifruit® Premium:

Gama najlepszych owoców, wyznaczająca standard jakości. Pięć rodzajów wyselekcjonowanych owoców, zbieranych kiedy są dojrzałe, zapewnia najlepszy możliwy smak. Delifruit® Premium swoją jakością, konsystencją oraz charakterystyką użytych owoców zadowolą najbardziej wymagających cukierników, dając również wszelkie zalety używania nadzień Delifruit®.

Delifruit® Classic:

Najszerza gama doskonałych owoców dostępna na rynku - 21 smaków. Wspaniale nadają się do użycia jako dekoracja lub nadzienie - w wyrobach pieczonych i deserowych. Delifruit® Classic zaspokoją potrzeby cukierników, którzy szukają wysokiej jakości nadzień owocowych dających różne możliwości zastosowania.

Delifruit® Daily:

Nadzienia owocowe o jedenastu różnych smakach, które najczęściej używane są przez naszych klientów. Świetny stosunek jakości do ceny.



Nowe opakowanie zbiorcze-3 puszki na tacce.



Unifine Food & Bake Ingredients Polska Sp. z o.o.
ul. Przepiórcza 6
62-081 Przemierowo
Telefon+48 814 22 63
Telefax+48 814 22 63
Email: info@unifine.pl
internet: www.unifine.pl





3DINO
LE ORIGINI DEL GELATO

**PROMOCJA! GADZETY 3D
W PAKIECIE GRATIS!**



OKULARY 3D



SERWETNIK 3D



KUBECZKI 3D



WTYKACZ



PLAKATY 3D



3 Dino nagrodzone
na Expo Sweet 2011

ZOBACZ WIĘCEJ
W 3D!
zadzwoń
do Przedstawiciela
i poproś o okulary!

NOWOŚĆ W POLSCE!

Przełomowe połączenie trzech smaków:
migdałów, orzechów laskowych oraz białej czekolady.

3Dino: pasta do produkcji lodów oraz białej czekolady.
Gotowy produkt posiada ciekawy zielony kolor oraz variegato VarieGó.
Dzieci w Europie już oszalały na punkcie 3Dino.
A twoja lodziarnia gotowa jest na 3Dino?



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 604 940 861
Region Centralny 600 966 328
Region Zachodni 607 700 180

Technolodzy cukiernicy
Region Północny 602 574 233
Region Południowy 600 821 403
Region Zachodni 600 940 085
Region Centralny 602 304 256
606 785 110

Technolog piekarz
896 019 078

W NUMERZE 4 (5)

SONDA

- 8 Na Wielkanoc mazurków
nie zabraknie

B&S BUSINESS NEWS

- 9 Chiny przygotowują się
na długą suszę
9 Costa Coffe coraz silniejsza
9 Brytyjczycy kupują u małych
10 Panika - brakuje chleba
na Ukrainie
10 Australijczycy podbijają
Wielką Brytanię
10 Cukier na świecie
rekordowo drogi
11 Słowacki rząd rozdaje mąkę
11 Lody z mleka matki
12 Jest już pierwsza w Polsce
koszerna piekarnia
13 Amerykańskie lody już w Polsce
13 Polski cukier podbija świat
14 Polski chleb
z unijnym certyfikatem
14 Z kartą Visa po bułki
14 AKO biznesową gazelą
15 Mniej cukru i dwutlenku węgla

WYDARZENIA

- 15 Po inspirację do Hamburga
18 Polski akcent
u wschodnich sąsiadów
19 To trudny i jednocześnie
fascynujący rynek
20 Małe wielkie targi
22 Zaskoczyła liczba zwiedzających
23 Polacy będą podbijać Stuttgart
24 Branża rusza do Kielc

WYWIAD MIESIĄCA

- 26 Trzeba iść do przodu

RAPORT B&S

- 28 Jaki VAT w 2011 roku

POMYŚL NA BIZNES

- 32 Od chleba do kopalniaków

PRAWO I FINANSE

- 38 Kto pyta nie błądzi i...
jest ubezpieczony

TRENDY



40 W zgodzie z trendami, ale tylko trochę

- 44 Torty komunijne nadal
po angielsku

BIZNES W SIECI

- 48 Wciąż nas za mało w sieci
51 Tort na kliknięcie?

TECHNOLOGIE I URZĄDZENIA

- 54 Ważą, liczą, porównują...
56 Wypieki na dużą skalę
62 Wózek musi się toczyć
66 Czekolada
dobrze zatemperowana
68 Folia PLA nie dla każdego
70 Różne oblicza szokówki

NOWOŚCI TECHNOLOGICZNE

- 73 Mrozić szokowo i nie tylko
73 Okrągłe silosy
73 Energooszczędny piec TUBIX
74 Wspaniałe pączki,
smaczne donaty
74 Ciasta, ciastka i ciasteczka
74 Rewelacyjny piec
z przyszłości
75 Idealny dla małych piekarni
75 Bardzo prosty system
75 Dekoracja jak ze snu
76 Nadchodzi era jogurtów
mrożonych
76 Miesiarka doskonała

- 77 Doskonałe pączki,
bardzo prosta obsługa
77 Ubijaczka idealna
78 Mrożenie doskonałe
78 Krajalnica w komplecie
z pakowaczką
79 Czas na dobre lody
80 Nowe lody w plenerze
80 Lada prosto z Włoch
81 Jedna witryna do ciast
i do lodów
81 Sześć kolorów w jednym kubku

DODATKI I SUROWCE

- 82 Liczy się wygląd, później smak
86 Najlepsze
do głębokiego smażenia

NOWOŚCI PRODUKTOWE

- 89 Makowiec jak z bajki
89 Miodownik
o niezapomnianym smaku
89 Rolada idealna
90 Bardzo smaczny chleb
90 Czas na pyszne bezy
90 Pączki przez cały rok
91 Chleb o zapachu aloesu
91 Śmietana delikatna
91 Doskonały smak
92 Lody bardziej higieniczne
92 Doskonały smak,
wyjątkowa zawartość
93 Tort niczym senne marzenie
93 Smak orzecha w czekoladzie
94 Jaja w proszku
klasy premium
94 Mąka idealna
95 Chleb
o smaku jadalnych kasztanów
95 Lody wyjątkowe
96 Słodka Wielkanoc
96 Czosnek niedźwiedzi,
czyli wiosna z Martin Braun
97 Prawdziwe
belgijskie czekolady

ZNALEZIONE W SIECI

- 98 Ze świątka piekarskiego



Aneta Marczak
redaktor naczelna

Szanowni Państwo

Tworząc pismo Bake&Sweet spotykam ostatnio zadowolonych piekarzy i cukierników. Bardzo mnie to cieszy. Pracując zawodowo przeprowadzam miesięcznie kilkadziesiąt bardzo interesujących rozmów z piekarzami, cukiernikami, lodziarzami. Wśród moich rozmówców są przedsiębiorcy i właściciele firm, ale są również cukiernicy, młodzi piekarze, uczniowie. Ze względu na okres targowy, podróżując po Polsce spotykam przedstawicieli firm, które są dostawcami komponentów i urządzeń dla naszej branży.

Koniecznym jest podkreślić, że rozmowy z Państwem to najprzyjemniejsza część mojej pracy. Bardzo cieszy mnie, że ostatnio na swojej drodze spotykam wyłącznie optymistycznych Czytelników.

Mimo trudnej sytuacji na rynku, rosnących cen surowców, zmniejszającej się liczby klientów, nie brakuje zadowolonych przedsiębiorców.

Może właśnie dlatego numer, który trzymacie Państwo w ręce, jest taki optymistyczny. Jak co miesiąc, w dziale Pomysł na biznes historia piekarza, któremu udało się osiągnąć sukces, i który nie poddaje się przeciwnościom. W Wydarzeniach opinie zadowolonych wystawców i zwiedzających ogromnych targów Internorga w Hamburgu i kameralnego SweetTARGU w Katowicach.

W dziale Technologie i urządzenia oraz Dodatki i surowce do nowych rozwiązań przekonują producenci, którzy postanowili zdemonstrować Czytelnikom nie tylko swoje produkty, ale również twarze - to na pewno pomoże w kontaktach bezpośrednich.

Zachęcam do lektury pisma - na pewno tuż przed nadejściem wiosny przyda się Państwu duża dawka optymizmu.

A ja myślę już o targach Bakepol w Kielcach, na których wszystkim naszym Czytelnikom będziemy serwować dobrą kawę i nowe informacje.

Bake&Sweet

www.bakeandsweet.pl

WYDAWCA

BCM Biznes Sp. z o.o.
ul. 30 Stycznia 42, 83-110 Tczew
tel. centrali 058 530 23 11
e-mail: info@bakeandsweet.pl
www.bakeandsweet.pl

REDAKCJA

redakcja@bakeandsweet.pl

REDAKTOR NACZELNA

Aneta Marczak
aneta.marczak@bakeandsweet.pl

SEKRETARZ REDAKCJI

Sylvia Modzelewska
sylvia.modzelewska@bakeandsweet.pl

DYREKTOR MARKETINGU

Dariusz Muslewski
dariusz.muslewski@bakeandsweet.pl

REKLAMA

Marta Surma
marta.surma@bakeandsweet.pl
Marta Piontkowska
marta.piontkowska@bakeandsweet.pl

DZIENNIKARZE

Irena Muszałowska
irena.muszałowska@bakeandsweet.pl
Janusz Bekas
janusz.bekas@bakeandsweet.pl
Tomasz Przysiężny
tomasz.przysiezny@bakeandsweet.pl
Konrad Jankowski
konrad.jankowski@bakeandsweet.pl

DZIAŁ GRAFICZNY DTP

Katarzyna Łukowicz
katarzyna.lukowicz@bakeandsweet.pl

KOREKTA

Ewa Buczek
ewa.buczek@bakeandsweet.pl

DZIAŁ PRENUMERATY

prenumerata@bakeandsweet.pl

Foto na okładce:

BAKER SERWIS

INTEGRAL

PIEC PRZELOTOWY

KONIG



ATUTY

- większa objętość produktów poprzez lepszy obieg powietrza,
- małe gabaryty pieca np. przy 65 m³ tylko 8,5 m długości,
- mniejsze zużycie energii, brak ciężkiej siatki wylekowej,
- konstrukcja i rama ze stali nierdzewnej,
- skrócony czas wypieku,
- bardzo wydajny system zaparowania,
- możliwość rozładunku i załadunku z tej samej strony,
- dwa systemy zraszania wodą produktów.

Idealny do wypieku chleba i bułek

Mała rzecz, a cieszy. I to bardzo. Integral - innowacyjny piec przelotowy firmy Koenig jest kilkakrotnie krótszy od tradycyjnych pieców, ale to nie przeszkadza, aby na każdym kroku deklasował rywali. Jest uniwersalny, oszczędny i prosty w obsłudze, przez co doskonale trafia w Twoje potrzeby. Upieczesz na nim wiele gatunków chleba czy bułek, które zawsze będą wyglądały ładnie i smacznie. Nowoczesny, ale nawiązujący do tradycyjnego wypieku. Mały, ale posiadający dużą powierzchnię wypiekową. Jeżeli chcesz zwiększyć produkcję, ale nie masz miejsca w swoim zakładzie, poznaj Integral... koniecznie!

Integral – integralna część Twojego zakładu.



„Nie miałem możliwości rozbudowy zakładu, a chciałem wstawić nowoczesny piec. Wybrałem Integral. Idealnie nadaje się do wypieku chleba.”
Krzysztof Maciołek - właściciel MK w Rzępczycach

„Mieliśmy inne piece przelotowe, ale ten jest naprawdę ekonomiczny.”
Piekarnia Szwojarska - Intermurpol Mańki

REFERENCJE

CREAM profesjonalne
technologie spożywcze

Wyłączny przedstawiciel:

Cream Sp. z o.o.
ul. Kolejowa 17
40-706 Katowice
tel. +48 (32) 60 40 700

Pobierz film www.cream.pl

Zapraszamy na targi Bakepol 2011 - pawilon D stoisko 22

NA WIELKANOC MAZURKÓW NIE ZABRAKNIĘ

Tomasz Przysiężny

Na świątecznych stołach jak zwykle dominować będą ciasta charakterystyczne dla Wielkanocy. Oprócz babek i makowców, które produkuje się na co dzień, w ofercie cukierników nie zabraknie też tradycyjnych wielkanocnych mazurków.

Dariusz Bryczkowski
właściciel cukierni
w Szczytnie



Fot. Archiwum własne

Nie będzie w tym roku jakiegoś szaleństwa jeśli chodzi o wybór ciast w mojej cukierni. Od kilku lat produkuję ten sam asortyment i w czasie Wielkanocy jakoś szczególnie go nie zmieniam. Nie nastawiam się też w tym okresie na produkcję tortów, gdyż są zbyt drogie i zdecydowanej większości moich klientów na nie po prostu nie stać. Z pewnością nie zabraknie za to keksów, do których dodaję zawsze dużą ilość bakalii. Będą też makowce, bo na nie jest zapotrzebowanie zarówno na Wielkanoc, jak też na Boże Narodzenie. Robię je na na cieście kruchym, a do masy makowej również dodaje dużo bakalii. Na te ciasta jest zresztą zawsze popyt, podobnie jak na serniki. Reszta ciast nie cieszy jednak aż taką popularnością. Moim zdaniem w tym regionie warmińsko-mazurskim nie ma szczególnej tradycji, jeżeli chodzi o wypieki na wielkanocnym stole. Jedyne co charakterystyczne dla tego okresu to jedynie mazurek, który zresztą produkujemy w naszej cukierni tylko w tym okresie roku. Nie zdradzę jednak, czym będą nadziewane, bo to moja słodka tajemnica.

Piotr Koperski
właściciel cukierni
Koperski w Poznaniu



Fot. Archiwum własne

Od wielu lat najpopularniejszym ciastem podczas Wielkanocy są u nas mazurki. O różnych kształtach, dekorowane na kurczaczka, zajączka lub baranka, a więc formy charakterystyczne dla tych świąt. Są to na tyle małe ciasta, aby mogły się

zmieścić do koszyczka, z którym w Wielką Sobotę chodzi się do kościoła ze święconką. Mazurki wykańczamy pomadą, czekoladą lub kajmakiem. Klient ma więc do wyboru smak, który mu najbardziej odpowiada. Popularne na świątecznym stole są też makowce, serniki i babki drożdżowe, ale mazurki na świątecznym stole w Wielkopolsce są niezastąpione. W moim zakładzie produkuję je od 26 lat, ale pamiętam, że już jako uczeń w zawodzie cukiernika robiłem mazurki przed Wielkanocą. A było to już 40 lat temu.

Radosław Szczerbiński
właściciel cukierni
Szczerbińscy
w Słubicach



Fot. Archiwum własne

W naszej cukierni również mazurki są wielkanocnym hitem, ale nie robimy małych ciast, tylko standardowej wielkości wypieki o kształtach prostokątnych lub owalnych. Te ostatnie, z uwagi na swoją formę, dekorowane są oczywiście na kształt jajek, wielkanocnych pisanek.

Zawsze w naszej cukierni robiło się mazurki, ale kiedyś był jeden rodzaj ciast, a teraz zapotrzebowanie rynku wymaga od nas, by było ich kilka. Nasze wyroby wyróżniają się przede wszystkim szprycem. Jest na przykład z białego maku lub z marcepanu. Są też mazurki kajmakowe, czekoladowe i z nadzieniem wielowocowym.

Poza tym reszta wielkanocnej produkcji również będzie charakterystyczna dla tego okresu. Będą babki, mazurki i baranki zarówno z ciasta piaskowego, jak i drożdżowego. Wszystko to w polewie czekoladowej lub lukrowej. Nie zabraknie też połowczek jajek, które od lat robimy z lukru taką samą metodą, jaką od dawna wytwarza się te świąteczne słodycze. Jednym słowem - tradycja. Tu nic nowego się już nie wymyśli.

Maria Siwek
właścicielka
piekarni-cukierni
Maspek w Zawichoście
koło Sandomierza



Fot. Archiwum własne

Wielkanoc to babkowe święta, więc obowiązkowo muszą być te właśnie ciasta. W tym roku, tak jak i w poprzednich latach, w naszej ofercie nie zabraknie więc babek cytrynowych, pomarańczowych, kajmakowych, cappuccino i zwykłych tradycyjnych. Oczywiście piec będziemy także babki drożdżowe z rodzynkami. Wszystkie one będą świątecznie dekorowane czekoladą lub lukrowane ze skórką pomarańczową i rodzynkami. Podstawą ciast na świątecznym stole są też serniki, seromaki, mazurki i królewce. Ale przede wszystkim babki, których jak zwykle na święta upieczemy najwięcej. Ograniczamy się jednak tylko do jednej dużej formy, małych babeczek nie będziemy produkować.

Wojciech Niemc
właściciel piekarni-cukierni Rogalik w Gdyni



Fot. Archiwum własne

Nie zamierzam w żaden szczególny sposób zaskakiwać moich klientów jakimiś wymyślnymi wyrobami na Wielkanoc. Będzie to co zwykle, czyli: serniki, jableczniki, ciasta suche z owocami, takimi jak wiśnia i czerwona porzeczka, a także ciasta drożdżowe. Oczywiście, na święta nie może zabraknąć babek oraz mazurków. Zwłaszcza te drugie to podstawa wielkanocnej produkcji, gdyż w ciągu roku w ogóle nie wypiekamy tych ciast, bo nie ma na nie zapotrzebowania. Moje mazurki będą nadziewane marmoladową, toffi oraz masą karmelową. Wyróżniać się też będą kolorową pomadą oraz przeróżnymi kształtami: okrągłymi, owalnymi, trójkątnymi, a nawet w formie serc.

Chiny przygotowują się na długą suszę

CHINY. Przygotowujemy się na poważną, długą suszę w kluczowym dla uprawy pszenicy Szantungu - poinformowali przedstawiciele Chin.

Według chińskich mediów państwowych, Szantung nawiedziła susza najgorsza od 200 lat. Oenzetowska agencja ds. żywności ostrzegła, że susza wywiera wpływ na ceny zboża w Chinach, które zajmują pierwsze miejsce w światowych zbiorach pszenicy.

W styczniu mąka zdrożała tam o ponad 8 proc. w porównaniu z cenami z ubiegłych dwóch miesięcy. Chińscy meteorolodzy nie przewidują znaczących opadów w Szantungu do połowy marca. W prowincji tej od września spadło średnio zaledwie 12 mm deszczu.

Oprócz Szantungu suszą dotknięte są prowincje Ciangsu, Henan, Hopej i Szansi, które dostarczają dwóch trzecich chińskiej produkcji pszenicy.

Rząd ma wyasygnować co najmniej 6 mld juanów (667 mln euro) na skierowanie wody do najbardziej dotkniętych suszą rejonów,



FOT. STOCKXCHING

Rząd planuje pomoc dla regionów dotkniętych suszą.

budowę tam i systemów irygacyjnych - podało chińskie biuro ds. walki z suszą.

Na giełdzie produktów rolnych w Zheng-

zhou tona pszenicy osiągnęła rekordową cenę 2865 juanów (318,6 euro).

(MT)

Costa Coffe coraz silniejsza

WIELKA BRYTANIA. Sieć kawiarni Costa Coffe kupiła 100 proc. udziałów w sieci Nation. Wartość transakcji wyniosła 59,5 mln funtów. Roczne obroty Nation przekraczały 20 mln funtów.

Costa zamierza uruchomić nową markę - samoobsługowe bary kawowe Costa Express.

- Dzięki tej transakcji uzyskaliśmy dostęp do nowych rynków. Chcemy rozwijać się w nowych sektorze samoobsługowych barów kawowych - poinformowali przedstawiciele spółki.

W tym sektorze na brytyjskim rynku działa obecnie około 2 tys. lokali. 900 należy już do Costa Coffe. Cała sieć zarządza już 3 tys. kawiarni.

- Klienci coraz częściej szukają kawy o doskonałym smaku, którą mogą kupić bardzo szybko. Samoobsługowy segment rynku jest coraz bardziej atrakcyjny - powiedział Andy Harrison, dyrektor spółki.

Sieć korzysta wyłącznie ze świeżego mleka i świeżo zmielonej kawy.

Sprzedż Costa Coffe wzrosła w ostatnim roku o 28,5 proc.

(MT)

Brytyjczycy kupują u małych

WIELKA BRYTANIA. Brytyjczycy coraz częściej wybierają lokalne piekarnie. Prawie 70 proc. badanych robi już zakupy w piekarniach działających poza dużymi sieciami.

Pomimo to sprzedaż w niezależnych sklepach spadła w ostatnim roku o niecały 1 proc., w poprzednim aż o 3,4 proc. Jak

podkreślają analitycy, to był największy spadek od 1988 roku. Dlatego około 19 proc. lokali sklepowych nie ma najemców. W regionie Yorkshire to 21 proc. a w Kent nawet 34 proc. - wynika z raportu firmy Local Data's Hopkinson.

(MT)



FOT. DREAMSTIME.COM

Na Wyspach rzemieślnicze piekarnie wygrały z hipermarketami.

Panika - brakuje chleba na Ukrainie

UKRAINA. Brak mąki doprowadził do deficytu chleba w dwóch 100-tysięcznych miastach w obwodzie ługańskim na wschodniej Ukrainie. Chleba nie można kupić w Swierdłowsku i Rowieńkach.

Lokalna stacja telewizyjna 1plus twierdzi, że społeczeństwo ogarnęła panika. Z powodu braku mąki w ubiegłą sobotę wypiek chleba wstrzymała największa miejska piekarnia państwowa.

W lutym na Ukrainie zaczęło brakować nie tylko mąki, ale i kaszy.

Ekspert twierdził wówczas, że jest to wynik działań rządu, który sztucznie stara się ograniczyć wzrost cen artykułów spożywczych. Dlatego sprzedawcy przestali dostarczać mąkę do sklepów.



(MT)

Wypiek chleba wstrzymała największa piekarnia państwowa.

Australijczycy podbijają Wielką Brytanię



Fot. DREAMTIME.COM

ŚWIAT. Australijski plantator kawy firma Green Cauldron zainwestuje na Wyspach 12,5 mln funtów. Zamierza utworzyć sieć 50 kawiarni typu „boutique”.

Sprzedawcą będzie wyłącznie kawę z firmy Byron Bay oraz ciasta pochodzące od miejscowych piekarzy. Menu uzupełnią produkty australijskich firm m.in. Wallaby Bar. Pierwsza kawiarnia otwarta została już w Liverpoolu. Pozostałe powstawać będą przez pięć lat.

Brytyjski rynek bardzo różni się od australijskiego. Brakuje na nim przede wszystkim kawiarni oferujących produkty pochodzące od niezależnych producentów. To chcemy zmienić - oświadczyła Beverley Seymour z Green Cauldron. - W przeciwieństwie do wielkich sieci wiemy dokładnie, gdzie nasza kawa została wyprodukowana.

Wiadomo, że australijskie lokale powstaną m.in. w Manchesterze i Leeds.

(MT)

Cukier na świecie rekordowo drogi

ŚWIAT. Rosną ceny cukru na światowych giełdach. W Nowym Jorku cukier surowy na początku lutego br. podrożał do najwyższego od 30 lat poziomu - ok. 780 dol. za tonę z dostawą w marcu. W Londynie zaś biały cukier był najdroższy w historii, jego cena wyniosła ok. 845 dolarów za tonę.

Chińska gazeta Asia Times ostrzega, że jeśli Chiny, zwykle samowystarczalne pod względem produkcji żywności będą musiały kupić miliony ton pszenicy na światowym rynku, jej ceny mogą zostać wywindowane na wyjątkowo wysoki poziom.

Na światowych rynkach ceny pszenicy od

połowy listopada wzrosły już o około 35 proc.

W raporcie nowojorskiej firmy High Frequency Economics, analizującej dane ekonomiczne, jej główny ekonomista Car Weinberg napisał, że oglądanie się na import pszenicy, aby opanować inflację napędzaną suszą, może nie zadziałać. Plony zbóż w innych krajach będących ich głównymi producentami - jak Australia - również zmniejszyły się w rezultacie klęsk żywiołowych i niesprzyjającej pogody.

(MT)



Fot. B&S

Ceny cukru wpływają na koszt wszystkich wyrobów cukierniczych.

Słowacki rząd rozdaje mąkę

SŁOWACJA. Rząd Ivety Radicovej uwolni z rezerw państwowych 45 tys. ton zbóż, z których zostanie wyprodukowana mąka i makaron dla najuboższych. Rząd chce w ten sposób pomóc ludziom, którzy utrzymują się z zasiłków socjalnych. Wzrost cen na Słowacji w styczniu tego roku był najwyższy od pięciu lat.

Minister gospodarki Zsolt Simon poinformował, że mąkę i makaron będą rozdawały bezpłatnie organizacje humanitarne. Kryterium otrzymania pomocy żywnościowej będzie pobieranie zasiłków socjalnych. W 5,5-milionowej Słowacji zasiłki otrzymuje 200 tys. osób. Razem z rodzinami to 7 procent obywateli.

Powodem takiej decyzji są duże podwyżki cen podstawowych artykułów spożywczych. W styczniu mleko, masło i chleb zdrożały przeciętnie o 5 proc. Słowacki Urząd Statystyczny ostrzega, że skala podwyżek przekroczy wkrótce 12 proc.

Podwyżki to wynik oszczędności budżetowych rządu, a zwłaszcza zwiększenia stawki podatku VAT z 19 do 20 proc. Kolejne przyczyny to ubiegłoroczne klęski żywiołowe i zwiększenie cen ropy na światowych rynkach.

Opozycja twierdzi, że znacznie lepszym rozwiązaniem byłaby obniżka stawki podatku VAT na artykuły żywnościowe.

(MT)



Chleb na Słowacji jest jeszcze droższy niż w Polsce.

Lody z mleka matki

Wielka Brytania. Jedna z lodziarni w Londynie wytwarza lody wykonane z... mleka matki – doniosła ostatnio Polska Agencja Prasowa. Ma to przyciągnąć smakoszy, którzy gustują w produktach naturalnych. Jedna z kobiet, które sprzedają lodziarni swoje mleko, 35-letnia Victoria Hiley uważa, że to świetny pomysł na promowanie naturalnego sposobu żywienia noworodków. - Bo cóż jest bardziej naturalne niż świeże mleko matki? - pyta. Lodów już próbowała i bardzo jej smakują. Receptura łączy kobiece mleko z wanilią madagaskarską i aromatem cytrynowym. Nowy smak o nazwie „Baby Gaga” kosztuje 14 funtów za porcję.

(AM)



*Żółte kurczaki, puchate baranki
Zajace buszują wśród bał
W koszyku turlają się barwne pisanki
Wielkanoc, Wielkanoc, już czas!
Radosnych Świąt w rodzinnym gronie
życza
Zarząd i Pracownicy*



KOMPLET Polska
www.komplet.pl



Jest już pierwsza w Polsce koszerna piekarnia

Pierwszy po wojnie certyfikat koszerności na wszystkie wyroby otrzymała Piekarnia Peterek-Janowska z warszawskiej Woli. Bochenek koszernego chleba kosztuje 3 złote.

Peterek-Janowska to mała, tradycyjna piekarnia. Obecny właściciel Marcin Peterek reprezentuje trzecie pokolenie piekarzy w rodzinie. W piekarni od zawsze pracuje się według tradycyjnych receptur, wytwarzając pieczywo bez polepszaczy i środków chemicznych. - Już wcześniej mieliśmy zamówienia na koszerne pieczywo - opowiada właściciel. - Wytwarzaliśmy je zgodnie z koszernymi zasadami, ale i tak jeden rabin twierdził, że ono jest koszerne, a inny znów, że wcale nie. Aby być w porządku, postanowiliśmy postarać się o certyfikat, który rozwieje wszelkie wątpliwości.

Przygotowania były bardzo pracochłonne. Co prawda właściciele nie musieli zmieniać receptur czy technologii wytwarzania pieczywa, ale musieli zrezygnować z niektórych półproduktów. - Mleka już nie używamy, z olejów tylko Kujawski, bo tylko ten uznawany jest za koszerne - wy-



Fot. B. Ryzan

Marcin Peterek zdecydował się na certyfikat, ponieważ od lat pracuje tradycyjnymi metodami.

licza Marcin Peterek. - Jajko musi być bez zarodka, jak się takie trafi, trzeba je wyrzucić.

Najwięcej problemów stwarzało jednak przygotowanie maszyn i urządzeń.

- Wszystko musiało być idealnie czyste - opowiada właściciel. - Formy musiałem oddać do wypłukania, a to wiąże się z dodatkowymi kosztami. Zakład myliśmy wrzątkiem, a tłuszcz ze ścian trzeba było wypalić palnikami gazowymi.

Certyfikat koszerności przyznał piekarni w marcu naczelny rabin Polski Michael Schudrich. Teraz nad pracą piekarzy czuwa maszgijach, osoba specjalnie wyznaczona do tego celu przez gminę żydowską. Certyfikat jest ważny rok.

- Trudno określić, ile będę miał zamówień, jeszcze nie wiem, czy ta koszerność mi się opłaci - oddaje Marcin Peterek. - Z doświadczenia wiem, że certyfikat uzyskać nie jest łatwo. Problem mogą mieć szczególnie duże, nowoczesne piekarnie - każdą nową maszynę należałoby rozebrać na części, aby sprawdzić, czy pracuje zgodnie z zasadami. Ja tego problemu nie miałem, bo używam tradycyjnych, prostych urządzeń. Postanowiliśmy iść na całość i postarać się o certyfikat, bo i tak wytwarzamy pieczywo bez chemii i zgodnie z tradycją. Koszerne chleb może u nas kupić każdy.



Fot. B. Ryzan

Bardzo szybko piekarni posypały się koszerne zamówienia.

(AM)

Amerykańskie lody już w Polsce

Amerykański koncern Mini Melts uruchomił swoje pierwsze punkty sprzedaży lodów w naszym kraju. Mini Melts proponuje produkt z segmentu premium.

To lody w formie małych kulek sprzedawanych w plastikowych kubkach. Lody wytwarzane są z naturalnych składników, obecnie w około 50 smakach.

Według zapewnień polskiego oddziału Mini Melts, już w maju uruchomionych zostanie kilkanaście lodziarni, m.in. w w Sopocie, Warszawie i Łodzi. Do końca roku ma ich powstać 30.

Firma buduje też fabrykę lodów w Długosiodle pod Warszawą. Będzie tam produkować 20 tys. litrów lodów dziennie.

Mini Melts posiada m.in. fabrykę lodów w Korei Południowej oraz Zjednoczonych Emiratach Arabskich. Jej produkty sprzedawane są już w ponad 20 krajach.



Fot. STOCK.XCHNG

Lody wytwarzane są z naturalnych składników, obecnie w około 50 smakach.

Na niektórych rynkach lody Mini Melts sprzedawane są także w automatach. W USA otrzymała bardzo prestiżową na-

grodę IAAPA, przyznawaną za najlepszy nowy produkt.

(MT)

Polski cukier podbija świat

Koncern Polski Cukier może wkrótce stać się światowym gigantem. Planuje inwestycje na całym świecie.

W tym roku zacznie się prywatyzacja koncernu. Jego plany ekspansji sięgają od Mołdawii po Brazylię. Ma to zapewnić Krajowej Spółce Cukrowej piąte miejsce w Europie.

W roku obrotowym 2009/2010 udało się spółce zwiększyć obroty do 1,5 mld zł, a zysk netto wyniósł 188 mln zł.

Zarząd Polskiego Cukru chce zwiększyć zysk w tym roku, głównie dzięki wyższym cenom cukru. Przedstawiciele koncernu jednocześnie uspokajają polskich konsumentów. Twierdzą, że ceny cukru w Polsce osiągnęły już górny pułap i nie będą dalej iść w górę.

(MT)



FOT. DREAMSTIME.COM

Ceny cukru w Polsce osiągnęły już górny pułap i nie będą dalej iść w górę.

reklama

FILIGO
Producent mieszanek lodowych

ul. Kolejowa 2, 62 - 200 Gniezno
tel. 61 425 96 45, fax 61 424 47 02
www.filigo.pl

reklama

Polski chleb z unijnym certyfikatem

Chleb prądnicki jest kolejnym polskim pieczywem, który dostał unijny certyfikat. Wpisany jest na listę regionalnych specjalności o Chronionym Oznaczeniu Geograficznym i może być produkowany tylko w Krakowie.

- Jesteśmy jedyni w całym kraju, którzy taki chleb mogą wypiekać - mówi Antoni Madej, właściciel krakowskiej piekarni B.A. Madej. Pieczywo charakteryzuje się ciemnym miększym i wypiekane jest w otrębach żytnich. Jego szczególną cechą jest też wielkość bochenka, który może osiągać wagę nawet 15 kilogramów. - Taki duże bochny pieczemy jednak tylko okazjonalnie, na co dzień do sprzedaży trafiają nasze chleby prądnickie o wadze 4,5 kilograma - mówi Antoni Madej, który o przyznanie unijnego certyfikatu starał się od blisko trzech lat. - Nie zrobiłem tego dla jakiejś ochrony czy certyfikacji, ale po to, aby uspołecznić tę wiedzę i nie zabrać jej kiedyś do grobu - przyznaje krakowski



Fot. Materiały producenta

Chleb prądnicki wypiekany jest tylko w Krakowie.

piekarz, który jest też prezesem Małopolskiej Izby Produktów Regionalnych, Tradycyjnych i Ekologicznych.

W całej Europie ponad tysiąc wyrobów ma unijne certyfikaty, w tym są 24 produkty z Polski. - Aż osiem z nich pochodzi z Małopolski, a dwa, które są z Krakowa, to wyroby piekarskie - podkreśla Madej przypominając, że oprócz chleba prądnickiego unijny certyfikat mają też obwarzanki.

Chleb wypiekany był od XV wieku w Prądniku, który obecnie jest częścią Krakowa i niemal od początku stał się przysmakiem królów. Wypiekany jest na żytnim zakwasie, a jego tradycyjna metoda produkcji - skrupulatnie odtworzona z ustnych przekazów i receptur zapisanych w dawnych dokumentach - niemal wcale nie różni się od tej sprzed kilkuset lat.

(TP)

Z kartą Visa po bułki

Więcej klientów i zwiększone bezpieczeństwo finansowe mają drobnym przedsiębiorcom zapewnić nowe terminale płatnicze PKO Banku Polskiego.

Właściciele małych piekarni i cukierni, którzy do tej pory sprzedawali swoje wyroby wyłącznie za gotówkę, mogą teraz skorzystać z bezgotówkowej formy przyjmowania zapłaty na warunkach atrakcyjniejszych niż dotychczas. Przede wszystkim przez trzy miesiące nie będą musieli płacić za prowadzenie rachunku bieżącego Biznes Partner (w ramach pakietu Debiut lub Rozwój), a przez dwa lata zostaną zwolnieni z opłaty za prowadzenie rachunku pomocniczego w złotówkach lub walutach wymiennych. Zainstalowanie terminala pozwala przedsiębiorcy na zredukowanie zarówno kolejek, jak i kosztu obsługi klientów przy jednoczesnym wzroście wydatków. Poza tym piekarnia lub cukiernia, w której można płacić bezgotówkowo, oprócz dotychczasowych klientów przyciągnie także tych, którzy korzystają głównie z plastikowych pieniędzy. Promocja realizowana jest w ramach programu „Kartą Visa zapłacisz wszędzie”.

(TP)

AKO biznesową gazelą

W 2011 roku firma AKO SA po raz siódmy odebrała statuetkę Gazeli Biznesu za niezwykle dynamiczny rozwój w 2010 roku.

Warto wspomnieć, że rok ten był niebywale trudny, nie tylko dla branży piekarsko-cukierniczej, co spowodowało, że wyróżnionych zostało 500 firm mniej w porównaniu do poprzedniej edycji Gazel. - Jest to dla nas ważne wyróżnienie, potwierdzające rosnące zaufanie wielu polskich firm dla marki AKO, którym serdecznie za to dziękujemy. Motywuje nas to do ciągłego rozwoju, nie tylko poprzez wprowadzanie coraz bardziej innowacyjnych rozwiązań technologicznych, ale też do zwiększenia mocy produkcyjnej, poprzez inwestycje w nowy park maszynowy - mówi prezes zarządu AKO SA Jan Maciuba. Dzięki temu jesteśmy w stanie sprostać wymaganiom obecnych klientów, powiększając ilość sprzedawanego asortymentu oraz wprowadzając nowe produkty, ale też zaprosić do współpracy nowych odbiorców. Dynamiczny rozwój nie tylko umocnił, ale też poprawił kondycję firmy, co zaowocowało znacznym jej awansem w rankingu firm ogólnopolskich.

Stabilna sytuacja daje gwarancję dobrej jakości produktu oraz obsługi, dlatego zapraszamy do współpracy z naszą firmą - podsumowuje Jan Maciuba.

Redakcja Bake&Sweet serdecznie gratuluje całemu zespołowi AKO SA kolejnego wyróżnienia!

(TP)



Fot. AKO

Jan Maciuba jest dumny z wyróżnienia.

PO INSPIRACJĘ DO HAMBURGA

Konrad Jankowski

Są pozytywne sygnały z hamburskich targów INTERNORGA 2011. Targi odwiedzili piekarze i cukiernicy z naszego kraju, wśród wystawców nie zabrakło polskich firm.

Po sześciu pracowitych dniach zakończyła się 85. edycja Międzynarodowych Targów Branży Horeca i Piekarsko-Cukierniczej. Imprezę odwiedziło ponad 100 tysięcy zwiedzających z wielu krajów, w tym liczna grupa Polaków.

- Dopiero debiutuję w branży cukierniczo-lodziarskiej, ale poradzono mi, abym wybrał się do Hamburga - mówi Marcin Kołbasik z Wrocławia. - Z naszego miasta na targi wyruszyła mocna ekipa, choć na co dzień ze sobą konkurujemy, często na takie imprezy wybieramy się w większym gronie. Po raz pierwszy byłem na zagranicznych targach i muszę przyznać, że jestem zachwycony. Ogromny rozmach, mnóstwo nowości, wszystko co potrzebne do otwarcia biznesu w jednym miejscu.

Nowości technologiczne były mocną stroną tegorocznych targów, nie zabrakło też nowych koncepcji biznesowych oraz kompleksowych rozwiązań dla przedsiębiorstw piekarsko-cukierniczych.

NOWY REKORD TARGOWY

Międzynarodowe targi INTERNORGA 2011 ustanowiły nowy rekord - 1144 wystawców z 27 krajów. Najwięcej było firm niemieckich, ale swoje produkty pokazywali też Włosi, Amerykanie, przedstawiciele Wielkiej Brytanii. Nie zbrakło też firm dobrze znanych polskim piekarzom i cukiernikom.

Aby zaspokoić duże zapotrzebowanie rynku piekarsko-cukierniczego, dodatkowo



W Hamburgu pojawiła się czołówka dostawców komponentów dla branży cukierniczej.
FOT. INTERNORGA

została zaaranżowana tymczasowa hala B6.1. Obszar wyposażenia dla piekarń i cukierni oraz sklepów piekarsko-cukierniczych zaprezentowało aż 250 wystawców na powierzchni 14 tysięcy metrów kwadratowych. Szczególnie dużym zainteresowaniem cieszyła się strefa związana z nowoczesną aranżacją części kawiarnianych, którymi dysponują już wszystkie zachodnie cukiernie, a które coraz częściej aranżowane są również w Polsce.

Jeżeli chodzi o maszyny i urządzenia, polscy piekarze szczególnie uważnie przyglądali się stoiskom producentów pieców - najnowsze technologie w tym segmencie pojawią się w Polsce prawdopodobnie dopiero w przyszłym roku.

Poruszony został także temat pokrewny z branżą piekarsko-cukierniczą. Przewodniczący rady wystawców INTERNORGA Ralf Hubner stwierdził, że „klimat gospodarczy znacznie się poprawia, tym samym nastrój jest coraz lepszy w wielu obszarach rynku out-of-home, gotowość inwestycji uległa znacznej poprawie względem ubiegłego roku”.

Wypowiedź ta dowodzi temu, że dobrą inwestycją może być wydzielenie lub stworzenie od podstaw części konsumpcyjnej lub dalej idącej gastronomicznej. Trend ten to daleko idąca zmiana, dotycząca w praktyce wielu osób z branży.

UZNANI PRODUCENCI

Odwiedzając niemieckie targi można było napotkać wiele firm mających już ugruntowaną pozycję na polskim rynku piekarsko-cukierniczym.

Dla polskich przedsiębiorców, którzy wybrali się do Hamburga była to okazja do nawiązania wielu interesujących kontaktów handlowych.

Wśród wystawców znaleźliśmy bardzo popularną niemiecką markę, jaką jest Diosna - która w tym roku obchodzi jubileusz 125 rocznicy istnienia firmy.

Obecni byli również producenci uznanych nie tylko w Polsce pieców Miwe oraz Winkler-Wachtel.

Nie mogło zabraknąć także przedstawicieli takich jak firm: Werner&Pfleiderer, Fortuna, Fritsch oraz Lippelt.

Szeroką ofertą zachęcali także producenci wyposażenia piekarni oraz cukierni, ponadto prezentowały się także firmy specjalizujące się w aranżacji tychże obiektów.

Szeroką gamę produktów prezentowały firmy zajmujące się produkcją i dystrybucją



Na miejscu można było szukać inspiracji dla sztuki cukierniczej...
FOT. INTERNORGA



...degustować dzieła mistrzów.
FOT. INTERNORGA

komponentów i dodatków zarówno piekarskich jak i cukierniczych. Jedno z najbardziej okazałych stoisk zaprezentowała firma Backaldrin, ponadto nie mniej widoczni byli przedstawiciele takich marek, jak Martin Braun, Unifine, Komplet oraz Uniferm, doskonale znani również polskim rzemieślnikom.

- Udział w targach INTERNORGA to dla firmy duży krok w przód, daje spore możliwości, jest gwarancją, że firma i jej oferta staną się obiektem zainteresowań wielu osób z branży - tłumaczy Joanna Stecka z firmy Fortuna. - Nie mogło być lepiej, prosto z targów trafiła do Polski maszyna naszej produkcji. Ponadto INTERNORGA dała nam duże perspektywy na dalszy rozwój firmy nie tylko w Polsce, ale i całej Europie. Nic dodać, nic ująć, targi były znakomite.

Z Hamburga zadowolony wrócił również Waldemar Zawidzki, szef sprzedaży firmy Komplet.

- Bardzo udane targi, doskonale zorganizowane, sądzę, że Niemcy Polaków mogliby dużo nauczyć - relacjonuje. - Choćby oznakowanie hal znakomite. Jeśli chodzi o wystawców z branży, to w Niemczech zawsze wystawia się czołówka dostawców dla cukiernictwa i piekarnictwa. Nie ma chyba przedsiębiorcy, który wróciłby stamtąd rozczarowany.

PLATFORMA WYMIANY INFORMACJI

Dlaczego polscy piekarze i cukiernicy kupują urządzenia właśnie w Hamburgu? - Żeby zaopatrzyć się w nowości jeszcze zanim dotrą one do Polski. To pozwala choć na krótko wyprzedzić konkurencję - przyznają.

W tym roku w Niemczech silną reprezentację przedstawiciele naszej branży miało Trójmiasto.

- Impreza bardzo ciekawa, reprezentująca bardzo wysoki poziom, ogromny obiekt, duże powierzchnie wystawiennicze - wszystkie te aspekty można ująć w dwóch słowach - pierwsza liga - podkreśla Grzegorz Pellowski właściciel sieci Piekarnio-Cukierni Pellowski z Gdańska.

- Niestety, mimo wszystko muszę podkreślić, że Europa nie zaprezentuje szybko takiego poziomu, nie zrobi takiego show jak to jest w przypadku podobnych imprez, chociażby w Stanach Zjednoczonych - dodaje. - Mimo to warto było pojechać.

Podobnego zdania na temat hamburskiej imprezy jest Wojciech Niemc, właściciel



Jak co roku, zwiedzający nie zawiedli.
FOT. INTERNORGA



Targi Internorga uchodzą za jedne z najważniejszych w Europie.
FOT. INTERNORGA

Piekarni-Cukierni Rogalik z Gdyni, który jak przyznaje, na targi INTERNORGA wybrał się już po raz czwarty. - Impreza bardzo udana, obserwując wystawę od lat mogę stwierdzić, że INTERNORGA jest kluczową formą dialogu i prezentacji w tym rejonie Europy - ocenia przedsiębiorca. - Równie interesujące targi odbywają się tylko w Paryżu. Tego typu wystawy dają nam piekarzom i cukiernikom również obraz tego, jaki trend w branży będziemy obserwować przez najbliższe lata, także u nas w Polsce - dodaje.

Kolejna 86. edycja INTERNORGA odbędzie się na terenie Targów Hamburg od 9 do 14 marca 2012 roku. ■

ZAKUPY NA MIEJSCU

Z badania zleconego przez gości targów i przeprowadzonego przez niezależną agencję badań rynkowych wynika, że INTERNORGA prezentuje wysoki poziom specjalizacji. Większość osób z branży postanawiających odwiedzić targi (53%) było osobami decyzyjnymi w aspektach rozwoju przedsiębiorstw. Około 63% odwiedzających poinformowało, że złożyło tam zlecenia, albo że zrobią to przed końcem wystawy. Ponad połowę nabywców było przekonanych co do oferty wystawców INTERNORGA i postanowiło od razu dokonać zakupów.

POLSKI AKCENT U WSCHODNICH SĄSIADÓW

Konrad Janowski

Dzień Polski odbył się po raz pierwszy w ramach zakończonych niedawno Międzynarodowych Targów Producentów i Dostawców Żywności i Napojów w Kijowie.

Prod Expo Ukraine, uważane za jedne z najciekawszych targów spożywczych we wschodniej części Europy, są atrakcyjne szczególnie dla piekarzy i cukierników ze wschodniej i południowej części Polski. Targi Producentów i Dostawców Żywności i Napojów są częścią większej imprezy – Międzynarodowego Forum Przemysłu Spożywczego i Opakowaniowego IFFIP 2011, w skład którego wchodzi również Międzynarodowe Targi Przemysłu Opakowaniowego oraz Międzynarodowe Targi Maszyn i Technologii dla Przemysłu Spożywczego. Tegoroczną edycję wydarzenia wystawcy ocenili jako udaną.

– Dopiero planuję otwarcie małej cukierni

z tradycyjnymi wyrobami, pojechałem na Ukrainę, aby szukać inspiracji i muszę powiedzieć, że znalazłem to czego chciałem – powiedział Marcin Pomorski z Lublina. – Te targi są co prawda niewielkie, ale bardzo interesujące.

W tym roku po raz pierwszy targi miały mocny, polski akcent. Przy patronacie Wydziału Promocji Handlu i Inwestycji Ambasady Rzeczypospolitej Polskiej w Kijowie odbył się Dzień Polski z prezentacją multimedialną polskiego sektora rolno-spożywczego regionów kujawsko-pomorskiego, warmińsko-mazurskiego, łódzkiego i lubelskiego.

Pomimo iż impreza obejmowała większość

sektora spożywczego i branżę opakowań, to spora jej część została poświęcona branży piekarskiej i cukierniczej. W ramach Dnia Polskiego polscy przedstawiciele mieli okazję spotkać się bezpośrednio z ukraińskimi przedstawicielami sektora rolno-spożywczego, wymieniając doświadczenia próbowali znaleźć czynniki pozwalające nawiązać stałą współpracę zarówno na terenie Ukrainy jak i Polski. W drugiej części Dnia Polskiego odbyła się prezentacja kuchni polskiej, zauważalne były nawiązania do tradycji polskiej. Obie strony już podkreślają, że akcenty poświęcone Polsce zostaną również zaplanowane podczas kolejnych edycji targów. ■



Polskie stoiska wyróżniały się na tle miejscowych wystawców.
FOT. POLDER



Pracownicy firmy Polder częstowali kajmakowymi babeczkami.
FOT. POLDER

TO TRUDNY I JEDNOCZEŚNIE FASCYNUJĄCY RYNEK

Rozmowa z Elżbietą Kosecką-Przymus, współwłaścicielką firmy Polder z Łysomic, która jako jedyna firma z Polski reprezentująca naszą branżę wystawiła się na zakończonych niedawno Targach Producentów i Dostawców Żywności i Napojów PROD EXPO w Kijowie na Ukrainie.

- Skąd pomysł udziału akurat w tych targach?

- Pojechaliśmy tam na zaproszenie urzędu marszałkowskiego naszego województwa wraz z innymi firmami z Polski. Tak się złożyło, że jeżeli chodzi o branżę piekarsko-cukierniczą byliśmy jedyni. Generalnie nasza firma chętnie bierze udział w imprezach wystawienniczych, ponieważ każde targi czegoś uczą, korzystnie wpływają na relację z klientami, są dobrą wizytówką firmy. Postanowiliśmy, że skoro tradycyjnie już jesteśmy na poznańskiej Polagrze czy Expo Sweet, nie powinno nas również zabraknąć na imprezach zagranicznych.

- Czy rynek na Ukrainie różni się od rynku polskiego?

- Tak i to znacznie. Ukraińskie targi przypominały mi Polagrę sprzed kilkunastu lat w Polsce: niewielka oferta wystawiennicza, bogate zagraniczne stoiska i ogromne zainteresowanie ofertą z krajów zachodnich. Rynek na Ukrainie jest bardzo ubogi, jeżeli chodzi o sprzęt i komponenty, a równocześnie bardzo chłonny nowości i zainteresowany naszymi produktami. Ludzie są bardzo otwarci i przyjaźni. Z drugiej strony jednak, jeżeli chcemy zaistnieć na tym rynku, musimy być bardzo ostrożni.

- Dlaczego?

- To nadal kraj dużego ryzyka gospodarczego. Problemem są przede wszystkim przepisy celne, które stanowią trudną do przebycia barierę dla polskich firm. Problem jest też z mentalnością tamtejszych przedsiębiorców, stabilnością, płatnościami...

Moim zdaniem warto zaistnieć na Ukrainie, bo jest to potencjalnie ogromny rynek, ale trzeba to robić z rozmysłem i rozważą. Podczas Dnia Polskiego, który odbył się w ramach targów, mieliśmy spotkanie z miejscowymi władzami oraz z pracownikami Ambasady Polskiej w Kijowie, którzy obiecali ułatwienia dla polskich przedsiębiorstw, które chcą inwestować na tamtejszym rynku. Jeżeli te obietnice zostaną zrealizowane, przedsiębiorcom będzie łatwiej.



Fot. Firma Polder

- Państwa stoisko wyróżniało się na tle oferty miejscowych dostawców. Zagraniczni wystawcy budzili ogromne zainteresowanie. Dlaczego w Kijowie było tak niewielu polskich przedsiębiorców?

- Prawdopodobnie z powodów, które opisałam

powyżej. Choć są już firmy, może nie polskie, ale znane na naszym rynku, które zdecydowały się na otwarcie przedstawicielstwa na Ukrainie i to ich można było zobaczyć w gronie wystawców. Takim przykładem była choćby firma Zeelandia. ■

MAŁE WIELKIE TARGI

Aneta Marczak

Już za nami druga edycja Śląskich Targów Cukierniczych, Piekarniczych i Lodziarskich SweetTARG 2011, które odbyły się w Katowicach. Odwiedzający i wystawcy byli zadowoleni: jak na lokalne targi o niedługiej tradycji było to wyjątkowo udane wydarzenie.

W Katowicach prezentowali się dostawcy urządzeń i technologii z całej Polski, nie zabrakło również dużych firm. Wśród odwiedzających było około 1000 profesjonalistów, głównie z regionu śląskiego.

- Moim zdaniem to bardzo interesujące targi - ocenia Rajmund Kawalec, właściciel firmy Kames z Warszawy, która w Katowicach prezentowała największe stoisko. - Przyjeżdża tu wielu odwiedzających z południowego regionu Polski, którzy rzadko wybierają się na targi w innych częściach kraju. Dużo się dzieje, trwają konkretne rozmowy, dlatego jako bardzo zadowolony wystawca namawiam innych do wystawiania się w Katowicach. Moim zdaniem, te targi mają ogromny potencjał.

Firma Kames prezentowała w Katowicach wiele nowości, jeżeli chodzi o smaki lodów. Ciekawe było również samo stoisko, w stu procentach wykonane z materiałów odnawialnych. Właściciele Kamesa mają wielkie serca - wszystkie lodowe nowości, którymi chwalili się w Katowicach, zawieźli po targach do dwóch miejscowych domów dziecka.

Bardzo dobrze ocenili targi przedstawiciele firmy Baker Serwis z Tarnowskich Gór, którzy w Katowicach przygotowali bardzo ciekawą ekspozycję z pokazami sztuki cukierniczej i kilkunastoma nowościami. Równocześnie była to jedyna firma, której aż dwa z produktów prezentowanych na targach otrzymały wyróżnienia. - Targi bardzo udane, konkretny klient, duże i małe kontrakty - ocenia Bogdan Tatarczyk, właściciel firmy.

Podobne opinie wypowiadali piekarze i cukiernicy odwiedzający targi. - Cenię te targi właśnie dlatego, że są kameralne - mówi Piotr Wąż, właściciel Piekarni Farina z Dziadowej Kłody. - Można wszystko na spokojnie obejrzeć i porozmawiać. Przyje-



Piekarze, którzy szukali nowych rozwiązań, mogli na miejscu obejrzeć i porównać maszyny.
FOT. ANETA MARCZAK



Nie zabrakło lodów o nowych, wyjątkowych smakach.
FOT. ANETA MARCZAK



Nie brakowało oryginalnie zaaranżowanych stoisk.
FOT. ANETA MARCZAK

chałem spod Wrocławia, dla mnie plusem jest więc też to, że wizyta na SweetTarg może ograniczyć się do jednego dnia.

Markowi Jakubcowi z Rudy Śląskiej podoba się to, że targi odbywają się w Katowicach. – To taka nasza lokalna inicjatywa – cieszy się właściciel Piekarni Jakubiec. – Dobrze, że aby zobaczyć nowości z naszej branży nie trzeba wybierać się do Warszawy czy Poznania. Targom towarzyszył blok wykładów prowadzonych przez naukowców Wydziału Technologii Żywności Uniwersytetu Rolniczego w Krakowie.

Honorowy patronat nad SweetTARG 2011 objęli: Marszałek Województwa Śląskiego, Uniwersytet Rolniczy w Krakowie, Izba Rzemieślnicza oraz Małej i Średniej Przedsiębiorczości w Katowicach, Stowarzyszenie Cukierników, Karmelarzy i Lodziarzy Rzeczpospolitej Polskiej, Cech Rzemiosł Różnych w Katowicach.

Nowości prezentowane na targach można obejrzeć w tym numerze naszego pisma. ■



Targi były okazją do rozmów na wysokim szczeblu.
FOT. ANETA MARCZAK

NAGRODY DLA NAJLEPSZYCH

Produkt SweetTARG 2011, jury w składzie:

- przewodniczący - **prof. dr hab. inż. Marek Sikora** - Uniwersytet Rolniczy w Krakowie - Wydział Technologii Żywności

oraz członkowie

- **prof. dr hab. Jan Klimek** - prezes Izby Rzemieślniczej oraz Małej i Średniej Przedsiębiorczości w Katowicach, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie - Katedra Systemów Zarządzania;
 - **mgr inż. Paweł Witas** - prezes spółki z o.o. VIMAT - absolwent Politechniki Śląskiej Wydziału Mechaniczno-Technologicznego
- dokonało przeglądu 14 zgłoszonych do konkursu produktów.

Po spotkaniu z wystawcami oraz zapoznaniu się z walorami zgłoszonych artykułów i urządzeń postanowiono podzielić je na 2 kategorie: **kategoria 1 - urządzenia** i **kategoria 2 - artykuły spożywcze**.

W trakcie obrad wyłoniono laureatów i przyznano następujące nagrody:

W kategorii **URZĄDZENIA** przyznano:

- **MEDAL Międzynarodowych Targów Katowickich Firmie Handlowej MASZ - Dariusz Malinowski za miazarkę spiralną z dzieżką wyjezdną i panelem dotykowym.** Na ocenę wpłynęły: w 100 proc. polska produkcja oraz między innymi innowacyjność w postaci możliwości programowania receptur według wielu parametrów, możliwości monitorowania procesów technologicznych z zabezpieczeniem w przypadku przegrzewania ciasta, a także możliwości kodowania programów pracy urządzenia.

Trzy równorzędne wyróżnienia przyznano:

- firmie **BAKER - SERWIS - LINIA za urządzenie do produkcji pączków SFG.** Doceniono łatwość obsługi, ułatwienie w produkcji i możliwości skrócenia czasu pracy, prosty montaż i łatwość czyszczenia urządzenia oraz to, że maszyna nie wymaga konserwacji;
- firmie **HERT Sp. z o.o. Akcesoria Sp. Komandytowa za oblewarkę do czekolady DEDY, model 220, z transporterem odbiorczym.** Doceniono między innymi: szerokie możliwości zastosowania do wylewania korpusów pralin w formach oraz oblewania całych produktów, możliwość pracy z czekoladą i polewami, system podawania czekolady oraz łatwość czyszczenia i konserwacji;
- **SUPRA GROUP - Producent Maszyn Cukierniczych - K&R Rafał Mucha za TRIOMAX CNC - trzygłowicowy automat do ciastek.** Doceniono wielofunkcyjność i zautomatyzowanie maszyny służącej do produkcji szerokiej gamy ciastek oraz innowacyjną gilotynę do cięcia ciast długich nadziewanych.

W kategorii **PRODUKT ŻYWNOSCIOWY** przyznano:

- **MEDAL Międzynarodowych Targów Katowickich firmie BALVITEN Sp. z o.o. za chleb wiejski jasny bezglutenowy 200 g.** Doceniono dbałość o najwyższą jakość produktów bezglutenowych, prozdrowotny skład produktów pieczywa oraz wyjątkowe walory teksturalne i organoleptyczne, które są osiągnięciem na skalę europejską a nawet światową.

Dwa równorzędne wyróżnienia w kategorii **PRODUKT ŻYWNOSCIOWY** przyznano:

- firmie **BAKER - BERG BACK - LINIA za chleb PIGALLE z kasztanami.** Doceniono wyjątkową kompozycję najszlachetniejszych mąk oraz zawarte w mieszance jadalne kasztany, sproszkowane pestki winogron, szafran, kolendrę i pestki z dyni, wyśmienity smak i wartości odżywcze;
- firmie **COSSIE Sp. z o.o. za nadzienie czekoladowo-orzechowe.** Doceniono wyjątkowy smak, aksamitną konsystencję, szerokie zastosowanie, możliwości głębokiego zamrażania i użycie w produkcji orzechów laskowych.

ZASKOCZYŁA LICZBA ZWIEDZAJĄCYCH

Bartosz Ryczan

Kończące się warszawskie targi EuroGastro - największe targi dla branży HoReCa w Polsce - okazały się strzałem w dziesiątkę dla większości wystawców. Zwiedzający natomiast narzekali na problemy z infrastrukturą w halach targowych.

Na EuroGastro wystawiało się około 200 wystawców, w większości byli to dostawcy związani z branżą gastronomiczną, ale nie zabrakło również firm z ofertą dla cukierni i lodziarni. Wspólne stoisko przygotowali przedstawiciele producenta mieszanek lodowych Filigo oraz firma Lodmar, dostawcy urządzeń do produkcji lodów.

- Teoretycznie nie jest to nasza branża, choć spotykamy się z dużym zainteresowaniem ze strony potencjalnych klientów - mówi Arkadiusz Siwka, przedstawiciel wystawców. - Na razie trudno określić, kto jest dla nas klientem docelowym na tych targach, wszystko okaże się dopiero po ich zakończeniu.

Podobne odczucia miała Liliana Majchrowska z firmy Unifine Food & BakeIngredients Polska Sp. z o.o.

- Jesteśmy zadowoleni z frekwencji na targach - podkreśla. - W naszym przypadku klient ostateczny jest równie ważny jak dystrybutorzy, jednakże do dystrybutorów w większości już dotarliśmy, więc teraz interesują nas np. właściciele cukierni.

Wystawców pozytywnie zaskoczyła frekwencja - nikt nie narzekał na brak zainteresowania produktami - jednak z powodu ogromnej ilości odwiedzających, dostęp do większości stoisk był utrudniony.

Chociaż właściciele warszawskiego Centrum Handlowo-Kongresowego firma MT Polska dołożyli wszelkich starań, by pomieścić wszystkich wystawców, ustawiając dodatkową wiatę na zewnątrz budynku, to jednak brakowało miejsca dla zwiedzających.

Ogromne tłumy podążyły wąskimi zatłoczonymi ścieżkami, egzaminu nie zdały również bramki elektroniczne, które cały czas miały problemy z obsługą kart wejścia.

Bardzo interesujące były natomiast imprezy towarzyszące targom. Duże zainteresowanie wzbudziły Pokazy Sztuki BBQ usytuowane na zewnątrz budynku. Nie zabrakło konkursów gastronomicznych, a były to III Edycja Konkursu Kulinaryny Talent, VI Festiwal Kuchni Greckiej, IV Mistrzostwa Polski Kelnerów JUNIOR WAITER 2011, odbywające się w ramach pierwszego w Polsce oficjalnego Dnia Kelnera, X SCAE Mistrzostwa Baristów, III Polskie SCAE Mistrzostwa Coffee In Good Spirits oraz V Polskie SCAE Mistrzostwa Latte Art.



Targi wzbudziły duże zainteresowanie zwiedzających.
FOT. BARTOSZ RYCZAN



Wśród wystawców nie brakowało firm związanych z naszą branżą.
FOT. BARTOSZ RYCZAN

POLACY BĘDĄ PODBIJAĆ STUTTGART

Aneta Marczak

Rozpoczęła się intensywna promocja największych w Niemczech i jednych z największych w Europie targów rzemiosła piekarniczo-cukierniczego Südback w Stuttgarcie. Co roku te targi odwiedza kilka tysięcy zwiedzających z Polski.

Tegoroczną, 23. już edycję zaplanowano w terminie 22 – 25 października 2011 na jednych z najnowocześniejszych w Europie terenach targowych, zlokalizowanych tuż przy lotnisku w Stuttgarcie i autostradzie.

- Targi Südback to najważniejsza impreza wystawiennicza poświęcona rzemiosłu piekarsko-cukierniczemu w Niemczech - podkreśla Aneta Kuźmicka z Przedstawicielstwa Targów Stuttgarckich w Polsce. - Targi koncentrują się na prezentacji sprawdzonych, tradycyjnych produktów, jak również innowacyjnych technik produkcji, nowatorskich maszyn i urządzeń oraz trendów, które będą obowiązywać w branży w nadchodzącym okresie. Südback odwiedzają kompetentni specjaliści ze wszystkich firm związanych z branżą, m.in. z piekarni, cukierni, kawiarni, kafeterii, lodziarni, snack barów, gastronomii, hotelarstwa, sektorów fast-food i żywienia zbiorowego.

Ostatnia - ubiegłoroczna edycja targów Südback zakończyła się pełnym sukcesem. Ofertę zaprezentowaną przez blisko 500 wystawców z 16 krajów (w tym firma Jeremy z Polski) obejrzało ponad 30 000 zwiedzających, z czego 80 proc. stanowiły osoby mające wpływ na decyzje inwestycyjne w firmie.

Zakres tematyczny targów obejmuje surowce, półprodukty i dodatki dla piekarnictwa, cukiernictwa i do produkcji lodów, maszyny i urządzenia dla piekarni i cukierni, wyposażenie sklepów i kawiarni, wyroby piekarnicze i cukiernicze, kawę, herbatę oraz branżę wspierania sprzedaży (dekoracje, opakowania, ubiory służbowe, oprogramowanie komputerowe, itd.)

Wymianie wiedzy na temat aktualnych trendów i innowacji w branży służy ciekawy pro-



Südback to największe targi naszej branży w Niemczech.
FOT. TARGI SÜDBACK

gram ramowy towarzyszący targom. W ramach programu ramowego goście targowi mogą uczestniczyć m.in. w Forum Trendów w Piekarnictwie i Forum Trendów w Cukiernictwie. Szczególnym zainteresowaniem zwiedzających cieszą się liczne prezentacje i pokazy „na żywo” przygotowane przez Związek Cechów Rzemiosła Piekarskiego Landu Badenia-Wirtembergia i Związek Cechów Rzemiosła Cukierniczego Landu Badenia-Wirtembergia, będące partnerami targów Südback.

- Targi Südback pragną promować nowatorskie i innowacyjne produkty i koncepcje pojawiające się w branży piekarsko-cukierniczej. Służy temu konkurs Südback Trend Award, który podczas tegorocznej edycji targów odbędzie się po raz siódmy. Do konkursu można zgłaszać innowacje produktowe w zakresie rozwiązań technicznych, wzornictwa i koncepcji - dodaje Aneta Kuźmicka. - Innowacje zgłaszane do

konkursu nie mogą funkcjonować na rynku dłużej niż jeden rok, prototypy nie są dopuszczone do konkursu. W konkursie Südback Trend Award mogą wziąć udział nie tylko firmy niemieckie, ale również zagraniczne (m.in. polskie), które zgłoszą swój produkt do 31 lipca br. (jedna firma może zgłosić tylko jeden produkt). Udział w konkursie jest bezpłatny. Zgłoszone produkty będą oceniane przez fachowe jury m.in. według kryteriów funkcjonalności, bezpieczeństwa użytkowania, przyjazności dla środowiska, oszczędności oraz jakości innowacyjnej i jakości wykonania. Partnerem konkursu są czasopisma: Allgemeine Bäcker-Zeitung i BÄKO-magazin.

Więcej informacji na temat targów i konkursu Südback Trend Award jest dostępnych na stronie www.messe-stuttgart.de/suedback i w Przedstawicielstwie Targów Stuttgarckich w Polsce. ■

BRANŻA RUSZA DO KIELC

Aneta Marczak

Jaka jest obecnie kondycja branży piekarskiej i cukierniczej? Jak zwiększyć efektywność produkcji w oparciu o najnowsze technologie? Odpowiedzi na te i wiele innych pytań będzie można uzyskać na Targach Przemysłu Piekarskiego i Cukierniczego BAKEPOL w dniach 2-6 kwietnia 2011, które odbędą się w Kielcach.

Bakepol uchodzi za największe wydarzenie dla branży piekarskiej i cukierniczej roku 2011 w Polsce. Organizowany jest już po raz trzeci przez Międzynarodowe Targi Poznańskie w Kielcach.

Tegoroczna edycja zgromadzi imponującą liczbę ponad 100 wystawców z Polski, Niemiec, Czech, Słowacji, Litwy - prognozują organizatorzy. - Obecni będą producenci, importerzy i dystrybutorzy surowców oraz dodatków piekarskich, cukierniczych i lodziarskich, maszyn i urządzeń do wyrobu pieczywa, produkcji ciastkarskiej, maszyn do formowania, dozowania i konfekcjonowania oraz pieców piekarskich, a także systemów pakowania i magazynowania produktów.

CZAS NA NOWOŚCI

Targi BAKEPOL obfitować będą w prezentacje nowych produktów. Wystawcy przedstawią ponad 70 nowości rynkowych. Wśród nich m.in. najnowsze rozwiązania technologiczne dla współczesnych piekarni i cukierni - począwszy od maszyn i urządzeń, poprzez całe linie technologiczne wykorzystywane na każdym etapie produkcji, rozwiązania informatyczne usprawniające produkcję, systemy etykietujące, a także surowce, półprodukty oraz dodatki i komponenty piekarnicze i cukiernicze.

Dla branży BAKEPOL to wymienita okazja, by „na żywo” zobaczyć i przetestować konkretne urządzenia a nawet całe linie produkcyjne. To także szansa na wymianę opinii i doświadczeń w gronie właścicieli



Na targach będzie można podziwiać mistrzów sztuki cukierniczej.
Fot. MTP



Bakepol to doskonałe miejsce na spotkania biznesowe.
FOT. MT POZNAŃ

i menedżerów zakładów piekarskich, cukierniczych i lodziarskich oraz piekarzy, cukierników, a także młodych adeptów tych zawodów.

Polskie piekarnie i cukiernie ewoluują w kierunku firm łączących formę nowoczesnego zakładu produkcyjnego z eleganckimi lokalami oferującymi różnorodny asortyment produktów, które kuszą intensywnym aromatem, intrygującym wyglądem i wyszukany smakiem. Na targach nie zabraknie więc także inspiracji serwowanych podczas codziennych pokazów wypieku pieczywa, przygotowania i dekorowania wyrobów cukierniczych.

POKAZY I PREZENTACJE

Na przestrzeni Forum Rzemieślników Piekarstwa i Cukiernictwa mistrzowie piekarscy i cukierniczy z całej Polski prezentować będą wyrafinowane receptury i zaskakujące kompozycje smakowe. W sobotę i niedzielę (2 i 3 kwietnia) będzie można doskonalić technikę wypieku bułek posypanych kwiatem akacji, bułek fermentowanych w soku brzoźowym, bułeczek bankietowych z przeznaczeniem dla gastronomii oraz chlebów wypiekanych na kamieniu na liściach po-

krzywy, kapusty oraz chrzanu. W ramach specjalnego pokazu Mistrza Piekarskiego Józefa Ziółkowskiego zaprezentowane zostaną również tajniki wyrobu i wypieku smakowitych chałek, plecionek i rogali. Poniedziałek i wtorek (4 i 5 kwietnia) należą do cukierników prezentujących tendencje i techniki przygotowania kunsztownych dekoracji w stylu angielskim, ozdób z karmelu oraz figurek z marcepanu.

WYSTAWCY MAJĄ GŁOS

Interesująco zapowiadają się także pokazy i prezentacje przygotowane przez wystawców targów BAKEPOL. Ofertę handlową wzbogacą pokazy pracy maszyn do wypieku bułek, bagietek, pieczywa włoskiego, chlebów, pączków i drożdżówek oraz ich dekoracji. Dodatkową atrakcją będzie możliwość degustacji świeżych wypieków. Zaprezentowane zostaną również metody pakowania chleba, zapiekanek, pieczywa cukierniczego w folie typu strech oraz produktów ciastkarskich opakowania kartonowe na różne okazje. Będzie można także zaczerpnąć wiedzy na temat znakowania oraz deklarowania jakości wyrobów piekarskich na etykietach i opakowaniach. ■

ZDANIEM WYSTAWCÓW

Waldemar Zawadzki
szef sprzedaży firmy
Komplet



Wystawiamy się na Bakepolu, ponieważ naszym zdaniem są to bardzo ważne dla branży targi. Biorą w nich udział nasi klienci z terenu wschodniej i południowej Polski, którzy rzadziej docierają na imprezy targowe np. do Poznania czy Warszawy. Nie bez znaczenia jest też fakt, że organizatorzy zadbałi o to, aby udział w tych targach był atrakcyjny dla wystawców - oferta była połączona z ofertą udziału w Polagrze, które to targi są dla nas również interesujące.

Joanna Zagala
Eco Trade



Na Bakepolu będziemy już po raz trzeci. Jesteśmy wystawcą od początku istnienia tych targów. Wystawiamy się, ponieważ widzimy wymierne efekty bezpośrednich spotkań z klientami. Dla naszej firmy ważne jest też, aby być tam, gdzie zbiera się branża ze względów prestiżowych.

Zazwyczaj jeździmy do klientów z katalogiem, gdzie mogą oglądać nasze wyroby, na targach możemy ich nimi poczęstować.

Dlaczego akurat Kielce? Sądzimy, że to udane targi, choć może nie aż tak jak poznańska Polagra, którą uważamy za bardzo prestiżową, czy choćby tegoroczne Expo Sweet, które należy zaliczyć do grona wyjątkowo dobrych imprez.

Beata Kołodziej
Cream



Bakepol to dla nas ważne targi piekarnicze, drugie zaraz po Polagrze. Dobrze, że te targi są na południu Polski, to sprzyja odwiedzinom klientów którzy mają dalej do Poznania a mogą przyjechać do Kielc. Moim zdaniem targi te mają dobrą organizację, fakt, że są niewielkie i typowo piekarnicze daje możliwość spokojnych rozmów z konkretnymi klientami.

TRZEBA IŚĆ DO PRZODU

Tomasz Przysięzny

O ekologicznych lodach, oszukańczych praktykach oraz wadach polskiej tradycji cukierniczej rozmawiamy z Raffaele Derosa – włoskim specjalistą od produkcji lodów tradycyjnych.

- Czy rzeczywiście kiedyś lody rzemieślnicze były zdrowsze i smaczniejsze?

- Myślę, że chodzi tu o coś innego. W czasach socjalizmu w Polsce nie było niczego, a to co było, lepiej smakowało. Na przykład, gdy dwadzieścia lat temu byłem w Polsce, w sklepach były trzy rodzaje sera i każdy wszystkim smakował. Dziesięć lat później było już pięćdziesiąt różnych serów, ale każdy wspominał te produkty sprzed lat i mówił, że były lepsze. To nieprawda. Wcześniej nie było wyboru i dlatego lepiej wspominamy to, co w ogóle było dostępne.

Tak samo jest z lodami. Często mówi się, że kiedyś lody były lepsze i na naturalnych składnikach. Ja uważam, że to co teraz jest na rynku jest zdrowsze i bezpieczniejsze. Postęp technologiczny pozwala na to, aby dokładniej wszystko badać i kontrolować jakość żywności. W ubiegłym roku zaprzestano dodawać do lodów sztuczne barwniki,

SPECJALISTA OD KRĘCENIA

Raffaele Derosa jest nie tylko konsultantem technologicznym produkcji lodów tradycyjnych we włoskiej firmie Fabbri. Jest również kucharzem o ogromnym poczuciu humoru, który często powtarza, że „rosół nie może istnieć bez włoszczyzny”. To - jego zdaniem - najlepiej charakteryzuje przyjaźń między narodami polskim i włoskim. Ścisłe współpracuje z siecią sklepów Alma jako ekspert kulinarny oraz jest showmanem w programie Balanga Italiana, gdzie gotuje nie tylko spaghetti. Zdaniem smakoszy, Raffaele Derosa to jednak przede wszystkim najlepszy w Polsce specjalista od kręcenia lodów. Oczywiście włoskich.



które powodowały różne choroby, zwłaszcza u dzieci. To dzięki postępowi jesteśmy w stanie eliminować z żywności to co szkodliwe. Kiedyś nie było to możliwe, bo nawet nie mieliśmy takiej wiedzy.

- Czy ta współczesna wiedza jest jednak dobrze wykorzystywana przez producentów lodów rzemieślniczych?

- Lody produkowane na naturalnych składnikach kiedyś robiono z owoców, cukru i jajek. Tych ostatnich używano dlatego, że nie było wówczas stabilizatorów. Teraz lody robione na jajkach nie są jednak najlepszym rozwiązaniem. Jajko może być przyczyną różnych chorób, a poza tym szybko się starzeje i wyrób z jego dodatkiem ma krótki okres przydatności do spożycia. Ale to nie brak jajek jest problemem. Wielu producentów lodów rzemieślniczych po prostu oszukuje. W składzie prawdziwych lodów powinno się znaleźć mleko, śmietana, cukier oraz pasty smakowe. Niektórzy jednak, aby zaoszczędzić na kosztach produkcji, zamiast śmietany dają tłuszcz kokosowy. On rzeczywiście bardzo podnosi poziom tłuszczu w produkcie, ale takie lody smakują i wyglądają jak przemysłowe. Głównymi winowajcami takiego stanu rzeczy są jednak producenci komponentów, bo to oni zachęcają cukierników, by robili lody na tłuszczu roślinnym a nie mlecznym.

- Na świecie od lat panuje moda na ekologiczne produkty. Czy opanowała już rynek w Polsce i w Pańskich rodzinnych Włoszech?

- Słowo „ekologiczne” jest w Polsce bardzo skomplikowanym słowem. To co jest ekologiczne powinno spełniać odpowiednie warunki. Na przykład tam, gdzie uprawia się ekologiczne owoce, nie mogą jeździć samochody, muszą być czyste rejony, a wszystkie owoce powinny być zbierane w należyty sposób. Jeżeli mówimy o ekologicznych produktach, musimy też pamiętać o tym, że to wymaga więcej wysiłku i pracy. Dlatego kosztuje więcej. Aby to kupić, trzeba mieć ekologiczną kieszeń.

Już teraz cukiernicy płaczą, że komponenty do lodów są bardzo drogie, a chcą korzystać z ekologicznych składników. Przecież to wówczas będzie dwa razy droższe.

Kiedy widzę jabłko ekologiczne i zwykłe to nie dostrzegam różnicy. Z pewnością ona jest, ale nie aż taka ogromna. We Włoszech są najlepsze jabłka na świecie. Wiele z nich trafia do polskich sklepów. Ale u nas nikt nie mówi, że one są ekologiczne. One są ładne, zadbane, soczyste, ale nie mają ekologicznych certyfikatów.

- Ale produkty naturalne zdecydowanie już wyeliminowały dodatki chemiczne z lodów?

- Jeżeli chcemy produkować lody w pełni na naturalnych składnikach, można skoncentrować się na sorbetach. Owoce, cukier, woda, stabilizator i odrobina pasty smakowej daje gwarancję otrzymania dobrego produktu, który staje się coraz bardziej popularny wśród amatorów lodów. Także tych naturalnych. Zwłaszcza że coraz więcej klientów zdaje sobie sprawę, iż stabilizator, jakiego dodaje się do lodów, jest pochodzenia naturalnego i wytwarza się go z algi morskiej. To nie jest chemia.

Niektórzy cukiernicy przy produkcji rzemieślniczych wyrobów uciekają od past smakowych. Bez nich też można zrobić lody, ale ja zawsze porównuję owoce do kobiet. Raz są słodkie, a raz nie są. Robienie lodów tylko na owocach nie daje gwarancji co do stałej jakości produkcji. Z kolei pasta smakowa daje pewność, że klient który dziś zasmakuje w lodach, jutro czy za rok zje takie same. One niczym nie będą się różnić, mimo iż owoce, jakie są do nich dodane, mogą być za każdym razem nieco inne w smaku. Takie pasty to również nie jest chemia, lecz odpowiednio dobrane owoce i syrop glukozowy.

- Cukiernicy do swoich lodów rzemieślniczych zazwyczaj dodają już odpowiednio przygotowane surowce. Na co powinni zwrócić uwagę przy ich wyborze?

- Zawsze powtarzam, że każdy producent dodatków do lodów ma w swojej ofercie jakiś dobry produkt. Uważam jednak, że decydując się na kupno takich surowców zawsze trzeba patrzeć na to, jaką ich producent ma tradycję i jaką pozycję na rynku. Trzeba też zwracać uwagę na opiekę technologiczną, którą taka firma powinna zapewniać. Patrzenie wyłącznie na cenę

komponentów to moim zdaniem najgłupsza rzecz jaką można zrobić, gdyż nie ma nic taniego i jednocześnie dobrego. Zawsze powtarzam, że tania i dobra może być tylko żona.

Producenci lodów powinni pamiętać o tym, że wymagania polskich klientów wciąż się zmieniają. Kiedyś zadowalało was cokolwiek, byle by było. Teraz wiele osób jeździ po świecie i może zaobserwować sposoby, w jakie eksponuje i sprzedaje się lody. Może posmakować ich wysokiej jakości. Tego samego oczekują więc od polskich cukierników. Nie można zapominać o tym, że ludzie kupując lody i wyroby cukiernicze kupują przyjemność. I właśnie za nią płacą.

- Jada Pan polskie ciasta, ale tylko z pewnej cukierni w Łodzi. Czyżby Włochom nie smakowały nasze słodczyce?

- Klasycznym przykładem błędu, jaki popełniają polscy cukiernicy, jest ilość cukru dodawanego do ciast. Wszystko u was jest słodkie, wszystko jest ciężkie, wszystko jest robione na śmietanie. Te wyroby cukiernicze są tak tłuste, że na przykład po zjedzeniu dosłownie dwóch łyżek tortu ma się już dość. Ja rozumiem, że taka jest polska tradycja, ale trzeba iść do przodu, a nie ciągle trzymać się przepisów cukierniczych sprzed lat.

Pamiętam jak kilka lat temu rozmawiałem z polskimi cukiernikami o sorbetach. Patrzyli na mnie jak na wariata i mówili, że nie będą oszukiwać klientów i robić lodów na wodzie. Teraz sorbety są bardzo popularne, a ich sprzedaż ciągle rośnie. Nie są tłuste, więc tym samym lżejsze dla organizmu. Ich zaletą jest też intensywniejszy smak i orzeźwienie, zwłaszcza w upalne dni.

Raz jeszcze powtórzę: trzeba iść ciągle do przodu, a nie stać w miejscu i wspominać, jakie to dobre lody były kilkadziesiąt lat temu. ■

Po czym rozpoznać naturalne produkty?

Jeżeli chcemy mieć dużą pewność, że lody są wyprodukowane wyłącznie na naturalnych składnikach, powinniśmy wybierać takie wyroby, które nie mają zbyt intensywnych kolorów. To samo dotyczy też cukierników, którzy nie powinni specjalnie barwić swoich produktów. Intensywne, mocne kolory lodów już tak nie przyciągają klientów jak kilka lat temu. Coraz więcej ludzi zdaje sobie sprawę, że prawdziwe lody truskawkowe będą koloru różowego a nie mocno czerwonego. Gdy zobaczą nienaturalne kolory to stwierdzą, że skoro ktoś te lody zabarwił, to może jeszcze coś innego do nich dodał.

Naturalne produkty powinny mieć nie tylko naturalny skład, ale też smak i zabarwienie. Dla przykładu, tradycyjnie przygotowane lody truskawkowe będą miały różowy kolor, gdyż sok z truskawki nie jest tak intensywny, aby zabarwić produkt na czerwono. Ale wystarczy dodać skórkę z czerwonych winogron, która jest naturalnym barwnikiem i już lody są czerwone. Warto o tym jednak poinformować klienta, gdyż taka intensywna czerwień przez niektóre osoby wciąż może być kojarzona ze sztucznymi barwnikami, których przez lata dodawało się do lodów.

JAKI VAT W 2011 ROKU

Ewa Buczek

Rok 2011 przyniósł wcześniej zapowiedziane zmiany w zakresie ustawy o podatku od towarów i usług VAT oraz rozporządzeń wykonawczych. Po pierwszym kwartale sprawdzamy, jak nowe przepisy funkcjonują w naszej branży i jakie problemy mają z nimi piekarze i cukiernicy.

Podatek VAT to jeden z ważniejszych cenotwórczych podatków, dlatego wszelkie zmiany czasami w sposób bolesny odbijają się na naszych dochodach, decydując o zasobności naszego portfela. Wszelkie nowe uregulowania w zakresie tego podatku są obserwowane i przyjmowane jako zapowiedź większych lub mniejszych zmian na rynku cen.

Działania ze strony ustawodawcy budzą sprzeciw oraz niezadowolenie konsumentów, choć nie zawsze uzasadnione i słuszne. Niektóre ze zmian, szczególnie w zakresie stawek podatku VAT jak i zwolnień od opłacania podatków zostały na nas wymuszone przez Unię Europejską, która uznała, że Polska stosuje bezzasadnie stawki VAT niższe niż inni członkowie Unii Europejskiej. Oczywiście dotyczy to tylko niektórych stawek.

Stawki podstawowe 22 proc. i 7 proc. (z wyjątkami) podwyższono o 1 punkt procentowy. Jednym z celów tej operacji jest ratowanie budżetu państwa i częściowe zrównoważenie wydatków i dochodów.

Zdawałoby się, że wprowadzone podwyżki podatku VAT tylko o 1 proc. nie wpłyną znacząco na poziom cen, jednak to nie tylko zastosowanie wyższego podatku VAT kształtuje ceny. Należy zauważyć, że na skutek różnych niesprzyjających okoliczności nie zawsze zawinionych przez ustawodawcę (np. ogólnoswiatowy kryzys gospodarczy, regionalne konflikty zbrojne, klęski żywiołowe itp.) wzrosły ceny podstawowych nośników cen, a szczególnie materiałów do produkcji oraz paliw, co w połączeniu ze wzrostem podatku miało istotny wpływ na podniesienie cen podstawowych artykułów konsumpcyjnych, co budzi ogólne niezadowolenie „zwykłego Kowalskiego”.

Przyjrzyjmy się teraz zmianom, jakie zapowie-



Teoretycznie łatwiej jest producentom wyrobów świeżych.
FOT. BARTOSZ RYCZAN

dział i przygotował nam ustawodawca w zakresie podatku VAT. Czego dotyczą te zmiany, jakie wynikają z tego nowe obowiązki, co upraszczają i co najważniejsze: jakie skutki wywołają w przyszłości.

Najistotniejsze zmiany wprowadzone od 1 stycznia 2011 obejmują:

- zmiany w zakresie stawek podatku VAT,
- dostosowanie do PKWiU 2008,
- zmiany w odliczaniu podatku naliczonego od nabycia samochodów i paliwa,
- zmiany w zakresie zwolnień od podatku,
- zmiany w zakresie fakturowania elektronicznego,
- zmiany w zakresie odliczania podatku VAT związane z nieruchomością wykorzystywaną

zarówno do prowadzonej działalności gospodarczej jak i do celów prywatnych, - zmiany w zakresie kas rejestrujących.

ZMIANY W ZAKRESIE STAWEK PODATKU VAT

Zmiany stawek podatku VAT wywołują największe kontrowersje. Od początku 2011 roku obowiązują stawki 23 proc., 8 proc. i 5 proc. oraz 0 proc. stosowana do obrotu międzynarodowego.

Stawki podwyższone z 22 proc. na 23 proc. oraz z 7 proc. do 8 proc. będą obowiązywały przez trzy lata, tj. do 31 grudnia 2013 roku. Po tym okresie stawki podatku mogą jeszcze wzrosnąć. Jak można zauważyć, nie istnieje

już stawka 3 proc. na żywność nieprzetworzoną. W zamian za to mamy teraz nową stawkę 5 proc., tj. najniższą, na jaką zezwalają przepisy Unii Europejskiej. Niektóre wyroby opodatkowane dotychczas stawką 7 proc. zostały objęte stawką 8 proc., ale niektóre objęto obniżoną stawką 5 proc.

Obniżoną stawką 5 proc. objęto takie produkty, jak: świeży chleb, nabiał, niektóre przetwory mięsne, produkty zbożowe (mąka, makaron, kasza) oraz soki. Załącznik nr 10 do ustawy o VAT zawiera listę towarów objętych najniższą stawką 5-proc. stawką VAT.

Zmiana przepisów dotycząca stawek podatkowych spowodowała trochę zamieszania, jeżeli chodzi o transakcje zawarte na przełomie 2010 i 2011 roku. Mogą tu wystąpić różne sytuacje, np. jeżeli podatnik wykonał usługę w 2010 roku, natomiast fakturę wystawił w styczniu 2011 roku należy zastosować stawkę podatku obowiązującą w 2010 roku. Podobna sytuacja dotyczy opodatkowania zaliczki. Jeżeli usługodawca otrzymał zaliczkę, ale nie w pełnej kwocie w 2010 roku, wówczas zaliczka otrzymana w 2010 roku opodatkowana będzie według starej stawki, a wyrównanie otrzymane w 2011 roku według stawki nowej.

DOSTOSOWANIE USTAWY DO PKWiU 2008

Aby w sposób właściwy ustalić stawki podatku VAT, należy do wyrobów i usług dostosować

klasyfikację, wynikającą z PKWiU 2008 zamiast dotychczasowej PKWiU 2007.

Zakwalifikowanie produktu lub usługi do odpowiedniego grupowania statystycznego jest obowiązkiem producenta lub świadczącego usługę (pisaliśmy o tym w marcowym numerze Bake&Sweet, przytaczając wyjaśnienie Ministerstwa Finansów - przyp. red.). Niedopuszczalne jest stworzenie takiej sytuacji, że produkt może być zaliczony do więcej niż jednej grupy PKWiU 2008.

Właściwe dostosowanie klasyfikacji z 2008 roku umożliwi stosowanie zasad ewidencji nie tylko dla potrzeb VAT, ale również dla dokumentacji statystycznej. Jak ważne jest dostosowanie klasyfikacji można zauważyć przy analizie załącznika nr 3 do ustawy, zawierającego wykaz towarów i usług opodatkowanych stawką 7 proc. a od 1 stycznia 2011 roku 8 proc, gdzie dodano pojęcie „świeże” w odniesieniu do pieczywa oraz ciastek i wyrobów ciastkarskich, dzięki czemu wyroby te korzystają z obniżonej stawki podatku VAT. Od 1 stycznia 2011 roku zgodnie z przywołanym załącznikiem nr 3, obniżoną stawkę podatku VAT stosuje się między innymi do:

- pieczywa świeżego, którego data minimalnej trwałości nie przekracza 14 dni,
- wyrobów ciastkarskich i ciastek świeżych, których data minimalnej trwałości nie przekracza 14 dni.

Analizując do celów podatkowych klasyfikacje stosowane w PKWiU 2008, w powiązaniu z przepisami wykonawczymi do ustawy VAT, łatwiej ustalić właściwe stawki podatku VAT. W interesującej naszych czytelników branży są one następujące:

PKWiU 10.7

WYROBY PIEKARSKIE I MACZNE

10.71.11.0 – pieczywo świeże, którego trwałość nie przekracza 14 dni – 5 proc.

10.71.12.0 – wyroby ciastkarskie i ciastka świeże, których trwałość nie przekracza 14 dni – 8 proc.

10.72.11.0 – pieczywo chrupkie, suchary, sucharki, pieczywo tostowe – 5 proc.

10.72.12.0 – piernik, herbatniki, gofry, wafle, gdy wyrób nie zawiera wody ponad 10 proc. masy – 8 proc.

10.72.19 – pozostałe piekarskie i ciastkarskie wyroby suche lub konserwowe, między innymi pieczywo mrożone oraz mrożone wyroby cukiernicze, które zachowują swoje właściwości spożywcze przez okres dłuższy niż 14 dni – 23 proc.

PKWiU 10.52 LODY

10.52.10.0 – lody mleczne śmietankowe i pozostałe jadalne - 5 proc. (o stawce VAT dla sorbetów szczegółowo pisaliśmy w marcowym numerze Bake&Sweet – przyp. red.)

10.89.19.0 – pozostałe różne artykuły spożywcze, gdzie indziej niesklasyfikowane - 8 proc.

Z PRAC PARLAMENTU

ZMIANY W ZMIANACH

W czasie, gdy powstawał ten artykuł, parlament uchwalił zmiany w podatku VAT obowiązującym od 1 stycznia 2011 roku.

18 marca 2011 r. parlament uchwalił kolejny duży pakiet zmian w podatku VAT, czyli niespełna trzy miesiące od wejścia w życie nowych stawek VAT. Pakiet ten wprowadza wiele modyfikacji. Duże zmiany będą dotyczyć szczególnie branży piekarniczo-ciastkarskiej. Przed 1 stycznia 2011 r. pieczywo i ciastka podlegały co do zasady 7-proc. stawce VAT. Od 1 stycznia w branży ciastkarskiej obowiązują dwie stawki – 8-proc. i 23-proc., a piekarzy obowiązują aż trzy stawki VAT – 5 proc., 8 proc. i 23 proc. (w zależności m.in. od tego, jak długi jest termin przydatności do spożycia ich produktów).

Dla piekarzy przegłosowane zmiany oznaczają możliwość stosowania dwóch obniżonych stawek. W przypadku pieczywa świeżego będzie to 5 proc. na pieczywo z terminem przydatności/datą minimalnej trwałości poniżej 14 dni albo 8 proc. na pieczywo z dłuższym okresem przydatności. W przypadku wyrobów ciastkarskich dla ich opodatkowania 8-proc. stawką VAT wydłużony został termin przydatności do 45 dni (wcześniej był to termin 14-dniowy). Pozostałe wyroby ciastkarskie i ciastka świeże będą korzystały ciągle z 23-proc. stawki VAT. Ze zmian skorzystają piekarze, natomiast tylko częściowo producenci ciastek.

Większość uchwalonych zmian powinna wejść w życie 1 kwietnia br. (jeżeli prezydent podpisze nowelizację i zostanie ona opublikowana w Dzienniku Ustaw jeszcze w marcu).

Źródło: Dziennik Gazeta Prawna

PODSTAWY PRAWNE

Od 1 stycznia 2011 roku weszły w życie zasadnicze zmiany dotyczące podatku od towarów i usług. Zmiany te wynikają przede wszystkim z następujących ustaw:

- Ustawa z 2 grudnia 2009 roku o zmianie ustawy o podatku od towarów i usług (Dz. U. nr 215, poz. 1666)
- Ustawa z 23 października 2009 roku o zmianie ustawy o podatku od towarów i usług (dz. U. nr 195, poz. 1504)
- Ustawa z 29 października 2010 roku o zmianie ustawy o podatku od towarów i usług (Dz. U. nr 226, poz. 1476)
- Ustawa z 26 listopada 2010 roku o zmianie niektórych ustaw związanych z realizacją ustawy budżetowej (dz. U. nr 238, poz. 1578)
- Ustawa z 16 grudnia 2010 roku o zmianie ustawy o podatku od towarów i usług oraz ustawy o transporcie drogowym (Dz. U. nr 247, poz. 1652)



Im więcej rodzajów asortymentu, tym więcej możliwych form opodatkowania.

FOT. BARTOSZ RYCZAN

▶ ZWOLNIENIA OD PODATKU

Przy opracowywaniu nowelizacji ustawy o VAT okazało się, że nie sposób wykorzystać klasyfikacji PKWiU 2008 do zwolnień z VAT. W związku z powyższym, załącznik nr 4 do ustawy VAT zawierający wykaz usług zwolnionych od podatku został uchylony, a ustawodawca zawarł bezpośrednio w ustawie wykaz wszystkich zwolnień przedmiotowych. Ponieważ wykaz zawiera szeroką gamę zwolnień, przy ustalaniu prawa do korzystania ze zwolnienia należy sięgnąć do ustawy o VAT.

SAMOCZODY

Od 1 stycznia 2011 wprowadzono ograniczenia z zakresu odliczenia VAT od zakupu samochodów osobowych oraz zakupu paliwa do tych samochodów. W okresie od 1 stycznia 2011 do 31 grudnia 2012 podatnikowi przysługuje ograniczone prawo do odliczenia podatku naliczonego w wysokości 60 proc. (nie więcej jednak niż 6000 zł).

W przypadku zakupu paliwa do tych samochodów prawo do odliczenia nie przysługuje.

Należy zwrócić uwagę na fakt, że w odniesieniu do samochodów użytkowanych na podstawie umowy leasingu, dzierżawy, najmu, zawartej przed 1 stycznia 2011 roku, podatnikowi przysługuje odliczenie podatku w pełnej wysokości czynszu pod warunkiem, że umowę zawarto przed 1 stycznia 2011 roku i nie dokonano w niej zmian po dniu 31 grudnia 2010 r. a umowa została zarejestrowana w urzędzie skarbowym do 31 stycznia 2011 roku.

Takie rozwiązania obowiązywać będą do 31 grudnia 2012 r., natomiast od dnia 1 stycznia 2013 r. przepisy dot. prawa do odliczenia VAT od zakupu paliwa i samochodów będą regulowane przepisami ustawy o VAT, ale na te decyzje musimy poczekać.

PODNIESIENIE LIMITU OBROTU UPRAWNIAJĄCEGO DO ZWOLNIENIA Z VAT DO 150 000 ZŁOTYCH

Od 1 stycznia 2011 roku wzrosła kwota limitu obrotu uprawniającego do korzystania ze zwolnienia podmiotowego od podatku VAT ze 100 000 złotych do 150 000 złotych. Celem takiego rozwiązania jest ułatwienie prowadzenia działalności gospodarczej przedsiębior-

stwom osiągającym niewielkie obroty i rozwój drobnej wytwórczości. Ze zwolnienia takiego mogli skorzystać również podatnicy, którzy w 2010 roku przekroczyli obrót 100 000 złotych, ale nie przekroczyli 150 000 złotych, ale warunkiem skorzystania z takiego zwolnienia było pisemne zawiadomienie naczelnika urzędu skarbowego w terminie do 15 stycznia 2011 roku o zamiarze korzystania ze zwolnienia od 1 stycznia 2011 roku.

ZMIANY W ZAKRESIE FAKTUROWANIA ELEKTRONICZNEGO

Od 1 stycznia 2011 roku weszły w życie bardzo istotne zmiany w zakresie stosowania faktur elektronicznych w obrocie handlowym, w związku z przyjęciem dyrektywy Rady 2010/45/UE z dnia 13 lipca 2010 roku. Celem zaproponowanych i przyjętych zmian jest uproszczenie obrotu fakturami tak, aby faktury elektroniczne i papierowe były traktowane w ten sam sposób. Warunkiem wystawiania faktur elektronicznych jest uzyskanie od swojego kontrahenta akceptacji na dostarczanie mu faktur w formie elektronicznej. W związku z tym znika obowiązek wystawiania faktur w dwóch egzemplarzach (oryginał i kopia). Sprzedawca dostarcza fakturę

BRANŻA CUKIERNICZA PROTESTUJE

List otwarty zarządu i związków zawodowych firmy Dan Cake, producenta ciastek, do parlamentarzystów.

14 marca br. przedstawiciele zarządu i związków zawodowych firmy Dan Cake produkującej ciastka wystosowali do posłów i senatorów RP list otwarty z postulatem przywrócenia preferencyjnej stawki VAT na „wyroby ciastkarskie i ciastka świeże” bez względu na termin przydatności do spożycia. Sygnatariusze listu wskazują, że obecny stan prawny drastycznie podniósł koszty na każdym etapie produkcji, uderzając w efekcie w konsumentów. Wnoszą o przywrócenie zapisów, które obowiązywały przed 1 stycznia 2011 roku.

W efekcie zmian w ustawie o VAT i wprowadzenia zapisu o wymaganym 14-dniowym terminie przydatności do spożycia, producentów ciastek dotknęła niespodziewana podwyżka podatku VAT o 16 proc. zamiast zapowiadanej przez rząd podwyżki o 1 proc. Sygnatariusze listu - zarząd i związki zawodowe firmy Dan Cake - wskazują, że kontrowersyjny zapis nie został poddany wymaganym prawem Ocnom Skutków Regulacji.

W następstwie protestów przedstawicieli branży Ministerstwo Finansów w jednym z projektów ustaw zaproponowało wydłużenie wymaganego okresu przydatności do spożycia produktów objętych preferencyjną stawką VAT z 14 dni do 45 dni. Rozwiązanie to, wprowadzając niższy VAT na świeże pieczywo, nadal nie rozwiązuje problemów producentów ciastek.

Producenci ciast i ciastek zwracają uwagę parlamentarzystów na dwa projekty ustaw znajdujące się w toku prac legislacyjnych. Jeden wprowadza niższy VAT na „wyroby ciastkarskie i ciastka świeże”, drugi wprowadza kontrowersyjny dla producentów wymóg 45-dniowego terminu przydatności do spożycia.

Sygnatariusze listu apelują o objęcie preferencyjną stawką VAT „wrobów ciastkarskich i ciastek świeżych” bez względu na termin przydatności do spożycia. Wskazują, że jest to rozwiązanie akceptowalne dla całej branży cukierniczej.

Dan Cake Polonia Sp. z o.o. to firma specjalizująca się w produkcji ciast, ciastek i pieczywa, działająca na rynku od kilkunastu lat

Źródło: Dan Cake Polonia Sp. z o.o.

elektroniczną nabywcy i taka samą zachowuje w swojej dokumentacji.

WYDATKI ZWIĄZANE Z NIERUCHOMOŚCIĄ

W zakresie odliczania VAT od wydatków związanych z nieruchomością wykorzystywaną zarówno do celów prowadzonej działalności gospodarczej jak i do celów prywatnych podatnika również nastąpiła zmiana.

Zgodnie z nowym przepisem ust. 7 w artyku- le 86 podatek, który poniósł nakłady na nabycie praw wieczystego użytkowania grun- tów oraz wytworzenia nieruchomości stan- owiącej część przedsiębiorstwa tego podatni- ka, i który wykorzystuje tę nieruchomość do celów prowadzonej działalności gospodarczej jak i do celów osobistych, podatek naliczony powinien obliczyć proporcjonalnie jak nieru- chomość wykorzystywana jest do celów dzia- łalności gospodarczej, np. podatek, który nabył mieszkanie o powierzchni 100 metrów kwadratowych przeznaczył na cele prowadzo- nej działalności gospodarczej 40 metrów kwa- dratowych ma prawo do odliczenia 40 proc. podatku naliczonego. Jeżeli w okresie 120 miesięcy od dnia oddania nieruchomości do użytkowania podatek zdecydował, że musi zwiększyć część przeznaczoną do eksploata- cji na działalność gospodarczą do 50 metrów kwadratowych, powinien dokonać korekty odliczenia VAT naliczonego. Korekty takiej dokonuje się w deklaracji za okres, w którym dokonano zmiany powierzchni użytkowanej na cele działalności gospodarczej. Rozwią- zanie takie zostało zawarte w dyrektywie 2009/162/UE, która państwom członkowskim wprost poleca wprowadzenie takich regulacji przy wykorzystaniu nieruchomości do celów zarówno działalności gospodarczej jak i pry- watnych.

KASY REJESTRUJĄCE

Z dniem 1 stycznia 2011 roku weszło w życie Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 26 lipca 2010 roku w sprawie zwolnień z obowiąz- ku prowadzenia ewidencji przy zastosowaniu kas rejestrujących.

Rozporządzenie to wprowadza okres przejściowy, w związku z czym zwolnienia od prowadzenia kas zachowują moc do 30 kwietnia 2011 roku.

Od 1 maja 2011 roku obowiązkiem prowa-

żenia kas rejestracyjnych objęto podatników świadczących między innymi usługi prawni- cze, rachunkowo-księgowe, rzeczoznawstwa, w zakresie ochrony zdrowia i opieki społecznej oraz pogrzebowe.

W tym zakresie wstrzymano jednak system zwolnień dla podatników, u których udział war- tości sprzedaży towarów i świadczonych usług objętych zwolnieniami przedmiotowo-podmio- towymi w ogólnym obrocie przekracza 80 proc., a w okresie przejściowym, tj. do 30 kwietnia 2011 roku, gdy udział ten przekracza 70 proc.

UWAGI KOŃCOWE

Wprowadzone zmiany w podatku VAT mają obowiązywać przez trzy lata, szczególnie te, odnoszące się do stawek podatkowych. Jed- nak nie ma pewności, że stawki nie wzrosną wcześniej. Uzależnione to będzie od ewentu- alnego wzrostu długu publicznego.

Z pewnością zmiany podatku VAT wpłyną na kształtowanie się cen towarów i usług, a czy będą to zmiany znaczące czy nie - po- każe czas.

OPINIE

O opinię na temat zmian, jakie zaszły w firmie GRYCAN LODY OD POKOLEŃ po zmianach w podatku VAT, które zaszły od 1 stycznia 2011 r., poprosiliśmy Zbigniewa Grycana, właściciela firmy.

Firma GRYCAN LODY OD POKOLEŃ rozwija się dwukierunkowo. Jest producentem lodów, w tym również sorbetów z owoców, dla rynku detalicznego. Oprócz tego prowadzi własne lodziarnie-kawiarnie w galeriach handlowych oraz przy najbardziej popularnych deptakach największych miast w Polsce.

Z uwagi na dwa rodzaje prowadzonej działalności, zmiany stawek VAT w naszej firmie były dwojakie. Od 1 stycznia lody i sorbety produkowane dla rynku detalicznego zostały objęte niższą niż dotychczas, bo 5-proc. stawką VAT. Natomiast te same lody, ale już sprzedawane w kulkach czy też desery z nich komponowane w naszych lodziarniach, zostały objęte stawką wyższą, bo 8-proc.

Jeszcze wyższą stawką objęte są napoje, takie jak kawa, czekolada a nawet woda. Te artykuły sprzedawane są od 1 stycznia ze stawką 23-procentową. Wcześniej obowiązywała na nie stawka 22 proc.

Zmiana stawek VAT przebiegała w naszej firmie bez zakłóceń a to za przyczyną jasnej interpre- tacji, jaką przed procesem zmian przygotowała dla nas renomowana warszawska kancelaria prawnicza, jaką jest SKS. Korzystamy z jej usług już od lat i dzięki temu nie mieliśmy żadnych wątpliwości w przypisaniu odpowiednich stawek określonym produktom.

Mimo wielu wątpliwości, jakie mieli inni producenci lodów w opakowaniach, szczególnie w od- niesieniu do takich produktów jak sorbety, my już od 1 stycznia sprzedawaliśmy je ze stawką 5-proc., czyli taką, jaką z założenia przypisano do tego produktu. Natomiast wszystkie lody w lodziarniach podawane czy to w waflach, czy w pucharkach sprzedajemy od 1 stycznia ze stawką 8-procentową.

Zmiany stawek VAT, w sumie 1-procentowe, nie miały w naszej firmie znaczącego wpływu na decyzje o zmianie cen. Znacznie większy wpływ mogą mieć obserwowane ostatnio znaczne podwyżki cen podstawowych surowców, z jakich produkowane są nasze lody: śmietany kre- mówki, żółtek jaj, cukru, mleka, kakao, czekolady, bakalii.

Także rosnące ceny owoców, z których produkowane są nasze sorbety, mogą spowodować podwyżkę cen sorbetów.

Do tematu podwyżek staramy się podchodzić spokojnie, ale nie wykluczamy takich decyzji, ponieważ nie wyobrażamy sobie jakiegokolwiek ingerencji w ustalone receptury.

Jakość surowców używanych do produkcji naszych lodów jest dla nas absolutnie priorytetowa.



OD CHLEBA DO KOPALNIAKÓW

Konrad Jankowski

Marek Jakubiec, piekarz i cukiernik z Rudy Śląskiej uchodzi w branży za jednego z najbardziej otwartych i innowacyjnych przedsiębiorców na Śląsku. Dlaczego? Postanowiliśmy sprawdzić.

Piekarnia Cukiernia Jakubiec należąca do Marka Jakubca z Rudy Śląskiej nie jest typową, rodzinną piekarnią z tradycjami, przekazywaną z ojca na syna, jakich na Śląsku nie brakuje. Przedsiębiorca wraz z żoną prowadzą swój biznes dopiero od 20 lat. To krótko zważywszy na renomę, jaką piekarzowi udało się osiągnąć nie tylko w swoim mieście, ale w całym województwie śląskim.

- Początki, jak to bywa w każdym biznesie, do łatwych nie należały - wzdycha właściciel firmy. - Wydaje mi się, że w naszym przypadku receptą na sukces okazał się profesjonalizm, na który stawiałem od początku, oraz fakt, że udało mi się postawić na dobrych ludzi.

Firma Marka Jakubca dziś może zaimponować każdemu: nowoczesna, doskonale wyposażona piekarnia połączona z cukiernią oraz lodziarnią o powierzchni około 500 m², trzynaście własnych punktów sprzedaży, oraz stu profesjonalistów na stałe zatrudnionych w zakładzie. Nie bez znaczenia jest też flota transportowa z najwyższej półki, którą ma do dyspozycji firma. Najcenniejszym dorobkiem są jednak wierni klienci, którzy nawet w kryzysie zapewniają firmie stałą sprzedaż na wysokim poziomie.

PO PIERWSZE: CZŁOWIEK

Marek Jakubiec już na pierwszy rzut oka bardziej przypomina nowoczesnego biznesmena niż piekarza. Doskonale zorganizowany, poukładany, twardo stąpający po

ziemi. A przy tym skromny. O recepte na sukces mówi niechętnie.

- Właścicielem piekarni zostałem w 1991 roku, ale z branżą miałem związek już dużo wcześniej - wspomina. - Zanim otworzyłem zakład, zaopatrywałem piekarzy w mąkę. Jak sam podkreśla, dało mu to duże pole manewru, gdyż zaczął poznawać światek piekarski od wewnątrz. Do dziś z piekarzami z Rudy Śląskiej jest w bardzo dobrej komitywie.

- Niby każdy ma swój kramik, lecz konkurencja jest bardzo zdrowa, czego dowodem

są wspólne spotkania w Cechu Rzemiosł Różnych oraz innych zgrupowaniach branżowych - podkreśla przedsiębiorca. - Wiem, że tego brakuje w innych regionach kraju, moim zdaniem to bardzo niedobrze. Wiem, że piekarze powinni trzymać się razem, tworzyć jedność, to bardzo ważne, aby przetrwać w tych tak trudnych dla nas czasach. Marek Jakubiec stawia na ludzi nie tylko, jeżeli chodzi o relację biznesowe. Opowiada, że gdy zdecydował się na otwarcie piekarni od początku uznał, że najważniejszy w jego firmie będzie czynnik ludzki. Takie



Fot. Konrad Jankowski

podejście szybko zaprocentowało - teraz właściciel może się pochwalić doskonałym składem pracowników solidnych, kierunkowo wykształconych, na których może liczyć w każdej sytuacji. To wyjątkowe w naszej branży, gdzie prawie każdy narzeka na personel, a większość zakładów cierpi na stałe braki kadrowe.

- Dużą część mojej załogi tworzą ludzie, którzy byli moimi uczniami, których kształciłem od najmłodszych lat - wyznaje właściciel firmy. - To oni tworzą teraz trzon i podporę firmy.

Harmonię i profesjonalizm jaki panuje w firmie Marka Jakubca widać na pierwszy rzut oka. Każda z pracujących tu osób doskonale zna swoje zadania, praca jest wykonywana szybko, ale bez nerwowego pośpiechu.

- Dobrze zorganizowana praca całego zespołu daje nam możliwość ciągłego rozwoju - podkreśla właściciel firmy. - To bardzo istotne, bo mamy świadomość że stojąc w miejscu nie utrzymamy się na rynku.

PO DRUGIE: WYSOKA JAKOŚĆ

Marek Jakubiec jest przekonany, że aby poradzić sobie na rynku, należy postawić na wysoką jakość. Przede wszystkim chodzi mu o jakość wyrobów, ale podkreśla, że aby ją osiągnąć konieczne są dobrej klasy maszyny i najlepsi ludzie.

- Nie żyjemy już w czasach, kiedy musieliśmy zaopatrywać się w złom piekarniczy, jaki proponowali nam nasi zachodni sąsiedzi i jaki oni sami uważali za przeprac-



Firma korzysta z nowoczesnych maszyn i urządzeń.
FOT. KONRAD JANOWSKI



Właściciel osobiście nadzoruje produkcję.
FOT. KONRAD JANOWSKI

CUKIERNIK POLECA

Sposobem na innowacyjność w Piekarni Cukierni Jakubiec jest stosowanie produktów będących unikalnymi i nowymi na rynku. Istotne jest, że zarówno produkty jak i komponenty używane w tym przedsiębiorstwie to tylko i wyłącznie suplementy z najwyższych półek polskiej branży piekarniczo-cukierniczej. Jednym z dostawców jest firma Baker z Tarnowskich Gór oraz Blackardin, Zelandia, Komplet, Puratos, CSM Bake Mark.

- Wymieniona jakość, jaką prezentują wszystkie wyroby tych firm, daje pewność udanego wypieku - dodaje Jakubiec. Ponadto nasz klient ma świadomość tego co kupuje.

Ogromne znaczenia ma tu również park maszynowy. - Przez lata ciężkiej pracy jesteśmy na etapie, gdzie staramy się nie inwestować w maszyny używane - podkreśla właściciel firmy. - Wyjątkiem jest zakupiony ostatnimi czasy piec marki Revent, którego dystrybutorem jest firma Peters&Nurkowski. W ten sposób sprawdziliśmy markę i zdecydowaliśmy się na zakup nowej maszyny tego samego producenta, piec ten trafi do zakładu tuż po targach kieleckich, gdzie będzie on eksponowany. - Do zakupów maszyn podchodzimy bardzo ostrożnie, wybieramy je z rozmysłem - dodaje Jakubiec

Jedną z nowości w zakładzie jest linia do bułek marki Fortuna oraz linia do ciast firmy Fritsch. Obie firmy, jak mówi właściciel, mają już mocną pozycję na rynku piekarniczo-cukierniczym. Jeśli chodzi o piece, pracuje się tu na maszynach Winkler Wahtel oraz Ibis.



Zakład może pochwalić się kilkoma nagrodami i wyróżnieniami.
FOT. KONRAD JANOWSKI

wany i zbytyczny - wyjaśnia. - Gospodarka rozwija się dziś w sposób niewyobrażalny, dlatego należy trzymać rękę na pulsie i nie można zostawać w tyle. Dzięki imprezom wystawienniczym, dużym targom, my piekarze mamy pełen obraz tego jak nasza branża się zmienia, co dzięki nowoczesnej technologii możemy jeszcze uzyskać i w co warto zainwestować. Niegdyś tego nie było, teraz mamy wiele form kredytowania maszyn urządzeń, pojazdów. Korzystne leasingi dają nam duże pole manewru. Jestem przekonany, że nie należy się bać inwestycji. Bez ryzyka niczego w biznesie nie uda się osiągnąć.

Zdaniem przedsiębiorcy, inwestycje w profesjonalny sprzęt i dobre maszyny są opłacalne – pozwalają na zwiększenie produkcji, dają nowe możliwości jeżeli chodzi o urozmaicenie oferty wyrobów i pozwalają lepiej planować rozwój przedsiębiorstwa.

Profesjonalizm jeżeli chodzi o wyposażenie widać nie tylko w zakładzie produkcyjnym, ale również w wyposażeniu sklepów czy flocie samochodów dostawczych (najwyższa półka). - Zależy nam, aby nasze wyroby nie tylko powstawały w dobrych warunkach, ale również by w niezmienionej formie docierały do klienta.

W tej firmie dba się nie tylko o sprzęt, ale również inwestuje w ludzi. Pracownicy Marka Jakubca mają do dyspozycji doskonałe zaplecze socjalne oraz szerokie możliwości szkolenia i rozwoju.



Piekarnia Cukiernia to nowoczesny zakład.
FOT. KONRAD JANOWSKI

Na pewno nie bez znaczenia jest dla nich też fakt, że pracują na najnowocześniejszym sprzęcie.

PO TRZECIE: OFERTA Z NAJWYŻSZEJ PÓŁKI

Zakładając firmę Marek Jakubiec początkowo zdecydował się na produkcję piekarniczą. Dopiero później, gdy powiększał zakład i zmieniał siedzibę, zdecydował się do czło-

nu piekarniczego dołączyć także cukierniczy oraz segment lodziarski.

- Nabierając doświadczenia w branży zrozumiałem, że nie mogę stać w miejscu - wspomina przedsiębiorca. - Nigdy nie bałem nowych wyzwań, jestem otwarty na zmiany. Wierzyłem, że ze swoim personelem, który uważam za bardzo dobry, bez wątpienia sobie poradzę.



Atutem firmy są dobrze wyszkoleni i lojalni pracownicy.
FOT. KONRAD JANOWSKI



Produkty wytwarzane są z najwyższej jakości komponentów.
FOT. KONRAD JANOWSKI

Właściciel cukierni cały czas stawiał na jakość - pomysłów na produkcję lodów rzemieślniczych szukał na targach w Rimini we Włoszech.

Dzisiejsza oferta firmy jest bardzo rozbudowana. Piekarnia Cukiernia Jakubiec sprzedaje kilkanaście gatunków samego chleba, obok tradycyjnych wyrobów gatunki tak rzadkie jak chleb z mąki uzyskanej z pestek winogron.

- Na Śląsku to rzadkość, specjalnie przyjeżdżam do Rudy po chleb barokowy - mówi jeden z klientów spotkany przed sklepem. - Jest fantastyczny, nie spotkałem go w żadnej innej piekarni w regionie.

Przedsiębiorca nie ogranicza się do samego pieczywa, ale zdecydował się wprowadzić do sprzedaży wyroby gotowe wykonane na bazie pieczywa.

- Dobrze sprzedają się kanapki, które przygotowujemy wyłącznie ze świeżych składników - mówi Marek Jakubiec. Zdaniem ekspertów to doskonały pomysł na podniesienie sprzedaży w czasach, w których spożycie chleba drastycznie spada. Klienci, którzy coraz rzadziej jedzą śniadania w domach, chętnie decydują się na zakup kanapek.

Na półkach sklepów firmowych klienci znajdują również kilkanaście gatunków ciast, poczynając od tradycyjnych po oryginalne smaki, których nie sposób dostać nigdzie indziej. Rozbudowana jest również oferta lodów, które metodą rzemieślniczą wytwarzane są na miejscu.

Ciekawostką są wyroby regionalne spotykane wyłącznie na Śląsku - na przykład cukierki „kopalniaki”, również dostępne w sklepach firmowych.

PO CZWARTE: ZNALEŹĆ SPOSÓB NA TRUDNOŚCI

Marek Jakubiec, choć patrzy w przyszłość z optymizmem, doskonale orientuje się w problemach nękających branżę. Jego utrapieniem, podobnie jak i wielu przedsiębiorców z tego sektora, jest obawa przed dużymi przemysłowymi piekarniami, które wielkimi krokami zmirają na polski rynek.

- Ciężko z nimi konkurować biorąc pod uwagę, że jakość pieczywa przez nie oferowana nie odbiega znacznie od jakości oferowanej przez rodzimych piekarzy, a koszty produkcji są dużo niższe - martwi się przedsiębiorca.

Kolejnym problemem są supermarkety, które oferują pieczywo w większości gorszej



W sklepie firmowym można napić się doskonałej kawy bądź zimnych napojów.
FOT. KONRAD JANOWSKI

jakości, natomiast po dużo niższej cenie. - Tu się pojawia problem natury ekonomicznej - tłumaczy Marek Jakubiec. - Rodzinę czteroosobową stać na to, aby zakupić chleb w piekarni, natomiast rodzina pięć-, sześciuosobowa już bardzo mocno zastanawia się nad takim zakupem i tu bardzo często wygrywa supermarket. W takich przypadkach cena znacznie pobija jakość produktu. Do tej pory przedsiębiorca nie zdecydował się na współpracę z żadną. Jak mówi, nie ma

nawet tego w najdalszych planach i bronił się przed tym będzie tak długo, jak to będzie konieczne.

- Nie jest założeniem naszej piekarni, aby sprzedawać towar masowo, w naszych punktach sprzedaży duży nacisk stawiamy na obsługę klienta, na to, w jaki sposób sprzedawany towar jest wyeksponowany, no i oczywiście na jakość produktu, którą nasi klienci oceniają bardzo wysoko - zapewnia właściciel. ■

JAKOŚĆ NA CZTERECH KOŁACH

Marek Jakubiec w transporcie od lat korzysta z samochodów marki Iveco. Znana marka dostawczaków i nie tylko to górna półka tej klasy pojazdów. Silniki diesla o pojemności od 2300 cm³ i mocy od 106 KM dają możliwość płynnego i elastycznego prowadzenia przy niewielkim zużyciu paliwa. Prywatnie Marek Jakubiec jest fanem motoryzacji. W wolnym czasie jak mówi - „spełnia swoje marzenia z tym związane”.



FOT. KONRAD JANOWSKI

CROISSOMAT

DO PRODUKCJI CROISSANT'ÓW

RONDO[®]
Dough - how & more.



ATUTY

- małe gabaryty
- łatwy w obsłudze
- regulacja zwojów na produkcie
- wykorzystanie w 100 % pasa roboczego ciasta
- regulowana wydajność - max.1000 szt/h na rząd produkcyjny
- możliwość nadziewania nadzieniem płynnym i stałym
- szybki system wymiany oprzyrządowania
- możliwość cięcia i sztancowania różnych kształtów

Zwija produkty rozwija sprzedaż

Podniebienie Twojego klienta bywa wybredne. Zwłaszcza, gdy każde śniadanie wieje nudą i szarością. Najwyższa pora, by zaszerować mu rozkoszną ucztę na dobry początek dnia. A znakomitym, często nieodłącznym elementem porannej kawy z mlekiem, gorącej czekolady, czy zielonej herbaty są pyszne, i aromatyczne trójkącki z puszystego ciasta. Croissanty chrupiące rogaliki z ciasta półfrancuskiego lub drożdżowego rozbudzą Twoje zmysły i doskonale wypełnią dalszą część dnia. Pyszna i lekka przekąska wykonasz na naszym Croissomacie. Małej, sprytnej i wydajnej maszynie, pozwalającej na formowanie rogali, solanek, czy innych produktów. Trójkąty, trapezy i kwadraty - Croissomat doskonale przytnie ciasto w wiele, różnorodnych kształtów. Zrobi dla Ciebie małe rogaliczki na każdą okazję. Z nadzieniem owocowym, czekoladowym, ale również - z szynką, serem czy z salami.

Dzięki naszej maszynie podniebienie Twojego klienta rozplynie się we francuskim cieście każdego dnia.



Maszyna w 100% minimalizuje odpady. Niewykorzystane ciasto wraca i zostaje ponownie poddane formowaniu. Dzięki temu mogę wydajniej wypiekać.

Zbigniew Marat - właściciel Zakładu Piekarniczo-Cukierniczego "MAREL" w Dębowej Górze

Idealna maszyna do produktów zwijanych.

Mogę na nim wykonać zarówno te nadziewane, jak i nienadziewane, z nadzieniem płynnym oraz stałym. U moich odbiorców bardzo dobrze sprzedają się croissanty z serem i salami.

Krzysztof Nacolek - właściciel MK w Ropczycach

Croissomat zajął mało miejsca w moim zakładzie, dając mi wiele możliwości.

Dzięki niemu rozwinąłem wachlarz oferowanych produktów.

Sławomir Gondek - właściciel Vital Sp. J. w Moleszynie

W Polsce croissanty są coraz bardziej popularne. Widzę, to po zamówieniach.

Produkuję ich więcej i więcej. Croissomat w szybkim czasie stał się po prostu niezbędny.

Damaszy Szymkiewski - właściciel Dakri Sp. z o.o. w Łodzi

Nie jest skomplikowany w obsłudze, a jego podstawową zaletą jest wydajność.

Croissomat pokroił ciasto w trójkąty, trapezy, a nawet w koła i kwadraty.

Paweł Szymański - właściciel Szymański - Piekarnictwo, Cukiernictwo S. J. w Tomaszowie Mazowieckim

Dzięki tej maszynie mogłem zaoferować klientom coś więcej niż tylko tradycyjne pieczywo.

Krucze rogaliki z ciasta francuskiego wykonuję na różne okazje.

Śniadania biznesowe, konferencje prasowe, szkolenia, bankiety - to tam lądują moje wypieki.

Witold Kowalczyk - właściciel Piekarni „Familijna” Sp. J. w Krośnicach

REFERENCJE

Wylączny przedstawiciel:

Cream Sp. z o.o.

ul. Kolejowa 17

40-706 Katowice

tel. +48 (32) 60 40 700

CREAM profesjonalne
technologie spożywcze

Pobierz film www.cream.pl

Zapraszamy na targi Bakepol 2011 - pawilon D stoisko 22

KTO PYTA NIE BŁĄDZI

I... JEST UBEZPIECZONY

Tomasz Przysiężny

Właściciele małych i średnich przedsiębiorstw nie muszą korzystać z ubezpieczenia swoich firm. Czy jednak taka oszczędność w płaceniu składek jest opłacalna? Na pytania przedsiębiorców odpowiada Cezary Orłowski, prawnik z Biura Rzecznika Ubezpieczonych.

- Osoba prowadząca działalność gospodarczą, poszukująca zabezpieczenia majątkowego w postaci ochrony ubezpieczeniowej, nie ma obowiązku zawarcia takiej umowy ubezpieczenia - podkreśla Cezary Orłowski, prawnik z Biura Rzecznika Ubezpieczonych. Dobrowolność umowy ubezpieczenia działa jednak w obie strony, a to oznacza, że ubezpieczyciel również nie ma obowiązku zawarcia umowy, gdy na przykład uzna ją za zbyt ryzykowną.

- Istotą ubezpieczenia MiŚ jest przede wszystkim zapewnienie ochrony ubezpieczeniowej dla osób prowadzących działalność gospodarczą w ramach małych i średnich przedsiębiorstw poprzez wypłatę określonego w umowie świadczenia ubezpieczeniowego za szkody w majątku przedsiębiorstwa lub jego odpowiedzialnością cywilną wobec osób trzecich - przypomina Orłowski.

Dla wielu piekarzy i cukierników, którzy mają małe zakłady produkcyjne, opłacanie składek ubezpieczeniowych to spore obciążenie dla budżetu firmy. Często jednak nie podpisują oni umowy z zakładem ubezpieczeniowym, gdyż nie w pełni są świadomi wypadków, do jakich może dojść nie tylko podczas produkcji, ale także w punktach sprzedaży pieczywa i wyrobów cukierniczych. Konsekwencją braku odpowiedniego ubezpieczenia są odszkodowania, które przedsiębiorca musi wypłacać z własnej kieszeni. Niekiedy ich wysokość może przekroczyć nawet wartość majątku firmy, którą w takiej sytuacji trzeba sprzedać, aby zaspokoić roszczenia poszkodowanych osób.

Ubezpieczając się trzeba jednak pamiętać o kilku istotnych rzeczach, na które należy zwrócić szczególną uwagę podpisując umowę z zakładem ubezpieczeniowym. O niektórych z nich mówi prawnik Cezary Orłowski z Biura Rzecznika Ubezpieczonych, który odpowiada na kilka często zadawanych pytań dotyczących ubezpieczeń dla małych i średnich przedsiębiorstw.



Należy dokładnie sprawdzić, czy podpisywana umowa obejmuje ubezpieczenie w takim zakresie, w jakim oczekuje tego przedsiębiorca. Często bowiem różne „opcje” występują jako klauzule i są oferowane dopiero za opłatą dodatkowej składki. Fot: B&S

- Czy zawierając umowę ubezpieczenia małych i średnich przedsiębiorstw piekarz i cukiernik ubezpiecza także własnych pracowników za szkody na osobie w związku z wypadkiem powstałym przy wykonywaniu pracy?

- Odpowiedzią na tak postawione pytanie jest w zasadzie treść postanowień ogólnych warunków ubezpieczenia. Należy zatem zbadać, czy umowa zawiera wariant dotyczący objęcia odpowiedzialnością ubezpieczyciela szkód na osobie wyrządzonych pracownikom lub podwykonawcom podczas wykonywanej pracy w ramach ubezpieczenia OC pracodawcy lub OC z tytułu prowadzonej działalności. Często bowiem jest tak, że dana „opcja” występuje pod nazwą dodatkowych klauzul umownych i jest oferowana dopiero za opłatą dodatkowej składki. Jeżeli więc zakres udzielonej

ochrony ubezpieczeniowej z tytułu odpowiedzialności cywilnej został rozszerzony na pracowników lub podwykonawców, to ubezpieczyciel będzie zobowiązany do pokrycia powstałych po ich stronie szkód. Na podstawie artykułów 444-447 kodeksu cywilnego będą im przysługiwać jednorazowe zadośćuczynienie pieniężne za doznaną krzywdę oraz zwrot wszelkich kosztów związanych z wypadkiem, między innymi leczeniem, rehabilitacją, opieką nad poszkodowanym itp. Osobie takiej należeć się będzie także renta uzupełniająca, która ma stanowić wyrównanie różnicy w dochodach osiągniętych przed wypadkiem w stosunku do tych po wypadku. W szczególnych przypadkach ubezpieczyciel musi wypłacić też jednorazową kapitalizację renty, rentę na zwiększone potrzeby, a nawet zwrot utraconych zarobków.

W przypadku tragicznego zdarzenia i śmierci pracownika lub podwykonawcy na skutek wypadku w pracy jego bliskim będą potencjalnie przysługujące: stosowne odszkodowanie, jeżeli wskutek śmierci poszkodowanego nastąpiło znaczne pogorszenie sytuacji życiowej jego najbliższych, zwrot kosztów związanych z leczeniem i pogrzebem, renta alimentacyjna oraz wypłacane jednorazowo zadośćuczynienie za doznaną krzywdę.

- Czy ubezpieczenie przedsiębiorstwa obejmuje szkody wyrządzone przez pracowników?

- Także i w tym przypadku należy się przywrzeć treści postanowień ogólnych warunków ubezpieczenia i zbadać, czy umowa zawiera wariant dotyczący objęcia odpowiedzialnością ubezpieczyciela szkód wyrządzonych przez pracowników w związku z wykonywaną przez nich pracą. Jeśli tak jest, to ubezpieczyciel będzie odpowiadał względem osoby poszkodowanej tylko w zakresie odpowiedzialności pracodawcy wynikającej z art. 430 kodeksu cywilnego. Artykuł ten brzmi: Kto na własny rachunek powierza wykonanie czynności osobie, która przy wykonywaniu tej czynności podlega jego kierownictwu i ma obowiązek stosować się do jego wskazówek, ten jest odpowiedzialny za szkodę wyrządzoną z winy tej osoby przy wykonywaniu powierzonych jej czynności. Do skutecznego dochodzenia roszczenia niezbędne jest wówczas wykazanie, że powierzono wykonanie czynności na własny rachunek pracownikowi oraz wskazanie, na czym polegało zawinione zachowanie pracownika. Brak winy podwładnego uchyla możliwość ubiegania się o odszkodowanie na podstawie wspomnianego artykułu kodeksu cywilnego, ale nie stanowi przeszkody do zaistnienia odpowiedzialności własnej pracodawcy na podstawie artykułów 415, 416, 429 k.c.

- W skład zakładu piekarsko-cukierniczego wchodzi trzy sklepy. Czy ubezpieczając firmę, ubezpieczenie obejmuje wszystkie lokalizacje?

- Niestety nie. W większości przypadków ubezpieczenia mienia w danym przedsiębiorstwie ubezpieczyciel odpowiada za szkodę powstałą w mieniu zlokalizowanym w miejscu ubezpieczenia. Najczęściej miejscem tym będzie siedziba firmy, zaś przedstawicielstwa, oddziały czy inne placówki standardowo nie są objęte ubezpieczeniem. Na szczęście istnieje możliwość objęcia ubezpieczeniem mienia, które znajduje się na zewnątrz siedziby firmy. Należy jednak zaznaczyć we wniosku ubezpieczeniowym punkt dotyczący rozszerzenia wariantu ubezpieczenia zakresu terytorialnego ochrony ubezpieczeniowej.

- Czy właściciel sklepu cukierniczego, który z powodu awarii prądu na osiedlu poniósł

stratę, gdyż rozmroziły mu się lody w lodówce, uzyska odszkodowanie z własnego ubezpieczenia? Czy może ubiegać się o wypłatę odszkodowania z ubezpieczenia OC dostawcy energii elektrycznej?

- Analizując możliwość ubiegania się odszkodowania od operatora systemu przesyłowego, stwierdzić należy, iż jest ona uregulowana w treści umowy o świadczenie usług przesyłania energii elektrycznej oraz przepisami prawa energetycznego. Odpowiedzialność dostawcy energii związana jest zazwyczaj z tak zwaną jednorazową nieplanowaną przerwą w dostawie energii elektrycznej, która według przepisów prawa energetycznego nie powinna trwać dłużej niż 24 godziny. Jeżeli dany limit zostanie przekroczony, wówczas odbiorcy należna jest bonifikata, a w przypadku powstania szkody z tytułu braku energii, jej odbiorca może dochodzić odszkodowania na podstawie artykułów 415 albo 471 kodeksu cywilnego.

Istnieje również możliwość usunięcia skutków długotrwałego braku energii elektrycznej z własnego ubezpieczenia od ognia i innych zdarzeń losowych pod warunkiem, że ogólne warunki ubezpieczenia nie przewidują wyłączenia ochrony z tytułu awarii w dostawie prądu. Może bowiem być tak, że umowa ubezpieczenia obejmuje jedynie przypadki związane z nagłym działaniem siły zewnętrznej na ubezpieczone mienie, natomiast nie przewiduje ochrony ubezpieczeniowej na wypadek awarii spowodowanej przerwą w dostawie energii elektrycznej.

I znowu szczegółowej odpowiedzi co do zakresu odpowiedzialności ubezpieczyciela udzieli nam informacje zawarte w ogólnych warunkach ubezpieczenia. W ich treści powinno zostać określone, za co ubezpieczyciel odpowiada, oraz zdarzenia, z którymi umowa nie wiąże obowiązku naprawienia szkody. Jeżeli więc w zakresie ubezpieczenia znajduje się ryzyko rozmrożenia i zepsucia towarów przechowywanych w chłodniach, to szkodę będzie można naprawić z tego tytułu. W przeciwnym wypadku ochrony na takie zdarzenie nie będzie.

- Jeden z budynków wchodzących w skład zakładu piekarsko-cukierniczego uległ zagrzybieniu. Czy ubezpieczenie mienia pokryje koszty usunięcia zagrzybienia?

- Zasadą jest, że zakłady ubezpieczeń nie odpowiadają za szkody wynikające z powolnego działania czynnika szkodowego, rozłożonego w dłuższym okresie czasu, którego skutki można przewidzieć oraz im zapobiec. A do takich zaliczyć można na przykład działanie wilgoci, pleśni, insektów, bakterii, grzyba. Zawilgocenie pomieszczeń, jeśli jest spowodowane przyczyną wewnętrzną spowodowaną warunkami pomieszczenia, nie będzie objęte ubezpieczeniem. Z tych względów

koszt usunięcia zagrzybienia nie będzie podlegał odszkodowaniu z umowy ubezpieczenia, chyba że jest konsekwencją szkody polegającej na zalaniu lub powodzi, a więc wywołanych uprzednio powstałą przyczyną zewnętrzną, które podlegają ochronie w ramach zawartej umowy ubezpieczenia.

- Jeżeli w cukierni klienci zatruli się salmonellą, to czy z ubezpieczenia OC można zaspokoić ich roszczenia?

- W danym przypadku nie powinno być problemów z uzyskaniem wypłaty odszkodowania pod warunkiem rozszerzenia ochrony ubezpieczeniowej o szkody powstałe z tytułu produktu niebezpiecznego. Przy czym warto dodać, iż brak powyższej klauzuli nie wyklucza możliwości dochodzenia roszczeń z innego tytułu, na przykład odpowiedzialności za szkody na zasadach ogólnych.

Większość ubezpieczycieli stosuje wyłączenia dotyczące chorób zakaźnych, natomiast dolegliwości układu pokarmowego związane z zatruciem pokarmowym są objęte ochroną ubezpieczeniową w ramach podstawowego zakresu ubezpieczenia OC. Natomiast klauzula „OC za produkt” w stopniu znaczącym ułatwia dochodzenie odszkodowania od podmiotu odpowiedzialnego za szkodę. W tym przypadku podstawą odpowiedzialności cukiernika jest zasada ryzyka producenta opisana w art. 449 kodeksu cywilnego: „Kto wytwarza w zakresie swojej działalności gospodarczej produkt niebezpieczny, odpowiada za szkodę wyrządzoną komukolwiek przez ten produkt”. Producent ciastka, chcąc uwolnić się od odpowiedzialności za szkodę, musi wykazać wyłączną winę poszkodowanego albo osoby trzeciej lub też siłę wyższą.

W przypadku braku klauzuli „OC za produkt”, osoba poszkodowana chcąc dalej dochodzić odszkodowania od ubezpieczyciela będzie musiała wykazać winę sprawcy, a więc udowodnić, że do zakażenia salmonellą doszło na skutek zaniedbania ze strony cukiernika.

W praktyce oznacza to jednak, iż osoba poszkodowana raczej zrezygnuje z kierowania roszczenia do ubezpieczyciela, gdyż ten proces, przy braku „OC za produkt” będzie bardzo trudny. Z kolei o wiele łatwiejszą drogą będzie kierowanie roszczenia z art. 449 k.c. bezpośrednio od sprawcy szkody (z pominięciem ubezpieczyciela). Dlatego też warto zadbać, aby w ramach ubezpieczenia MiŚ znalazła się klauzula „OC za produkt”, unikniemy w ten sposób konieczności wypłaty „z własnej kieszeni” odszkodowań. ■

Informacje o możliwościach skorzystania z pomocy rzecznika ubezpieczonych można znaleźć na stronie www.rzu.gov.pl lub uzyskać telefonicznie pod numerem: 22 333 73 26.

W ZGODZIE Z TRENDAMI, ALE TYLKO TROCHĘ

Aneta Marczak

Miniporcje, klasyczne kompozycje z pikantnymi dodatkami i artystycznie podawane lody - to trendy w deserach panujące obecnie na całym świecie. Wygląda na to, że w Polsce przyjmuje się tylko ta ostatnia nowość.

Listę pięciu najważniejszych trendów, jakie miały zdominować rok 2011 na całym świecie, ogłosili już w grudniu ubiegłego roku specjaliści z National Restaurant Association w Stanach Zjednoczonych. Powstała na podstawie ankiet, które stowarzyszenie rozesała do tysięcy najlepszych kucharzy i cukierników. Lista szybko trafiła również do Polski.

- Listę nowości studiowaliśmy pod koniec ubiegłego roku, planując desery na nadchodzący sezon - mówi Konrad Leśniewski, cukiernik z Zakopanego. - Wprowadziliśmy miniporcję i lody z nowymi smakami. Trudno określić, czy się przyjęły, klienci nadal najchętniej zamawiają szarlotkę na ciepło.

W Polsce desery już dawno przestały być domeną cukierni hotelowych i kawiarni. Obecnie ma je w swojej ofercie prawie każda szanująca się cukiernia z częścią kawiarnianą.

Począwszy od tradycyjnych ciast, mało kto jada je w klasycznej formie, często serwowane są z lodami, syropami, świeżymi owocami bądź na ciepło.

Większość cukierników idzie jeszcze dalej i decyduje się na produkcję własnych deserów. Często są one podobne w wielu cukierniach, ponieważ powstają z identycznych komponentów i według tych samych receptur, oferowanych przez firmy zaopatrujące cukiernie. Dostawcy szybko reagują na nowe trendy - ponieważ desery na całym świecie sprzedają się dobrze, produkty potrzebne do ich wytwarzania pojawiały się już w ofercie większości firm zaopatrujących polski rynek.

- Aby ułatwić pracę cukiernikom, dostarczamy również oryginalne receptury, które pomagają przygotować słodkości - twierdzą producenci i dystrybutorzy.



Produkty do przygotowania artystycznych deserów ma w swojej ofercie większość dostawców.
FOT. MARTIN BRAUN

PIERWSZE MIEJSCE:**ARTYSTYCZNI PODAWANE LODY**

Lody zajęły pierwsze miejsce na amerykańskiej liście. Ważny jest jednak nie ich skład, ale sposób podawania. Ten trend powoli staje się widoczny również i w Polsce. Lodom i sposobom ich prezentacji poświęcamy w tym numerze osoby artykuł, który można znaleźć w dziale „Surowce i dodatki”, w tym miejscu chcielibyśmy poruszyć tylko najważniejsze zagadnienia związane z tym tematem.

Lody do swojej oferty powoli wprowadza już większość polskich cukierni. Coraz częściej nie są to lody przemysłowe, które do tej pory dominowały na polskim rynku, ale lody rzemieślnicze. Trendy, jeżeli chodzi o smaki i sposób podawania wciąż jeszcze wyznaczają giganci: lodziarnie Grycana, Zielona Budka czy podbijające polski rynek Ice Cafe Concept. - Charakteryzuje nas najwyższa jakość lodów i oryginalnie przygotowywane desery - mówi Krzysztof Niebrzydowski, dyrektor marketingu w Ice Cafe Concept. Lodziarnie starają się być na bieżąco ze światowymi trendami, ponieważ nastawiają się na młodych klientów, którzy oczekują podobnej oferty jak ich koledzy z zachodniej Europy.

Cukiernikom przychodzą z pomocą dostawcy - oryginalne lody wyglądem nawiązujące do dinozaurów, które pokochały dzieci w całej zachodniej Europie, ma już w swojej ofercie Martin Braun, oryginalne żele do dekoracji proponuje firma Pre Gel, a interesujący sposób podawania kreuje włoski producent Mec3, którego polskim przedstawicielem jest firma Kames.

Przepięknie podane lody oferuje w Polsce cukiernia Jana Kachlickiego z Grodziska Wielkopolskiego, której przedstawiciele zajęli w tym roku pierwsze miejsce na Lodziarskich Mistrzostwach Polski organizowanych w Warszawie.

Klienci cukierni mają do dyspozycji lody w piętnastu smakach, dekorowane ręcznie czekoladą, karmelem i marcepanem.

MIEJSCE DRUGIE:**DESERY W MAŁYCH PORCJACH**

Ten trend wiąże się z modą na odchudzanie, zdrowy styl życia i ograniczanie spożycia cukru. Cukiernicy szybko znaleźli odpowiedź na potrzeby rynku i zaczęli przygotowywać minidesery, w małych, szklanych opakowaniach, artystycznie podane, wykonane z różnorodnych, często oryginalnych składników.

W Polsce jeszcze niewiele cukierni decyduje się na taki sposób podawania deserów, ale trend ten jest już widoczny w ofercie dostawców komponentów. Przebojem stają się kuleczki Gocce z linii Fresco Italia Martina Brauna, które

pozwalają na przygotowanie deserów w stylu „słodkie sushi” – miniporcji, które stały się hitem na światowym rynku. Jak podkreśla dystrybutor, kolorowe, żelowe kuleczki są odporne na zamrażanie i pieczenie. Na polskim rynku dostępne są w smakach: truskawkowym, jabłkowym, cytrynowym oraz owoców lasu. Mają niezwykle efektowny wygląd. Cukiernicy, którzy korzystają z nich przy dekoracji, chwalą sobie efekt, jaki dzięki nim udaje się uzyskać.

Minidesery można przygotowywać również z komponentów firmy Komplet i Baker Serwis, która niedawno wprowadziła do swojej oferty kolorowe polewy do miniciasteczek. Oryginalne dekoracje, z których można tworzyć małe dzieła sztuki cukierniczej, proponuje klientom Barbara Luijckx.

Desery w miniporcjach chętniej od klasycznych cukierni wprowadzają cukiernie hotelowe. W Polsce oferuje je już większość luksusowych, pięciogwiazdkowych hoteli. Co ciekawe, w niektórych z nich takie desery znalazły się również w ofercie... śniadaniowej.

POZYCJA TRZECIA: KOMBINACJE WIELU SMAKÓW LODÓW

I znów na amerykańskiej liście znalazły się lody. Nieprzypadkowo. Ich spożycie na całym świecie jest bardzo wysokie i cały czas rośnie. Co prawda polski rynek stanowi zaledwie około 0,5 proc. światowego rynku lodów (wartość ponad 50 mld dolarów), ale można na nim zaobserwować te same trendy co na rynkach zachodnich.

ZDANIEM EKSPERTA**Zostawmy fusion kucharzom**

Rozmowa z Alexandre Bourdeaux, doradcą technicznym Akademii Czekolady Callebaut w Belgii.

**- Jakie będą najważniejsze nowe trendy w deserach w tym roku?**

- Bardzo trudno jest stworzyć nowe trendy na każdy rok. Spoglądając rok wstecz widzieliśmy, że bardzo modne stały się ciasta typu eklerki. Wykonywano je na sto różnych sposobów od bardzo oryginalnych, po tradycyjne, klasyczne.

- Jaki europejski kraj jest wyznacznikiem takich trendów? Na kim wzorują się cukiernicy?

- Od lat trendy cukiernicze wyznacza Francja a w zasadzie Paryż. Od kiedy Pierre Hermé wykreował nowy styl w cukiernictwie, jego dzieła nadal inspirowały naśladowców na całym świecie. Z trendami w cukiernictwie jest tak samo jak z każdą inną modą.

- Do niedawna również w cukiernictwie popularne było tzw. fusion, łączenie smaków. Czy to się zmienia, czy nadal warto stawiać na nietypowe połączenia?

- Tak, ten trend jest bardzo popularny, choć ja wolałbym zostawić fusion kucharzom. A to dlatego, że tworzenie deserów odbywa się według innych technik niż te, którymi operuje kuchnia molekularna. Łączenie smaków jest sprawą niezwykle trudną, nie każdy umie to zrobić poprawnie. Zawsze jest ryzyko, że nie uda się uzyskać równowagi smaków i odpowiednich kontrastów. To bardzo ryzykowane, dlatego w cukiernictwie lepiej jednak postawić na klasykę. Niezwykłe połączenia smakowe: czekolady z kaczką czy cebuli z czekoladą, są dobre, ale do czasu, na chwilę, nikt nie będzie w stanie jeść tego na co dzień.

- Gdzie szukać inspiracji planując na lato kartę deserów?

- Na przykład w Akademii Czekolady w Belgii, zapraszam.

Alexandre Bourdeaux ukończył Ceria-Ipiat w Brukseli, a doświadczenie zdobywał w renomowanych cukierniach i hotelach w Belgii, USA, Włoszech, Japonii, Egipcie i Wielkiej Brytanii. Specjalizuje się głównie w ciastach i deserach. Prowadzi szkolenia dla profesjonalistów z całego świata w Akademii Czekolady w Wieze w Belgii.

▶ Na przykład w Wielkiej Brytanii sprzedaż lodów luksusowych w ciągu ostatniego roku wzrosła o ponad 13 proc., choć w tym czasie cały rynek skurczył się o blisko 5 proc. - twierdzą analitycy firmy Snapshots International.

To dowód na to, że zmieniają się też gusta Polaków i podobnie jak na rynkach zachodnich, klienci pozwalają sobie czasem na małe szaleństwa. Polacy pozwalają sobie na zakup produktów lepszych jakościowo, za które są w stanie zapłacić więcej. To taka odrobina luksusu w granicach rozsądku - twierdzą eksperci. Ich zdaniem, ubiegłoroczny sezon lodowy był specyficzny z jeszcze jednego względu. Po zachłyśnięciu się mrożonymi napowietrzonymi masami bazującymi na serwatce w proszku i syntetycznych barwnikach - obecnie popyt na najtańsze lody spada.

Z badań dystrybutorów wynika, że coraz większa rzesza amatorów deserów wybiera lody świadomie, analizując skład i wartości odżywcze. Prawie 75 proc. z nich szuka w ich składzie naturalnych składników. Od kilku lat największy wzrost sprzedaży w sezonie letnim notują sorbety. Już blisko 25 proc. gospodarstw zauważa, że lody jako deser domowy są bardziej ekonomiczne niż ciasta, galaretki, kremy czy budynie.

Ten trend zauważają cukiernicy - coraz więcej z nich decyduje się na samodzielną produkcję lodów.

Dostawcy komponentów do ich produkcji starają się na każdy sezon przygotować nowe, niespotykane smaki. Podczas tegorocznych targów Expo Sweet w Warszawie hitem były góralskie lody o smaku oscypka oraz kolorowe lody dla dzieci o smaku waty cukrowej.

Na świecie już tradycyjnie trendy wyznaczają Włosi. W tym roku oferują oni lody wykonane na bazie oślego mleka.

W Polsce oryginalne, włoskie komponenty do produkcji lodów sprzedaje przedstawiciel firmy Prodotti Stella, w tym sezonie hitem ma być linia Opera, której lody zawierają ciekawe kombinacje orzechów i świeżych owoców.

W Wielkiej Brytanii można kupić lody wykonane na mleku karmiących matek, które adresowane są dla... niemowląt.



Na pierwszym miejscu wśród światowych trendów znalazły się artystycznie podawane lody.
FOT. BARTOSZ RYCZAN

JAK TO SIĘ ROBI ZA GRANICĄ?

Austria słynie ze słodkości i deserów, dopracowanych przez ambitnych cukierników oraz producentów czekolady, których tradycje wywodzą się z dawnych krajów wchodzących w skład monarchii. Wśród wartych grzechu przysmaków należy wymienić tort Sachera, Malakoff, Linz i Esterházy, delikatne i rozpluwające się w ustach pralinki oraz doskonałe czekolady, nie zapominając o ciepłych i puszystych deserach mącznych.

Co ciekawe, w uzdrowiskach znajdują się najbardziej luksusowe cukiernie. Czy to dlatego, że podczas pobytu na kuracji każdy marzy nie tylko o odpoczynku, ale także o dogadaniu sobie? W każdym razie dowodzi tego Cukiernia Kastnera w kurorcie borowinowym i Kneippa Bad Leonfelden, gdzie szczególną uwagę zwraca się na wykorzystanie produktów pochodzących z regionu. Ponadto miejsce to szczyli się 450-letnią tradycją wytwarzania pierników, jest to zatem najstarsza austriacka cukiernia.

Jeszcze większe wrażenie robi urozmaicona i wyszukana oferta Uzdrowskiej Cukierni Oberlaa, sprzedającej wspaniałe desery w sześciu filiach w Wiedniu. W jasno oświetlonych witrynach na amatorów czeka ponad sto pięćdziesiąt całorocznych i sezonowych smakołyków: słodczyce, ciastka, torty i wiele innych kreatywnych pyszności.

W Wiedniu warto także odwiedzić filię Aida-Café. I to nie tylko ze względu na ciastka i kawę. Wyposażenie wnętrza, pochodzące w większości z lat 60., w zestawieniu z różowymi, szykownymi garnsonkami kelnerek jest wręcz kultowe.

Łowcy atrakcji, podążający ścieżką eksperymentalnych przygód z czekoladą, powinni koniecznie sięgnąć po produkty manufaktury czekolady Zottera. Josef Zotter jest pionierem nie tylko w kwestii doboru uczciwych dostawców „Fair-Trade”, gdyż przykładą wielką wagę do informacji o pochodzeniu surowca. Jest także pionierem w dziedzinie innowacyjnego doboru składników. Zgodnie z hasłem urozmaicenia i wariacji powstają najbardziej niesamowite kompozycje. Nowością są składniki pełnowartościowe, witalizujące i ajurwedyjskie, które mają mieć nawet działanie lecznicze. Do ręcznie wyrabianej masy dodawane są orzeszki cedrowe, grzybek reishi, rumianek, hibiskus, tofu i amarantus. Czekolady Zottera można dostać w każdym dobrym sklepie spożywczym.

W podobny innowacyjny sposób konkurują między sobą niektóre tradycyjne salzburskie cukiernie, tworząc nowe modne torty i czekoladki: mimo iż Cukiernia Ratzka zaliczana jest przez krytyka Wolframa Siebecka i przewodnik Gault Millau do najlepszych w Austrii, stale pracuje nad ulepszeniem receptur. Obecnie motto brzmi „tylko najwyższa jakość i niewiele cukru”, który jest dodawany równie oszczędnie jak przyprawy. Ponadto w każdy dzień tygodnia na swych amatorów czekają najróżniejsze łakocie - i odwrotnie też.

Ogromną popularnością cieszą się tzw. „Baci” („pocałunki”), czyli lekkie nadziewane beziki, produkowane przez cukiernię Tortenmacher Herberta Wagenleitnera, który od roku 1997 proponuje ponadto pączki, kremówki, ciasto morelowe, torcik śmietankowo-jogurtowy z mango i duży wybór smakołyków dla diabetyków.

Na podstawie materiałów austria.info



Desery w miniporcjach to kolejny ze światowych trendów cukierniczych, który być może przyjmie się w Polsce.
FOT. BARTOSZ RYCZAN

CZWARTE MIEJSCE: KLASYCZNE KOMPOZYCJE Z PIKANTNYMI DODATKAMI

Ta nowość w Polsce budzi najwięcej emocji. Co prawda kuchnia fusion, polegająca na łączeniu smaków znalazła wielbicieli i u nas, jednak w sferze deserów klienci są bardziej tradycyjni. Podobnego zdania jest Michał Wiśniewski, cukiernik z Hotelu Haffner w Sopocie: - W teorii dobrze mieć w karcie desery będące połączeniem klasycznych kompozycji z pikantnymi dodatkami, bo to świadczy o tym, że cukiernia podąża za najnowszymi trendami - wyjaśnia. - W praktyce jednak to się nie sprzedaje. Ludzie wolą klasykę: tradycyjne ciasta, dobre lody. Nowością jest to, że podobnie jak od dawna już na świecie, teraz również i u nas goście wolą lody rzemieślnicze, wykonywane tradycyjnie, od tych przemysłowych. I takie lody można dostać w naszym hotelu.

Do nowych połączeń smakowych pierwsi przekonali się cukiernicy, którzy pracują z czekoladą. Pralinki kryjące w sobie suszone pomidory, ostre papryczki czy płatki fioków były hitem tegorocznych eliminacji Europy Środkowo-Wschodniej do finałów World Chocolate Masters 2011.

- W swojej pracy staram się łączyć różne niekonwencjonalne smaki, aby uzyskać zaskakujące efekty - mówi Peter Durai ze Słowacji, zdobywca II miejsca. - Sztuka cukiernicza stale się zmienia, ewoluuje, tu nie ma miejsca na nudę.

Czekoladę o oryginalnych smakach pod własną marką produkuje Wytwórnia Ciast i Lodów Santos z Krościenka Wyżynnego.

W Polsce trudno znaleźć cukiernię, która oferuje desery będące nietypowym połączeniem smaków. Czasem można je spotkać w cukierniach hotelowych. Nic nie wskazuje jednak na to, aby ten trend przyjął się na polskim gruncie. O nietypowych połączeniach smakowych myślał dostawca komponentów: - Mamy w swojej ofercie całą gamę produktów, które mogą być użyte do takich deserów - mówi Waldemar Zawidzki, szef sprzedaży w firmie Komplet. - Wszystko tak naprawdę zależy od inwencji i kreatywności cukiernika, który z nich będzie korzystał. Weźmy pod uwagę choćby kremy: posiadamy takie o naturalnych smakach. Można dodać do nich dowolne owoce, alkohole i uzyskamy naprawdę ciekawy efekt.

TREND PIĄTY: DESERY NA WYNOS

O ile na całym świecie ta nowość cieszy się ogromnym powodzeniem, w Polsce typowych deserów na wynos na próżno szukać. Na ten sposób sprzedaży zdecydowały się niektóre lodziarnie, w większości te, które oferują wytwarzane według własnych receptur lody rzemieślnicze i mają stałych klientów. W Trójmieście lody na wynos można zamówić w lodziarni Gelati Giuseppe, w Elblągu oferuje je Cukiernia Marysieńka, która specjalizuje się m.in. w lodach sorbetowych, w Warszawie włoska lodziarnia Fragoła, w Busku Zdroju lo-

dziarnia Doce Vita, która ma w swojej ofercie aż 26 smaków lodów.

Co prawda większość cukierni sprzedaje torty w mniejszych porcjach: tak jest w sieciowych cukierniach Sowa z Bydgoszczy, w Świecie Słodczy w Kielcach i wielu innych, jednak poza ciastami na wynos można dostać jedynie czekolady i praliny. Te ostatnie, pakowane w artystyczne pudełka, sprzedaje m.in. Słodka Manufaktura Leona z Warszawy, Wytwórnia Ciast i Lodów Santos, Szycy Company ze Słupska oraz Cukiernie Sowa.

W krajach zachodnich cukiernie sprzedaż na zewnątrz też zaczynają w podobny sposób: - Wprowadzanie nowych trendów zaczynaliśmy od tego, że klientom, którzy nie chcą kupić całego tortu za 35 dolarów, proponujemy jego kawałek za 2,25 dolara - powiedział James Holmes z Napoleon Bakery. Jednak w przyszłym roku jego firma zamierza sprzedawać nowe „desery na wynos”. - To będzie mieszanka musu czekoladowego i boczku - zdradza Holmes. Bardzo ciekawą ofertę dla cukierników, którzy się na sprzedaż deserów na wynos zdecydowali, ma firma K-2, która sprzedaje system Mini Mon Amur, czyli małe pucharki z zamykanym wieczkiem, w których można w ciekawy sposób eksponować i sprzedawać desery. Jak podkreślają przedstawiciele firmy, pozwolą one cukierniom i lodziarniom zdobyć nowych klientów, m.in. w sferze cateringu, na lotniskach, imprezach bankietowych. ■

reklama

baker



tel. 507 028 004



www.bergback.pl

TORTY KOMUNIJNE

NADAL PO ANGIELSKU

Konrad Jankowski

Kwiecień i maj to dla cukierników sezon na torty komunijne. Sprawdziliśmy, co będzie modne w nadchodzącym sezonie i jak przygotowywać torty, aby być w zgodzie z najnowszymi trendami.

Nie od dziś wiadomo, że największe zainteresowanie wzbudzają torty weselne i to w nich specjalizuje się większość cukierni. Torty komunijne to rynek nowy, ale już widać, że z roku na rok rozwija się bardzo dynamicznie. Czym różnią się torty dla dzieci od weselnych?

- Są lżejsze, delikatniejsze, bez alkoholu - wyróżniają cukierniczy. - Zazwyczaj też są znacznie mniejsze od tortów dla młodych par.

BARDZIEJ DELIKATNE I MNIEJ KOLOROWE

Jeżeli chodzi o skład, torty komunijne wypieka się podobnie jak dziecięce torty urodzinowe. Zazwyczaj są wykonane na bazie biszkopta, z delikatnymi, owocowymi kremami, bez zawartości alkoholu bądź z jego minimalną ilością.

W temacie dekoracji natomiast, podobnie jak w tortach weselnych tak i w komunijnych króluje styl angielski. Od lat już te motywy w Polsce, podobnie jak na całym świecie, uważane są za ponadczasowe. W tortach komunijnych modne są delikatne dekoracje. Mogą to być kwiaty bądź symbole religijne. Nadal popularna jest dekoracja karmelem, choć część cukierników rezygnuje z tej metody. Coraz częściej w tortach na uroczystości komunijne stosuje się białą czekoladę.

Nowością są również dekoracje na bazie żeli. Co prawda w przypadku tortów na religijne uroczystości nie stosuje się wielu kolorów, ale mieszanie żeli pomaga cukiernikom w osiągnięciu ciekawych efektów.

Jeżeli uroczystość zaplanowana jest na drugą

połowę maja, coraz więcej klientów decyduje się na torty lodowe. To nowy trend, wyraźnie zauważany dopiero w tym roku. Torty lodowe wprowadziły do swojej oferty przede wszystkim te cukiernie, które wytwarzają lody rzemieślnicze. W tym przypadku dekoracje podobne są do tych stosowanych w tortach tradycyjnych.

CORAZ WIĘCEJ MOŻLIWOŚCI

Cukiernikom, którzy chcą specjalizować się w tortach, oraz tym, którzy na produkcję tortów nastawiają się sezonowo, wychodzą na przeciw dostawcy komponentów. Całą gamę wyrobów dedykowanych do tego typu produktów ma firma tortownia.pl, która składniki do dekoracji sprzedaje za pośrednictwem In-



Dorośli zwracają uwagę na dekorację, dzieci na smak.
FOT. BARTOSZ RYCZAN



W tortach komunijnych nadal modny jest styl angielski.
FOT. BARTOSZ RYCZAN



KOMPLET Polska
www.komplet.pl

*Z dobrego
upieczesz
najlepsze!*

JAKOŚĆ GWARANTOWANA MARKĄ KOMPLET



Ciasta dla dzieci robi się na bazie delikatnych kremów.
FOT. BARTOSZ RYCZAN

ternetu. W ofercie jest modny ostatnio lukier plastyczny, coraz chętniej wykorzystywany przez cukierników.

Masy plastyczne, które dają nieograniczone możliwości dekoracji, wprowadziła również ostatnio na polski rynek firma Baker Serwis. Dodatkowo w ich ofercie można znaleźć posypki i ziarenka cukrowe, które dają bardzo oryginalny i ciekawy efekt.

Mieszanki do produkcji delikatnych baz, które mogą być wykorzystywane w tortach dla dzieci, znajdziemy wśród nowości wprowadzonych na rynek przez firmę Eco Trade.

Warto też zwrócić uwagę na polewy - Staina, linia wprowadzona ostatnio przez firmę Zeelandia zawiera białe polewy na bazie czekolady, a także linia Sweet, kolorowe, lśniące polewy firmy Baker Serwis.

Planując produkcję komunijnych tortów warto również przyrzeć się ofercie polskiego dystrybutora Pasty Creation. Znajdziemy tam gotowe dekoracje czekoladowe i kolorowe folie karotenowe, które można używać do upiększania tortów.

Pisząc o produkcji tortów nie można zapomnieć o kremach. Obok tych smakowych pojawiały się ostatnio na rynku kremy neutralne, które dają możliwość otrzymania ciekawych i oryginalnych smaków poprzez połączenie ze świeżymi owocami. Takie kremy ma swojej ofercie m.in. firma Komplet. Tradycyjnie lubiane przez najmłodszych smaki śmietankowy i waniliowy znajdziemy w ofercie Zeelandii, szeroki wybór kremów oferuje również AKO. ▶



Króluj kolor biały, ewentualnie barwy pastelowe.
FOT. BARTOSZ RYCZAN



KOMPLET
Krem Top1[®]

GOTOWY DO UŻYCIA KREM
DO NADZIEWANIA I DEKOROWANIA.

Z PEŁNEGO MLEKA.

- ◆ Bardzo praktyczny i wygodny w użyciu.
- ◆ Bez grudek i kożucha, delikatnie rozpląwa się w ustach, kusi aromatem.
- ◆ Do nadziewania gotowych wypieków, do dekoracji przed i po pieczeniu.
- ◆ Wyjątkowo trwałe (do 6 m-cy).

► NIE TYLKO TORTY

Co jeszcze dobrze sprzedaje się na dziecięce uroczystości? Cukiernicy są zgodni - lekkie ciasta owocowe, serniki - chętnie na zimno - oraz lody. Te ostatnie coraz częściej lodziarnie i cukiernie sprzedają w dużych pojemnikach na wynos. To ciekawa propozycja dla tych klientów, którzy przyjęcie komunijne organizują samodzielnie. Ponieważ konsumenci coraz częściej wybierają produkty żywnościowe z rozmysłem, dokładnie analizując ich skład, a tak właśnie często działają rodzice małych dzieci, coraz większym powodzeniem cieszą się lody rzemieślnicze, wytwarzane z naturalnych składników. Klienci są w stanie zapłacić za nie więcej mając pewność, że otrzymują wyższą jakość.

Coraz więcej przyjęć komunijnych organizowanych jest w lokalach. Rodzice małych dzieci coraz chętniej na takie uroczystości wybierają cukiernie. ■



Na rynku jest coraz więcej produktów do dekoracji, które pozwalają osiągnąć imponujący efekt.
FOT. BAKER SERWIS

DECYDUJĄ RODZICE

Rozmowa z Sybillą Szmidt z Piekarni i Cukierni Szmidt z Pyskovic, która słynie z dobrej jakości tortów.

- Czy w okresie komunijnym zauważacie już Państwo wzrost sprzedaży tortów zamawianych specjalnie na tę okazję?

- Oczywiście, nie tylko tortów, ale także innych wyrobów cukierniczych. Nic dziwnego - to przecież najpiękniejsza uroczystość w życiu dziecka. Sezon komunijny trwa od początku maja prawie do końca czerwca, w zależności od okolicy.

- Jakie trendy są obecnie modne jeżeli chodzi o torty komunijne?

- Przy tortach komunijnych dominują kształty księżek o różnych wielkościach w zależności od ilości gości. Zdarzają się też torty okrągłe, a także inne kształty zaproponowane przez klienta.

- Jakie dekoracje są najczęściej stosowane?

- Najczęściej na tortach - księżkach znajdują się dekoracje wykonane w stylu angielskim lub z zastosowaniem białej czekolady o tematyce sakralnej, na przykład kielich plus opłatek. Do dekoracji stosuje się też motywy wydrukowane na opłatku. Niedawno na tortach zaczęły także pojawiać się świeże kwiaty.

- Jakie nadzienia najczęściej stosowane są przy produkcji tortów dla dzieci?

- To zależy od upodobań najmłodszych klientów. Najczęściej są to kremy o smaku owocowym.

- Czym różnią się torty wypiekane dla dzieci od tych na uroczystości dla dorosłych?

- Torty z przeznaczeniem dla dzieci nie są nakrapiane syropem z dodatkiem alkoholu.



- Dzieci często bywają uczulone na różne dodatki. Czy zdarza się Państwu wykonywać torty na specjalne zamówienie?

- Oczywiście że tak. Dzieci uczulone są na różne surowce i rodzice zamawiając tort o tym uprzedzają. Najczęściej są to orzechy, migdały, mak czy pierwsze świeże owoce, na przykład truskawki.

- Kto decyduje ostatecznie o wyglądzie tortu: najmłodszy czy rodzice?

- Torty wybierają najczęściej rodzice i to oni mają wizję dekoracji tortu nawiązującej do tematu imprezy, dekoracji stołu itp. Dzieci są dopuszczane do wyborów przy innych okazjach, na przykład urodzin, takie torty na ogół muszą być bardzo kolorowe.

- Co jest jeszcze istotne przy wyborze tortu komunijnego?

- Możliwości smakowe, różnorodność dekoracji, atrakcyjna cena. Podobnie resztą jak przy tortach na inne okazje.

- Co jeszcze poza tortami dobrze sprzedaje się w okresie komunijnym?

- Na Śląsku są to tradycyjne kołaczki, dobrej jakości, z masą mawkową i serową.

Polski rynek pieczywa cechuje się dużą dynamiką oraz kilkoma widocznymi tendencjami zmian. Jednym z dominujących trendów jest wzrost zainteresowania i popytu na zdrową żywność, w tym na pieczywo pełnoziarniste, wzbogacone o naturalne składniki, będące synonimem zbilansowanej i zdrowej diety. Przeprowadzone analizy rynku wskazują jednoznacznie, że konsumenci coraz częściej deklarują chęć zdrowego stylu życia oraz coraz chętniej kupują produkty prozdrowotne, akceptując przy tym ich nieco wyższą cenę. Dzisiejszy rynek pieczywa w Polsce jest również rynkiem rosnących wymagań konsumentów, gdzie cena pieczywa już dawno przestała być jedynym czynnikiem decydującym o jego wyborze. Dzisiaj jednym z warunków utrzymywania sprawności umysłowej i fizycznej, wysokiej jakości życia oraz odnoszenia sukcesów zawodowych jest odporność na stres i umiejętność radzenia sobie z wyzwaniami dnia codziennego. Sprostanie takim wymaganiom umożliwia między innymi zbilansowana dieta, która w dzisiejszych czasach ma coraz większe znaczenie.

Uwzględniając wszystkie te zmiany, Firma ULDO Polska wzbogaciła w tym roku swoją ofertę o kolejne produkty prozdrowotne, takie jak Chleb dla Diabetyków, Chleb Balanza® Fitness, Chleb Jogging® Happy.

Chleb dla Diabetyków to pieczywo o niskim indeksie glikemicznym. Jest szczególnie polecany osobom, dla których utrzymanie właściwego poziomu cukru we krwi jest bardzo ważne, dlatego stanowi cenny składnik diety osób chorych na cukrzycę. Dzięki starannie dobranej kompozycji składników Chleb dla Diabetyków zapewnia umiarkowany i długotrwały wzrost poziomu cukru we krwi, co ułatwia jego kontrolę i nie powoduje wydzielania nadmiaru insuliny. Chleb dla Diabetyków dostarcza również niezwykle cennego błonnika pokarmowego, który spowalnia wchłanianie cukrów, obniża poziom cholesterolu we krwi, reguluje pracę jelit, a także zmniejsza poczucie wilczego głodu.

Chleb Balanza® Fitness to pieczywo dla osób dbających o zdrowie, charakteryzujący się prawidłowym indeksem glikemicznym (IG=56). Dzięki wskaźnikowi IG=56 Chleb Balanza® Fitness korzystnie wpływa na prawidłowy poziom cukru we krwi, odpowiednią wagę ciała, koncentrację oraz wysoką sprawność psychofizyczną i dobre samopoczucie. Starannie zbalansowana kompozycja pełnoziarnistej mąki pszennej i żytniej oraz ziaren sezamu, słonecznika i lnu, są skarbnicą składników odżywczych, witamin, minerałów oraz przeciwutleniaczy. Nasiona zawarte w chlebie Balanza® Fitness wzbogacają naszą dietę w nienasycone kwasy tłuszczowe, które skutecznie obniżają tzw. zły cholesterol. Wysoka zawartość błonnika sprzyja prawidłowej przemianie materii.

Chleb Jogging® Happy zawiera wiele cennych węglowodanów i wartościowego białka, dzięki czemu poprawia wydajność zawodową, sprawność umysłową i fizyczną, pozwalając utrzymać dobrą kondycję osób pracujących, uczących się i aktywnych sportowo. Chleb Jogging® Happy dostarcza odpowiedniej ilości protein wraz z ważnymi dla zdrowia aminokwasami, które odgrywają ważną rolę w ogólnej regeneracji organizmu. Dzięki odpowiedniej kompozycji składników może on stymulować również produkcję „hormonu szczęścia” serotoniny, która poprawia nasz codzienny nastrój. Chleb Jogging® Happy zawiera kilkakrotnie więcej wapnia, potasu, magnezu, Wit. B1 i Wit. B6 niż chleb pszenny.



Produkt rekomendowany
i certyfikowany przez
Polskie Stowarzyszenie Diabetyków

Pieczywo o niskim Indeksie Glikemicznym, zawiera dwa razy więcej błonnika pokarmowego niż chleb miazany. Cenne uzupełnienie diety dla osób chorych na cukrzycę.

Chleb dla Diabetyków to doskonała propozycja dla osób chorych na cukrzycę, utrzymujący właściwy poziom cukru we krwi i umiarkowany poziom insuliny. Polskie Stowarzyszenie Diabetyków zaleca spożywanie Chleba dla Diabetyków jako produktu o niskim indeksie glikemicznym.



Chleb Balanza® Fitness dla osób dbających o zdrowie. Posiada prawidłowy Indeks Glikemiczny (IG=56) ułatwiający odchudzanie.

Chleb Balanza® Fitness to pieczywo prozdrowotne, cenione przez osoby dbające o zdrowie, to produkt pełnoziarnisty, będący skarbnicą minerałów i witamin. Instytut Żywności Sportowców zaleca spożywanie Chleba Balanza® Fitness jako produktu korzystnie wpływającego na zdrowie.



Jogging® Happy - ponieważ kocham swoje zdrowie.

Chleb Jogging® Happy to produkt prozdrowotny i lekkostrawny, wspomagający dobrą kondycję i samopoczucie. Dostarcza różnorodnych, wysokowartościowych i niezbędnych dla prawidłowego funkcjonowania organizmu składników. Instytut Żywności Sportowców zaleca spożywanie Chleba Jogging® Happy jako produktu pomagającego w utrzymaniu dobrej kondycji psychofizycznej.

WCIAŻ NAS ZA MAŁO W SIECI

Konrad Jankowski

Tylko nieliczne cukiernie mają profesjonalne strony internetowe. Piekarnie w sieci, nawet te duże i profesjonalne, można policzyć na palcach. Sklepów internetowych z ciastami jest zaledwie kilka w całej Polsce. Dlaczego nasza branża tak nie lubi Internetu?

Od początku istnienia pisma duży nacisk kładziemy na obecność w Internecie. Nasz cykl, w którym poproszeni przez nas eksperci oceniają strony internetowe, cieszą się dużym zainteresowaniem naszych czytelników. Tymczasem eksperci mają problem. W ciągu pół roku przejrzało już większość ciekawych stron piekarni, cukierni, lodziarni, sklepów internetowych. Coraz mniej takich, których zawartość można opisać w merytoryczny sposób, a właścicielom przekazać uwagi, które pomogą w poprawieniu jakości strony. Dlaczego nasza branża tak unika Internetu? - Nie

Witryna wita nas gustowną stroną główną w stylu minimalistycznym, widzimy tylko logo na środku ekranu i polską flagę - link do dalszej części strony oraz miejsce na pozostałe flagi, widocznie strona czeka na przetłumaczenie.

Po kliknięciu na flagę przenosimy się do powitalnej podstrony ze zmieniającymi się dużymi zdjęciami wypieków w centralnej części. Do nawigacji służą nam dwa menu, główne u góry i podmenu kategorii po lewej. Takie rozwiązanie ułatwia poruszanie się po stronie.

Oprócz informacji o firmie i danych kontaktowych znajdziemy tu działy z produktami podzielone na cukiernię i piekarnię. Każdy z nich dzieli się z kolei na cztery kategorie.

Co ciekawe, w części cukierniczej mamy galerię własnych, profesjonalnych zdjęć szczególnie prezentujących słodkości. Są bardzo dobrze wykonane - zdecydowanie zasługują

wierzę, że strona mi w czymkolwiek pomoże - mówi właściciel dużej piekarni z Rzeszowa, który woli pozostać anonimowy. - Sam z Internetu nie korzystam i nie sądzę, że zaglądam tam moi klienci. Jeżeli ktoś chce kupić chleb, przyjdzie do piekarni raz, jeżeli będzie mu smakować, wróci. Tego nie da się zrobić przez Internet.

Czy ma rację? Eksperci są zgodni - coraz częściej rynek przenosi się do sieci. Obecność w Internecie pomaga zwiększyć sprzedaż i dotrzeć do nowych klientów. Dlatego będziemy kontynuować nasz cykl, który - mamy nadzie-

ję - przyczyni się do większej obecności naszej branży w sieci.

W tym numerze interesujące strony wybrał, dokładnie przejrzał i ocenił Jarosław Cetera, współwłaściciel Agencji Wizjostudio w Słupsku. To firma z dużym doświadczeniem w projektowaniu rozbudowanych stron internetowych i szeroko rozumianej reklamie. Współpraca przedsiębiorców z Wizjostudio nie ogranicza się tylko do tworzenia strony - agencja oferuje kompletną identyfikację wizualną firmy, poczynając od logo, poprzez materiały drukowane, na promocji w sieci kończąc.



na plusa. Natomiast w części piekarniczej są małe zdjęcia oraz opis każdego rodzaju pieczywa, jakie firma ma w swojej ofercie.

Podsumowując - widać, że strona jeszcze w trakcie budowy, ale już zmierza w dobrym kierunku.

Dziś kolej na świeżą, bo powstała w marcu strona Cukierni Sabinka z Wejherowa, która posiada swoje sklepy na terenie Trójmiasta.

Większość z opisywanych dziś stron wyróżnia się przede wszystkim ładnymi zdjęciami. Sabinka.pl nie jest tu wyjątkiem, na pochwałę zasługuje także ciekawa oprawa graficzna strony: subtelna, elegancka i czysta, oparta na ciepłych, przyjemnych kolorach.

Całość dopracowana jest z dbałością o każdy szczegół: na stronie głównej wita nas klasyczna, delikatna animacja ze zmieniającymi się zdjęciami umieszczone w kadrze o ciekawym kształcie. Powyżej mamy logo cukierni a poniżej tylko menu i stopkę. Taka oszczędność formy to duży plus.

Po wejściu na jedną z podstron górna część strony zmniejsza się, a większą część zajmują właściwe treści. Znajdziemy tu trochę informacji o firmie, spis sklepów firmowych wraz z rozmieszczeniem ich na mapce, co na pewno ułatwi zainteresowanym zakup produktów cukierni.

Największy dział to „oferta”, w której znajduje



się spora galeria wypieków podzielona na dziewięć kategorii. Ciekawym rozwiązaniem, które tu zastosowano, jest pokazanie niektórych produktów w całości i w detalach obok siebie (np. zdjęcie tortu weselnego i przybliżenie na

figurkę państwa młodych obok). Ponadto zaprezentowane produkty są wycięte z oryginalnego tła dzięki czemu bardziej komponują się z całością.

Sumując – plus dla Sabinki za debiut w sieci.

Co prawda pod tym adresem nie kryje się cukiernia, ale firma mocno związana z branżą, jednak warto nad nią się chwilę zatrzymać ze względu na ciekawe wykonanie strony.

Firma Choco Cream oferuje ciekawą usługę wypożyczenia fontann czekoladowych oraz alkoholowych wraz z obsługą.

Strona zaprojektowana w kolorach kojarzących się z luksusem oraz dobrą, dopełniającą ten efekt typografią. Znajdziemy tu wyczerpujące informacje związane z oferowaną usługą, galerię profesjonalnych, atrakcyjnych dla oglądającego zdjęć.

Każda podstrona złożona jest w staranny sposób, opatrzona odpowiednimi ilustracjami, dopracowana w każdym szczególe. Całość sprawia wrażenie spójnego, przemyślanego i dopracowanego projektu.

W prawym górnym rogu umieszczony został odnośnik do konta firmy na Facebooku, którego posiadanie jest obecnie bardzo tren-



dy i pomaga wypromować firmę budując jej przyjazny wizerunek wśród internautów korzystających z portalu. Szkoda, że tak niewie-

le piekarni i cukierni decyduje się na sposób promocji z wykorzystaniem portali społecznościowych.

O CZYM NALEŻY PAMIĘTAĆ

- Planując stronę internetową zdajmy się na specjalistów. Oni najlepiej wiedzą, w jakiej technologii powinna być wykonana, co zrobić, aby była widoczna w Internecie oraz jak sprawić, aby internauci chętnie nas odwiedzali.
- Zainwestujmy w obecność w Internecie. Profesjonalna, dobrze przygotowana i wypożyczonowana strona przyniesie lepszy efekt niż wizytówka. Z kolei nawet najbardziej prosta wizytówka firmy jest lepsza niż kompletny brak naszej obecności w sieci.

- Planując stronę internetową dobrze się przygotujmy: zdjęcia powinny być profesjonalne, zachęcające do bliższego kontaktu z naszymi wyrobami, treści krótkie i dobrze napisane, informacje ciekawe i wyczerpujące.
- Nie zapominajmy o aktualizacji strony. Nowe treści przyciągną internautów, a nam pomogą w promocji nowych wyrobów.
- Bądźmy interaktywni - nie bójmy się opinii naszych klientów, zachęcajmy ich do oceniania wyrobów i przygotujmy dla nich promocje i konkursy. Te proste zabiegi wpłyną na naszą sprzedaż.

Mała strona - wizytówka w zasadzie zawierająca niemal wyłącznie zdjęcia wypieków. Trudno oceniać tę stronę porównując ją do tych bardziej rozbudowanych, ale warto na nią zwrócić uwagę ze względu na pewne, pozytywnie zaskakujące szczegóły.

Oprawa strony lekko przeterminowana, budową przypominająca trochę bardziej ulotkę niż typową stronę internetową. Za to galeria zbudowana we flashu prezentuje bardzo dobre zdjęcia wypieków umieszczonych na talerzykach z widelczykami deserowymi - aż chce się spróbować.

Co ciekawe, fotografie wykonane są w dużych rozdzielczościach, dzięki czemu wyglądają dobrze nawet przy przeglądaniu ich w trybie pełnoekranowym.

Oglądając tą stronę nie wytrzymałem i skończyłem do piekarni za rogiem. Duży plus za nieoczekiwany efekt marketingowy - skoro już skromna strona tak działa na internautów, jaki byłby efekt profesjonalnej strony?



Co prawda wizytówkę o tak skromnej treści, na jaką cukiernia zdecydowała się obecnie, można by wykonać lepiej (np. zawierając

wszystkie treści na jednej podstronie - menu jest tu właściwie zbędne), ale zdjęcia zasługują na wyróżnienie. ■

GDYBYM NIE MIAŁA STRONY, TO TAK JAKBY MNIE NIE BYŁO

Rozmowa z Katarzyną Jałochą z cukierni Różany Potok w Poznaniu.



- Jesteście Państwo cukiernią z profesjonalną stroną internetową. Wbrew pozorom to ciągle rzadkość w naszej branży. Ile czasu upłynęło od otwarcia cukierni do założenia strony? Czy była Pani od początku przekonana o konieczności zaistnienia w Internecie?

- Niezmiernie cieszy mnie fakt, że moja strona internetowa została zauważona i doceniona. Od samego początku zdawałam sobie sprawę, że w dobie Internetu profesjonalizm w tej kwestii jest bardzo istotnym elementem rozwoju firmy. Cukiernia istnieje od siedmiu lat, bardzo trudno było zaistnieć w naszym mieście, jedynym sposobem na „przetrwanie” było wyjście naprzeciw oczekiwaniom klientów i pokazanie tego w sieci.

- Państwa strona jest bardzo atrakcyjna dla internautów i przygotowana profesjonalnie. Czy do jej stworzenia zaangażowaliście Państwo profesjonalistów? Jak taka współpraca wygląda-

ła? Czy mieliście Państwo duży wpływ na wygląd i zawartość strony?

- Jak to w życiu często bywa, o wielu rzeczach decydują zrzędzenia losu i takim właśnie był wybór firmy, która podjęła się wykonania naszej strony. Na początku były to spotkania, które pozwoliły nam określić ogólny profil oczekiwań: znalezienie nowego i zauważalnego logo, szaty graficznej, opracowanie tekstów przewodnich, układu strony..., następny etap to zdjęcia wykonane przez profesjonalistów. Wszystko to trwało około dwóch miesięcy, ale efekt bardzo ucieszył i mnie, i wykonawców. Na początku nie miałam żadnych zastrzeżeń, ale z czasem nasza oferta była coraz bogatsza, a chcąc pokazać to potencjalnym klientom, zmuszona byłam bardzo często angażować agencję do aktualizacji zdjęć w galerii - było to uciążliwe i kosztowne.

Od trzech lat po przebudowie strony jestem jej administratorem, co znacznie ułatwia mi pracę i cały czas pozwala na bieżącą aktualizację galerii zdjęć i pokazywanie na-

szych coraz to nowych osiągnięć. Bardzo istotną rzeczą jest również pozycjonowanie strony w sieci - dzięki tej usłudze naszą stronę łatwo znaleźć, co wpływa na ciągłe rosnące grono naszych słodkich klientów.

- Jak strona sprawdza się w praktyce? Czy pomaga Pani w prowadzeniu biznesu i ułatwia dotarcie do klientów?

- Uważam, że w dzisiejszych czasach w dobie wszechpanującego Internetu prowadzenie cukierni bez profesjonalnej strony internetowej to tak, jakby jej w ogóle nie było. Bardzo duża liczba naszych klientów nie rusza się z domu w celu poszukiwania tortu lub pomysłu na tort, tylko rozpoczyna tę wędrówkę w google. Najlepiej widać to po dziesiątkach e-maili i telefonów od naszych klientów z zapytaniami o możliwość wykonania specjalnego zamówienia znalezionego właśnie w Internecie. Zabrzmiałoby śmiesznie, ale 80 procent e-maili i telefonów zaczyna się od słów cyt. „...bo właśnie jestem na waszej stronie internetowej...”.

TORT NA KLIKNIĘCIE?

Tomasz Przystały

Zaledwie kilka cukierni w całym kraju zdecydowało się do tej pory na internetową sprzedaż swoich produktów. Czy tak mała popularność tej formy zbytu wyrobów cukierniczych wynika z jej ekonomicznej nieopłacalności, czy też jest na tyle skomplikowana, że cukiernicy sobie nie radzą z biznesem w sieci?

Zdaniem ekspertów od e-handlu, Internet z powodzeniem nadaje się do sprzedaży torów, ciast i słodkich deserów. - Wraz z rozwojem biznesu w sieci powstaje coraz więcej internetowych sklepów z artykułami spożywczymi, również z wyrobami cukierniczymi. Jest to związane przede wszystkim z szybko zachodzącymi zmianami w świecie dzisiejszej sprzedaży - uważa Jacek Nocny z firmy Infoserwis z Poznania, która zajmuje się budowaniem takich wirtualnych sklepów. - Internet to miejsce, w którym można zyskać wielu potencjalnych klientów. Szczególnie takich, którzy w świecie rzeczywistym nigdy by naszej cukierni nie odwiedzili.

W PRZYSZŁOŚCI BĘDZIE LEPIEJ

Grzegorz Szudrowski z warszawskiej firmy informatycznej Emart Synergia też jest zdania, że na ciasta, nawet z krótką datą ważności, z powodzeniem można szukać nabywców także w Internecie. - Generalnie handel nimi w sklepie internetowym niewiele będzie się różnił od sprzedaży innych produktów. Również należy je sfotografować, opisać i ustanowić cenę - twierdzi Szudrowski.

- Musimy iść z postępem i szanować czas naszych klientów. Dzięki Internetowi nie muszą oni się specjalnie fatygować do naszych sklepów, aby wybrać tort i złożyć zamówienie - argumentuje Paweł Surawski, właściciel piekarni-cukierni Karmelek w Elku, który swoje produkty sprzedaje między innymi we własnym wirtualnym sklepie www.karmelek.pl.

Z takiego samego założenia wychodzi rodzzeństwo Anna Świercz i Tomasz Kałużny, którzy są właścicielami zarówno realnej cukierni Szarlotka w Zgierzu, jak też wirtualnej www.kupciacho.pl. - Pierwotnie sklep w sieci był tylko tematem mojej pracy magisterskiej. Dopiero później na jej bazie powstała też cukiernia - wspomina T. Kałużny dodając, że początkowo internetowy sklep miał służyć wyłącznie do



Ciastka i torty można zamawiać i kupować nie tylko w tradycyjnych cukierniach, ale także w sklepach internetowych. Nie ma ich jednak zbyt wiele, lecz specjaliści od e-biznesu wróżą dobrą przyszłość takim przedsięwzięciom. Fot. B&S

reklamy. Teraz przynosi pewne obroty, ale niestety niewielkie. - Szacuję, że maksymalnie 10 procent tego co sprzedajemy kupowane jest za pośrednictwem komputera. Myślę, że za kilka lat takich internetowych cukierni będzie więcej i staną się bardziej opłacalne. Nowe pokolenie młodych ludzi sprawi, że coraz więcej produktów będzie znajdowało swych nabywców w sieci. Teraz jednak sprzedaż wyrobów cukierniczych w Internecie jest wciąż czymś oryginalnym.

Przekonał się o tym między innymi Kuba Gorski, który pięć lat temu założył pierwszy w kraju portal sprzedający ciasta i torty w sieci. Deserlandia.pl ma ogromny potencjał... ale wystawiona jest na sprzedaż. - Jestem przekonany, że rozkwit tego typu działalności w Polsce to tylko kwestia czasu - mówi właściciel internetowego sklepu, który jeszcze niedawno miał w swojej ofercie kilkadziesiąt ciast z kilkunastu cukier-

ni. Teraz realizuje już tylko zamówienia ślubne, firmowe oraz dla kawiarni.

NIECZYNNNE Z POWODU PROBLEMÓW

Na samym starcie z internetowej formy sprzedaży zrezygnowała Dorota Sumera, właścicielka cukierni Cora z Libertowa koło Krakowa. Strona jest gotowa, zaplecze produktów też. - To nie miał być sklep, który sprzedaje towary innych cukierni, ale wyłącznie własne wyroby. Okazało się jednak, że potrzeba do tego osobnej ekipy ludzi, a także środków transportu, małych samochodów, które będą jeździć cały czas. Generalnie liczymy się z tym, że to będą drobne zamówienia, a więc niewielkie obroty. Dodatkowo trzeba by było pokryć koszty związane z dowozem, a to już rzutuje na cenę - wyjaśnia właścicielka adresu www.krakowskiecukiernie.pl. Dodaje też, że samo dowieszenie

czegokolwiek na odpowiednią godzinę w zakorkowanym Krakowie nie jest łatwe i pochłania bardzo dużo czasu. Do tego wszystkiego dochodzi jeszcze problem z wyborem produktu przez klienta. - Na ekranie monitora można z łatwością połączyć tort z różnego rodzaju dodatkami, co jednak w rzeczywistości nie jest możliwe. Na torty lekkie, musowe, śmietanowe lub czekoladowo-śmietanowe nie da się na przykład położyć marcepana, ale klient o tym nie wie. Sugeruje się tylko obrazkami. Z kolei w tradycyjnej cukierni, gdy ośobiście zamawia tort, na bieżąco może być o wszystkim informowany przez sprzedawcę - mówi Dorota Sumera. Sprzedaż internetowa okazała się więc tak problematyczna, że po prostu zdecydowała, że w ogóle jej nie uruchomi. Sklep w Internecie jest, ale nieczynny.

SPRZEDAWAĆ MOŻE KAŻDY

Realizacja zamówienia za pośrednictwem sklepu internetowego nie powinna nastroczać cukiernikom szczególnych kłopotów. - Nie jest to nic, co wymagałoby jakiś specjalnych umiejętności albo specjalistycznej wiedzy - twierdzi Jacek Nocny z Infoserwis dodając, że gdyby tak było, tylko nieliczne osoby zakładałyby sklepy internetowe. - Tymczasem Internet staje się właściwie miejscem, w którym wszyscy chcą handlować, przede wszystkim dlatego, że jest to łatwe, wygodne i dochodowe. Większość profesjonalnych programów do prowadzenia sprzedaży posiada wbudowaną pomoc, która na każdym kroku ułatwia obsługę sklepu. Można z niej dowiedzieć się wielu rzeczy, które z pozoru tylko wydają się trudne i poradzić sobie z każdym działaniem wykonanym w sklepie.

Jedynym co oprogramowanie sklepu ma wspólnego z informatykami to fakt, że informatycy je stworzyli. - Każdy może otworzyć sklep i prowadzić skuteczną sprzedaż. Nie stanowi to wcale wyzwania na miarę ukończenia studiów informatycznych. Jeśli jednak obawiamy się tego, że sobie nie poradzimy, zwróćmy uwagę na to, jakie wsparcie techniczne oferuje nam sprzedawca oprogramowania. Każda profesjonalna firma w cenie swojego produktu oferuje przynajmniej roczną darmową opiekę serwisową - wyjaśnia Jacek Nocny. - Najlepiej poszukać takiej, która ponadto daje gwarantowany czas reakcji na zgłoszony problem w sklepie. Dzięki temu w razie jakichkolwiek pytań i problemów mamy pewność, że otrzymamy szybką i skuteczną pomoc.

Właściciel piekarni-cukierni Karmelek przyznaje, że do obsługi jego sklepu wystarczy tylko jedna osoba w biurze. Ma ona dostęp do osobnego adresu e-mailowego, który podpisany jest pod sklep i to wystarczy, by obsługiwać internetowych klientów.

ZDANIEM EKSPERTA

Na co zwracać uwagę tworząc stronę internetowego sklepu

Rafael Moucka
firma Positive Power



Każdy sklep, niezależnie z jakiej branży, musi być przyjazny dla użytkownika. Oznacza to na przykład skromną, nieprzeładowaną grafikę, która już na starcie informuje klienta w sklepie jakiej branży się znalazł. Zbyt duża ilość elementów graficznych może odstraszyć albo sprawić, że to co powinno naprawdę w sklepie „błyszczyc”, czyli produkty, nie będzie kompletnie widoczne. Pamiętajmy jak ważnym elementem każdego sklepu jest jego strona główna. To właśnie ona - tak jak witryna w stacjonarnym sklepie - musi skusić użytkownika do wejścia do środka. Dlatego istotne jest, by już na wstępie zaprezentować swoje produkty, promocje, wyprzedaże, w możliwie jak najbardziej atrakcyjnej formie (profesjonalne zdjęcia, ciekawe opisy) oraz maksymalnie ułatwić użytkownikowi dotarcie do nich. Równie ważny jest koszyk zamówienia, czyli miejsce dokonywania zakupów w sklepie internetowym. Warto poświęcić sporo czasu na jego zaprojektowanie i przetestowanie, bo to właśnie koszyk często decyduje o tym, czy klient kupi coś u nas, czy zdecyduje się na sklep stacjonarny lub konkurencyjny sklep internetowy.

- Realizacja zleceń może odbywać się nie tylko za pomocą prostego w obsłudze panelu administracyjnego czy wiadomości e-mail, ale nawet SMS-ów. Wystarczą naprawdę podstawowe umiejętności poruszania się po Internecie i obsługi komputera, by móc prowadzić dobrze prosperujący sklep internetowy - zapewnia Rafael Moucka, prezes firmy Positive Power.

Grzegorz Szudrowski dodaje, że trzeba jednak dobrze przeanalizować procesy biznesowe, jakie będą towarzyszyły sprzedaży w Internecie i dobrać taki sklep, który spełni nasze potrzeby. Również Tomasz Michalski z Grupy PFF uważa, że obsługa zleceń w e-cukierni jest prosta. - Patrzymy kto zapłacił, za co i czy tyle ile powinien był zapłacić. Jeśli ktoś płaci kartą kredytową bądź jednym z szybkich przelewów elektronicznych, to system sklepu internetowego całą procedurę zrobi za nas. Wówczas tylko pakujemy towar i wysyłamy go - wyjaśnia specjalista z firmy, która jest między innymi autorem oprogramowania sklepu internetowego Pffshop. - Jedyne problemy może leżeć właśnie w wysyłce - dodaje Michalski.

O PÓŁNOCY PROSTO POD DRZWI

To właśnie sposób dostarczania gotowych produktów jest dla cukierników najbardziej skomplikowany. - Koszty związane z transportem znacznie podnoszą cenę tortu - zauważa Dorota Sumera. Jest jednak kilka rozwiązań tego problemu.

Tomasz Kałużny nie produkuje ciast, a jedynie sprzedaje wyroby, które bierze z dwunastu cukierni z terenu trzech województw. Rozprowadza je w sieci sklepów, z którymi współpracuje, oraz we własnych cukierniach - tej tradycyjnej w Zgierzu i wirtualnej w całym świecie.

- Dostarczamy towar własnym samochodem w obrębie około 60 km od naszego miasta i na dokładną godzinę wskazaną przez klienta. Także na imprezy, gdy tort trzeba przywieźć na przykład o północy. Za transport płaci klient, ale my na tym nic nie zarabiamy. Przy małych zamówieniach klienci wolą jednak zaoszczędzić i odbierają towar w naszym sklepie - zdradza współwłaściciel Kupciacho.pl.

- W przypadku droższych produktów, takich jak na przykład torty, opłacalnym jest dla klienta pokrycie kosztów dostawy realizowanej przez sprzedawcę. Tańsze wyroby mogą być natomiast sprzedawane razem z innymi produktami spożywczymi, przez co zwiększona zostaje wartość sklepowego koszyka - podpowiada Grzegorz Szudrowski. Zakupy są wówczas większe a koszt dostawy taki sam.

Poza sprzedażą gotowych wyrobów e-sklep daje też możliwość przyjmowania zamówień na wypieki dedykowane. - Możliwe jest wykonanie specjalnego konfiguratora, w którym można wybrać smak kremu, kolor lukru czy też dodatkowe elementy dekoracji tortu. Takie towary mają zwykle wyższą cenę a przez to, mimo kosztu wysyłki, ich zakup w Internecie może być opłacalny dla klienta, ponieważ dwukrotnie zaoszczędzi czas: przy zamawianiu i przy odbiorze - argumentuje Szudrowski.

ZALICZKA

NA WSZELKI WYPADEK

Innym modelem sprzedaży jest możliwość zamówienia produktu w sklepie internetowym, ale odbiór osobisty w punktach, do których cukiernia dostarcza swoje produkty. Jest to szczególnie uzasadnione w przypadku, gdy w takich

sklepach jest regularnie sprzedawana jedynie ograniczona część wypieków z szerokiej oferty zakładu cukierniczego.

Z takiej formy korzysta między innymi Paweł Surawski, który stronę www.karmelek.pl zbudował w oparciu o informacje, jakie zebrał z wielu źródeł i podpatrzył w innych tego typu sklepach internetowych. - Za pośrednictwem sklepu on-line sprzedajemy wyłącznie torty, które są przygotowywane tuż przed ustalonym terminem odbioru. Nie dostarczamy ich do domu klienta, lecz musi on sam po nie przyjechać do jednego z naszych sklepów - mówi cukiernik z Elku. - Aby złożyć zamówienie, klient musi się jednak najpierw zarejestrować na naszej stronie, a później mu wysyłamy e-maila lub też telefonujemy, aby potwierdzić autentyczność tej osoby. Dopiero po takiej rejestracji przyjmujemy zamówienie, gdyż mamy gwarancję, że to nie jest żaden głupi żart i tort, który przygotowujemy, zostanie odebrany.

Anna Świercz z Kupciacho.pl uważa z kolei, że najlepszym zabezpieczeniem jest nie tylko rejestracja, ale przede wszystkim zaliczka, jaką klient musi zapłacić składając zamówienie.

Właściciele internetowej cukierni ze Zgierza przyznają, że od początku do końca sami stworzyli swój sklep. Nie musieli nikogo do tego wynajmować, gdyż znają się na informatyce. Sami także na bieżąco pozycjonują swoją stronę, co zapewnia większą popularność sklepu, a tym samym jego częstsze odwiedziny i w efekcie zakupy.

- Gdybyśmy musieli wynająć informatyka, który by to wszystko robił, to obecnie nie byłibyśmy w stanie utrzymać takiego internetowego sklepu na rynku - przyznaje Kałużny.

Z kolei Paweł Surawski swój internetowy biznes zbudował w oparciu o informacje, jakie zebrał z wielu źródeł i podpatrzył na innych tego typu stronach internetowych. - Nasz był pomysł, ale wykonanie zleciłem firmie, która zajmuje się tworzeniem takich sklepów. Trzeba się liczyć z wydatkiem kilku tysięcy złotych - zdradza właściciel Karmelka.

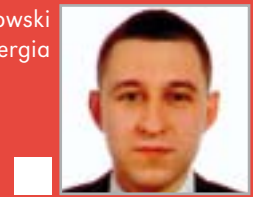
ILE TO KOSZTUJE?

Inwestycja, jaką pochłania otworzenie wirtualnej cukierni, jest uzależniona od wielu czynników. Można wynająć firmę informatyczną, której zleci się stworzenie sklepu od podstaw lub kupić gotowe oprogramowanie i tylko je dopasować do własnych potrzeb. W przypadku sklepów BestSeller można też oprócz zakupu licencji po prostu wynajmować sklep i opłacać miesięczny abonament. - Kupno licencji to jednorazowa opłata. Pełne prawo do dożywotniego korzystania z naszego oprogramowania kosztuje

ZDANIEM EKSPERTA

Inwestujmy w pozycjonowanie

Grzegorz Szudrowski
firma Emart Synergia



Przy założeniu sklepu internetowego trzeba pamiętać, że jego prowadzenie wiąże się z wieloma istotnymi aspektami. Przede wszystkim oferta znajdująca się na stronie internetowej musi być zawsze aktualna i dostępna. Ważna jest też szybka i sprawna obsługa realizacji zamówienia. Istotny jest również odpowiedni serwer, aby sklep działał szybko i niezawodnie oraz stała umowa z firmą, która będzie zapewniała obsługę techniczną i rozwiązywała ewentualne problemy z niewłaściwym funkcjonowaniem aplikacji sklepu. A takie mogą się pojawiać wraz z rozwojem technik internetowych.

Myśląc poważnie o e-sklepie, który będzie nie tylko dodatkowym źródłem zamówień, warto też odpowiednio go wypromować inwestując w linki sponsorowane i usługi pozycjonowania. Ważne jest przy tym śledzenie statystyk sklepu oraz obserwowanie ruchu i działań użytkowników w sklepie. .

tuje 1690 zł plus hosting, którego cena wynosi 490 zł za rok - wyjaśnia Jacek Nocny z firmy Infoserwis. W cenie klient otrzymuje też przez pewien okres bezpłatnie wsparcie techniczne, opiekę oraz aktualizacje sklepu. Pierwszy rok jego utrzymania to więc niecałe 2200 zł. Za kolejny rok opłata dotyczy już tylko hostingu. Z kolei wynajęcie sklepu to miesięczny wydatek 79 zł, a więc rocznie nieco ponad 900 zł.

- Trudno jednoznacznie szacować koszty, bo wymagania klientów są różne - twierdzi Tomasz Michalski z Grupy PFF. Przyznaje jednak, że ceny za profesjonalne sklepy internetowe „pod klucz” przygotowane w jego firmie zaczynają się od około 3000 zł netto. Koszty utrzymania (serwer, domena internetowa, opieka nad sklepem) to kilkaset złotych rocznie.

Z kolei specjalista z Emart Synergia wykonanie dobrej jakości sklepu internetowego o standardowej funkcjonalności wycenia na co najmniej 10 000 zł. - Istnieją co prawda rozwiązania tańsze, ale może się okazać, że nie spełnią one wszystkich potrzeb funkcjonalnych, będą miały nieintuicyjną część administracyjną albo nie dadzą się łatwo zintegrować na przykład z programem księgowym - wyjaśnia Grzegorz Szudrowski dodając, że roczne wydatki na utrzymanie takiego e-sklepu nie powinny przekroczyć 1500 zł.

O jeszcze większej inwestycji mówi prezes firmy Positive Power. - Przygotowanie profesjonalnego sklepu internetowego to koszt około 30 000 zł. Do tego trzeba dodać także wydatki na promocję i przygotowanie zdjęć produktów - wymienia Rafael Moucka. Przyznaje, że na rynku są nawet darmowe programy sklepowe, jednak zdecydowanie odradza tego typu rozwiązanie. - Dedykowany sklep internetowy to oczywiście

spora inwestycja, ale zwróci się w krótkim czasie. Bezpieczeństwo danych, możliwość rozbudowy sklepu w zasadzie w dowolny sposób oraz integracja z zewnętrznymi systemami magazynowo-sprzedażowymi to elementy nie do przecenienia, dostępne wyłącznie w sklepie stworzonym na specjalne zamówienie - twierdzi szef agencji interaktywnej z Gliwic.

Tymczasem Artur Samojułuk nie ukrywa, że widełki cenowe za stworzenie e-sklepu bardzo często zależą od „widzimisiej” projektanta a nie rzeczywistej wartości rynkowej. - Jednakże, patrząc na liderów rynku można w przybliżeniu określić, że ceny założenia i utrzymania sklepu na serwerach wahają się rocznie od około 1000 do 4000 zł. Sklep wirtualny to normalna inwestycja, to coś jak otwarcie nowej filii naszej firmy, tyle że w cyfrowym świecie Internetu - podkreśla informatyk z firmy VBS projekt.

Analizując nakłady, jakie trzeba ponieść, aby otworzyć internetową cukiernię, należy też pamiętać, że na samo prowadzenie sklepu składają się jeszcze koszty wynagrodzenia pracowników, obsługi księgowej oraz te związane z obsługą płatności on-line.

Nie można również zapominać o reklamie internetowej, która zapewni stały dopływ klientów. To dzięki niej wspomniany wcześniej portal Kupciacho.pl ma między innymi zlecenia ze Stanów Zjednoczonych, Anglii lub Izraela, by dostarczyć torty do miast i miasteczek w okolicach Łodzi. I choć e-biznes w cukiernictwie dopiero raczkuje, to rodzeństwo ze Zgierza już myśli o poszerzeniu działalności. W planach mają stworzenie wielkiego internetowego sklepu, który zrzeszałby cukiernie w różnych miejscach kraju i zapewnił realizację zleceń w całej Polsce. ■

WAŻĄ, LICZĄ, PORÓWNUJĄ...

Tomasz Przysiężny

Decydując się na kupno wagi do piekarni lub pracowni cukierniczej, trzeba dokładnie przeanalizować nie tylko zakres i dokładność ważenia, jakie są potrzebne przy produkcji, ale także całą gamę innych cech, które mają nowoczesne wagi dla branży spożywczej.

Na polskim rynku jest dostępnych obecnie co najmniej kilkadziesiąt kompaktowych urządzeń ważących, które z powodzeniem znajdują swoje miejsce w zakładzie produkującym pieczywo i ciasta. Pozornie nie różnią się od siebie niczym szczególnym, dlatego też dużą rolę przy podjęciu decyzji związanych z zakupem wagi odgrywa atrakcyjna cena. Wiele tych urządzeń ma jednak liczne udogodnienia, które - nawet jeśli nie na obecnym etapie produkcji, to być może w przyszłości - znacznie ułatwią i przyspieszą prace.

Wszystkie wagi posiadają obudowę z tworzywa sztucznego lub stali chromoniklowej, co gwarantuje jej długą żywotność, odporność na korozję i - co bardzo istotne - łatwość utrzymania w czystości. Przy produkcji spożywczej higiena ma ogromne znaczenie, dlatego też powinno się szczególną uwagę zwrócić na to, by kształt i budowa urządzenia pozwalały na łatwe jego umycie.

Inną przydatną cechą jest możliwość podwójnego zasilania. W małych zakładach piekarsko-cukierniczych ważenie często odbywa się tam, gdzie jest na to miejsce, lub tam, gdzie pracownikowi jest wygodniej. Dlatego też konieczność korzystania wyłącznie z prądu sieciowego może być utrudnieniem, gdyż na stole lub pod nogami piekarza płącze się kabel zasilający od wagi. Niemal wszystkie małe urządzenia mają więc własny wbudowany akumulator. Przed wyborem wagi powinno się jednak sprawdzić, na jak długo on wystarcza. Są nowoczesne urządzenia, które z baterii popracują maksymalnie kilkanaście godzin, a są i takie, które trzeba ładować co sto godzin.

- Podczas pracy w piekarni nie bez znaczenia jest także wielkość i czytelność wyświetlacza LED. Na przykład niektóre modele urządzeń posiadają przydatną funkcję stopniowej regulacji jasności jego świecenia - mówi Agnieszka Kotlarska z firmy Yakudo Plus. - W standardzie każda nasza waga posiada funkcję automatycznego wyłączenia, gdy przez pewien czas nie jest używana. Pozwala to na oszczędność akumulatora.

Z uwagi na specyficzne warunki pracy w piekarniach ważne są też inne właściwości, które urządzenia ważące powinny posiadać. Wysoka temperatura w pomieszczeniu produkcyjnym może mieć wpływ nie tylko na dokładność ważenia, ale także na żywotność samego urządzenia. Większość wag ma jednak dość dużą tolerancję temperaturową - zazwyczaj od kilku do 40 stopni C. Są też i takie, które mogą pracować w temperaturach ujemnych.

Inną istotną zaletą niektórych wag jest też wodo- i pyłoszczelność, co pozwala na ich bezpieczne mycie. Takie urządzenia są też odporne na uszkodzenie w wyniku na przykład zapylenia mąką, która w tym przypadku nie dostaje się do naszpikowanego elektroniką wnętrza wagi.

Zdaniem Tadeusza Gierasimowa z firmy Saldi Bis, piekarze często zwracają uwagę na to, jak wielkie kęsy ciasta będą mogli ważyć i z jaką dokładnością, a nie myślą o tym, że podczas intensywnej produkcji mało kto kładzie ciasto na szalkę. - W piekarnictwie na porządku dziennym jest zjawisko rzucania kęsów, a to ma wpływ na przeciążenia. Kilogramowy kawał ciasta spadający na wagę waży znacznie więcej, dlatego istotne jest, by urządzenie dedykowane dla tej branży było odporne na przeciążenia do około 150 procent nośności - doradza Gierasimow.



W zakładach cukierniczo-piekarskich oprócz urządzeń o zakresie ważenia do kilkudziesięciu kilogramów często potrzebne są też małe i precyzyjne wagi. FOT. OHAUS

Za wiele udogodnień trzeba dodatkowo zapłacić. Niektóre wagi w podstawowej wersji ich nie mają, ale na życzenie klienta mogą zostać dostosowane do indywidualnych potrzeb. Zazwyczaj wiąże się to z kosztami rzędu kilkudziesięciu złotych, ale gdy takie specjalne funkcje mają piekarzowi i cukiernikowi ułatwić pracę, warto się zastanowić nad tą dodatkową inwestycją.

Opcjonalnie wybrane modele wag mają na przykład możliwość sumowania składników receptury. Funkcja ta pozwala na oddzielne ważenie kilku produktów w jednym naczyniu z możliwością odczytu na bieżąco sumarycznej wartości masy wszystkich dotychczas ważonych składników. Ilość składników może być dowolna, ale ich łączna masa nie może przekroczyć zakresu wagi. Z kolei funkcja „progów” daje możliwość porównania wyniku ważenia z dwoma wcześniej zaprogramowanymi wartościami: progiem dolnym i górnym. Informacja o tym, czy coś waży za dużo lub za mało, jest podawana zarówno na wyświetlaczu jak też sygnałem dźwiękowym.

Niektóre urządzenia mają także możliwość pracy w dwóch zakresach dokładności. Wówczas wynik ważenia małych obciążeń pokazywany jest na mniejszej dziaлке, a w przypadku cięższych produktów - na większej. Przełączanie zakresów ważenia odbywa się automatycznie.

Bez względu na to, czy urządzenie ma służyć do bardziej lub mniej dokładnego ważenia, powinien posiadać certyfikat HACCP, a także - jeżeli jest to waga importowana - możliwość legalizacji na terenie Polski i Unii Europejskiej.

Prima to waga produkowana przez polską firmę Elza, przeznaczona zarówno dla zakładów produkujących żywność, jak też gastronomii i handlu. Może między innymi współpracować z kasami fiskalnymi. Urządzenie posiada jedynie trzy klawisze, służące między innymi do włączania tary, zerowania wagi oraz programowania parametrów pracy urządzenia.

Profesjonalnym rozwiązaniem dla branży piekarsko-cukierniczej może okazać się jednak waga **Pluton**, która wykonana jest w całości ze stali nierdzewnej i dopuszczona do kontaktu z żywnością, a więc spełnia surowe wymogi sanitarne. Jest to urządzenie o niewielkich gabarytach, a jego specjalna konstrukcja chroni wnętrze, wtyczki i gniazda przed zalaniem wodą. Z kolei **Vega** to - jak podkreśla producent - uniwersalne i trwałe rozwiązanie dla wymagających. Waga ta wyposażona jest w wyświetlacz na słupku, którego wysokość jest regulowana w zależności od potrzeb i wygody osoby obsługującej urządzenie. Jest odporna na różne czynniki spotykane w trudnych warunkach pracy, takie jak: wilgoć, zapylenie, brud, korozję. Vega należy do serii wag CAT 17, które między innymi spełniają przepisy metrologiczne w zakresie stosowania wag do bezpośredniego rozliczania obrotów handlowych oraz podlegają legalizacji według przepisów unijnych.

W ofercie firmy CAS Polska znaleźć można między innymi przydatną w zakładzie piekarsko-cukierniczym wagę wodoodporną **SW-1 WR 10**. To lekkie i łatwe w użyciu urządzenie zasilane jest na baterie, co pozwala na korzystanie z wagi w dowolnym miejscu.

Z kolei duży wyświetlacz zapewnia łatwy odczyt masy towaru. Koreańska waga jest nie tylko przystosowana do pracy w warunkach wilgotnych, ale nawet odporna jest na polewanie wodą. Dostosowana jest także do pracy w temperaturze aż -10 stopni C.

Z kolei waga **SW-1 PLUS SR 10** to nowa wersja popularnego małego urządzenia, które dzięki swojej funkcjonalności może być stosowane między innymi w handlu i przemyśle spożywczym. Z kolei parametry modelu SW-1 PLUS SR 02 pozwalają na wykorzystywanie go nawet jako wagi aptecznej. To dwudziałkowe urządzenie gwarantuje większą dokładność ważenia towarów o małej masie, dzięki automatycznej zmianie działki pomiarowej zależnie od obciążenia szalki. Zmodernizowana elektronika dzięki zastosowaniu technologii *One Chip Module* zapewnia przy zasilaniu baterijnym nieprzerwaną pracę przez aż tysiąc godzin.

Dwie japońskiej produkcji wagi wodoszczelne ma w swojej ofercie Digilab Ttrading.

Model **SK WP 10** firmy AND posiada stopień ochrony IP65 wymagany wtedy, gdy urządzenie pomiarowe pracuje w zapylnym lub wilgotnym środowisku oraz gdy trzeba je myć strumieniem wody. Zaletą tej wagi jest też duży i wyraźny wyświetlacz ciekłokrystaliczny, a także automatyczny wyłącznik czasowy oszczędzający baterie.

Te same zalety ma także urządzenie **IPC-WP-6** wyprodukowane przez japońską firmę Ishida. Pozwala ono jednak na pomiar tylko takich towarów, których waga nie przekracza 6 kg.

Lubelski Fawag to firma o 130-letniej tradycji i jeden z najstarszych producentów wag w Europie. W swojej ofercie ma między innymi wagi **Turkus** i **Opal**. Obie dostosowane są do pracy zarówno w ujemnych temperaturach jak też w pomieszczeniach, w których jest do 40 stopni C. Urządzenia mogą być też stosowane w handlu, gdyż oprócz współpracy z kasami fiskalnymi są także kompatybilne z drukarkami etykiet. Mają też opcję pamięci, co pozwala wydrukować całą listę ważonych produktów. Obie wagi mogą być zasilane sieciowo, za pomocą akumulatora lub bateriami. Ponadto **Turkus** występuje też w wersji dwuzakresowej: produkty do 6 kg waży z dokładnością do 2 gram, z kolei cięższe z dokładnością do 5 gram. Zaletą tego modelu jest też stosunkowo niski zakres pomiaru - już od 40 g.

Inny polski producent - firma Axis - poleca między innymi urządzenie o nazwie **BDM15**, które pozwala ważyć do 15 kg z dokładnością aż do pół grama. Waga techniczna stołowa przeznaczona jest jednak wyłącznie do pracy w warunkach, w których nie wymagana jest legalizacja urządzenia, czyli w laboratoriach, przy kontroli produkcji, w magazynach, sortowniach itp. Nie może być za to stosowana w handlu. Urządzenia z serii BDM posiadają dodatkowo pełny pakiet funkcji specjalnych, takich jak na przykład liczenie detali. Po całkowitym naładowaniu akumulatora waga może jednak pracować zaledwie 16 godzin.

Całkowita pyłoszczelność to największa zaleta wagi **WTB 15K2IP** wyprodukowanej przez niemiecką firmę Kern, a dostępnej w Polsce u kilku importerów. To urządzenie adresowane jest między innymi do herbaciarni, piekarni i cukierni - zapewnia producent dodając, że spełnia ono swoją funkcję zwłaszcza w małych zakładach produkcyjnych oraz niewielkich punktach handlowych. Przy zakupie importowanych wag trzeba jednak pamiętać o ich legalizacji, co może dodatkowo

kosztować. Tak też jest w przypadku jednego z dystrybutorów wag Kerna, który zapewnia, że wagi mogą otrzymać legalizację nadaną przez niemieckiego producenta i uznawaną w Polsce, ale trzeba za to osobno zapłacić. Minusem tej wagi jest też stosunkowo długi czas ładowania akumulatora (15 godzin) i niedługi czas jego eksploatacji (tylko 50 godzin).

Waga kontrolna **DS-671DR II** wyprodukowana przez japońską Teraoka Seiko Co., która znana pod marką DIGI, to proste urządzenie w budowie ze stali nierdzewnej. Jest to waga dwuzakresowa, która pozwala na ważenie z dwiema różnymi dokładnościami. Tam, gdzie masa towaru jest niewielka (maksymalnie 3 kg), precyzyjność pomiaru wzrasta do 1 grama, przy większych wagach dokładność wynosi 5 gram. Mimo iż urządzenie to nie jest w pełni odporne na wodę i kurz, to jednak obudowa wagi daje podwyższony stopień szczelności zwiększony do normy IP-68. W Polsce urządzenie dostępne jest m.in. w ofercie Yakudo Plus.

Od 35 lat w Polsce można też kupić wagi amerykańskiego Ohaus. Jego autoryzowanym dystrybutorem jest między innymi wspomniana wcześniej firma Saldi Bis, która oprócz wag serii FD ma także między innymi nowoczesne urządzenia serii **Valor**. Najmniejszym z nich jest model 1000, który pozwala na ważenie do 6 kg z dokładnością odczytu do 1 grama. Ma on duży i czytelny wyświetlacz, a pojemny akumulator wystarczy nawet na 100 godzin pracy urządzenia. Z kolei **Valor 2000** i **3000** posiadają zabezpieczenie przed przedostawaniem się pyłu i wody do wnętrza urządzenia. Wagi te mają także certyfikaty NSF i HAC-CAP dopuszczające do bezpośredniego kontaktu z żywnością. Zaletą amerykańskich urządzeń jest też wspomniany wcześniej system ochrony przed przeciążeniami, które mają miejsce w przypadku rzucania kęsów ciasta na wagę. ■

WAGI NIE TYLKO DLA PIEKARZY

Producent	Nazwa	Max waga	Dokładność	Cena netto
Elzab	Prima	15 kg	5 g	950 zł
CAS	SW-1 WR 10	10 kg	5 g	750 zł
CAS	SW-1 PLUS SR 10	10 kg	2 lub 5 g	550 zł
AND Co	SK WP 10	10 kg	5 g	1170 zł
Ishida Co	IPC-WP-6	6 kg	5 g	1070 zł
Fawag	Turkus 2	15 kg	2 lub 5 g	950 zł
Fawag	Opal	15 kg	5 g	850 zł
Kern	WTB 15K2IP	15 kg	2 g	1280 zł
Axis	BDM15	15 kg	0,5 g	630 zł
DIGI	DS-671DR II	15 kg	1 lub 5 g	600 zł
Ohaus	Valor 2000 21PW15	15 kg	2 g	770 zł
Ohaus	Valor 5000 51PM15	15 kg	5 g	990 zł

Ceny bezpośrednio od producentów lub importerów

WYPIEKI NA DUŻĄ SKALĘ

Tomasz Przysiężny

Tunelowe piece na całym świecie były, są i będą najczęściej stosowanymi rozwiązaniami do potokowej masowej produkcji pieczywa. Ich nowoczesna technologia produkcji pozwala na wypieki, których jakość nie ustępuje pieczywu z pieców wsadowych.

Piec tunelowy z racji swej budowy wykorzystywany jest do produkcji ciągłej, przeważnie z wykorzystaniem linii z automatyczną fermentacją kęsów w łańcuchowej komorze rozrostu i szeregiem innych zsynchronizowanych maszyn do obróbki ciasta. - Ale oprócz technologii wypieku w piekarniach bardzo ważnym składnikiem kosztów jest między innymi dobra organizacja produkcji i czas wypieku - mówi Tomasz Maciuba z firmy Ibis dodając, że konstrukcja pieca tunelowego rozwiązuje też problem załadunku i rozładunku komory wypiekowej. - Z jednej strony taśma pieca jest obsadzana kęsami, a następnie przechodzi przez poszczególne strefy zaparowania i kilka stref

temperaturowych, by po ostatniej uzyskać gotowe wypieczone bochenki. Pieczywo z taśmy „płyne” jednym ciągiem, bez przerw na operacje załadunku i wyładunku, jak to ma miejsce w przypadku stałej powierzchni wypiekowej przy tradycyjnych piecach wsadowych.

W procesie pieczenia bardzo ważna jest różnica pomiędzy temperaturą medium grzewczego a temperaturą pieczenia. Tomasz Maciuba zapewnia, że coraz większa popularność pieców termoolejowych wynika przede wszystkim z dużej oszczędności w zużyciu energii, równomierności wypieku, dłuższej świeżość mięksiszu i wyższego komfortu pracy, jaki zapewniają urządzenia ogrzewane olejem.

Podobnego zdania jest Tomasz Guderski, który wyraża opinię, że w piecu termoolejowym mamy do czynienia z procesem wypiekowym „mało agresywnym”. - Oznacza to, że różnica pomiędzy temperaturą medium grzewczego (termooleju) a wymaganą temperaturą wypiekową dla pieczonego produktu wynosi tylko 20-30 stopni, gdy tymczasem w piecu przelotowym cyklotermicznym różnica ta wynosi aż około 100 stopni C - twierdzi szef firmy Geth*. Ale nie tylko technologia ogrzewana termoolejowego wykorzystywana jest w piecach tunelowych. Na polskim rynku dostępnych jest obecnie co najmniej kilkanaście tego typu urządzeń do przemysłowej, wysokowydajnej



Monsun SM jest połączeniem pieca półkowego i obrotówki.
FOT. DEBAG



Piece półkowe typu VATO firmy HEUFT z urządzeniem załadunkowym Concorde.
FOT. MATERIAŁY DYSTRYBUTORA

produkcji pieczywa. Wiele z tych pieców może być dowolnie rozbudowywanych, co pozwala zwiększyć ich powierzchnię wypiekową z kilkudziesięciu do nawet kilkuset metrów kwadratowych. Poniżej prezentujemy kilka takich przemysłowych maszyn.

Atlas to rurkowy piec tunelowy produkowany przez firmę Tagliavini, który od 20 lat znajduje zastosowanie w masowej produkcji pieczywa i wyrobów cukierniczych. Urządzenie ma tylko 10 metrów długości, ale aż 71 metrów kwadratowych powierzchni wypiekowej. Cała komora ogrzewana jest z dołu i z góry rurkami Mannesmanna, które mają charakterystyczny kształt litery „L”. Ta technologia pozwala zachować stabilną temperaturę pieczenia nawet przy ciężkiej ciągłej pracy. Piec można tak ustawić, by miał różną temperaturę w dwóch górnych i dwóch dolnych komorach, a w miarę zapotrzebowania produkcyjnego można wyłączyć połowę pieca. Stosunkowo wysokie komory pozwalają na swobodny wypiek między innymi chlebów dużych i foremkowych. Urządzenie może być opalane gazem, olejem lub miałem węglowym i - jak zapewnia producent - z uwagi na zastosowanie systemu ogrzewania rurowego jest ekonomiczne w eksploatacji. Aby zaoszczędzić zużycie energii, system zaparowania pieca umieszczony został na drodze spalin, przed wejściem do komina. Producent szacuje, że wydajność Atlasu jest około 20 procent większa niż w przypadku



Przelotowy piec typu Euroback firmy HEUFT to urządzenie o wysokiej wydajności produkcji i dużym bezpieczeństwie pracy.

FOT. MATERIAŁY DYSTRYBUTORA

tradycyjnych urządzeń wsadowych, gdyż wsad i wyjęcie chleba odbywa się z dwóch różnych stron pieca. Załadunek i rozładunek może być w pełni zautomatyzowany lub ręczny. Dystrybucja: Genesis 2.

Przelotowym półkowym i w pełni automatycznym piecem jest **PU Integral 2500** wyprodukowany przez austriackiego Koniga.

Najbardziej charakterystyczną cechą tego urządzenia jest niewielka powierzchnia podłogi, jaką zajmuje w stosunku do dużej wydajności produkcji. Piec ma zaledwie 8,31 metra długości i 4,33 szerokości, ale jego powierzchnia wypiekowa - w przypadku modelu PU 2500/30 - to aż 75 metrów kwadratowych. Wersje PU 2500/26 i PU 2500/22 mają mniej pokładów i ich powierzchnie wypieku są odpowiednio mniejsze: 65 i 55 metrów. Producent znacznie ograniczył zużycie energii przez zastosowanie nowoczesnego wymiennika ciepła z 3-milimetrowej stali. Z kolei zastosowanie dwóch cyrkulacji powietrza - jednej w pokładach wypiekowych, drugiej wokół pieczywa - gwarantuje odpowiednie wypiekanie zarówno dla produktów w pełni, jak i częściowo zapiekanych. Piec ma dwie osobne strefy klimatyczne wstępnego i końcowego wypieku oraz bardzo skuteczną strefę zaparowania. Oddzielne sterowanie pozwala na osiągnięcie optymalnej temperatury wypieku różnego gatunku produktów piekarniczych, takich jak chleb czy bułki. Konstruktorzy pieca PU Integral szczególną uwagę przyłożyli do prostoty obsługi panelu sterującego urządzeniem i maksymalnego ułatwienia pracy piekarza przez zastosowanie w pełni zautomatyzowanego systemu rozładunku produktów. Również konstrukcja i mechanizm systemów transportujących podkłady i odpowiedzialnych za ich poziomy przesuw pozwalają ograniczyć potrzebę ich konserwacji i czyszczenia, przez co zapew-



Przelotowy piec termoolejowy Impact ma możliwość zapisania nawet 199 programów wypiekowych, co pozwala otrzymywać wysokiej jakości powtarzalne produkty.

FOT. MATERIAŁY DYSTRYBUTORA

niają ciągłość wykorzystania pieca przy produkcji całodobowej. Dystrybucja: Cream

Przelotowe piece termoolejowe **Impact** i **Euroback** niemieckiej firmy HEUFT to urządzenia o wysokiej wydajności produkcji i dużym bezpieczeństwie pracy dzięki podłączeniu instalacji tych pieców poprzez router i modem do systemu zdalnego nadzorowania. W wyniku takiego rozwiązania producent pieca w każdej chwili może sprawdzić stan pracy instalacji i interweniować za pośrednictwem swoich pracowników, którzy przez całą dobę czuwają nad komfortem pracy i bezpieczeństwem piekarza. Dodatkowo urządzenia te posiadają czytelne i łatwe w obsłudze sterowania dotykowe. Intuicyjna obsługa, czytelne komunikaty, przejrzyste menu oraz możliwość zapisania nawet 199 programów wypiekowych i przesyłania ich pomiędzy piecami pozwalają otrzymywać wysokiej jakości powtarzalne wypieki.

Do dyspozycji piekarza jest między innymi strefa dla zaparowania produktów na początku procesu pieczenia. Proces ten odbywa się uderzeniowo na szerokości komory i jest automatycznie sterowany. Każda komora ma mechanicznie sterowany fartuch, który zapewnia załadunek produktów w dwóch krokach i ich jednolite zaparowanie. Komory posiadają też własny obieg wtórny, dzięki czemu temperatura w każdej z nich może być oddzielnie sterowana - zarówno w górnej jak i w dolnej części komory.

Piece posiadają charakterystyczny dla firmy HEUFT system turbo, który odpowiada za cyrkulację gorącego powietrza wokół wypiekanego produktu. Pozwala to, nawet przy gęstym obsadzeniu produktów, na uniknięcie niedopieczenia i nierównomierności wypieku. System ten wpływa również na podwyższenie walorów objętościowych pieczywa w pierwszej fazie oraz uzyskanie chrupkiej i wypieczonej skórki na wyrobie w końcowym etapie pieczenia.

W piecach możliwy jest wypiek na blachach, w foremkach lub bezpośrednio na taśmie. W piecach półkowych typu VATO zamontować można również wysuwane komory - nawet na wszystkich poziomach. Dystrybucja: Giko

Nowoczesny termoolejowy piec tunelowy wprowadziła niedawno na nasz rynek firma Ibis. - Jest to jedyne tego typu polskie urządzenie do potokowej produkcji pieczywa - zapewnia Tomasz Maciuba. Piece z serii **PTT** mają bardzo zróżnicowaną wydajność i powierzchnię wypieku od 30 do aż 108 metrów kwadratowych. Model **PTT 30** pozwala w ciągu 8-godzinnej zmiany wyprodukować 6160 sztuk chleba. W tym samym czasie takich samych 600-gramowych bochenków można wypiec aż 17 500 sztuk w największym z nowych pieców - **PTT 86**.

Urządzenie to już pracuje w piekarni, w której jest przy okazji testowane i na bieżąco modernizowane i usprawniane. Z uwagi na jego wielkość, nie może być jednak wystawione na tegorocznych targach Bake-pol. Zaletą najnowszego polskiego pieca termoolejowego jest nie tylko stosunkowo małe zużycie energii, ale inny rodzaj radiacji niż w piecach cyklotermicznych, co nie powoduje nadmiernego wysuszenia pieczywa i jego wilgotności, a w konsekwencji też utraty świeżości. Technika termoolejowa jest bardzo delikatną atmosferą do produkcji pieczywa, zapewniając jednocześnie unormowany i jednakowy przyrost objętości pieczywa. W całej objętości komory wypiekowej jest ta sama temperatura, co zapewniają panele grzewcze, przez które przepływa gorący olej. Nie ma więc ryzyka, że w jednym miejscu pieczywo będzie ciemniejsze a w innym jaśniejsze. Dystrybucja: Ibis

W polskich piekarniach spotkać można między innymi piece tunelowe czeskiej firmy J4, które docelowo przeznaczone są dla średnich i dużych zakładów produkcyjnych. Piece przelotowe typu **PPP** można przystosować i zaprogramować do pieczenia chleba żytniego i pszen-



Małe piece wsadowe i obrotowe nigdy nie będą miały tak dużej wydajności jak przelotowe.
FOT. DEBAG

PIEC TUNELOWY ZWIĘKSZA PRODUKCJĘ

Krzysztof Maciołek
właściciel piekarni MK
w Ropczycach



Pierwszy piec tunelowy kupiłem pięć lat temu. Była to używana maszyna, która zdała swój egzamin podczas pracy. Trzy lata temu zdecydowałem się więc na kolejny piec przelotowy Koeniga, tym razem zupełnie nowy. Wcześniej cała produkcja opierała się wyłącznie na piecach wsadowych. Zdecydowałam się zainwestować w urządzenie tunelowe przede wszystkim, aby zwiększyć wydajność produkcji. Trudno jednak określić, po jakim czasie taka inwestycja się zwraca. Jeżeli ktoś ma piekarnię, która pracuje na jedną zmianę, to będzie to trwało odpowiednio długo. W naszej piekarni piec Integral pracuje bez przerwy, 24 godziny na dobę przez cały tydzień. Codziennie pieczemy około 25 tysięcy bochenków chleba. Istotne jest też to, że do obsługi tego pieca wystarczy jeden pracownik, który wyładowuje pieczywo. Początkowo było ich dwóch, gdyż wówczas nie miałem jeszcze przemysłowej garwni. A wiadomo, że im mniej pracowników, tym niższe koszty ich utrzymania.

Taki piec nie wymaga żadnej ingerencji człowieka, nie ma więc ryzyka, że coś się przypali lub niedopiecze. Piekarz jedynie ustawia odpowiednio parametry pieca i chleb otrzymujemy taki jak chcemy: wysokiej jakości, złocisty i odpowiednio wypieczony. Inwestycja w ten piec wyraźnie poprawiła nam też sprzedaż pieczywa.

Nie bez znaczenia jest też ilość miejsca, jaką ten Integral zajmuje w piekarni. Ma zaledwie 8 metrów długości, a jego wydajność wynosi aż 65 metrów kwadratowych powierzchni wypiekowej. To także ma wpływ na oszczędność, gdyż im mniejsza powierzchnia piekarni, tym niższy podatek, jaki trzeba zapłacić od nieruchomości. Poza tym korzystanie z pieca tunelowego Koeniga zdecydowanie zmniejsza zużycie energii, co w efekcie daje wymierne oszczędności.

no-żytniego zarówno w wykonaniu „przemysłowym” jak i „domowym”, do pieczywa białego, biszkoptów, herbatników, keksów, pierników, pizzy, sucharów, paluszków i półproduktów cukierniczych. Urządzenia te szczególnie adresowane są do piekarni produkujących dziennie od kilku do kilkudziesięciu tysięcy bochenków chleba. Piece pozwalają na pieczenie bezpośrednio na pasie, ale również na blasze lub w formach.

Czeskie maszyny mogą być wyposażone w urządzenie monitorujące połączone z komputerem, który na bieżąco śledzi parametry technologiczne pieczenia. Możliwe jest też automatyczne nastawianie i regulowanie ruchu pieca współpracującego z urządzeniem do wyrastania ciasta. Elementy sterowania i regulacji dostosowane są indywidualnie do potrzeb piekarza i cukiernika. Piec ma między innymi płynną regulację czasu pieczenia, stożkową przednią skrzynię biegów z przetwornikiem częstotliwości do napędu pasa pieca i podciśnieniowy system grzewczy z ogrzewaniem pośrednim. Podobnie jak w przypadku większości opisywanych urządzeń, także i piece serii PPP cechuje energooszczędność pracy. Dotyczy to zarówno zużycia energii elektrycznej (zastosowano przetworniki częstotliwości Lenze) i gazu lub innych materiałów opałowych, ale także znaczne ograniczenie strat ciepłych. Piece J4 są standardowo wyposażone w palniki Weishaupt, oświetlenie halogenowe z przejrzystymi oknami z grubego nietłukącego szkła ochronnego, nierdzewną osłonę boczną i górną pokrywę aluminiową. Cała reszta konstruowana jest indywidualnie, trudno więc wyszczególnić dokładne parametry techniczne. Dystrybucja: Bakepan

Thermador to modułowa konstrukcja pozwalająca na elastyczne budowanie pieca przelotowego odpowiednio do potrzeb zakładu piekarskiego. Urządzenie firmy Werner & Pfleiderer posiada strefy od długości 4,5, 6 lub 7,5 metra i wysokości mniejszej niż 2 metry. Maksymalnie może posiadać dwie strefy palnikowe o długości 6 metrów i wysokości 2,5 metra w przypadku systemu Cyclotherm lub 2,75 metra przy zastosowaniu systemu Duo. Prędkość wentylatora cyrkulującego jest regulowana falownikiem. W zależności od wymagań i miejsca w zakładzie produkcyjnym do budowy pieca przelotowego można zastosować taśmy siatkowe lub prętowe o szerokości od 2 do 4 metrów. W urządzeniu zastosowano pośredni system ogrzewania, dzięki czemu wyeliminowano nawarstwianie się sadzy w komorze wypiekowej. Konstruktorzy z Werner & Pfleiderer zapewniają, że do minimum ograniczyli zużycie energii, która może być nawet o 40 procent mniejsza niż w innych systemach. Znacznie zmieszono także straty ciepła, a to między innymi poprzez odpowiednią izolację powrotu taśmy. Jej napęd jest elastycznie regulowany. Pracą urządzenia w całości steruje się z pośrednictwem panelu dotykowego. Dystrybucja: Hert

Wielopoziomowy, termoolejowy piec przelotowy **Thermo-rollomat** niemieckiej firmy Miwe może być zbudowany z maksymalnie siedmiu półek, które montuje się jedna nad drugą. Są one w różnych rozmiarach i w zależności od potrzeb właściciel zakładu piekarskiego może zdecydować się na piec dowolnej szerokości i długości. Maksymalne wymiary jednej półki to 3 metry szerokości i 14,5 metra długości, co daje powierzchnię wypieku ponad 43 me-

try kwadratowe. Przy piecu siedmiopozomowym powierzchnia ta to w sumie aż 300 metrów kwadratowych. Piec ogrzewa specjalny olej, który podgrzewany jest w kotle umieszczonym na zewnątrz. System ten pozwala na niezależną regulację temperatury w każdej komorze i w tym samym czasie na różnych półkach piec inne produkty. W zależności od potrzeb można też wyłączyć dowolne półki i zaoszczędzić energii użytą do ogrzania pieca. Cechą odróżniającą Thermo-rollomat jest specjalna sekcja zaparowania, która znajduje się na początku każdej półki i wyposażona jest w szczelne zamknięcie. Pozwala to na uzyskanie parametrów zaparowania niemal takich samych jak piecu wsadowym. Wypiek pieczywa odbywa się na specjalnej taśmie z grubych płytek stalowych, co zapewnia najlepsze warunki do zapieczenia spodu produktu. Dla najbardziej optymalnego wykorzystania możliwości technicznych i eksploatacyjnych pieca jest on wyposażony w specjalne urządzenia załadowczo-wyładowcze. Mogą być one w pełni automatyczne lub półautomatyczne. Odbiór gotowego pieczywa może być także ręczny. Praca urządzenia sterowana jest komputerowo za pomocą dużego ekranu dotykowego. Pokazuje on między innymi nazwy produktów znajdujących się na różnych półkach, zadane i aktualne temperatury w komorach, stan zaparowania oraz czas do końca wypieku. Dystrybucja: Geth

Ringtech to urządzenie rodem z luksemburskiej fabryki Hein. Ten tunelowy półkowy piec w najbardziej rozbudowanej wersji z czterema komorami ma 96 metrów kwadratowych powierzchni wypiekowej. Wersja minimalna z trzema komorami to 36 metrów kwadrato-

reklama

PIECE TERMOOLEJOWE



Piec termoolejowy wsadowy



Piec termoolejowy wózkowy



Miesiarki spiralne



Od 1836 roku

IBIS Ltd. Sp. z o.o.
89-200 Szubin ul. Jana Pawła II 38
tel. 52 39 10 200 fax 52 38 42 641
e-mail: ibis@ibis.pl www.ibis.pl



System miesienia automatycznego SMA
- Złoty Medal MTP 2010 za innowacyjność!



Piec termoolejowy taśmowy przelotowy



Uniwersalne maszyny inkrustujące produkcji RHEON do formowania, tworzenia i wypełniania wszelkiego rodzaju kęsów ciasta

Serdecznie zapraszamy na targi Bakepol 2-6.04.2011 (Hala D, stoisko 14)

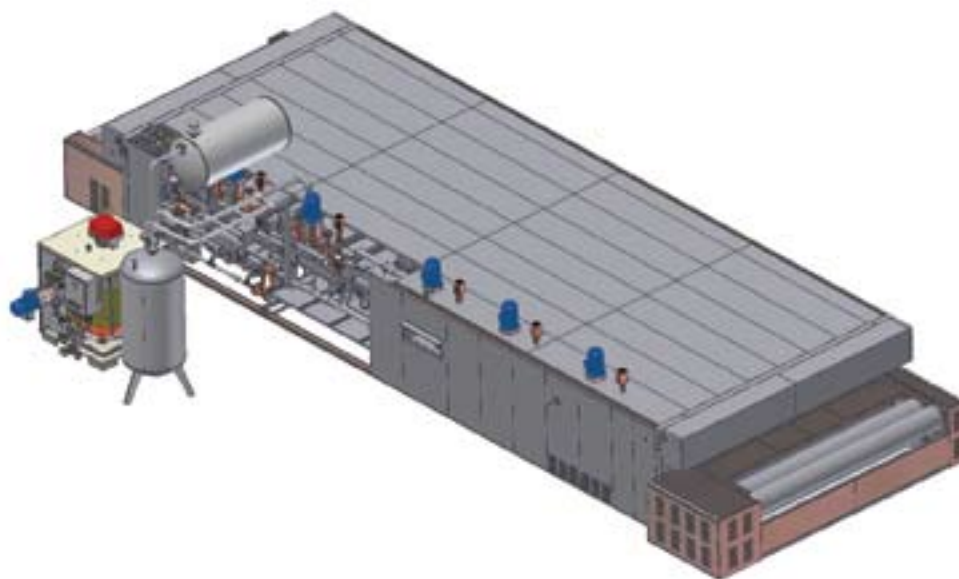
WYŁĄCZNY DYSTRYBUTOR FIRMY RHEON NA POLSKĘ

wych. Piec rurkowy ma palenisko ceramiczne oraz kamienną komorę wypiekową. Bepośrednio w komorze zastosowano transport łańcuchowy ze spodem z kamienia lub metalu. Piec jest zbudowany z dwóch modułów, a każdy posiada własny palnik. Para jest produkowana w jednym lub dwóch komorach przez wysokowydajny generator wbudowany w pierwszy moduł pieca. Każda komora jest ładowana za pomocą automatycznego urządzenia załadowniczego Hein Spider, co pozwala na maksymalną oszczędność czasu przy jednoczesnym zminimalizowaniu liczby pracowników obsługujących piec. Poza tym, system Spider może też rozładować już wypieczone pieczywo na taśmę, która przetransportuje je do magazynu wyrobów gotowych. Całość sterowana jest elektronicznie przez panel Hein touchscreen, który pozwala jednocześnie obsługiwać kilka pieców. Dystrybucja: Guz Technika Piekarnicza.

Mimo bardzo wysokiej jakości pieczenia w urządzeniach przelotowych, wśród niektórych piekarzy panuje przekonanie, że najlepsze pieczywo można uzyskać wyłącznie w piecach wsadowych. Tego typu nowoczesne urządzenia również pozwalają na znaczne zwiększenie dotychczasowej produkcji, chociaż nie będzie ona aż tak wielka, jak przy zastosowaniu pieców tunelowych.

Piec wsadowy rurowo-pierścieniowy **Anelar** portugalskiej firmy Ramalhos to urządzenie o maksymalnej powierzchni wypieku do 27 metrów kwadratowych. Pozwala ona jednak na jednorazowy wsad aż 1850 bułek lub 720 półkilogramowych bochenków chleba. Piece Ramalhos charakteryzują się bardzo wydajnym i sprawdzonym systemem zaparowania niezależnym dla każdego pokładu. Posiadają podwójny termostat bezpieczeństwa oraz analogowy lub cyfrowy panel kontrolny. Mogą być zasilane gazem lub olejem opałowym. Anelar, podobnie jak każdy piec tego producenta, wyposażony jest też dodatkowo w palenisko na drewno. Obydwa systemy ogrzewania pracują niezależnie. Zaletą portugalskich urządzeń są też stosunkowo niskie koszty eksploatacji, co osiągnięto dzięki odpowiedniej izolacji pieców. Dla przykładu: mniejszy model Anelar o powierzchni 18 metrów kwadratowych zużywa 7,8 metra sześciennego gazu lub 8,8 litrów oleju opałowego na godzinę pracy. Ciepło jest rozprowadzane przez rurki o średnicy 27 milimetrów, które wytrzymują ciśnienie aż 800 kilogramów na centymetr sześcienny. Dystrybucja: Bakepan

Jeszcze mniejsze zużycie ma obrotowy piec



Schemat połączenia termoolejowego pieca tunelowego Ibis z kotłem grzewczym.
FOT. MATERIAŁY PRODUCENTA

tego samego producenta - model **Rotoram Dual**. Przeznaczony jest on do wypieku bezpośrednio na dwóch wózkach rozrostowych, które w komorze wypiekowej umieszcza się na obracającym podeście. Piece te znajdują zastosowanie zarówno przy produkcji różnego rodzaju drobnego pieczywa pszennego, jak też półcukierniczego i pozwalają uzyskać równomierny wypiek na wszystkich poziomach wózka. Ich zaletą jest przede wszystkim łatwy załadunek i rozładunek oraz optymalne wykorzystanie przestrzeni, co także ma istotny wpływ na ekonomiczne zużycie paliwa w stosunku do ilości wypieczonego produktu. Rotoram Dual mogą być zasilane gazem lub olejem opałowym. Tego pierwszego paliwa w ciągu godziny pracy zużywają 5,4 metra sześciennego, zaś oleju opałowego spalają niewiele ponad 6 litrów. Dystrybucja: Bakepan

Połączeniem pieca półkowego i obrotówki jest **Monsun SM**. To urządzenie niemieckiej firmy Debag jest zaliczane do kategorii kombinowanych pieców cyklotermicznych, które mogą być zasilane gazem lub olejem. Ciasto można załadować do pieca bezpośrednio na dziewięć półek lub też do komory wypieku można bezpośrednio wjechać wózkiem. Cała produkcja może być sterowana za pomocą elektronicznego panelu albo przez komputer. W przypadku wypieku chleba powierzchnia dla jednorazowego wsadu nie jest jednak zbyt duża - zaledwie 8,6 metra kwadratowego. Wzrasta ona nieco w przypadku załadowania pieca bułkami, których w jednorazowym cyklu można wyprodukować około

840 sztuk. Zaletą Monsuna SM jest jednak między innymi to, że szybko i łatwo można przestawić produkcję z pieczywa dużego na małe. Nie bez znaczenia są też: stosunkowo niewielki pobór energii, równomierny rozkład temperatury w całej komorze i wydajne automatyczne dozowanie pary z możliwością ręcznego doparowania. Dystrybucja: Pro Ascobloc.

Piecy ceramiczno-rurowe **Tubix** to stosunkowo niewielkie urządzenia, które jednak również mogą znaleźć zastosowanie w produkcji przemysłowej. Włoskie piecy produkowane przez Bassanina mogą być - w zależności od życzenia piekarza - zasilane gazem, olejem, prądem elektrycznym lub paliwem stałym. Dzięki zastosowaniu systemu rurek grubościennych w połączeniu z elementami ceramicznymi możliwe zostało uzyskanie wysokiej stabilności cieplnej pieca, co podczas eksploatacji urządzenia daje bardzo wymierne oszczędności zużycia energii. Ciepło jest przekazywane przez promieniowanie co pozwala uzyskać specyficzny klimat, wręcz idealny do wypieku polskiego chleba - zapewnia krajowy dystrybutor włoskich urządzeń. Tubix oprócz stosunkowo wysokiej wydajności w porównaniu do powierzchni wypieku charakteryzuje się też komfortem i bezpieczeństwem pracy. W urządzeniu zastosowano bowiem szereg bezpieczników i czujników, które nadzorują i jednocześnie kontrolują cykl produkcyjny. Dystrybucja: Mech-Masz

*ze strony www.geth.pl

Zamrażanie szokowe co? jak? i dlaczego?



Czym jest mrożenie szokowe?

To proces, w którym produkty poddane są działaniu strumienia zimnego powietrza w krótkim okresie czasu. Długoletnie doświadczenie firmy KOMA wskazuje, że optymalna temperatura w jądrze zamrożonego kęsa ciasta to -7°C , przy której zahamowany zostaje proces rozwoju drożdży. Szeroka gama produktów (surowe kęsy, produkty półzapekowane i zapekowane), które można poddać procesowi zamrażania szokowego, wymaga stworzenia w komorze mroźniczej optymalnych warunków dla zachowania jak najwyższej jakości wyrobów z uwzględnieniem ich odmiennej specyfiki. Zatem, przy projektowaniu urządzenia, bardzo ważne jest odpowiednie połączenie kierunku przepływu powietrza, wielkości parownika i wydajności chłodniczej, której zadaniem polega na wyciągnięciu odpowiedniej ilości ciepła z produktu w określonym czasie i odprowadzenia go do atmosfery. Jednak najważniejszym ze wszystkich czynników jest wartość ΔT – czyli wielkość różnicy temperatury źródła zimna, w tym przypadku parownika oraz temperatury powietrza w komorze.

Dlaczego szokowe mrożenie?

Poddając produkty procesowi mrożenia szokowego w zasadniczy sposób wpływamy na poprawę jego jakości. Jak?

– dzięki tworzeniu się mniejszych kryształków lodu, nie naruszamy struktury produktu;

– przez dezaktywację niektórych enzymów.

Dzięki temu, osiągamy znaczne oszczędności w postaci mniejszych ubytków masy w trakcie schładzania, zamrażania i rozmrażania. Ponadto zmniejszamy ryzyko zagrożenia mikrobiologicznego.

Jak i gdzie mrozimy?

Firma KOMA oferuje komory szokowego mrożenia z parownikiem stojącym lub parownikiem podwieszanym, dla zamrażania

produktów na wózkach piekarniczych lub systemy mrożenia ssącego, idealnie nadające się do zamrażania/schładzania produktów znajdujących się na stertach kast. Ostatnie rozwiązanie pozwala na przykład, na ułatwienia w logistyce zakładu – zamrożone sterty kast właśnie w takiej formie dostarczane są na samochód dostawczy, a następnie do firmowych punktów sprzedaży. Proces ten eliminuje nakład pracy związany z przekładaniem kast z wózka i ponowne ich układanie na samochodzie.

Przelotowe taśmowe zamrażarki, spirale mroźnicze, zamrażarki szokowe z automatycznym systemem transportowania wózków to tylko kilka urządzeń z szerokiej gamy produktów firmy KOMA, które znajdują zastosowanie w średnich oraz dużych przemysłowych piekarniach.

Dla małych cukierni i piekarni zastosowanie znajdują mniejsze szafy zamrażania szokowego KOMA „systemy typu H”. Urządzenia te zajmują dużo mniej miejsca. Z czasem można je rozbudowywać o kolejne sekcje, a od strony technicznej wyposażone są równie dobrze, jak inne, duże urządzenia zamrażania szokowego tej firmy.

O co dbamy?

Odpowiedniej grubości panele izolacyjne, nowoczesne kompresory, duże wydajności parownika i powierzchnie kondensatora, czynnik chłodzący przyjazny dla środowiska, odpowiednie, proste sterowanie komputerowe – wszystko starannie dobrane dla stworzenia najlepszego klimatu mroźniczego dla Twoich produktów. Na straży stoi zdalny system nadzorowania instalacji TeleGuard – dla bezpieczeństwa produkcji.

Zamrażarki szokowe oraz magazyny mroźnicze KOMA doskonale odzwierciedlają 70-letnie doświadczenie w dziedzinie techniki chłodniczej w praktyce, co potwierdza coraz większa liczba sprzedanych urządzeń KOMA w Polsce.



Zapraszamy
na **BAKEPOL**
Przygotowaliśmy szeroką gamę
urządzeń KOMA

pawilon - stoisko
19
B

Oficjalny przedstawiciel firmy KOMA w Polsce:

PIECE I MASZyny PIEKARNICZE

GIKO Sp. z o.o. 42-603 Tarnowskie Góry, ul. Żeromskiego 93a
tel. +48 32 285 51 67, fax +48 32 381 09 25, giko@giko.pl, www.giko.pl



WÓZEK MUSI SIĘ TOCZYĆ

Tomasz Przysiężny

Regały i wózki to niezbędne wyposażenie każdej piekarni i cukierni. Ich mobilność zapewniają odpowiednie kółka, które jednak nie zawsze wytrzymują warunki, w jakich muszą się toczyć. Jak dobrać takie, które mają nie tylko długą żywotność, ale też odporne są na bardzo zróżnicowane temperatury?

Największą zaletą wózków, które wykorzystuje się w piekarniach i cukierniach, jest możliwość ich wygodnego przemieszczania. Częsty brak miejsca w niewielkich zakładach zmusza do ciągłego przestawiania z miejsca na miejsce blach z ciastem i pieczywem. Wózki pełnią więc nie tylko rolę środka transportu, ale niejednokrotnie także są mobilnymi regałami. Duże obciążenie, często nierówna nawierzchnia oraz wysokie temperatury, jakie panują w piekarni to podstawowe czynniki mające wpływ na szybkie zużywanie się wózków. W przypadku samej metalowej konstrukcji takie zużycie nie ma większego znaczenia dla dalszego ich eksploataowania, jednak awaria kółek może sprawić, że wózek stanie się wręcz bezużyteczny. Na szczęście te elementy wózków piekarniczych są znormalizowane i stosunkowo łatwo można je samemu wymienić na nowe. Czym jednak kierować się przy doborze kółek?

NOŚNOŚĆ

- Rzadko zdarza się, by wózek jeździł po idealnie równej nawierzchni. Należy zatem założyć, że w trakcie jazdy jedno z kół zawiśnie ponad podłożem i cały ciężar wózka przeniesie się na trzy koła. Dlatego dobierając koła należy przewidywany ciężar całkowity wózka wraz z ładunkiem podzielić nie przez cztery, ale przez trzy i tak otrzymany wynik traktować jako nośność jednego koła - podpowiada Piotr Wasik, właściciel krakowskiego Wamechu, który zajmuje się produkcją wózków przemysłowych. Dodaje on, że trzeba również brać pod uwagę fakt, że wózki w zakładach piekarsko-cukierniczych często mają do pokonania niewielkie przeszkody w postaci progów i szyn. Ale te pozornie małe utrudnienia sprawiają, że koła mają dodatkowe obciążenie. Opór, jaki napotykają na swej drodze, działa zazwyczaj na dwa koła i dlatego, aby zabezpieczyć się przed ich uszkodzeniem, powinno się ciężar całkowity wózka podzielić przez dwa. Dopiero otrzymana wówczas waga określi optymalną nośność jednego koła. Na polskim rynku dostępne są takie, które wytrzymują obciążenie 250 a nawet do 370 kg.

ŚREDNICA

Nośność kół to jednak nie wszystko. Rodzaj nawierzchni, jej ewentualne nierówności i przeszkody oraz częstotliwość jazdy wózka decydują także o doborze odpowiedniej średnicy kół. - Im większa, tym łatwiej się manewruje wózkiem i swobodniej się nim jedzie przez wszelkie nierówności - mówi Wasik. - Łatwiejsze jest także samo ruszenie wózka z miejsca, gdy posiada duże kółka. Trzeba jednak znaleźć kompromis między wielkością kół a przestrzenią, którą będzie ono zajmować. Każdy wsad ciasta do pieca powinien być optymalnie wykorzystany, bo pie-



Dobierając odpowiednie koła do wózka trzeba dokładnie obliczyć, jaką powinny mieć nośność, aby wytrzymały ciężar przewożonych ciast i pieczywa. FOT. BŁASZKA

karz za to płaci. Stosując duże koła, podnosi się automatycznie wysokość całego wózka, a tym samym w pewnym stopniu ogranicza możliwość najlepszego zagospodarowania przestrzeni w piecu piekarniczym. Przy małych kółkach więcej wsadu można jednorazowo włożyć do pieca - wyjaśnia właściciel Wamechu. Najpopularniejsze są więc niewielkie koła o średnicach 10 cm.

ODPORNOŚĆ

Wózki piekarnicze wykorzystywane w transporcie ciasta prosto do pieca muszą mieć odpowiednie termoodporne kółka. - Tworzywo stosowane do kółek musi mieć odporność na temperatury, jakie panują w piecu, czyli około 180-200 stopni C - przypomina Piotr Wasik dodając, że nie każdy materiał stosowany do takich kół jest odporny na długie działanie wysokich temperatur. Do wózków wypiekowych mogą być na przykład stosowane koła z gumy silikonowej, ale materiał ten po wielu godzinach w wysokiej temperaturze może ulec odkształceniu. Standardowy proces wypieku na przykład w piecach obrotowych jest jednak na tyle krótki, że nie ma wpływu na silikonowe kółka w wózkach piekarniczych.

- Różni producenci kółek przewidują jednak różne obciążenia termiczne, nawet do 400 stopni C. Są to zazwyczaj koła bez amortyzacji, a więc z twardego materiału. Najpopularniejszym z nich jest bakelit, który z powodzeniem wytrzymuje stałą temperaturę 250 stopni C. Jest to jednak tworzywo kruche, a więc używanie bakelitowych kół na nierównej podłodze może wiązać się z ich częstą wymianą - ostrzega Piotr Wasik. Twarde, ale jednocześnie charakteryzujące się dużą odpornością na



KOMPLET Polska
www.komplet.pl

Wielkanoc

PROMOCJA od 21.03. do 22.04.2011



Jogosoft

Ciasto jogurtowe

Maxi Korn 50

Drobne wypieki pszenne

Soft-Sand

Babka piaskowa

Chleb Tyrolski 30

Chleb i drobne wypieki z kminkiem

cena w dół

-7%

Krem Ideal

Krem na zimno do nadziewania

Krem Patisserie Full

Krem do wypełnień

cena w dół

-8%

B+S

Ciasta biszkoptowe i piaskowe

cena w dół

-15%

Przy zakupie produktu **Gourmet Ciasto Serowe**

10 kg w ilości

Przy zakupie produktu **Chleb Pasterski 20**

50 kg w ilości

gratis



gratis

uderzenia są koła z żywicy fenolowych ze specjalnymi włóknami, które odporne są na wysokie temperatury. Do takich należą między innymi włoskie kółka produkowane przez DCDi Candia Route. - Są także koła wysokotemperaturowe, w których piasta z żywicy pokryta jest powłoką silikonową. Są one odporne na temperatury panujące w piecach, a jednocześnie nieco bardziej elastyczne w kontakcie z podłożem niż w przypadku kół z samej tylko żywicy fenolowej - mówi Przemysław Dorszewski z firmy Rader, która zaopatruje piekarzy i cukierników we włoskie kółka do wózków wypiekowych. Poza tym nie niszczą tak posadzki jak koła wykonane z metalu.

CENA

- Piekarze są jednak mało litości w stosunku do wózków i często, niekiedy nawet co kilka miesięcy muszą wymieniać kółka - przyznaje Dorszewski dodając, że komplet kół kosztuje około 100 zł, a zamontowanie ich we własnym zakresie trwa kilka minut. Warto pamiętać, że wpływ na cenę ma nie tylko materiał, z jakiego wykonano kółko, i jego parametry techniczne, ale także rodzaj zastosowanego łożyska. Kulkowe jest praktycznie bezobsługowe i - podobnie jak stosowane w niektórych kółkach specjalne tulejki stalowo-tworzywowe - pozwala wyeliminować piski, na które często narzekają piekarze. Pojawia się ono zazwyczaj w łożyskach ślizgowych, które co prawda są tańsze w zakupie, ale wymagają częstego smarowania.



Miękkie koła silikonowe zapewniają łatwe toczenie się wózka piekarniczego po nierównej nawierzchni i jego większą stabilność.
FOT. BLASZKA

reklama

COMBI LINE

UNIWERSALNOŚĆ I EFEKTYWNOŚĆ

KONIG



ATUTY

- niespotykany zakres wagowy 35-160 g
- możliwość produkcji w 6, 5, 4, 3 lub 2 rzędach
- największy asortyment produktów formowanych
- zastosowanie noża nacinającego oraz różnych niespotykanych znaczników
- modułowa konstrukcja, możliwość rozbudowy
- prosta i łatwa obsługa
- wydajność do 9 tys./godz.
- możliwość zastosowania posypywacza ziaren, dodatkowych stacji formujących
- możliwość odkładania na aparaty wrzutowe

Najlepsza maszyna do produkcji tabletek

Najlepsza maszyna do produkcji tabletek

Dobrze wiemy z jakim zapalem budujesz swój biznes. Wiemy też dobrze przed jakimi dylematami stajesz, aby perspektywicznie zaplanować rozwój swojej piekarni jakie maszyny zakupić, aby móc sprostać potrzebom klientów i własnym możliwościom. Myśl mądrze i inwestuj w maszyny, które sprawią żeby efektywność pracy była na najwyższym poziomie. Tylko maszyna do produkcji bułek Combi Line dzięki modułowej budowie pozwala na to, aby rozbudować ją w każdej chwili, a tym samym dostosować jej możliwości produkcyjne do zmieniających się możliwości zakładu. Dzięki liniom Combi Line zyskujesz: uniwersalność, obniżenie kosztów, znaczne ułatwienie procesu produkcji oraz najwyższą jakość oferowanych produktów.

Dlatego tak dużo klientów już nam zaufało. Ty również zaufaj liderowi.



„Maszyna daje nieograniczone wręcz możliwości. Zrobię na niej nie tylko kajzerkę, czy palucha, ale również bułki hot dogowe czy hamburgerowe”
Stanisław Sikorski właściciel Piekarni Mikołaj w Łodzi

„Jak dla mnie, Combi Line to bezkonkurencyjna linia. Jedyna i niepowtarzalna na rynku. Dzięki niej mogę zrobić bułkę na każdą okazję”
Adam Olów właściciel Piekarni Cymes w Suwałkach

„Jest prosta w obsłudze. Pracownik potrzebował kilkadziesiąt minut, żeby ją opanować. Jestem pewien, że ta linia to przyszłość każdego zakładu piekarniczego”
Grzegorz Owczarek właściciel Piekarni GOM w Gornicach

„Combi Line to niezwykle trafna inwestycja, idealnie trafiająca w potrzeby polskiego piekarza. Zupełnie niezależna od umiejętności pracowników”
Andrzej Szymański właściciel Piekarni Krys-And w Bydgoszczy

„Dzięki Combi Line zaoszczędziłem na cieście, drożdżach.... wzbogaciłem o nowy wymiar, całkowicie automatycznej obróbki ciasta”
Sebastian Stach właściciel Piekarni „Stach” w Dobieszowicach

„Ma szeroki zakres wagowy. Dokładnie dzieli kęsy, dzięki czemu nie mam strat w cieście”
Michał Wieliczko właściciel Piekarni Mega w Policach

REFERENCJE

CREAM profesjonalne
technologie spożywcze

Wyłączny przedstawiciel:

Cream Sp. z o.o.
ul. Kolejowa 17
40-706 Katowice
tel. +48 (32) 60 40 700

Pobierz film www.cream.pl

Zapraszamy na targi Bakepol 2011 - pawilon D stoisko 22

CZEKOLADA DOBRZE ZATEMPEROWANA

Tomasz Przysiężny

Rosnący popyt na rzemieślniczo produkowane praliny sprawia, iż cukiernicy coraz częściej wzbogacają swoją ofertę o te samodzielnie robione słodczyce. Nie wszyscy jednak mają do tego odpowiedni sprzęt.

Temperowanie czekolady wymaga nie tylko szczególnych umiejętności, ale także specjalistycznego sprzętu. Tego na szczęście nie brakuje na polskim rynku i w zależności od wielkości produkcji każdy cukiernik może dla swoich potrzeb znaleźć odpowiednią temperówkę.

Gami T240 to urządzenie do rozpuszczania i temperowania czekolady z możliwością wykorzystania w procesie produkcji pralinek. Wyposażona jest w stół wibracyjny i pedał do uruchamiania napełniania w trybie półautomatycznym lub automatycznym. Elektronicznie sterowany system ogrzewania zbiornika umożliwia utrzymanie czekolady w stanie płynnym o zadanej temperaturze przez nieograniczony czas. Pozwala on także na automatyczne włączanie i wyłączanie mieszadła oraz pompy ślimakowej, której wydajność regulowana jest płynnie za pomocą falownika. Ten system zabezpieczeń zapobiega zarówno uszkodzeniom tych mechanizmów w momencie rozruchu maszyny, kiedy czekolada jest jeszcze w fazie stałej, jak i jej zastygnięciu w pompie w momencie wyłączenia urządzenia. Urządzenie wyposażone jest także w stół wibracyjny do produkcji pralin, który ma specjalnie podgrzewane pręty.

Ta sama włoska firma Gami jest też producentem uniwersalnego urządzenia **T400**, które oprócz rozpuszczania i temperowania czekolady umożliwia także oblewanie całych produktów jak również tylko spodów i ich dekorowanie liniami prostymi lub w zygzak. Maszyna ta może pracować z tunelem, wózkiem do odbierania produktów na papier pergaminowy lub



Odpowiednio utemperowana czekolada pozwala między innymi na jej dalszą ręczną obróbkę.
Fot. B&S

ze stołem wibracyjnym. Urządzenie posiada szereg czujników elektronicznych kontrolujących temperaturę ogrzewania i temperowania czekolady, które połączone są z systemami zabezpieczeń i wyświetlaczami informującymi operatora o aktualnej temperaturze pracy. Maszyna może płynnie sterować prędkością przesuwu transportera siatkowego oraz stołem wibracyjnym do pralin. Wyposażona jest też

w system nadmuchu powietrza o regulowanej prędkości przepływu oraz wysokości i kierunku nadmuchu. Dodatkowo może być doposażona we wspomniany transporter stosowany do współpracy z tunelem chłodniczym, wózek z sekcją oblewania do produktów odbieranych na papier pergaminowy oraz różnego typu przystawki do oblewania. Jeszcze wydajniejszą oblewarką-temperów-

ką do pól czekoladowych jest **Gami T550**, która znajduje zastosowanie w zakładach cukierniczych o dużej produkcji i wszędzie tam, gdzie konieczne jest oblewanie większych gabarytowo produktów. Maszyna pracuje z wydajnością do 240 kg/h.

Zdecydowanie mniejszym urządzeniem jest temperówka **LexusTM X3210**, która służy do niskowydajnej produkcji czekolady, pralin, truflów lub deserów. Dzięki niedużym rozmiarom zajmuje bardzo mało miejsca w stosunku do swej wydajności pracy. Pracą maszyny steruje mikroprocesor, który między innymi kontroluje temperaturę z dokładnością do 0,2 stopnia C oraz automatycznie steruje gorącym powietrzem do rozgrzewania czekolady, aby uchronić ją przed przypaleniem. Ręczne ustawianie temperatury pozwala cukiernikowi zwiększać lub zmniejszać temperaturę celem dostosowania jej do bardziej „egzotycznych” czekolad lub o większej zawartości masła kakaowego. Urządzenie posiada też funkcję zatrzymywania misy (na maksymalnie 90 sekund), aby umożliwić zanurzenie bardziej delikatnych dekoracji oraz możliwość podgrzewania czekolady w misie bez rotacji (przez 30 minut).

Delta to z kolei nowoczesne w pełni profesjonalne urządzenie firmy LexusTM, które posiada kilka wyjątkowych cech odróżniających je od modelu X3210. Ma między innymi ręczny program, który pozwala na rozpuszczanie czekolad nie zawierających masła kakaowego i utrzymywanie ich w pożądanej temperaturze bez procesu temperowania. W elektronicznej pamięci może przechować do 29 różnych przepisów (rozpuszczanie, temperowanie, punkty „delta”), co jest funkcją przydatną przy produkcji niestandardowych czekolad wymagają-

cych specjalnych ustawień. Poza tym funkcja utrzymywania czekolady zachowuje ją w stanie zatemperowanym nawet do 24 godzin, podczas gdy w modelu X3210 było to maksymalnie półtorej godziny.

Na polskim rynku dostępne są też inne włoskie maszyny firmy ICB Technologie. Należy do nich **Choco-Temper**, który jest wysokowydajnym urządzeniem do rozpuszczania i temperowania czekolady. Urządzenie cechuje duża łatwość w obsłudze, która sprowadza się do wybrania odpowiedniej ikony na ekranie dotykowym, co automatycznie uruchamia odpowiednio zaprogramowaną operację. Maszyna ma możliwość zamontowania podgrzewanego stołu wibrującego. Modele Choco-Temper 12 i Choco-Temper 24 różnią się głównie wielkością zbiornika, który mieści odpowiednio 12 lub 24 kilogramy czekolady.

Podobną wydajność ma też temperówka rzemieślnicza **Selmi Plus**. Jest to stosunkowo nowe urządzenie włoskiego producenta, którego zaletami są nie tylko niewielkie wymiary. W małych pracowniach cukierniczych rozmiary urządzeń, a przede wszystkim wielkość powierzchni, jaką zajmują, ma jednak dosyć ważne znaczenie. W przypadku Plusa jest to 480 x 760 mm. Przepływ czekolady jest kontrolowany za pomocą pedału i wolumetrycznego dozownika. Temperowanie odbywa się w ślimakowej kolumnie. Dzięki zastosowaniu dynamicznego systemu chłodzenia, temperatura czekolady jest efektywnie obniżana, co pozwala znacznie skrócić cały proces temperowania. Urządzenie może być wyposażone dodatkowo między innymi w stoły do oblewania lub głowice dozujące do czekolady. Wydajność – 90 kg/h.

▼ CZYM TEMPEROWAĆ?

Producent	Nazwa	Rodzaj	Pojemność zbiornika	Wydajność	Cena netto*
Gami	T240	temperówka	8 kg	35 kg/h	27 300 zł
Gami	T400	temperówka-oblewarka	25 kg	90 kg/h	47 700 zł
Gami	T550	temperówka-oblewarka	55 kg	240 kg/h	107 800 zł
Gami	T260	temperówka-oblewarka	12 kg	50 kg/h	39 800 zł
LexusTM	Delta	temperówka	4,3 kg	4,3 kg/h	9 000 zł
LexusTM	X3210	temperówka	4,3 kg	4,3 kg/h	7 900 zł
ICB technologie	Choco-Temper 24	temperówka	24 kg	90 kg/h	35 900 zł
Selmi	Colour	temperówka	12 kg	55 kg/h	39 000 zł

*Ceny przybliżone na podstawie informacji od firm: Sama-Serwis, Cukieteria, DSE Deltaservice, Bakepan, Primulator.

Bake & Sweet

magazyn branży piekarskiej i cukierniczej

Już dziś zamów prenumeratę Bake&Sweet

Tylko 105 zł rocznie!



BCM Biznes sp. z o.o.,
ul. 30 Stycznia 42, 83-110 Tczew
tel./faks centr. +48 58 530 23 11
e-mail: info@bombiznes.pl
www.bombiznes.pl
www.bakeandsweet.pl



FOLIA PLA NIE DLA KAŻDEGO

Tomasz Przysiężny

Czy możliwe jest korzystanie tylko z w pełni ekologicznych opakowań do dystrybucji pieczywa? Okazuje się, że tak, ale ich wysoki koszt zniechęca piekarzy przed korzystaniem z możliwości ochrony środowiska, jakie daje folia polilaktydowa PLA.

Opakowania z tworzyw sztucznych, które powszechnie stosuje się do pakowania pieczywa krojonego, nie są przyjazne dla środowiska. - Na świecie każdego roku wytwarza się i wprowadza do obrotu miliony ton plastikowych opakowań, jednak tylko mały procent jest odzyskiwany i podlega recyklingowi - mówi Marek Rosłon z firmy Pakmar. - Dlatego idea ekologicznie przyjaznych opakowań ze źródeł stałych odnawialnych budzi tak olbrzymie zainteresowanie.

Rozwiązanie tego problemu znalazła amerykańska firma Plastic Suppliers, która na bazie biopolimerów z ziaren kukurydzy opracowała Earth First PLA, czyli ekologiczną folię, która jest w pełni biodegradowalna i kompostowana. W Europie jest ona dostępna pod marką belgijskiego Sidapla-

xu, a firma Pakmar zajmuje się dystrybucją folii w Polsce.

Poza licznymi ekologicznymi zaletami tej folii ma ona wiele innych zalet, wśród których najważniejszą jest możliwość jej stosowania do pakowania żywności. Zdaniem specjalistów ma doskonałą barierę smaku i aromatu, która zapewnia większe uszczelnienie przed niekorzystnymi zapachami, a jednocześnie zabezpiecza właściwy smak i aromat pakowanego produktu. Jest też odporna na zarysowania, co ma niemałe znaczenie w przypadku opakowywania produktu, który musi być widoczny dla klienta. Folia PLA jest też odporna na tłuszcze i oleje, a jednocześnie dobrze przepuszcza wilgoć, co zapobiega efektowi mgły. Mimo tych wielu zalet, folia polilaktydowa nadal

nie jest powszechnie stosowana na przykład do pakowania pieczywa krojonego.

- Popularne worki foliowe wykonane z CPP, czyli wysoko przezroczystego polipropylenu, z uwagi na ropopochodne pochodzenie surowca, z jakiego są zrobione, z pewnością nie są ekologiczne - przyznaje Piotr Cieślak z firmy Technoplast dodając, że w tym przypadku recykling spoczywa na konsumentach pieczywa, który zużyte opakowanie powinien segregować. - Niestety, procesy pasteryzacji i sterylizacji, które przedłużają świeżość pieczywa, są możliwe do przeprowadzenia tylko w opakowaniach tego typu, co jest ważne dla dużych piekarni, ponieważ ogranicza to koszty związane ze zwrotami, na przykład z sieci marketów - mówi P. Cieślak. - Nie bez znaczenia dla środowiska są

✂

DOWÓD / POKWITOWANIE DLA ODBIORCY	nr rachunku odbiorcy 13102019090000390201355395		nazwa odbiorcy BCM Biznes sp. z o.o.		odcinek dla banku odbiorcy
	odbiorca BCM Biznes sp. z o.o. 83-110 Tczew ul. 30 Stycznia 42		nazwa odbiorcy od. 83-110 Tczew, ul. 30 Stycznia 42		
	kwota 105,00		I.k. nr rachunku odbiorcy 13102019090000390201355395		
	zleceniodawca		waluta PLN		
	imię i nazwisko/firma		kwota 105,00		
	ulica, nr domu		nr rachunku zleceniodawcy (przelew) / kwota słownie (wpłata)		
	kod pocztowy		nazwa zleceniodawcy		
	NIP		nazwa zleceniodawcy od., NIP		
	tytułem		Roczna prenumerata Bake&Sweet		
	stempel dzienny		Upoważniam BCM Biznes sp. z o.o. do wystawienia faktury VAT bez mojego podpisu		
opłata		opłata			
pieczęć, data i podpis(y) zleceniodawcy					

też nadruki na woreczkach foliowych wykonane z farb rozpuszczalnikowych, które również do ekologicznych nie należą.

- Pewnym minusem stosowania folii PLA jest jej słaba zgrzewalność. Nie znajduje więc ona zastosowania przy maszynowym pakowaniu pieczywa - przyznaje Marek Rosłon dodając, że cały czas są prowadzone badania, aby polepszyć zgrzewalność. Prezes Pakmaru przyznaje też, że przy mniejszej produkcji i pakowaniu ręcznym amerykańska folia zdaje egzamin.

- PLA, która w ciągu 30 dni ulega całkowitemu rozkładowi w ziemi, niestety jak do tej pory nie znalazła zastosowania na rynku polskim z uwagi na cenę surowca, która jest kilkakrotnie wyższa niż folii tradycyjnych - wyjaśnia właściciel Technoplastu.

Cena folii polipropylenowej CPP lub polietylenowej PE to około 7 zł za kg, zaś PLA kosztuje prawie 7 euro. Dlatego też folię z kukurydzy do pakowania pieczywa stosuje się na mniejszą skalę - głównie wykorzystywana jest jako przezroczyste okienka w torbach papierowych.

Papier ma jednak - obok licznych zalet - także i wady. Opakowania takie nie są wytrzymałe i trwałe. Są też wrażliwe na wilgoć i tłuszcz. Ta wciąż najbardziej powszechna i tania forma pakowania pieczywa i wyrobów ciastkarskich, takich jak: bułki, rogałe, pączki czy drożdżówki zdaje jednak egzamin tylko w przypadku, gdy pieczywo będzie szybko zjedzone. Po kilkudziesięciu godzinach przechowywania w papierowym opakowaniu traci bowiem wilgotność i wysycha.

Zdaniem dystrybutorów folii, upowszechnienie takich biodegradowalnych opakowań do pieczywa byłoby łatwiejsze, gdyby piekarze i cukiernicy, którzy korzystają z folii PLA, mogli starać się o dofinansowanie działań proekologicznych.

- W Polsce nie ma jednak takich możliwości - mówi prezes Pakmaru. Potwierdza to także Witold Maziarz, rzecznik Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej. - Fundusz nie oferuje dopłat na etapie produkcyjnym, a jedynie dofinansujemy procesy odzysku i recyklingu odpadów - wyjaśnia Maziarz dodając, że FOSiGW „nie dysponuje stosownym instrumentem finansowym”. Pieniądzy na takie działania nie ma też Ministerstwo Ochrony Środowiska, które po dotacje odsyła do wspomnianego funduszu.

CHLEB DOBRZE ZAPAKOWANY

Głównym celem pakowania pieczywa jest jego ochrona przed skażeniami mikrobiologicznymi oraz przed nadmiernym wysuszeniem. Przy doborze opakowania trzeba brać pod uwagę rodzaj pieczywa oraz czas i warunki jego przechowywania. Ważne są również cechy samego opakowania, które musi mieć odpowiednią przenikalność pary wodnej, tlenu i aromatu oraz być odporne na wodę i promienie UV. Znaczenie ma także odporność na duże różnice temperatur i na tłuszcz. Istotna jest także odporność foliowego opakowania na rozerwanie, co ma nie tylko zapobiegać przenikaniu do wewnątrz zarodników pleśni, ale również podczas transportu zachować pewną stabilność pieczywa krojonego.



Foliowe opakowania do pieczywa nie są w pełni biodegradowalne.
FOT. ARCHIWUM WŁASNE

PLASTIK KONTRA PAPIER

Ekologiczne spojrzenie na opakowania papierowe i wykonane z tworzyw sztucznych nie dają jednoznacznej odpowiedzi na pytanie, które z nich są bardziej szkodliwe dla środowiska naturalnego.

Zaletą papieru w przeciwieństwie do plastiku jest fakt, iż szybciej ulega biodegradacji. Już po roku nie ma po nim śladu, podczas gdy torebka foliowa rozkłada się aż kilkaset lat, a procesowi temu towarzyszy wydzielanie się szkodliwych substancji.

Z kolei ekologiczną zaletą tworzyw sztucznych jest to, że głównym surowcem do ich produkcji jest ropa, a do produkcji papieru potrzebne jest drewno pochodzące ze ściętych drzew.

Argumentem przemawiającym na korzyść opakowań papierowych jest odnawialność tego surowca i łatwość jego wielokrotnego recyklingu. Nie jest to możliwe w przypadku polipropylenu lub polietylenu. Sam proces produkcji torby foliowej z plastiku jest jednak mniej kosztowny i bardziej przyjazny środowisku niż produkcja takiego samego opakowania papierowego.

Zdaniem fachowców od promocji, papier jest lepszym i wyraźniejszym nośnikiem reklamy, a to pozwala efektywniej wykorzystać ten surowiec nie tylko jako opakowanie, ale także narzędzie promocji produktu i firmy. Poza tym nadruki na papierze można wykonać z farb biodegradowalnych, a na folii stosuje się farby na bazie rozpuszczalników. Minusem takiej papierowej reklamy jest jednak jej krótka żywotność, podobnie jak samego opakowania.

reklama

baker



tel. 507 028 004



www.bergback.pl

RÓŻNE OBLICZA SZOKÓWKI

Tomasz Przysiężny

Szokówki pozwalają nie tylko na szybkie schłodzenie i zamrożenie produktów wyjętych prosto z pieca, ale także na bezpieczne przygotowanie surowych ciast, które będą pieczone dopiero w przyszłości. To, czego nie ma sensu wypiekać dziś, można zamrozić i włożyć do pieca dopiero za kilka dni lub tygodni, nic nie tracąc na jakości.

Na całym świecie przyjęło się nazewnictwo schładzarka i zamrażarka szokowa. Niektórzy sporadycznie używają określenia schładzania i zamrażania uderzeniowego, ale trzeba na wstępie wyjaśnić, że chodzi dokładnie o ten sam proces.

- Według nomenklatury światowej i zgodnie z normami systemu HCCP, żeby urządzenie nazywało się schładzarką szokową musi spełnić podstawowy parametr - przypomina Dariusz Szczepura z firmy CoCoTech Polska. - W ciągu 90 minut musi schłodzić produkt od początkowej tempe-

ratury +90 stopni do +3 stopni C. Z kolei aby urządzenie mogło się nazywać zamrażarką szokową, proces zamrażania od +90 do -18 stopni C nie może być dłuższy niż 270 minut. Mowa tu o temperaturach produktu w rdzeniu. Są jednak na rynku urządzenia, które używają nazwy schładzarek lub zamrażarek szokowych, ale ich producent zaleca, aby temperatura początkowa produktu nie była wyższa niż +70 stopni. Według światowych norm, jest wówczas po prostu zwykłą schładzarką lub zamrażarką - wyjaśnia Szczepura.

Inną ważną rzeczą jest czas, w jakim osiągnięta ma być docelowa temperatura produktu. Wspomniane 90 i 270 minut to czasy maksymalne. Wielu cukierników i piekarzy mylnie uważa, iż tyle czasu będą się schładzać ich produkty. W zależności od struktury tych wyrobów, od ich temperatury po wyjęciu z pieca, a także od tego, jak wiele takich produktów znajdzie się w jednym czasie w urządzeniu chłodniczym, taki będzie czas ich schładzania lub zamrażania. Przy niektórych wyrobach cukierniczych będzie on więc o wiele krótszy niż wspo-



Duże piekarnie i cukiernie często korzystają z chłodni i mroźni wózkowych, co jest dla nich najwygodniejszą formą pracy. Wózek prosto z pieca trafia bezpośrednio do komory szokówki. Duże urządzenia mogą pomieścić nawet trzy wózki i w jednym cyklu zamrozić do 750 kilogramów produktu.

FOT. IRINOX

SZOKÓWKI MAŁE I DUŻE

Producent	Nazwa	Pojemność (liczba blach 600x400 mm)	Masa schładzanych potraw	Masa zamrażanych potraw	Moc urządzenia	Cena netto*
Retigo Vision	PCO-5 T	5	20 kg	14 kg	1,35 kW	20 000 zł
Retigo Vision	PCO-10 T	10	40 kg	28 kg	2,50 kW	35 500 zł
Retigo Vision	PCO-15 T	15	65 kg	48 kg	4,20 kW	39 900 zł
Retigo Vision	PCO-20 T	20	80 kg	65 kg	1,30 kW	50 000 zł
Retigo Vision	PCO-40 T	40	150 kg	135 kg	0,90 kW	68 000 zł
Retigo Vision	PCO 10GN 2/1	10	80 kg	65 kg	3,00 kW	48 000 zł
CoCoTech	Master CCM 050 GA	5	18 kg	13 kg	0,69 kW	od 20 400 zł
CoCoTech	Master CCMT 050 PA	5	18 kg	13 kg	0,69 kW	21 800 zł
CoCoTech	Master CCM 050 SA	5	15 kg	10 kg	0,56 kW	19 600 zł
CoCoTech	Master CCM 080 SA	8	21 kg	15 kg	0,75 kW	24 400 zł
CoCoTech	Master CCM 110 SA	10	32 kg	22 kg	1,16 kW	30 600 zł
CoCoTech	Master CCM 115 SA	15	40 kg	28 kg	2,32 kW	36 800 zł
CoCoTech	Genial CCG 050 SA	5	20 kg	14 kg	0,76 kW	21 600 zł
CoCoTech	Genial CCG 060 SA	6	22 kg	15 kg	0,86 kW	27 400 zł
CoCoTech	Genial CCG 080 SA	8	32 kg	22 kg	1,16 kW	28 600 zł
CoCoTech	Genial CCG 110 SA	10	40 kg	28 kg	1,86 kW	od 37 400 zł
CoCoTech	Genial CCG 115 SA	15	65 kg	48 kg	3,06 kW	45 200 zł
CoCoTech	Genial CCG 201 SA ICU 2	20	80 kg	65 kg	3,22 kW	80 000 zł
CoCoTech	Genial CCG 201 SA ICU 3	20	110 kg	95 kg	4,80 kW	84 000 zł
CoCoTech	Genial CCG 202 SA ICU 4	40	150 kg	135 kg	3,22 kW	120 000 zł
CoCoTech	Genial CCG 202 SA ICU 5	40	200 kg	175 kg	8,17 kW	126 000 zł
Irinox	Multi Fresh MF 25.1	Do 8	25 kg	25 kg	1,20 kW	33 600 zł
Irinox	Multi Fresh MF 30.2	Do 8	30 kg	30 kg	1,60 kW	40 000 zł
Irinox	Multi Fresh MF 45.1	Do 18	45 kg	45 kg	3,60 kW	52 000 zł
Irinox	Multi Fresh MF 70.1	Do 27	70 kg	70 kg	5,30 kW	68 800 zł
Irinox	Multi Fresh MF 70.2	Do 18	70 kg	70 kg	5,20 kW	60 400 zł
Irinox	Multi Fresh MF 85.2	Do 27	85 kg	85 kg	6,20 kW	79 600 zł
Irinox	Multi Fresh MF 100.1	20 plus wózek	100 kg	100 kg	Od 8,20 kW	141 600 zł
Irinox	Multi Fresh MF 130.2	40 plus wózek	130 kg	130 kg	11,40 kW	159 000 zł
Irinox	Multi Fresh MF 180.2	40 plus wózek	180 kg	180 kg	13,80 kW	179 600 zł
Irinox	Multi Fresh EF 20.1	Do 8	20 kg	20 kg	1,20 kW	27 100 zł
Irinox	Multi Fresh EF 30.1	Do 18	30 kg	30 kg	2,90 kW	40 400 zł
Irinox	Multi Fresh EF 45.1	Do 27	45 kg	45 kg	3,70 kW	51 600 zł
Fagor	ATM-031 S	3	9 kg	6 kg	0,48 kW	9 400 zł
Fagor	ATM 051	5	15 kg	10 kg	0,69 kW	14 000 zł
Fagor	ATM 101	10	30 kg	20 kg	2,83 kW	18 000 zł
Fagor	ATM 102	10	54 kg	36 kg	4,20 kW	30 000 zł
PaBaTech	ASM 1031025	20	52 kg	52 kg	brak danych	52 000 zł
PaBaTech	MA 20	20	48 kg	48 kg	brak danych	49 200 zł
PaBaTech	14/16	14	40 kg	28 kg	brak danych	36 000 zł
PaBaTech	SB 101122	20 plus wózek	71 kg	44 kg	brak danych	56 000 zł
Koma	KCF-15.12.21	20	100 kg	40 kg	5,44 kW	102 000 zł
Koma	KCF-15.12.21	20	105 kg	180 kg	10,2 kW	120 000 zł
Koma	KCF-15.12.21	20	175 kg	280 kg	13,6 kW	128 000 zł

* W przypadku cen podawanych przez producentów i dystrybutorów w euro zastosowaliśmy przelicznik 1 euro = 4 zł. Ceny zaokrąglono do pełnych setek złotych. Opracowano na podstawie informacji od RM Gastro, CoCoTech Polska, K-2, Fagor-Gastro Polska, Giko i ASG Polska.

► mniane czasy maksymalne. - W przybliżeniu można jednak stwierdzić, że czas zamrażania szokowego jest mniej więcej dwa razy dłuższy niż czas potrzebny do wypieku. Jeśli więc ciasto było w piecu 50 minut, to szokówka powinna je zamrozić do temperatury -18 stopni C w około 2 godziny. Nie jest to oczywiście regułą, ale daje nieco inne spojrzenie na szybkozamrażarki - precyzuje dyrektor CoCoTech Polska dodając, że cukiernicy i piekarze, którzy myślą, iż bez względu na produkt jego zmrożenie trwa aż cztery i pół godziny mają prawo obawiać się, że w dramatyczny sposób wydłuży to ich proces produkcji. Ale ten czas to jedynie norma, która nie może być przekroczona. W praktyce, mało który produkt wymaga aż tak długiego procesu zamrażania.

Najnowocześniejsze urządzenia wyposażone w coraz doskonalszą elektronikę potrafią między innymi samodzielnie zwiększać pracę wentylatorów w przypadku, gdyby okazało się, że temperatura produktu jest wyższa niż +90 stopni C. Coraz więcej nowoczesnych urządzeń ma zdecydowanie więcej niż tylko cztery podstawowe programy do schładzania i zamrażania. W niektórych szokówkach jest ich już nawet po kilkadziesiąt. Są też takie schładzarki i zamrażarki, które pozwalają na samodzielne programowanie procesów chłodzenia, co daje cukiernikom i piekarzom pełną swobodę i dopasowanie czasu i temperatur do ich wymagań. - Niektórzy mają produkty według własnych receptur i technologii wytwarzania i boją się, że podczas zamrażania zostanie on zniszczony. Dla nich konstruktorzy szokówek stworzyli między innymi możliwość samodzielnego sterowania temperaturą schładzania lub prędkością wiatraka. - Cukiernik zawsze powinien wybierać urządzenie, które maksymalnie uprości jego pracę i nie będzie wymagało kończenia studiów przed pierwszym użyciem - żartobliwie podkreśla Krzysztof Kluzek z firmy K-2.

- Nowością jest także wyposażenie tych urządzeń w możliwość zapisu parametrów HAC-CAP - mówi Dariusz Szczepura. - W przypadku kontroli sanepidu, takie informacje można ściągnąć z pamięci urządzenia i udowodnić kontrolerom, że tego a tego dnia, o tej i o tej godzinie pracowało ono zgodnie z wymaganiami norm HACCAP, a więc podczas schładzania konkretnego wyrobu nie mogło dojść do jego skażenia mikrobiologicznego. Proces szybkooschładzania i zamrażania szokowego można więc potraktować jako kolejną metodę zabezpieczenia się przed ewentualnymi roszczeniami z powodu zatrucia wyrobami cukierniczymi.



■ Szokówki znajdują zastosowanie nie tylko przy produkcji ciast i pieczywa, ale także są wykorzystywane w nowoczesnej gastronomii oraz wręcz niezastąpione w pracowni lodziarskiej.
Fot. B&S

Nowe szokówki są też coraz częściej energooszczędne, przez co ich eksploatacja staje się tańsza. Nierzadko opcjonalnie wyposażone są także w lampy bakteriobójcze, które dodatkowo wyjaławiają komory chłodnicze. Pamiętać jednak trzeba o tym, że takie dodatkowe wyposażenie niekiedy sporo kosztuje. Dla przykładu: sterylizator-jonizer oferowany przez RM Gastro to wydatek od 3500 zł, a za podgrzewaną sondę termiczną do prostszego wyjmowania z zamrożonej potrawy trzeba zapłacić 1300 zł. Są to jednak elementy wyposażenia szokówek, w które warto zainwestować, gdyż znacznie usprawniają pracę cukiernika i piekarza.

- Kupując tak ważne dla pracowni urządzenie, zawsze trzeba kierować się względami praktycznymi i odpowiedzieć sobie na pytanie, czy dostawca zapewni właściwy serwis. Ważne jest także, jakiego rodzaju prac konserwacyjnych wymaga urządzenie, jak często wymagane są przeglądy, czy dostawca zapewnia szkolenia i asystę technologiczną czy jedynie techniczną - wymienia Krzysztof Kluzek, który jest zadania, że warto też sprawdzić opinie innych użytkowników oraz referencje producenta w Polsce i na świecie. Jego zdaniem, piekarnie i duże cukiernie - ze względu na wielkość produkcji - korzystają z chłodni i mroźni wózkowych, co jest dla nich najwygodniejszą formą pracy. Wózek prosto z pieca trafia bezpośrednio do szokówki i nie ma potrzeby ręcznego przekładania gorących blach z gotowymi wypiekami. W zależności od potrzeb, producenci pieczywa i wyrobów cukierniczych mają

w tym przypadku do wyboru na przykład mniejsze komory, do których mieści się jeden wózek z 20 blachami lub trzy wózki, na których może być w sumie aż 120 blach o standardowych wymiarach 600 x 400 mm. Takie duże chłodnie mają wsad na poziomie nawet do 750 kg na jeden cykl szokowego chłodzenia lub mrożenia.

W marcowym wydaniu Bake & Sweet przedstawiliśmy kilka szokówek dedykowanych dla małych zakładów o niewielkiej produkcji. Zgodnie z naszą zapowiedzią, teraz przyglądamy się urządzeniom chłodniczym, które znajdują zastosowanie zarówno w mniejszych, jak i większych piekarniach i pracowniach cukierniczych. Wszystkie opisywane w tym tekście urządzenia spełniają wspomniane wcześniej normy temperatury początkowej, która wynosi +90 stopni C. ■

SPROSTOWANIE

W numerze 3(4) „Bake & Sweet” z marca 2011 roku na stronie 73. pojawiła się nieautoryzowana wypowiedź pana Tomasz Dekera, właściciela firmy T. Deker Patisserie & Chocolatier z Sopotu. Wypowiedź ta, podczas notowania w trakcie rozmowy telefonicznej mogła zostać przeze mnie przeinaczona, a moim niedopatrzeniem było to, że przed jej publikacją nie poprosiłem mojego rozmówcy o jej autoryzację. Za zaistniałą sytuację serdecznie przepraszam pana Tomasza Dekera oraz czytelników.

Tomaz Prziączyński

MROZIĆ SZOKOWO I NIE TYLKO

Ciekawe nowości przygotowała na targi Bakepol w Kielcach firma Giko. Jedną z nich jest Koma - szafa mroźnicza typu „H” wraz z sekcją zamrażania szokowego. Urządzenie pracuje w zakresie temperatur -18 stopni C dla sekcji magazynowej i -38 stopni C dla sekcji mrożenia szokowego. Jak podkreśla producent, podczas mrożenia szokowego produktów urządzenie wykorzystuje 80 proc. wydajności w sekcji szokowej, a 20 proc. wydajności dla sekcji przechowywania. Wnętrze szafy wykonane jest ze stali nierdzewnej. Kolejnym atutem szafy jest możliwość jej rozbudowy oraz przyjazne sterowanie.

(KJ)



Fot. Materiały producenta

OKRĄGŁE SILOSY

Kolejna nowość firmy Giko zainteresuje tych czytelników, którzy do przechowywania używają instalacji silosowych.

Okrągłe silosy wewnętrzne ze stali nierdzewnej zapewniają lepsze schłodzenie produktu. Dzięki pobieraniu produktów z silosu poprzez ssawki możliwe jest podłączenie kilku oddzielnych instalacji transportowych do jednego silosu.

Stacja ważenia produktu z oczyszczaniem wewnętrznych ścian zbiornika sprężonym powietrzem zapewnia utrzymanie higieny i jakości wytwarzanych wyrobów.

(KJ)



Fot. Materiały producenta



Fot. Materiały producenta

ENERGOOSZCZĘDNY PIEC TUBIX

Kolejną nowość, energooszczędny piec ceramiczno-rurowy TUBIX, na targach prezentować będzie firma Mech Masz. Jak zapewnia producent, piec TUBIX jest idealny do wypiekania pieczywa, czemu sprzyja łagodna atmosfera w komorze. Bardzo duża akumulacja ciepła nie pozwala na zbyt duże obniżenie temperatury po napełnieniu komory parą i po wyłączeniu pieca. Piec umożliwia również prowadzenie wypieku w ciepłe opadającym. Dostęp do wszystkich potrzebnych elementów pieca jest z przodu. Brakuje natomiast elementów ruchomych.

(KJ)

WSPANIAŁE PĄCZKI, SMACZNE DONATY

Znana naszym czytelnikom firma Geth na targi Bakepol proponuje nowość – UFD-10 TH, smaźalnik firmy JUFEBEA z termolejowym systemem grzewczym. Urządzenie przeznaczone jest do smażenia pączków oraz ciastek szprycowanych, takich jak: oponki, donaty, kulki serowe. Jak podkreśla dystrybutor, równomierny efekt

smażenia możliwy jest dzięki w pełni zautomatyzowanemu systemowi transportu produktu. Smaźalnik wyposażony został również w system filtrowania tłuszczu. Proces smażenia jest sterowany cyfrowo. Do smaźalnika mogą zostać dołączone inne moduły wspomagające proces produkcji pączków. Do głównych zalet systemu

termolejowego należą szybkie uzyskanie żądanej temperatury oraz jej stabilność. Producent dodaje, że rozwiązanie zapewnia nawet 50 proc. oszczędności w porównaniu do ogrzewania energią elektryczną.

(KJ)



Fot. Materiały producenta

CIASTA, CIASTKA I CIASTECZKA

Ciastkarka MINImax Uno COMBI to nowość, którą w Kielcach zaprezentuje firma Jeremy. Urządzenie jest przeznaczone do produkcji ciastek punktowych i długich a także do wylewania podkładów. Zamontowana równolegle do pompy walcowej dodatkowa pompa zębata pozwala na nakładanie nadzienia na ciastka, którą to czynność wykonuje zazwyczaj pompa walcowa. Pompy można używać oddzielnie. Pompa walcowa może produkować wszystkie rodzaje ciasta z ciasta kruchego, parzonego, biszkoptowego itp. Oddzielnie pracująca pompa zębata może dodatkowo nadziewać dżemem m.in. uprzednio wykonane pączki, croissanty, bułki drożdżowe. Kompaktowa konstrukcja, która zawiera „dwa w jednym”, znacznie poszerza asortyment produkcyjny.

(KJ)

REWELACYJNY PIEC Z PRZYSZŁOŚCI

Podczas targów Bakepol będzie można podziwiać nowość przygotowaną przez firmę Pro Ascobloc – piec półkowy DEBAG SOLAR Eco Duo.

Jak podkreśla producent, w tym najnowszej generacji piecu z palnikiem gazowym lub olejowym wypieka się przy użyciu kumulujących energię cieplną płyt ceramicznych.

Efekt jest wypiek zbliżony do starego, tradycyjnego sposobu wypieku.

Dodatkowo urządzenie może piec jednocześnie w dwóch różnych temperaturach (dwa obiegi powietrza).

KJ



Fot. Materiały producenta

IDEALNY DLA MAŁYCH PIEKARNI

Piekarzy, którzy odwiedzą targi Bakepol w Kielcach, zainteresuje z pewnością nowość oferowana przez firmę Bagmasz. Jest to piec piekarniczo-gazowy, który jak podkreśla producent, zapewnia doskonale wyniki wypiekowe i gwarantuje równomierność wypieku. Piec jest idealnym rozwiązaniem dla cukierni i małych piekarni. Sprawdza się również bardzo dobrze w dużych piekarniach jako drugi piec do pieczenia mniejszych wyrobów.

(KJ)



Fot. Materiały producenta

BARDZO PROSTY SYSTEM



Fot. Materiały producenta

CBS System Polska proponuje uczestnikom targów Bakepol nowość, jaką jest Pick by Light. To rozwiązanie systemowe zestawu przemysłowych wyświetlaczy i oprogramowania, wykorzystywanych podczas kompletacji zamówień w zakładach piekarskich. Jak zaznacza producent, charakteryzuje je łatwa i prosta obsługa, elastyczne kształtowanie układu graficznego wyświetlanych informacji, wydajna kompletacja, sprawdzone w praktyce rozwiązania dla szybkiego wydawania świeżych wyrobów, integracja z systemem ERP.

(KJ)

DEKORACJA JAK ZE SNU

Urządzenia do nakładania pomady oraz polewy czekoladowej to pozycja na targi Bakepol firmy JFM. Jak podkreśla producent, urządzenie może dekorować produkty w sposób ciągły bądź pasowy. Cukiernik sam decyduje, czy chce dekorować pojedyncze produkty układając je na silikonowe sznury bądź całe blachy. Maksymalna szerokość powierzchni oblewającej to 60 centymetrów. Przepuszczając produkt po raz drugi uzyskujemy efekt kratki lub karo. Atuty urządzenia to dokładnie i ekonomicznie nałożona pomada oraz łatwe mycie.

(KJ)



Fot. Materiały producenta



NADCHODZI ERA JOGURTÓW MROŻONYCH

SweetTARG, Śląskie Targi Piekarnicze, Cukiernicze, Piekarskie i Łodziarskie, które odbyły się w marcu w Katowicach, choć niewielkie, zgromadziły liczne nowości, które zainteresują naszą branżę. Jedną z najciekawszych była z pewnością maszyna do produkcji jogurtów mrożonych firmy Gel-Matic. Jogurty mrożone cieszą się coraz większym zainteresowaniem klientów, stąd na rynku w ostatnim czasie pojawiło się kilka nowości w zakresie urządzeń do ich produkcji.

Jak podkreślają dystrybutorzy, polskie przedstawicielstwo firmy Gel-Matic, wprowadzeniu urządzenia na rynek towarzyszą specjalnie zaprojektowane wizualizacje oraz gotowy koncept sprzedaży. - To wyjście naprzeciw oczekiwaniom europejskich klientów - dodaje Piotr Kaczor, przedstawiciel firmy.

Gel-Matic to włoska firma z tradycjami rodzinnymi, od wczesnych lat siedemdziesią-

tych specjalizująca się w produkcji maszyn do produkcji lodów włoskich (soft). - Naszym celem jest być postrzeganym jako dostawca najwyższej jakości urządzeń oraz budowanie zaufania do włoskiej technologii a także systematyczny wzrost grona klientów - podkreśla Piotr Kaczor. - Filozofią naszej firmy są bezpieczeństwo, ochrona środowiska, bezpieczeństwo personelu oraz oszczędność energii poprzez stosowanie ekologicznych materiałów, które z kolei zapewniają bezpieczeństwo obsłudze i środowisku naturalnemu. Stosowanie najnowocześniejszych technologii i nieustające inwestycje w badania gwarantują ciągły wzrost jakości produktów firmy Gel-Matic. Ciągły rozwój i dbałość o dostarczanie najnowszych rozwiązań sprawiają, że potrafimy kreować trendy na światowym rynku.

(AM)



Piotr Kaczor z firmy Gel-Matic demonstruje najnowsze urządzenie do produkcji mrożonego jogurtu. FOT. ANETA MARCZAK

MIESIARKA DOSKONAŁA

Doskonale znana naszym czytelnikom firma Masz Gliwice przygotowała na katowickie targi nowość - miesiarkę spiralną z panelem dotykowym. Urządzenie wzbudziło takie zainteresowanie zwiedzających, że otrzymało medal za pierwsze miejsce w konkursie na PRODUKT SweetTARG 2011. - W konkursie sprawdzano przede wszystkim nowoczesne rozwiązania maszyn, cieszymy się, że wygraliśmy - podkreślają przedstawiciele firmy.

Miesiarka spiralna z panelem dotykowym charakteryzuje się możliwością programowania receptur, możliwością ustawienia receptur według wielu parametrów m.in. czasu, ilości obrotów, jakie ma wykonać spirala, gęstości ciasta, temperatury. Istnieje możliwość zaprogramowania aż 99 receptur i 30 kolejnych kroków tych receptur. System zapewnia również możliwość monitoringu procesów technologicznych. Programowanie i wprowadzanie receptur może być zablokowane hasłem znanym jedynie osobie upoważnionej. Istotne jest również to, że gęstość ciasta mierzona jest na pierwszym i drugim biegu urządzenia. Miesiarka posiada intuicyjny interfejs.

(AM)



Nagrodzony produkt demonstruje Jacek Podgórski, kierownik działu handlowego firmy Masz Gliwice. FOT. ANETA MARCZAK



DOSKONAŁE PĄCZKI, BARDZO PROSTA OBSŁUGA

Urządzenie do produkcji kilku rodzajów pączków, oferowane przez znaną naszym czytelnikom firmę Baker Serwis, otrzymało wyróżnienie podczas SweetTARG w Katowicach.

To niezwykle innowacyjne na polskim rynku urządzenie pozwala na produkcję pączków: serowych, à la Raffaello, à la Ferraro Roche, donatów i gniazdek poznańskich. Urządzenie jest maszyną dozującą, służącą do produkcji szerokiej gamy produktów z gotowych mas cukierniczych.

Może pracować w trybie jednostkowego dozowania ciasta bądź też można uruchomić silnik w trybie pracy ciągłej - wybór należy do obsługi.

Wszystkie rodzaje pączków można formować za pomocą różnorodnych stempli (w komplecie jest ich sześć) i aplikować bezpośrednio na gorący olej do patelni-smażalnika.

Każdy obrót tłoka powoduje wypchnięcie jednej porcji, a w przypadku pączków serowych i jogurtowych dwóch porcji ciasta. Wielkimi plusami urządzenia są prosty montaż, łatwa obsługa i czyszczenie.

Mechaniczna część urządzenia oraz przegubowe ramię nie wymaga konserwacji.

Korpus urządzenia wykonany jest z odlewu aluminiowego, lej na ciasto z tworzywa sztucznego odpornego na uderzenia, a wszystkie stemple stanowiące wyposażenie dodatkowe wykonano ze stali nierdzewnej.

(AM)



Urządzenie do produkcji pączków demonstruje Adam Grzebelus, przedstawiciel firmy Baker Serwis na Górnym Śląsku.
FOT. ANETA MARCZAK

UBIJACZKA IDEALNA

Nowa ubijaczka firmy IZI Mankiewicz miała premierę na SweetTARG, ale można ją będzie oglądać również na targach Bakepol w Kielcach.

Urządzenie zostało wyprodukowane przez słynącą z doskonałej jakości maszyn firmę SPAR, której IZI Mankiewicz jest wyłącznym dystrybutorem w Polsce.

To już kolejna ubijaczka tej firmy, którą polski dystrybutor wprowadza do swej oferty. Poprzednie cieszyły się dużym zainteresowaniem cukierników.

Tym razem jest to model o pojemności 100 litrów z automatycznym podnoszeniem dzieży.

- Nie bez znaczenia pozostaje również fakt, że na ubijaczki udzielana jest przez dystrybutora najdłuższa na rynku gwarancja - podkreślają przedstawiciele firmy IZI Mankiewicz.

(AM)



Zalety nowej ubijaczki prezentuje Marek Mankiewicz z firmy IZI Mankiewicz.
FOT. ANETA MARCZAK

MROŻENIE DOSKONAŁE

Nowość firmy Guz Technika Piekarnicza demonstrowana podczas SweetTarg dotyczy wszystkich, którzy w swojej pracy wykorzystują niskie temperatury.

Lillnord StraightLine jest specjalnie zaprojektowaną jednostką dla cukierników, którzy wymagają efektywnego mrożenia dla relatywnie małych ilości wyrobów cukierniczych. - Dzięki zastosowaniu wydajnego agregatu oraz przy wsparciu wiedzy chłodniczej posiadanej przez firmę Lillnord uzyskujemy optymalny klimat w magazynie, dzięki któremu otrzymujemy najlepszą jakość wyrobów - podkreśla producent.

Regulacja temperatury pomiędzy modulem szokówki i magazynami zamrażalniczymi jest automatycznie kontrolowana przez system kontroli PID, który zdobył międzynarodowe uznanie (nagroda IBA2000) w kategorii „Innowacja w technologii chłodzenia”. Dzięki rewolucyjnej koncepcji mrożenia, urządzenie zapewnia optymalną wilgotność średnią na poziomie 92-93 proc. 24 godziny dziennie.

- Kiedy moduł mroźni szokowej jest w użyciu, całkowita wydajność chłodnicza jest wykorzystywana w tej sekcji. Jeżeli w jakikolwiek sposób temperatura wewnątrz sekcji magazynowych wzrośnie, wtedy dostarczamy chłód z komory szokowej żeby ustabilizować temperaturę do wymaganej wewnątrz magazynu. Te rozwiązanie zapewnia nie tylko szybkie i optymalne mrożenie, ale także stałą temperaturę magazynowania w tym samym czasie redukując pobór energii elektrycznej, a co za tym idzie, redukując koszty produkcji - dodaje dystrybutor.

Jednostka wykonana jest ze stali nierdzewnej. Izolacja frontu i drzwi wynosi 120 mm a wszystkich innych ścian 80 mm. Każda kłapa jest opa-



Nowe urządzenie demonstruje Piotr Majchrzak, produkt manager z firmy Guz Technika Piekarnicza.
FOT. ANETA MARCZAK

trzona w uchwyt łatwy do czyszczenia, podwójną uszczelkę, ogrzewaną ramę, łatwo wymienialne przewodnice i ostatnią, ale bardzo ważną rzecz - blokadę drzwi. Urządzenie jest umieszczone na nierdzewnych, regulowanych nogach. Opracowany projekt zapewnia, że system jest długowieczny nawet pod dużym obciążeniem dziennym.

(AM)

KRAJALNICA W KOMPLECIE Z PAKOWACZKĄ

Bardzo ciekawe rozwiązanie pokazała podczas Sweet Targ firma Mech Masz ze Żnina. Krajalnica z nożami taśmowymi REX przeznaczona jest do chleba pszennego i żytniego. Taśmy prowadzące boczne, górna, dolna w standardzie umożliwiają krojenie każdego rodzaju chleba. Nakładanie produktu na podajnik odbywa się ręcznie. Krajalnica jest bardzo wydajna: 2000/2500 sztuk na godzinę. Jej kolejnymi atutami są: łatwa wymiana noży (wykonano je z hartowanego materiału), czujka świetlna przy wyjściu chleba z maszyny. W komplecie z krajalnica jest pakowaczka SPA-3000. Urządzenie przeznaczone jest do zamykania woreczków foliowych i papierowych za pomocą plastikowego klipsa. Steruje się nim z panelu LCD. Maszyna ma w standardzie nierdzewną obudowę, automatyczny i manualny tryb pracy. Posiada licznik pakowanych bochenków, filtr powietrza, czujkę rozpoznającą produkt oraz drukarkę termiczną.

(AM)



Urządzenie prezentuje Piotr Nowakowski, regionalny dyrektor sprzedaży z firmy Mech Masz.
FOT. ANETA MARCZAK

CZAS NA DOBRE LODY

Podczas targów Expo Sweet w Warszawie firma Lodmar z Gniezna, dystrybutor amerykańskiej firmy Taylor na polskim rynku maszyn dla branży lodziarskiej, prezentowała całą gamę urządzeń do lodów soft oraz typu świderki.

Na stoisku można było zobaczyć maszyny pracujące na mieszance lodowej firmy Filigo nowego producenta lodów w proszku.

Prezentowane modele to maszyny jednosmakowe Taylor C706, C708, dwusmakowe Taylor C712 i C716 oraz dwusmakowe do lodów typu świderki Taylor 8756. Poza tym, na stoisku eksponowano również najnowszy model maszyny Combi do lodów i shake Taylor C606.

Jak podkreśla dystrybutor, maszyny Taylor to w pełni skomputeryzowane, najnowszej generacji maszyny do produkcji lodów soft i świderków. Nowoczesne oprogramowanie stosowane przez firmę Taylor umożliwia łatwą obsługę urządzenia przez każdego pracownika i dzięki systemowi wewnętrznych, elektronicznych zabezpieczeń wyklucza możliwość popełnienia przypadkowych błędów.

Maszyny Taylor są wyposażone między innymi w sensory dotykowe, co powoduje, że ich obsługa

jest bardzo prosta i przyjemna. W modelach C706, C708, C712 i C716 zastosowano nowoczesny model pomp o bardzo prostej budowie z możliwością wymiany dyszy napowietrzającej. Maszyny wyposażone są w dwa lub trzy niezależne agregaty chłodnicze. System pasteryzacji pozwala na wydłużoną pracę maszyn bez konieczności demontażu i mycia maszyny. W nowych, innowacyjnych modelach C zastosowano o 30 proc. mniej części zamiennych przy jednoczesnym udoskonaleniu maszyny.

Model Taylor 8756 został udoskonalony przez zastosowanie najnowszego systemu pomp perystaltycznych, które pozwalają na komfortową pracę, a przy tym potrafią zassać kawałki owoców, co pozwala na uzyskanie wyśmienitych lodów. Urządzenia wyposażone są w bardzo wygodne ręczki/gałki spustowe do wydawania lodów.

Efektom pracy urządzeń są doskonałe lody, które charakteryzują się kremową konsystencją.

Maszyna Taylor 8756 do produkcji lodów typu kręcone spiralki, świderki czy tzw. lody amerykańskie doskonale daje sobie radę z produkcją lodów o niskich temperaturach. Model do lodów dwusmakowych + mix umożliwia wyprodukowanie

2 x 426 porcji w ciągu jednej godziny. Urządzenie zaopatrzone jest w trzy niezależne od siebie układy chłodzenia i doskonale spisuje się w niskich temperaturach mrożenia. Maszyna posiada funkcje konserwacji, do chłodzenia wykorzystuje się wodę lub powietrze.

Taylor 8756 jest bardzo prosta w obsłudze, bez względu na warunki, w jakich pracuje, spełnia wysokie wymagania oraz oczekiwania użytkowników. Sterowanie maszyną odbywa się za pomocą sensorów dotykowych.

Istotne jest również to, że urządzenia Taylor produkowane są według najwyższych kryteriów technologicznych, z naciskiem na łatwą instalację i najwyższy standard higieniczny. Wybrane modele posiadają licznik porcji, co pozwala użytkownikowi na pełną i ułatwioną kontrolę sprzedaży, w przypadku pozostałych modeli firma Lodmar oferuje doposażenie maszyny w licznik porcji. Maszyny są kompatybilne z przystawkami amerykańskiej firmy Flavor Burst do koloryzowania rantów i dozującymi syrop do wnętrza loda (4- lub 8 smaków), których działanie klienci mogli również zobaczyć na stoisku firmy Lodmar.

(AM)



Najnowsze maszyny Taylor demonstruje Małgorzata Józwiak, przedstawicielka firmy Lodmar, dystrybutora urządzeń na polskim rynku.
FOT. BARTOSZ RYCZAN



Firma Lodmar oferuje urządzenia do różnych typów lodów.
FOT. BARTOSZ RYCZAN

NOWE LODY W PLENERZE

Sachart Plenerowa to maszyna do lodów wyprodukowana w Polsce specjalnie dla polskiego klienta - zapewnia producent Tadeusz Sachar. Jego zdaniem, na rynku jest bardzo dużo urządzeń do lodów miękkich, które wymagają modernizacji i dostosowania do gustów rodzimego klienta. A ten lubi zdecydowanie lody twarde typu świderki. Firma Sachart kilka lat zajmowała się przerabianiem urządzeń dla lodziarzy, aż zdecydowała się rozpocząć własną produkcję maszyn, które spełniają także inne wymagania polskiego rynku. Ma ona elektroniczny system, pozwalający na dokładne wyliczenie ilości porcji. - Mechanizm ten rozróżnia porcje małe, średnie i duże, co jest bardzo ważne przy kontrolowaniu sprzedaży i uczciwości sprzedawcy. Poza

tym maszyna pozwala na mierzenie masy w zbiornikach - mówi Sachar. W urządzeniu Sachart Plenerowa zastosowano specjalny skraplacz powietrzny z odpowiednim wentylatorem o bardzo dużej wydajności i jednocześnie cichej pracy. Maszyna ta może z powodzeniem pracować w lokalach gastronomicznych, gdyż jej praca nie będzie przeszkadzała klientom - twierdzi właściciel szczecińskiej firmy dodając jednocześnie, że nazwa „plenerowa” wskazuje także na wykorzystanie urządzenia do produkcji lodów na dworze, podczas festynów lub dosłownie na plaży. Urządzenie wyprodukowano w tym roku i podczas Expo Sweet 2011 można było je podziwiać po raz pierwszy.

(TP)



Tadeusz Sachar wraz ze swoją plenerową maszyną do produkcji twardych świderków. Fot. B&S

LADA PROSTO Z WŁOCH

Tegoroczną nowością wśród lad chłodniczych do lodów jest Banco Pozzetti. Włoska witryna wyprodukowana przez firmę Bocchini nawiązuje swą stylistyką do tradycyjnych form, w jakich przechowywano i z jakich sprzedawano lody gałkowe w naszym kraju w latach 70. i 80. Pozetto po włosku oznacza studzienkę, gdyż witrynę wyposażono w okrągłe kufy o kształtach przypominających małe studnie. W nich przechowywane są zamrożone produkty (lody lub granita), a pojemniki o średnicy 21 cm przykryte

są pokrywą ze stali nierdzewnej. Dla klienta widoczne są tylko te pokrywy. Kufy z lodami zanurzone są wewnątrz komory, która jest schładzana za pomocą glikolu. Pojemniki nie są jednak bezpośrednio w nim zanurzone, gdyż glikol znajduje się za ścianami komory. Lada współpracuje z zewnętrznym agregatem chłodniczym, który nie jest zabudowany w urządzeniu. Skrzynia lady wykonana jest ze stali nierdzewnej i izolowana pianką o podwyższonych parametrach izolacyjnych. Lada Banco Pozzetti jest dostępna zarówno w wer-

sji ze szklaną nadstawką, która wykończona jest podświetlanym panelem frontowym, jak też w wersji do zabudowy. Mniejszy model pozwala przechowywać 12 kufy, a większy - 18 pojemników. - Nowa witryna jest już dostępna na polskim rynku, ale przed targami w Warszawie jeszcze nie dotarł do nas egzemplarz tej lady i nie mogliśmy jej zaprezentować w całej okazałości - wyjaśnia Robert Chorabik z firmy Frizpol, która zajmuje się dystrybucją urządzeń Bocchini.

(TP)



Nowa włoska lada Bocchini przypomina witryny chłodnicze, z których sprzedawano lody w czasach PRL-u. Fot. MATERIAŁY PRODUCENTA

JEDNA WITRYNA DO CIAST I DO LODÓW

Nowoczesną witrynę firmy Orion na tegorocznych warszawskich targach Expo Sweet zaprezentowała firma Cream. Urządzenie 365 All Season już samą swoją nazwą zdradza, że jest witryną uniwersalną, która może być wykorzystywana w każdym sezonie, czyli przez... 365 dni w roku.

- Charakteryzuje się ona dużym zakresem temperatury od +10 do -30 stopni C. Temperatury ujemne pozwalają na wykorzystanie witryny do ekspozycji i sprzedaż w okresie, kiedy ten wyrób jest najpopularniejszy. Z kolei od jesieni do wiosny urządzenie może służyć jako witryna do sprzedaży ciast - wyjaśnia Tomasz Kotuliński z firmy Cream, dystrybutora witryn.

Do tego celu na prowadnicach zamontowano ruchomą półkę, która pozwala na dodatkowe wykorzystanie powierzchni do ekspozycji wyrobów cukierniczych.

W przypadku lodów półkę tę demontuje się w kilka minut. Podnoszona przednia szyba i trzy pozostałe są podgrzewane, co zapobiega skraplaniu podczas automatycznego rozmrażania lody.

Pełen wybór kolorów witryny pozwala na idealnym dopasowaniu jej barwy do koloru wnętrza, w którym będzie pracowała.

(TP)



Firma Grzegorza Śmietany podczas Expo Sweet 2011 prezentowała kilka modeli nowoczesnych włoskich witryn.
Fot. B&S

SZEŚĆ KOLORÓW W JEDNYM KUBKU

Granitor do przygotowywania mrożonych napojów nie jest czymś nowym. Na targach w Warszawie firma Lodel zaprezentowała jednak zupełnie nowy model urządzenia włoskiego producenta Ugo lini.

- Granita to napój na bazie miąższu owocowego, który schłodzony jest do niskiej temperatury. Aby nie zamarzł i nie zamienił się w bryłę lodu, musi być w ciągłym ruchu - wyjaśnia Mateusz Deling, szef firmy Lodel. Większość tego typu urządzeń ma przekładnię mechaniczną, co przy złej konsystencji produktu doprowadza do przeciążeń, a w efekcie do zerwania plastikowego świdra, który skrawa lodowy napój ze ścianek granitora. We włoskim urządzeniu MT 3 Mini problem ten rozwiązano stosując napęd magnetyczny. - Świder w chwili przecięcia zatrzymuje się w miejscu i nie jest obciążony przez pracę silnika. Nie ulega więc uszkodzeniu i nie trzeba go ciągle wymieniać - twierdzi Mateusz Deling.

Dodatkową atrakcją stoiska targowego Lodel był 40-centymetrowy kubek do granity w kształcie wieży, w którym można zmieścić aż sześć porcji różnych granit o różnych kolorach. Sama pojemność kubka to jednak zaledwie pół litra. Granita trafia głównie do dzieci, musi być więc atrakcyjna wizualnie. Taki kubek o nazwie Bongo podczas Expo Sweet 2011 robił wrażenie nie tylko na najmłodszych.

(TP)



- Granita musi być słodka, kolorowa i sprzedawana w atrakcyjnych kubkach - radzi szef firmy Lodel z Władysławowa.
Fot. B&S

LICZY SIĘ WYGLĄD, PÓŹNIEJ SMAK

Konrad Jankowski

Co decyduje o tym, jak sprzedawać się będą lody? Wbrew pozorom wcale nie ich skład i tylko w niewielkim stopniu smak. Kluczowe znaczenie ma... sposób prezentacji.

Niezwykłe lody, które właśnie wprowadza do sprzedaży w Polsce Martin Braun na pierwszy rzut oka nie wyglądają słodko. 3Dino są jaskrawo zielone i jakby chropowate. I o to chodzi. Ich wygląd ma imitować... skórę dinozaura. Szczególnie, jeżeli ogląda się je przed trójwymiarowe okulary. Są one w zestawie gadżetów, który tylko w kwietniu producent dołącza do lodów.

- 3Dino to produkt, na punkcie którego oszalały dzieci w innych krajach. Otrzymaliśmy mnóstwo zapytań o możliwość sprowadzenia go do Polski. Udało nam się to zrealizować już podczas targów Expo Sweet 2011. 3Dino wzbudził ogromne zainteresowanie i zebrał rewelacyjne recenzje naszych klientów. Mam nadzieję, że dzięki niepowtarzalnemu smakowi oraz specjalnie przygotowanym w promocji gadżetom 3D, produkt podbije serca również polskich dzieci - mówi Marcin Komorowski, członek Zarządu Martin Braun Sp. z o.o. Podobnego zdania są eksperci i praktycy, którzy specjalizują się w sprzedaży lodów dla dzieci.

- Najmłodszy to specyficzni klienci - mówi Radosław Charubin, właściciel firmy Multi Ice z Białegostoku, która w całej Polsce otwiera sieć sprzedaży lodów tzw. amerykańskich świderków. - Co roku producenci prześcigają się w wymyślaniu nowych smaków: a to wata cukrowa, a to guma do żucia. Tymczasem większość dzieci lubi lody czekoladowe, śmietanowe bądź truskawkowe. Cała sztuka sprzedaży dla małych klientów polega nie na smaku, lecz na formie, w jakiej są podawane.

A forma musi zaskakiwać. Strzelające kuleczki, kawałki świeżych owoców, atrakcyjne, kolorowe polewy już były. Dlatego w tym roku czas na skórę dinozaura.

MAŁY KLIENT WYMAGA MNIEJ

Dzieci nie analizują składu lodów, nie docenią oryginalnych smaków, nie pytają czy powstały z naturalnych składników. Liczą się dla nich wygląd i cena - lody dla dzieci muszą być jak najtańsze.

- Efektowne świderki, do tego posypki o oryginalnych smakach, polewy - to interesuje najmłodszych - wylicza Radosław Charubin. - Dzieci często kupują lody same, dlatego muszą być one tanie. Skład będzie interesował ich rodziców. To dorośli chętniej wybierają lody rzemieślnicze, powstałe z naturalnych składników, które, co jest oczywiste, muszą być droższe.

Ale nawet wśród dorosłych Polaków nie ma

tradycji wybierania lodów lepszej jakości. Przekonał się o tym Giuseppe Lamandini, twórca i właściciel marki Gelati Giuseppe, włoski producent lodów, który jako pierwszy oferuje w Polsce zdrowe lody wytwarzane wyłącznie z naturalnych, roślinnych składników. Jego lody są doskonałej jakości, ale nie są tanie. Może dlatego częściej od indywidualnych klientów kupują je dobre restauracje i hotele.

- Włoski klient doskonale odróżnia mocno napowietrzony, przesłodzony i aromatyzowany wyrób przemysłowy od lodów rzemieślniczych o intensywnym, naturalnym smaku i elastycznej strukturze - opowiada Lamandini. - Do supermarketu idzie się po lody tanie,



Lody z ciasteczkowej serii firmy Mec3 - przykład na oryginalne dekoracje.
FOT. ANETA MARCZAK

POLSKI PRODUCENT

Profesjonalne
Maszyny Cukiernicze

 **SUPRA**
GROUP



- linie przemysłowe
- automaty do produkcji ciastek
- oblewarki do czekolady
- tunele chłodnicze
- piece piekarnicze
- technologie cukiernicze (regulatory piekarnicze, substancje zapachowe itp.)



Skóra dinozaura - hit nadchodzącego sezonu.
FOT. BARTOSZ RYCZAN

a do lodziarni po lody lepszej jakości i smaczniejsze. W polskich lodziarniach zaczęto nieestety sprzedawać na gałki lody przemysłowe, co sprawia, że ludzie są zdezorientowani i znużeni lodami, które smakują podobnie. Chętnie poszukują czegoś innego, zdrowszego i bardziej finezyjnego.

Lody najwyższej jakości niekoniecznie wyglądają efektownie. Zazwyczaj mają mniej intensywne kolory od tych barwionych sztucznie, sprzedaje się je bez dodatków, posypek i czekolady. Równocześnie ze względu na wysokiej jakości składniki użyte do ich wyrobu kosztują drożej. Jak więc sprawić, aby sięgały po nie dzieci, które w Polsce nadal jedzą zdecydowanie więcej lodów niż dorośli?

ZACZAĆ JEŚĆ OCZAMI

W tym roku prawie wszystkie znaczące firmy lodziarskie postawiły na... efektowną prezentację. Sposób podawania lodów był głównym tematem targów w Rimini we Włoszech, które co roku wyznaczają światowe trendy. Podobną rolę w Polsce zaczynają pełnić lutowe targi Expo Sweet, i tam również producenci i dystrybutorzy prześcigali się w pomysłach na dekorowanie lodów. Odwiedzających interesowały one bardziej niż wymyślne smaki typu oscypek czy wata cukrowa.

Jedne z najoryginalniejszych dekoracji można było zobaczyć na stoisku firmy Kames, polskiego dystrybutora włoskiej firmy

3DINO SENSACJĄ ROKU

3Dino mają szansę stać się lodowym przebojem roku. Nowy produkt Cresco Italia (wyłączna dystrybucja Martina Braun) to połączenie trzech smaków: migdałów, orzechów laskowych oraz białej czekolady. Produkt składa się z dwóch części: pasty do produkcji lodów oraz variegato VariegGó. Stworzony został głównie z myślą o dzieciach. Gotowe lody 3Dino posiadają atrakcyjny zielony kolor oraz oryginalny smak. Dodatkową atrakcją lodów jest imitująca skórę dinozaura polewa variegato z karmelizowanymi migdałami. Produkt zaprezentowany został po raz pierwszy na włoskich targach Sigep 2011 i odniósł wielki sukces.

Polska premiera 3Dino miała miejsce podczas targów Expo Sweet 2011, gdzie produkt cieszył się ogromnym zainteresowaniem oraz otrzymał nagrodę w kategorii Hit Lodziarski. Na stoisku Martina Brauna wejściu 3Dino towarzyszyła przełomowa oprawa marketingowa: wszystkie materiały promocyjne wyprodukowano w technice 3D. Klient odwiedzający stoisko Martina Brauna mógł obejrzeć specjalnie przygotowaną „wystawę dinozaurów” oraz otrzymać zestaw gadżetów 3D, m.in.: kubeczki do lodów, plakaty i okulary. Zestaw jedynych na rynku gadżetów w formie 3D (dodatkowo m.in. z serwetnikami) dodawany jest również do każdego zakupu 3Dino w kwietniowej promocji Martina Brauna.

reklama

37-111 Rakszawa, Rakszawa 50B, POLAND
tel./fax +48 17 226 11 16, tel. +48 17 224 93 52
sekretariat: office@supragroup.eu
serwis: service@supragroup.eu

www.supragroup.eu



Propozycja firmy Elenka to kolejny przykład na to, że dekoracje nie muszą być nudne.
FOT. B&S



Czasem dekoracje są tak efektowne, że od lodów trudno oderwać oczy.
FOT. BARTOSZ RYCZAN

Mec3. - Gdy przed laty zaczęliśmy współpracę z Mec3, była to mała rodzinna firma - wspomina Rajmund Kawalec, prezes spółki Kames. - Dziś coraz częściej oni dyktują światowe trendy - pierwsi wprowadzili sposób efektownej dekoracji lodów, prezentując swoje wyroby na targach w Rimini, po nich pomysł zaczęli kopiować inni.

Lody Mec3 robią wrażenie: cytrynowe zdobią plastry prawdziwej cytryny, te o smaku delikacji udekorowane są galaretką, a ciasteczkowe - wyglądają jak posypane ciastkami.

Oferta firmy Mec3 to doskonały dowód na to, że da się pogodzić wysoką jakość wyrobu, której chcieliby rodzice, z atrakcyjnym wyglądem produktu, który jest ważny dla dzieci.

Lody Mec3 powstają z surowców najwyższej jakości z dużą dbałością o zdrowie małych konsumentów.

Gdy oglądamy witryny z lodami na targach wydaje się, że sztuka dekoracji jest sprawą prostą. W praktyce jednak lody w witrynach sprzedawane w polskich miastach de-

korują często wyłącznie kartki z odręcznie napisaną nazwą smaku. Dlaczego tak się dzieje?

Od dawna wiadomo, że lody w kuletkach można dekorować przy użyciu kremów. Problemem jest jednak często to, że muszą to być kremy, które utrzymują swoje właściwości w ujemnych temperaturach. A tego typu produkty wcale nie są łatwo dostępne na rynku.

Taki właśnie krem orzechowo-czekoladowy ma w swojej ofercie firma Pre Gel Polska. Jak podkreślają dystrybutorzy, dekoracje wykona-

ne przy jego użyciu nie tylko pięknie wyglądają, ale również fantastycznie smakują - dzięki połączeniu z lodami waniliowymi, z białej czekolady i migdałowymi dają fantastyczne możliwości smakowe.

Innym pomysłem na dekoracje, dającym oryginalny efekt, w szczególności jeżeli chodzi o lody owocowe, są pasty variegato.

Ta o smaku marakuji, którą również ma swojej ofercie firma Pre Gel, oprócz soku i pulpy owocowej zawiera także nasiona tych owoców. Idealnie nadaje się do przekładania i dekora-

LODZIARNIA JAK SKLEP JUBILERKI

Praliny, rożki, lizaki - a wszystko to wyeksponowane niczym biżuteria na wystawie jubilera. To nowy pomysł na prezentację lodów firmy Mec3. Lody są bajecznie kolorowe, mają wymyślne kształty i bardziej przypominają kolorowe lizaki niż tradycyjne lody na patyku. Nieco starszym rozwiązaniem tej firmy jest linia coocies, w której lody mają smak i dekoracje nawiązujące do ciasteczek - począwszy od herbatników, skończywszy na lodach o smaku sernika z truskawkami, delikcji bądź tarty owocowej.



Dla małych konsumentów istotniejszy od składu jest wygląd lodów.
FOT. B&S



Lody jak z wystawy jubilerskiego sklepu na pewno spodobać się najmłodszym klientom.
FOT. ANETA MARCZAK

cji lodów zarówno mlecznych jak i wodnych, a przede wszystkim jako dodatek do popularnych lodów jogurtowych. Efekt widoczny w witrynie z pewnością spodoba się nie tylko najmłodszym konsumentom.

JOGURT BARDZO ATRAKCYJNY

Co jeszcze bardziej niż najbardziej atrakcyjne lody przyciągnie najmłodszych? W tym roku na pewno specjalne desery jogurtowe podawane z maszyn do lodów typu soft. To na pewno najbardziej atrakcyjne rozwiązanie - zdrowe, bo deser zawiera wszystkie zalety klasycznego jogurtu, ciekawe wizualnie i nowe, a dzieci przede wszystkim cenią nowości.

Mrożone desery jogurtowe ma już w swojej ofercie większość dystrybutorów lodów. Ponieważ można je podawać przy pomocy maszyn tradycyjnie do tej pory używanych do podawania lodów, producenci automatów przygotowali nowe rozwiązania, dostosowane już właśnie do podawania mrożonego jogurtu.

Atrakcyjny wizualnie deser jogurtowy ma w swojej ofercie firma Ako. Jak zapewnia producent, deser wyróżnia się kremistością oraz unikatowym smakiem, uzyskanym dzięki

proszkowi jogurtowemu. - Deser wzbogacony jest w błonnik z cykorii, tzw. inulinę, której przypisuje się właściwości probiotyczne - dodaje Katarzyna Piwońska, technolog firmy. Wygląda na to, że mrożone desery jogurto-

we mogą stać się hitem tego lata. Co ciekawe, do ich dekoracji można również wykorzystać świeże owoce, a to powoduje, że stają się one jeszcze bardziej atrakcyjne nie tylko dla najmłodszych. ■

NA STRZELAJĄCO

VarieGó Choco Frizzy to lubiane przez dzieci variegato orzechowo-czekoladowe do produkcji lodów. Wyróżnia się spośród innych dostępnych na rynku zawartością strzelających kuleczek, rozpuszczających się w ustach. VarieGó Choco Frizzy wyprodukowano z najwyższej jakości kakao oraz specjalnie wyselekcjonowanych orzechów laskowych.

- Po sukcesie sprzedażowym pierwszej edycji Martin Braun wspólnie z Cresco Italia wprowadzają na polski rynek znany i ceniony produkt pod zmienioną nazwą (poprzednio Choco Frizzy) i odświeżonym logo - wyjaśniają przedstawiciele firmy.

- VarieGó Choco Frizzy szybko zdobył popularność wśród naszych klientów. Dzięki słodkiemu smakowi i strzelającym kuleczkom produkt zapewnia wspaniałą zabawę i uśmiech na ustach dzieci - informuje Marcin Komorowski, członek Zarządu Martin Braun Sp. z o.o. Idąc z duchem czasu, odświeżyliśmy logo i nazwę, zachowując przy tym sprawdzoną recepturę, oferując nadal produkt najwyższej jakości.

Lodowy dodatek VarieGó Choco Frizzy to idealne uzupełnienie bogatej oferty lodowej Martin Braun. Dostępne są również: variegato w wielu smakach, bazy mleczne i owocowe, lodowe produkty z serii ready line: na mleku i wodzie, pasty i sosy (w tym jedyne na rynku z brokatem) oraz ekskluzywna linia lodowa Cresco Italia: Saponi dal Mondo Smaki Świata w wielu egzotycznych wydaniach (wyłącznie w Martin Braun).

NAJLEPSZE DO GŁĘBOKIEGO SMAŻENIA

Tomasz Przysiężny

Producenci frytur cukierniczych do smażenia pączków lub faworków wprowadzają na rynek coraz to nowe produkty, które znajdują zastosowanie nie tylko w zakładach piekarsko-cukierniczych, ale także w gastronomii. Technologia wytwarzania tych tłuszczów ma na celu wyeliminowanie wielu czynników, które mogłyby zaszkodzić jakości smażonych produktów.

Frytura to tłuszcz smaźalny, który pod wieloma względami różni się od tłuszczów, które smaźalnymi nie są, ale które do smażenia się również wykorzystuje. - Frytury mają zwykle stałą konsystencję, choć dziś coraz częściej stosuje się je także w formie ciekłej. Mają one skład taki, aby były maksymalnie odporne na zmiany zachodzące podczas procesu smażenia. Przede wszystkim posiadają mało wielonasyconych kwasów tłuszczowych i często wzbogacone są w odpowiednie przeciwutleniacze - wyjaśnia prof. Krzysztof Krygier z Zakładu Technologii Tłuszczów i Koncentratów Spożywczych SGGW w Warszawie.

Wśród spotykanych na naszym rynku frytur cukierniczych przeznaczonych do głębokiego smażenia dominują produkty na bazie oleju palmowego, który podczas obróbki (rafinacji i frakcjonowania) jest wzbogacany między innymi w substancje zapobiegające pienieniu się. Taka frytura jest odporna na długotrwałe ogrzewanie w temperaturze 180 stopni C oraz ma bardzo wysoką temperaturę dymienia. Nie ciemnieje w procesie smażenia, a jej wchłanianie przez smażony produkt jest na bardzo niskim poziomie. Istotną cechą frytur z oleju palmowego są też ich neutralne smaki i zapach, które nie przenoszą się do pączków lub faworków.

Z ekonomicznego punktu widzenia, frytury są tłuszczami o wysokiej wydajności, gdyż ich mała wchłaniania przez produkty to automatycznie małe ubytki frytury podczas procesu smaźalniczego. Istotna jest też możliwość wielokrotnego wykorzystania tych tłuszczów bez utraty jakości produkcji. Pamiętać jednak należy o tym, aby systematycznie, przynajmniej raz dziennie filtrować taki tłuszcz, co

znacznie opóźni starzenie się frytury i konieczność jej zmiany na nową.

Nowością wśród tego typu tłuszczów jest **Fritto** - frytura, którą producent Master Martini zaprezentował pod koniec lutego na targach Expo Sweet 2011. Ten produkt, który powstał dzięki naturalnej fizycznej obróbce oleju palmowego, charakteryzuje się nie tylko cechami typowymi dla frytur, ale także pozwala wyeliminować z procesu smażenia niebezpieczne dla zdrowia tłuszcze uwodornione trans (o *problematyce stosowania niewłaściwych tłuszczów smaźalnych pisaliśmy w styczniowym numerze Bake & Sweet*). Oprócz Fritto, który jest płynnym 100-procentowym olejem palmowym podwójnie frakcjonowanym, Master Martini ma wśród swoich produktów także między innymi pojedynczo frakcjonowany **Master Frit**, półpłynny **Olej palmowy rafinowany**, a także tłuszcze palmowe o stałej konsystencji: **Frit** w kostkach i **Olej palmowy** w 25-kilogramowych blokach.

W naturalnej postaci tłuszcze te topią się dopiero w temperaturze powyżej 36 stopni C, co jest utrudnieniem przy ich zlewaniu i filtrowaniu. Czynności te muszą być bowiem wykonywane na gorąco. Dlatego też producenci frytur frakcjonują tłuszcze, co pozwala na utrzymanie ich w postaci płynnej nawet w temperaturze 10 stopni C.

Cztery rodzaje tłuszczów do głębokiego smażenia w wysokich temperaturach mają do zaoferowania dla branży piekarsko-cukierniczej Zakłady Tłuszczowe Kruszwica. **Tytan** to frytura palmowa o stałej konsystencji, rekomendowana do wielokrotnego smażenia potraw serwowanych na gorąco. - Charakteryzuje się dobrą wydajnością i bardzo wysoką stabilno-

PRZYDATNE W PRACY

Edward Bulanda
- właściciel cukierni Bulanda
w Rzeszowie



W naszej cukierni od wielu już lat korzystamy z frytury na bazie tłuszczu palmowego. Smażymy na niej wyłącznie pączki, które ładnie rosną i nie przypiekają się. Próbowaliśmy także robić faworki, jednak te już nie były takie smaczne. Myślę, że każdy rodzaj ciasta wymaga innego tłuszczu.

Frytura jest jednak konieczna w pracy cukiernika. Ma bardzo dobrą temperaturę spalania. Nie dymi, a tym samym w zakładzie są lepsze warunki pracy. Poza tym co bardzo ważne, ciasto drożdżowe nie nasiąka fryturą tak bardzo jak w przypadku smażenia na innych tłuszczach roślinnych.

Gdy 25 lat temu rozpoczynaliśmy działalność od produkcji pączków używaliśmy smalca, gdyż innych tłuszczów do głębokiego smażenia wówczas nie było jeszcze na polskim rynku. Ale później zmieniliśmy tłuszcz i od lat pracujemy już tylko na fryturach. Nie jest to jednak ten sam produkt jednego określonego producenta, gdyż hurtownia, z którą współpracujemy, co jakiś czas poleca nam nowe frytury o jeszcze lepszych właściwościach.

Codziennie uzupełniamy tłuszcz, ale co trzy, cztery tygodnie wymieniamy go w całości na nowy. Kiedyś produkowaliśmy ponad tysiąc pączków dziennie, teraz zaledwie kilkaset, bo tylko na tyle jest zapotrzebowanie. Przy tak niewielkiej produkcji frytura jest dla nas najlepszym rozwiązaniem.



Maestro gwarantuje:

- przedłużoną świeżość wyrobów gotowych
- utrzymanie wilgotności miękiszu ciasta
- zwiększoną objętość ciasta w stosunku do wyrobów przygotowanych na bazie oleju
- wyjątkową, apetyczną barwę wyrobów finalnych

Maestro zawiera ważne żywieniowo składniki:

- **lecytynę**, która wpływa na sprawne funkcjonowanie systemu nerwowego oraz pamięć
- **beta-karoten**, zwany inaczej prowitaminą A – który ma działanie antyoksydacyjne, ponadto wpływa korzystnie na funkcjonowanie wzroku

Opakowanie „bag in box” (10 l) gwarantuje łatwość użytkowania produktu oraz oszczędność powierzchni magazynowej.



**TŁUSZCZ PŁYNNY
DO MIESZANEK CUKIERNICZYCH**



**DO ZASTOSOWANIA WE WSZYSTKICH RECEPTURACH CIAST
ZALECAJĄCYCH UŻYCIE OLEJU**

ścią. Wzbogacona jest substancjami spowalnającymi niekorzystne przemiany związane z rozkładem tłuszczów podczas ogrzewania - mówi Katarzyna Noga z ZT Kruszwica zapewniając, że produkt ten jest doskonałą alternatywą dla tradycyjnych tłuszczów zwierzęcych. Z kolei **Pan Max** to specjalistyczna rzepakowa frytura płynna. Produkt ten ma wysoką zawartość jednonienasyconych kwasów tłuszczowych (ok. 80 proc.). Jest to frytura o bardzo wysokiej stabilności, czterokrotnie większej niż tradycyjny olej rzepakowy, co ma wpływ na wydłużenie używania tego tłuszczu do smażenia.

Olfryt Plus i **Olfryt Sun** to frytury półpłynne zarówno do głębokiego jak i płytkiego smażenia. Pierwsza z nich wyprodukowana jest na bazie olejów rzepakowego oraz palmowego i wzbogacona między innymi składnikiem ograniczającym pienienie tłuszczu. Produkt ten zawiera jedynie śladowe ilości izomerów trans - poniżej 1 proc.

Olfryt Sun to również mieszanina olejów roślinnych, wśród których jest między innymi olej słonecznikowy, nadający charakterystyczny smak i barwę smażonym potrawom. - Frytura posiada wysokie wartości żywieniowe dzięki zawartości jednonienasyconych kwasów tłuszczowych - zapewnia Katarzyna Noga.

Firma Jagr w Warlubia ma obecnie trzy linie wysokiej jakości frytur do smażenia: **Gold-**

palm, która jest czystym tłuszczem palmowym, oraz **Silverpalm** i **Bronzepalm**, które z kolei są mieszaninami tłuszczów. - Przeznaczeniem tych produktów jest przemysłowe, ciągłe i wsadowe smażenie pączków, faworków, frytek, chipsów oraz mięs, ryb, warzyw i innych produktów w zakładach gastronomicznych, cukierniczych i piekarskich - informuje Maciej Łyczyński dodając, że frytury te gwarantują naturalny smak i aromat przygotowywanych potraw. - Ich użytkownicy podkreślają niski poziom wchłaniania tłuszczu przez smażony produkt oraz ich wysoką temperaturę dymienia do 230 stopni C - zapewnia dyrektor z zakładu w Warlubiu.

Bake Frytura to tłuszcz roślinny z niewielkim dodatkiem nitroenu (azot) E941. Nie jest to konserwant a jedynie środek, który ma niedopuszczyć do procesu jełczenia, czyli utleniania się tłuszczu. Ta frytura do głębokiego smażenia i pieczenia w większości zawiera tłuszcz z oleju palmowego, dzięki czemu ma neutralny zapach i kolor oraz charakterystyczną białą barwę. W temperaturze pokojowej ma ona konsystencję stałą. Producentem Bake Frytury jest CSM.

Tłuszcze roślinne wchodzi też w skład frytury **Koneser**, która produkowana jest przez Bielmar z oleju rzepakowego i palmowego. Produkt ten, podobnie jak wcześniej opisywane, przeznaczony jest do smażenia zarówno w za-

kładach produkujących pieczywo i wyroby cukiernicze, jak również w gastronomii. Z uwagi na temperaturę topienia na poziomie około 32 stopni C, frytura w warunkach magazynowych może mieć stan stały lub półpłynny.

Amarg jest producentem **Frytury palmowej**, która w 100 procentach składa się z tłuszczu, jaki otrzymywany jest poprzez tłoczenie nasion olejowca gwinejskiego. Zastosowanie tego surowca do produkcji frytury znacznie podnosi granice temperatury, do jakiej można ogrzać tłuszcz bez skutków ubocznych, jakim jest dymienie.

W krzeszowickich zakładach tłuszczowych wytwarza się także **Oleinę**, która jest olejem palmowym, ale w stanie płynnym. - Wydajność tej frytury jest nawet sześciokrotnie większa od innych płynnych olejów roślinnych - zapewnia producent dodając, że wiele firm cukierniczych fryturę palmową używa do produkcji nadzień, kremów i polew.

Produktem o wysokiej zawartości witaminy A oraz karotenu jest frytura **GoldPack**. Ten 100-procentowy olej palmowy produkowany przez firmę VOG ma temperaturę dymienia powyżej 200 stopni, a spala się dopiero przy 350 stopniach C. W zależności od wydajności produkcji i zużycia frytury, cukiernicy mogą zaopatrywać się w pojemniki zawierające 5 lub 20 litrów tego tłuszczu smaźalniczego. ■

WYBRANE FRYTURY ROŚLINNE

Producent	Nazwa	Skład	Temperatura dymienia	Opakowanie
Bielmar	Koneser	Oleje rzepakowy i palmowy	250 stopni C	12,5 kg
CSM	Bake Frytura	Oleje roślinne, m.in. palmowy	220 stopni C	10 kg
Kruszwica	Olfryt Sun	Oleje roślinne, m.in. słonecznikowy	Ponad 210 stopni C	10 l
Kruszwica	Olfryt Plus	Oleje rzepakowy i palmowy	Ponad 210 stopni C	10 l
Kruszwica	Pan Max	Olej rzepakowy	Ponad 210 stopni C	5 l
Kruszwica	Tytan	Olej palmowy	230 stopni C	10 kg
Master Martini	Premium Frit	Olej palmowy	230 stopni C	10 l
Master Martini	Friggitutto	Olej palmowy	230 stopni C	25 l
Master Martini	Master Frit	Olej palmowy	220 stopni C	10 i 25 l
Master Martini	Fritto	Olej palmowy	230 stopni C	22,7 kg
Master Martini	Frit	Olej palmowy	230 stopni C	2,5 kg
Master Martini	Olio di palma rafinato	Olej palmowy	230 stopni C	12,5 i 25 kg
Amarg	Frytura palmowa	Olej palmowy	230 stopni C	10 kg
Amarg	Oleina	Olej palmowy	230 stopni C	10 l
Jagr	Goldpalm	Olej palmowy	230 stopni C	2,5 do 20 kg; 10 do 22 l
Jagr	Silverpalm	Oleje roślinne	220 stopni C	20 kg i 22 l
Jagr	Bronzepalm	Oleje roślinne	Brak danych	20 kg i 22 l
VOG	GoldPack	Olej palmowy	Ponad 200 stopni C	5 i 20 l

Z uwagi na szybko zmieniające się ceny surowców, głównie oleju palmowego, większość producentów nie jest w stanie podać cen frytur, które byłyby aktualne przez kilka tygodni. Dlatego też zrezygnowaliśmy z podawania cen, które w chwili dotarcia tego wydania Bake & Sweet do naszych czytelników mogłyby okazać się już nieprawdziwe.

MAKOWIEC JAK Z BAJKI

Masa makowa - koncentrat nadzienia w proszku to nowość, którą przygotowała na targi Bakepol firma Ako. Jak zapewnia producent, masa makowa służy do prostego i szybkiego przygotowania gotowego nadzienia makowego. Można ją stosować jako nadzienie do strucli, mazurków, drożdżówek, tortów oraz według własnej inwencji twórczej. Podstawowe zalety masy makowej to błyskawiczne przygotowanie (wystarczy wymieszać z wodą), odporność na działanie wysokiej temperatury podczas wypieku, niepowtarzalny smak i aromat.

(BR)



Fot. Materiały producenta

MIODOWNIK O NIEZAPOMNIANYM SMAKU

Miodownik to nowa propozycja dla cukierników przygotowana na targi Bakepol przez firmę Creden Polska. Komponent miodownika jest mieszanką ciasta kruchego z dodatkiem naturalnego miodu instant oraz aromatu miodowego. Zalety produktu to: uproszczona technologia przygotowania (mniej składników do odważania), delikatny, miodowy aromat, wyrazisty smak, subtelna, miodowa barwa ciasta, powtarzalna wysoka jakość. Jak podkreśla producent, ciasto miodownik dzięki zawartości miodu jest produktem, który korzystanie wpływa na funkcjonowanie organizmu, obniżając ciśnienie krwi i poprawiając krążenie, działając ochronnie na wątrobę oraz stymulując produkcję hemoglobiny.

(BR)



Fot. Materiały producenta

ROLADA IDEALNA

Znana naszym czytelnikom firma Eco Trade jako nowość na targi Bakepol proponuje Eco Roladę. Jest to stu procentowy koncentrat ciasta do wypieku blatów biszkoptowych na rolady i omloty. Jak podkreśla producent, wypieczone ciasto ma drobny, równomierny mięksisz. Charakteryzuje się bardzo dobrą elastycznością, co pozwala na zawijanie rolad bez efektu pęknięcia ciasta.

- Łatwość przygotowania, jakość i powtarzalność wypieku plasują ten produkt na najwyższej półce - dodaje producent.

(BR)



Fot. Materiały producenta

BARDZO SMACZNY CHLEB

Ciekawą nowość przygotowała na kieleckie targi Bakepol firma Ako. Koncentrat ciasta ziarnowego, z którego w szybki i prosty sposób można wyprodukować smacznych chleb żytnio-pszenny z dodatkiem ziaren, nasion i płatków z pewnością zainteresuje piekarzy, którzy w swojej pracy korzystają z gotowych komponentów. Jak podkreśla producent, tajemnicę sukcesu doskonałych wypieków wyprodukowanych na bazie koncentratu stanowi zawarty w mieszance naturalny kwas żytni, który nie tylko ułatwia i przyspiesza produkcję, ale także korzystanie wpływa na barwę miękiszu oraz smak i aromat chleba. Koncentrat wieloziarnisty jest stu procentową mieszanką.

(KJ)


Fot. Materiały producenta

CZAS NA PYSZNE BEZY


Fot. Materiały producenta

Eco Trade dostarcza cukiernikom koncentraty do produkcji całej gamy oryginalnych ciast i lodów. Jedną z nowości, którą firma przygotowała na Bakepol w Kielcach, jest bardzo interesująca mieszanka cukiernicza przeznaczona do wypieku lekkich bez oraz spodów to tortów bezowych. Choć sezon na bezy trwa cały rok, największym zainteresowaniem klientów cieszą się one właśnie wiosną i latem, można bowiem na ich bazie przyrządzać doskonale ciasta i desery z dodatkiem świeżych owoców. Stuprocentowa mieszanka cukiernicza oferowana przez Eco Trade nie tylko gwarantuje doskonałą jakość wypieków, ale powoduje, że gotowy produkt zachowuje dobrą strukturę oraz utrzymuje nadany mu kształt.

(KJ)

PĄCZKI PRZEZ CAŁY ROK

Firma Credin Polska znana jest w branży z dobrej jakości komponentów. Na targach Bakepol wystawca ten przedstawi kilka nowości, wśród których jest Koncentrat Pączka. Mieszanka pozwala na łatwe i szybkie przygotowanie pączków.

Zalety produktu to stała jakość, duża objętość pączka, równomierna puszysta struktura miękiszu, gładka powierzchnia pączka, stabilna i ładna biała obwódka oraz zminimalizowane wchłanianie tłuszczu podczas smażenia.

Koncentrat jest mieszanką dwudziestoprocentową.

(KJ)


Fot. Materiały producenta

CHLEB O ZAPACHU ALOESU

Firma Polmarkus na targi Bakepol przygotowała nowość, która na pewno zainteresuje piekarzy. Jest to pierwsza na rynku mieszanka do wypieku aromatycznego i niepowtarzalnego chleba, zawierającego 4 procent ekstraktu aloesu. Chleb wyprodukowany przy jej użyciu bo-

gaty jest w błonnik oraz posiada duże wartości odżywcze. Mieszanka nie zawiera sztucznych dodatków, w jej skład wchodzi m.in. mąka żytnia, kukurydza i nasiona słonecznika. Chleb z aloesem budzi duże zainteresowanie klientów.

(KJ)



Fot. Materiały producenta

ŚMIETANA DELIKATNA

Dwa nowe stabilizatory do śmietany pojawiły się ostatnio na cukierniczym rynku. Pierwszy wprowadziła do swojej oferty firma Eco Trade i bliżej zapoznać się z nim będzie można podczas targów Bakepol w Kielcach. Stabilizatory oferowane są w kilku smakach: cytrynowym Premium, gruszkowym, malinowym, truskawkowym, wiśniowym oraz o smaku toffi, ajerkoniaku, cappuccino, czekoladowym i neutralnym. Wszystkie gwarantują stabilność i delikatną konsystencję kremu śmietanowego. Odporne są na zamrażanie. Podczas przechowywania w chłodni nie pękają. Jak podkreśla producent, efektywnie zwiększają wydajność masy śmietanowej.

(KJ)



Fot. Materiały producenta

DOSKONAŁY SMAK



Fot. Materiały producenta

Drugi stabilizator wprowadza na rynek firma Baker Serwis. Ice Berg, jak podkreśla producent, to doskonały środek do produkcji kremów na bazie bitej śmietany. W opisywanej tu wersji stabilizator ma czekoladowy smak.

Ice Berg zapewnia trwałość i puszystą, delikatną konsystencję o wyjątkowych i niepowtarzalnych walorach smakowych. Dla cukierników istotna jest na pewno łatwość wykonania kremu, jaką zapewnia użycie Ice Berga. Efektem jest doskonały, wyjątkowy smak wyrobów.

Nowość również będzie można oglądać i smakować podczas targów Bakepol w Kielcach.

(KJ)



LODY BARDZIEJ HIGIENICZNE

Owiewki do lodów to nowość przygotowana na Sweet Targ przez firmę Integropol Lubczyna koło Szczecina. - Owiewki z jednej strony powodują, że lodami można zajadać się w sposób bardziej higieniczny, z drugiej powodują, że nasze lody będą wyglądały bardziej oryginalnie i kolorowo - podkreśla dystrybutor.

Owiewki wykonane są z papieru, mogą być w różnych kolorach i kształtach - dopasowane do rozmiaru wafli, w którym podaje się lody.

Firma Integropol jest producentem komponentów do lodów typu świderki amerykańskie i lody włoskie. Lody sprzedawane są w czterech głównych smakach: czekoladowym, waniliowym, śmietanowym i truskawkowym.

Owiewki to nowość w ofercie firmy. Dostępne mają być już w sezonie letnim.

(AM)



Integropol – owiewki doskonale dopasowane do wafli prezentuje Jerzy Ostrówka, przedstawiciel firmy.
FOT. ANETA MARCZAK

DOSKONAŁY SMAK, WYJĄTKOWA ZAWARTOŚĆ

Chleb wiejski, jasny, bezglutenowy - nowość przygotowana na Sweet Targ przez firmę Balviten Sp. z o.o. otrzymała medal Międzynarodowych Targów Katowickich. Doceniono dbałość o najwyższą jakość produktów bezglutenowych, prozdrowotny skład pieczywa oraz „wyjątkowe walory teksturalne i organoleptyczne, które są osiągnięciem na skalę europejską a nawet światową” - uzasadniło jury, w skład którego weszli przedstawiciele świata nauki. Nagrodzony chleb to sztandarowy produkt firmy Balviten.

Wyprodukowano go m.in. z wody, mąki ryżowej, skrobi kukurydzianej, mąki gryczanej, izolatu białka sojowego, drożdży, oleju, substancji zagęszczających.

Ciekawostką jest to, że chleb, mimo iż adresowany jest do osób wymagających specjalistycznej diety, w smaku niczym nie różni się od tradycyjnego pieczywa.

Firma Balviten jest producentem żywności bezglutenowej i niskobiałkowej.

Oferuje pełną gamę pieczywa, wyroby cukiernicze, makarony, mieszanki mąk do domowych wypieków, produkty garmazeryjne.

(AM)



Nagrodzony chleb prezentuje Janusz Lichacz, wiceprezes firmy Balviten.
FOT. ANETA MARCZAK



TORT NICZYM SENNE MARZENIE

Firma Baker Serwis z Tarnowskich Gór do niedawna znana naszym czytelnikom z wysokiej jakości komponentów dla branży piekarniczej od niedawna wprowadza na polski rynek bardzo ciekawą linię dla cukiernictwa - SweetLand. Kilka produktów tej linii można było po raz pierwszy obejrzeć podczas Sweet Targ w Katowicach. Cukierników zainteresowanych nowymi rozwiązaniami w tematyce tortów z pewnością zainteresuje Kokosowa Model Masa. Jak podkreśla dystrybutor, jest to bardzo elastyczna, gotowa do użycia masa do modelowania artystycznego. Z wysoką zawartością masła kakaowego Masa Model wyprodukowana jest z najszlachetniejszych surowców. Dzięki wysoko zaawansowanej technologii zachowuje wszystkie najcenniejsze zalety masy. Pozwala na modelowanie rozmaitych dekoracji artystycznych takich jak: kwiaty, zwierzęta, postacie, itd. Skomponowana według najstarszych rzemieślniczych tradycji południowych Włoch zachowuje bardzo dobry naturalny smak oraz długą trwałość. Idealna do mode-

lowani rozmaitych dekoracji na tortach, roladach i innych ciastach okolicznościowych. Podobnymi właściwościami charakteryzuje się Cudowna Masa Sweetland, bardzo elastyczna i śnieżnobiała masa cukrowa wyprodukowana z najszlachetniejszych surowców. Idealna do pokrywania tortów, rolad i innych ciast okolicznościowych. Masa ta może być formowana ręcznie lub mechanicznie. Można ją mrozić bez utraty doskonałych parametrów.

Kolejnym odkryciem jest wysokoprocentowa Masa Marcepanowa, wyprodukowana z najszlachetniejszego gatunku migdałów uprawianych na południu Włoch. Sweet Masa Marcepanowa 60% dzięki wysoko zaawansowanej technologii zachowuje wszystkie najcenniejsze składniki oleju migdałowego. Idealna do wypieku rozmaitych ciasteczek jak i do zapieku w ciastach. Pozostaje bardzo stabilna podczas obróbki. Doskonała do: kuleczek marcepanowych z wisienką, biszkopcików marcepanowych, chlebków marcepanowych i do wielu innych przepisów.

(AM)



Bogusław Tatarczyk, właściciel firmy Baker Serwis, prezentuje tort wykonany przy użyciu wszystkich trzech mas. FOT. ANETA MARCZAK

SMAK ORZECHA W CZEKOLADZIE

Nowe nadzienie o smaku i zapachu czekoladowo-orzechowym prezentowała podczas Sweet Targów firma Cossie. Jak podkreślają dystrybutorzy, wyjątkowy smak nadzienia jest efektem zastosowania w produkcji orzechów laskowych.

Produkt ten jest półproduktem przeznaczonym do przekładania, nadziewania, wszelkiego rodzaju wyrobów cukierniczych. Znakomicie spełnia oczekiwania producentów stosujących go do produkcji croissantów, ciastek, wafli, cukierków. Może być stosowany w wyrobach poddawanych procesowi głębokiego mrożenia. Standardowo produkt pakowany jest w opakowania 13-kg.

W ofercie firmy Cossie sp. z o.o. znajdują się również inne smaki nadzień i kremów przygotowywanych ze szczególną orientacją na jakość i są to między innymi takie smaki, jak toffi, krówka, advocat, kokosowy, chałwowy, jogurtowy, kawowy, śmietankowy, czekoladowy - dostępne w trzech wariantach twardości.

(AM)



O doskonałym smaku nadzienia zapewnia Anna Wieczorek z firmy Cossie. FOT. ANETA MARCZAK



JAJA W PROSZKU KLASY PREMIUM

Ciekawą nowość przygotowała na katowickie targi firma Viga z Niska. Dla branży cukierniczej i piekarniczej oferuje ona jaja w proszku, które mogą być dodatkiem do produkcji pieczywa cukierniczego, makaronów, majonezu, koncentratów spożywczych, wyrobów garmażeryjnych. Jak podkreśla producent, jaja w proszku można używać w zastępstwie jaj świeżych - 1 kg zastępuje ok. 90 jaj świeżych lub 4 - 4,5 kg masy jajowej. - Można go stosować dodając do mąki na sucho lub połączyć z letnią wodą w stosunku 1 do 3 tworząc gęstą papkę na 0,5-1 godz. przed użyciem, co daje lepszy efekt. Przed samym zastosowaniem należy zamieszać - dodają przedstawiciele firmy. Jaja są bardzo trwałe - można je przechowywać do 18 miesięcy. Dla branży produkt sprzedawany jest w workach foliowy + 3-warstwowy worek papierowy - 25 lub 5 kg netto. Na życzenie klienta dystrybutor może zaproponować inną gramaturę opakowania.

(AM)



Nowość demonstrowa Magdalena Mazur z firmy Viga.
FOT. ANETA MARCZAK

MAKA IDEALNA

Jeżeli chodzi o producentów mąki, trudno mówić o nowościach, ale ciekawą ofertę prezentowała na targach firma Mixt z Pońca. Oferuje ona mąki pszenne typu 750, 650, 500 1850, żytnie typ 720, 580, 2000 i mąki specjalistyczne.

- Nasza mąka spełnia wszystkie oczekiwania branży, proces jej produkcji jest ściśle kontrolowany przez laboratorium i rozpoczyna się od zakupu ziarna najwyższej jakości - podkreślają przedstawiciele firmy. - Proces produkcyjny nadzorowany jest przy minimalnym nakładzie zasobów ludzkich - dodają.

Gwarancją wysokiej jakości wytwarzanych przez Mixt produktów jest starannie kontrolowany proces technologiczny, obejmujący:

- przemiał zbóż spełniających starannie dobrane parametry, pochodzących najczęściej z urodzajnych gleb Wielkopolski,
- prace wykonywane w doskonale wyposażonym laboratorium,
- współpraca z pracownikami naukowymi Akademii Rolniczej w Poznaniu,
- korzystanie z wykwalifikowanego personelu,
- wdrożone systemy zarządzania jakością ISO 9001.

(AM)



Doskonałą mąkę prezentuje Jerzy Szwarzczyński, dyrektor do spraw handlowych.
FOT. ANETA MARCZAK



CHLEB O SMAKU JADALNYCH KASZTANÓW

Chleb Pigalle, powstały na bazie mieszanki dystrybuowanej przez firmę Baker Serwis, to kolejny produkt wyróżniony podczas SweetTARG w Katowicach.

Jak podkreśla dystrybutor, firma Baker z Tarnowskich Gór mieszanka Chleb PIGALLE to kompozycja wyłącznie naturalnych składników takich jak m.in.: mąka z kasztanów jadalnych, mąka z zmielonych pestek winogron. Dodatek szafranu, kolendry i pestek z dyni nadaje chlebowi wyjątkowy smak.

Oprócz wszystkich zalet smakowo-zdrowotnych oraz przyśpieszenia produkcji, a co za tym idzie kosztów, chleb PIGALLE rozwiązuje jeszcze jedną kwestię, z którą spotykają się producenci pieczywa.

- Częstym problemem podczas rozpoczynania produkcji nowego pieczywa w piekarni jest jego wypromowanie wśród klientów. Szkolenie personelu jest dość kosztowne i często nieskuteczne, plakaty czy ulotki reklamowe stały się już zbyt popularne, by przyciągnąć konsumenta - wyjaśnia dystrybutor. - Producent mieszanki Chleb PIGALLE opracował innowacyjny sposób ominięcia tego problemu poprzez prezentacje multimedialną.

Wraz z mieszanką dołączany jest plakat multimedialny, opisujący wszystkie walory smakowe i zdrowotne produktu.

Chleb PIGALLE to jeden z szerokiej gamy komponentów do pieczenia chleba o oryginalnych smakach, którą ma w swojej ofercie firma Baker. Piekarze docenili już nagrodzony podczas innych targów chleb barokowy, dużym powodzeniem cieszy się również chleb wypiekany z mąki uzyskanej z pestek winogron.

(AM)



Nagrodzony chleb demonstruje Tomasz Miś, właściciel firmy Baker Serwis.
FOT. ANETA MARCZAK

LODY WYJĄTKOWE

Firma Kames, jeden z liderów na rynku lodziarsko-cukierniczym, wyłączny dystrybutor w Polsce włoskiej firmy Mec3, słynącej z doskonałych wyrobów, prezentowała na SweetTARG nowe smaki lodów na nadchodzący sezon.

Hitem mają być lody wyprodukowane na bazie pasty o smaku orzecha laskowego, zbieranego w sercu regionu Lange, leżącego między Genuą i Turynem.

Orzechy są zbierane i selekcionowane ręcznie, co pozwala uzyskać ich idealny smak i aromat. Prażone są w tradycyjnych piecach i mielone na ciepło.

Jak zapewnia producent, pasta uzyskana w ten sposób ma tak doskonały smak, że skomponowano na jej cześć hymn, który można usłyszeć na stronach firmy.

Kolejną nowością są lody czekoladowe - jeden z tradycyjnych, najbardziej cenionych przez Polaków smaków. Te oferowane przez firmę Kames wyprodukowano z najwyższej jakości czekolady przy użyciu wysokogatunkowego masła czekoladowego. Efektem jest mocny intensywny smak czekolady Extra Balack. Dla koneserów dostępne są również smaki Extra Dark i Extra Milky.

(AM)



Nowe, unikalne smaki lodów prezentuje Dominik Koza z hurtowni Miketa w Rybniku, która dystrybuuje na Śląsku produkty Kamesa.
FOT. ANETA MARCZAK

SŁODKA WIELKANOC

Martin Braun z okazji Świąt Wielkanocnych przygotował nowoczesną, wiosenną recepturę słodkich ciastek. Receptura została opracowana przez niemieckich technologów, zgodnie z najnowszymi światowymi trendami, na bazie cenionych przez klientów produktów z ekskluzywnej linii Cresco: Sapori Dal Mondo Smaki Świata oraz Alaska Neutralnej Express. Recepturę, która cieszy się ogromnym powodzeniem w niemieckich cukierniach, Martin Braun po raz pierwszy prezentuje polskim klientom.

WIOSENNE CIASTKA WANILIOWO-PISTACJOWE MARTIN BRAUN

Receptura podstawowa

Blacha 60 x 40 cm; 44 ciastka.

1 upieczony spód ciasta kruchego BRAUN, 2 szt. rolady z ciasta biszkoptowego Bisquick Plus, 200 g konfitury morelowej.

Krem Vanilia Bourbon Madagaskar

240 g Alaska-express Neutralna, 280 g wody o temp. 25 st. C, 180 g Pasty Vanilia Bourbon Madagaskar CRESCO, 1200 g śmietany ubitej bez cukru. Alaskę wymieszać z wodą oraz pastą. Śmietanę dodawać w dwóch fazach.

Krem Pistacja Kerman Indie

240 g Alaska-express Neutralna, 280 g woda o temp. 25 st. C, 180 g Pasty Pistacja Kerman Indie CRESCO, 1200 g śmietany ubitej bez



Fot. Materiały producenta

cukru. Alaskę wymieszać z wodą oraz pastą. Śmietanę dodawać w dwóch fazach.

Dekoracja

200 g żelu na zimno Cristalina, 300 g śmietany do garniowania, 44 czekoladki dekoracyjne jajko, 80 g posiekanych pistacji.

Przygotowanie

Spód kruchy posmarować konfiturą morelową, położyć jedną roladę i lekko docisnąć.

Rozsmarować krem Vanilia Bourbon Madagaskar, położyć drugą roladę i ponownie lekko docisnąć. Rozsmarować krem Pistacja Kerman Indie. Wstawić do lodówki na 2 godziny, po czym udekorować żelem na zimno Cristalina. Następnie wyszprycować śmietanę do garniowania, ułożyć czekoladki dekoracyjne i posypać posiekanymi pistacjami.

CZOSNEK NIEDŹWIEDZI, CZYLI WIOSNA Z MARTIN BRAUN



Fot. Materiały producenta

Poszukując wiosennych smaków, Martin Braun proponuje wyjątkową mieszankę AGRANO do pieczywa – Mix 25% z czosnkiem niedźwiedzim, gdzie bazę stanowią właśnie liście czosnku niedźwiedziego. - Jego pojawienie się w lasach zapowiada nadejście cieplejszych dni - opowiada producent. - Dzięki zawartości czosnku niedźwiedziego pieczywo delikatnie pachnie czosnkiem. Mieszanka daje możliwość produkcji pieczywa z odroczonym procesem fermentacji. Gotowe wypieki na bazie Czosnek Niedźwiedzi Mix 25% to produkty naturalne, zawierające witaminy i długo zachowujące świeżość. Obecność takiego pieczywa na stołach będzie prawdziwym zwiastunem wiosny. Czosnek niedźwiedzi (*Allium ursinum*) występuje w wilgotnych lasach mieszanych i liściastych oraz zarosłach. Znajduje zastosowanie w medycynie

ludowej jako lek oczyszczający krew, mający silne działanie bakteriobójcze, obniżający ciśnienie krwi, korzystnie działający na serce, zapobiegający nowotworom złośliwym, miażdżycy, pobudzający wydzielanie soku żołądkowego. W sztuce kulinarnej liście czosnku niedźwiedziego znalazły szerokie zastosowanie. Na Wschodzie popularne są w postaci kiszzonej lub solonej. Liście są o wiele delikatniejsze w smaku niż czosnek pospolity, nie pozostawiają przykrego zapachu i zawierają więcej związków mineralnych i witamin. Doprawia się nimi sałatki, duszone warzywa, masła ziołowe i zupy. Wyśmienicie smakują jako dodatek do twarożków i sosów, duszone zastępują szpinak i stanowią doskonałą przyprawę do dań z ziemniaków i kapusty.

(KJ)



2011

PRAWDZIWE

BELGIJSKIE CZEKOLADY

Cała gamę wyjątkowych czekolad dla cukierników prezentowała podczas targów Expo Sweet w Warszawie firma Barry Callebaut.

Do nowości można zaliczyć białą czekoladę Velvet (33,1proc. zawartości kakao). Jak podkreśla producent, charakteryzuje się ona wyjątkowo młecznym smakiem i złagodzona słodyczą. Jest równocześnie dobrze zbilansowana, tak jak wszystkie pozostałe czekolady Callebaut Finest Belgian Chocolates.

Velvet to doskonała czekolada do bezpośredniego spożycia, idealna m.in. do figurek, tabliczek czy oblewania, wyśmienicie komponuje się również jako czekolada w deserach i wyrobach cukierniczych, wymagających kremowego smaku białej czekolady z ograniczoną dawką słodyczy.

Z kolei ciemna czekolada Powerful (80 proc. zawartości kakao) to najbardziej ciemna ze wszystkich czekolad Callebaut, z najbardziej intensywnym aromatem i smakiem w gamie Finest Belgian Chocolate, choć jednocześnie nie jest zbyt gorzka. Jest odpowiednio zbilansowana, podobnie jak inne czekolady Callebaut.

Obie czekolady posiadają umiarkowanie wysoką płynność, opracowaną specjalnie dla osiągnięcia doskonałych rezultatów.

(AM)



Czekolady prezentują Nina Wójcik i Wojciech Semrau, odpowiedzialni za sprzedaż w regionie centralnej oraz północno-wschodniej Polski.
FOT. BARTOSZ RYCZAN



Bake & Sweet

magazyn branży piekarskiej i cukierniczej

Już jest na rynku!



Zaprenumeruj już teraz!

Kupon prenumeraty znajdziesz w środku czasopisma.

- Możesz również zamówić prenumeratę:
- dzwoniąc pod numer +48 58 530 23 11
 - przesłać zamówienie e-mailem na prenumerata@bakeandsweet.pl
 - zamówić faksem +48 58 739 15 05
 - dokonać zamówienia przez Internet: www.bakeandsweet.pl/prenumerata/



BCM
BIZNES

Wolność gospodarcza. Start lokalny.
Pierwsza w branży. Twoja historia. bcm.pl

ZE ŚWIATKA PIEKARSKIEGO

Aneta Marczak

Nie dała się bandytom

Gazeta Wyborcza opisywała niedawno historię Małgorzaty Tuszkowskiej, właścicielki sklepu z pieczywem w Gdańsku. W grudniu na jej sklepu napadło dwóch nastolatków. Zostali wypuszczeni, choć jeden z nich był poszukiwany listem gończym za ucieczkę z poprawczaka, gdzie trafił w związku z wcześniejszym rozbojem.

Tuszkowska odnalazła zdjęcia obu sprawców w Internecie, w portalu Nasza Klasa i wydrukowała je. - Pomyślałam, że dosyć tego. To bandyci mają się bać a nie ja i moje pracownice. Postawiłam te zdjęcia w sklepie na widoku, bez jakichkolwiek napisów, nazwisk. Tak, żeby dziewczyny mogły porównać z wchodzącymi klientami. Jakby któryś z tych dwóch się pojawił, to od razu miały krzyczeć i dzwonić na policję - opowiada gazecie właścicielka sklepu.

Matka jednego z podejrzanych powiadomiła komisariat, że bez zgody zainteresowanych oraz organów ścigania zostały ujawnione ich wizerunki. Policjant wezwał Tuszkowską na rozmowę. Kazał usunąć zdjęcia i zagroził grzywną w wysokości od 500 do 5 tys. zł.

- Podkreślił, że sprawdzą moją sytuację majątkową i kwota wyznaczona będzie zależnie od tego - mówi pani Małgorzata. - Dodał, że będą sprawdzać, czy tych zdjęć znowu nie wywiesiłam. Wściekłam się, bo jak był naoczny świadek napadu i chciał z policjantami szukać sprawców, to usłyszał, że nigdzie nie pojadą, bo nie ma na to benzyny. Więc jak, na ochronę dobrego samopoczucia tych dwóch gagatków benzyna jest?



Rzeczniczka prasowa Komendy Miejskiej Policji w Gdańsku zapewnia, że postępowanie przeciwko Małgorzacie Tuszkowskiej nie zostało wszczęte, gdyż prowadzący sprawę nie dopatrzyli się czynu zabronionego. Ostateczny głos należy jednak do prokuratury. Prócz tego osoby, których wizerunki ujawniono, mogą „dochodzić zadośćuczynienia za doznaną krzywdę moralną oraz odszkodowania za poniesioną szkodę majątkową”. Tę kwestię regulują przepisy kodeksu cywilnego.

W czasie napadu dwaj sprawcy dysponowali pistoletem gazowym, użyli też przeciw właścicielce sklepu gazu pieprzowego w sprayu. Zrabowali portfel z zawartością 1 tys. zł i teczkę z dokumentami. - Policja nie mogła ustalić, kim byli - mówi Tuszkowska. - Więc rozlepiłam w okolicy karteczki z ogłoszeniem, że osoba, która wskaże sprawców, dostanie wysoką nagrodę. Zadzwoił jakiś mężczyzna, powiedział, że nie chce pieniędzy. Podał nazwiska, a ja przekazałam je policji.

Sprawa ruszyła z miejsca dopiero wówczas, gdy na gdańskiej Oruni doszło do podobnych napadów na dwa sklepy. Sprzedawczyni została tam ciężko pobita kolbą pistoletu po twarzach i głowach. Jedna straciła zęby, doznała też uszkodzenia oka.

Małgorzacie Tuszkowskiej gratulujemy odwagi. Szkoda tylko, że gdańska policja skupia się na karaniu nie tych co trzeba...

reklama

PRZEŚLIJ SWOJE **BEZPŁATNE** OGŁOSZENIE DROBNE!
PRZECZYTAJĄ JE WSZYSCY RÓWNIEŻ
NA WWW.BAKEANDSWEET.PL

Ogłoszenie możesz dodać na stronie internetowej
WWW.BAKEANDSWEET.PL
telefonicznie +48 58 530 23 11
lub przesyłając kupon

Bake & Sweet

magazyn branży piekarskiej i cukierniczej

Wiemy czego szuka
branża w sieci...

jeszcze więcej informacji znajdziesz na

www.bakeandsweet.pl



BCM
BIZNES

Wydawca magazynu Bake&Sweet zaprasza na stronę www.bakeandsweet.pl



Bavarius

Bavarius – pełnoziarnisty chleb z orkiszem. Idealny na wiosenne odświeżenie pórki z pieczywem. Chleb zawiera aż 50% pełnoziarnistych składników orkiszowych, w tym: mąkę, płatki, zakwas oraz zarodki orkiszowe.

Polecamy wypiek Bavariusu w długich formach i sprzedaż kawałków chleba na wagę lub na kromki. Ozdobą chleba będzie z pewnością oryginalna banderola.

Uwaga – nowość! Przygotowaliśmy specjalne ozdobne pudełko do chleba Bavarius. Zapakowany w nie chleb będzie wyglądać wyjątkowo ekskluzywnie. Kartonik może też służyć do dekoracji sklepów – na pewno przyciągnie uwagę Klientów.

Sita z orkiszem!



Promocja 21.03.-22.04.2011 r.

KUP, A DOSTANIESZ:

- pierwszy zakup – 100 x  elegancki kartonik
- zakup 50 kg miks –  koszyk na pieczywo
- zakup 100 kg miks – fartuszek + rękawica 



Zeelandia

infolinia 0800 800 106
www.zeelandia.pl