

NAKLAD 6 000 EGZ. / CZERWIEC 2012/

Bake & Sweet

magazyn branży piekarskiej i cukierniczej



W NUMERZE: nowy dział **BAKE & SWEET RECEPTURY**

B&S BUSINESS NEWS ŚWIAT

TESCO SZKOLI PIEKARZY

B&S BUSINESS NEWS POLSKA

JAJECZNEJ AFERY CIĄG DALSZY

WYDARZENIA

CZYM ZASKOCZY

POLAGRA-TECH 2012?

MARKETING I ZARZĄDZANIE

NAJLEPIEJ ZARABIA SIĘ NA SIECIACH

MARKETING I ZARZĄDZANIE

POKAŻ DOBRĄ ŻYWNOSĆ

I DAJ JĄ POZNAĆ KLIENTOM

CIASTO MIESIĄCA

TORTY LODOWE CORAZ

MODNIEJSZE NA WESELACH

POMYSŁ NA BIZNES

PIECZYWO DRIVE STRZAŁEM

W DZIESIATKĘ

TRENDY

PIŁKARSKIE SZALEŃSTWO

NIE DLA PIEKARZY I CUKIERNIKÓW

TECHNOLOGIE I URZĄDZENIA

ŚRODKI SMARNE Z PARAFINĄ

- UŻYWAĆ CZY NIE?

DODATKI I SUROWCE

LODY W KUWETACH

- DO WYBORU, DO KOLORU



Dolina Smaku Sp. z o.o.

Korczyzna 230/3

38-340 Biecz

joannamajorek@dolinasmaku.com

tel. 608 681 174



Różnorodność słodkich produktów przyprawia o zawrót głowy. W naszej Chatce można zasmakować przeróżnych smaków lodów gątkowych.

Klasyczne smaki jak wanilia, śmietanka, truskawka, czekolada zaskoczą intensywnością, a smaki jogurtowe z variegato z owoców leśnych, wanilia z chrupiącym ryżem, ciasteczkowe z variegato ciasteczkowo - kakaowym, czekoladowe z wiśnią z rumem oraz wiele innych sprawią, że będziesz do nas powracał.

Zaskoczmy Cię również LODAMI MISTRZÓW, stworzonymi z myślą o nadchodzących mistrzostwach w piłce nożnej.



www.dolinasmaku.com



POLAGRA-TECH 2012

MIĘDZYNARODOWE TARGI TECHNOLOGII SPOŻYWCZYCH

7-11.10.2012

SALON PRZEMYSŁU PIEKARSKIEGO I CUKIERNICZEGO

Dołącz do grona wystawców:

		AMPERO		A.N.T					
		BRAMIDAN	BYSTRY					DAISY DECOR	
				ERREMME					
					HANS BRUNER				
				JEREMY					
	PROMAG								
	TEPRO								

Współpraca branżowa:



Stan na dzień 18.05.2012



www.polagra-tech.pl

Międzynarodowe Targi Poznańskie sp. z o.o.,
ul. Głogowska 14, 60-734 Poznań,
tel. +48 61 869 20 00



Sięgnij po unikatowy pakiet korzyści
– nowa formuła konkursu!

W NUMERZE 6 (19)

OPINIE

- 6 Przekręty z tortami

B&S BUSINESS NEWS

- 8 Greggs liderem w Europie?
8 Komunijny biznes w cukierniach
9 Tesco szkoli piekarzy
9 Subway podbija rynek
10 Hofpisterei München
- iskra nadziei w dobie kryzysu
11 Uwaga na fruktozę
12 Więcej niż bułka z masłem
12 Jajecznej afery ciąg dalszy
12 Dan Cake zainwestuje
13 Kielce mają własne ciasto
13 Cukiernik pilnie poszukiwany
14 Polacy coraz chętniej
odwiedzają cukiernie
14 Wawel i Jutrzenka
podbijają Europę
15 Ekspansja ze stolicy do Krakowa
15 Jubileuszowy chleb dla wiślan

WYDARZENIA



- 16 **Nowe przestrzenie,
świeże pomysły na biznes**
18 W piłkarskiej „przystawce”
mistrzostwo dla Włoch!
20 Ibatech Istanbul 2012
- specjały z nad Bosforu

MARKETING I ZARZĄDZANIE

- 22 Pokaż Dobrą Żywność
i daj ją poznać klientom
24 Najlepiej zarabia się na sieciach
28 Lody „wychodzą” na słońce
30 Gesslerowi biznes się kręci
32 Polski chleb wciąż importowany
34 Smak pieczywa to też dziedzictwo

CIASTO MIESIĄCA

- 36 Tortica do tortów
i deserów lodowych
38 Frezery naszpikowane
elektroniką



- 41 **Torty lodowe to tylko nisza**
43 Na mroźnym stole
44 Torty lodowe podbijają wesela

POMYSŁ NA BIZNES

- 47 Multimedialna chatka
z lodami pełnymi smaku
48 Pieczywo Drive
- strzał w dziesiątkę
50 Chleb jak sprzed wieku

TRENDY

- 52 Piłkarskie szaleństwo
nie dla piekarzy i cukierników



- 56 **Sopot tortami stoi**

BEZPIECZNA PRACA

- 58 Gdy latem upał daje się
we znaki...

AKADEMIA ZEELANDIA

- 60 X Ekspedycja:
Belgijskie Śniadanie

TECHNOLOGIE I URZĄDZENIA

- 62 Profesjonalne ekspresy
już za trzy tysiące złotych
65 Środki smarne z parafiną.
Używać czy nie?

NOWOŚCI TECHNOLOGICZNE

- 67 Oszczędny i ekologiczny Vapor
68 Rzemieślnicze temperowanie
czekolady

DODATKI I SUROWCE

- 69 Lody w kuwetach
- do wyboru, do koloru
72 Bez nich lodów nie nałożysz
74 Owoce w żelu jak najbliższej natury



- 77 **Stabilna struktura, oryginalne smaki**
80 Chleb powszedni w setkach smaków
84 Czy stevia opanuje branżę
cukierniczą?
85 Czekolada słodzona stewią
86 Karob - tańsza i zdrowsza
alternatywa dla kakao

NOWOŚCI PRODUKTOWE

- 88 Czekoladowe „diamenty”
88 Tort lodowy bez jaj i mleka krowiego
89 Nowa marka dla profesjonalistów
90 „Nowe życie” wraz z nowym logo



Tomasz Przysiężny

redaktor naczelny

W czasach Polski socjalistycznej tylko maksymalnie 10 procent pieczywa wypiekane było przez zakłady rzemieślnicze. Zdecydowana większość chlebów i bułek trafiała do sklepów prosto z wielkich piekarniczych kombinatów, mających w pewnym sensie monopol na produkcję tych wyrobów. Część piekarzy, którzy pod koniec maja brali udział w Walnym Zebraniu Członków Stowarzyszenia Rzemieślników Piekarstwa RP obawia się, że branżę czeka powrót do przeszłości i już za kilka lat może być jak za czasów Gierka. I trudno się z tym nie zgodzić, obserwując nie tylko spadek spożycia pieczywa w naszym kraju, lecz przede wszystkim ilość piekarni, jakie co roku zamykają swoją produkcję. Prezes Stowarzyszenia Stanisław Butka nie ukrywa, że piekarstwo nie jest dochodowym biznesem, ale ktoś chleb piec musi. Podkreśla jednocześnie, że ma na myśli chleb a nie produkt chlebobodobny.

W sytuacji politycznej i gospodarczej, jaka panowała w naszym kraju w latach 70. ubiegłego stulecia, trudno było małym przedsiębiorcom rywalizować ze spółkowskim molochem. Czasy się jednak zmieniły, czego wielu rzemieślników chyba wciąż nie dostrzega. Teraz każdy może produkować co i ile tylko chce, a konkretnie: ile tylko sprzeda. Siłą socjalistycznych zakładów przemysłu piekarskiego była ich konsolidacja, bo były do niej zmuszone. Dziś nikt nie każe łączyć się w klasty, spółdzielnie czy stowarzyszenia. Wydaje mi się, że to właśnie popularna obecnie filozofia „każdy sobie rzepkę skrobie” w dużym stopniu dobita rzemieślnicze piekarstwo. W jedności siła - głosiły „peerelowskie” slogany i chociaż nikt nie chce wracać do tamtych czasów, to przyznać trzeba, że hasło to było i nadal jest prawdziwe. Ci przedsiębiorcy, którzy dostrzegli jego sens, już połączyli się w klasty, by wspólnie razem robić większe a tym samym tańsze zakupy mąki, cukru i innych surowców niezbędnych do produkcji. Korzystają też z tańszej energii, mniej płacą za hurtowe ilości paliwa do samochodów rozwożących towar po sklepach. Wspólnie też składają się na działania promocyjne swoich wyrobów i firm. Dla jednej piekarni regionalna kampania reklamowa to ogromny wydatek, lecz dla kilkunastu zakładów jest on... kilkanaście razy mniejszy (w przeliczeniu na jedną firmę).

Przysłuchując się wspomnianym obradom Stowarzyszenia Rzemieślników Piekarstwa RP nie mogłem i nadal nie mogę pojąć, dlaczego na kilka tysięcy właścicieli rzemieślniczych piekarni w całej Polsce w stowarzyszeniu zrzeszyło się zaledwie 140? Kiedyś było 500, ale prezesowi Butce nie zależy na tzw. martwych duszach i sztucznym zawyżaniu statystyki, lecz na ludziach aktywnie uczestniczących w życiu środowiska i mających wspólne cele, w tym najważniejszy z nich: promocję pieczywa w społeczeństwie. Naturalną rzeczą jest to, że gdy Polacy będą jedli coraz mniej chleba, to i piekarnie będą musiały go produkować coraz mniej, schodząc poniżej progu jakiegokolwiek ekonomicznej opłacalności.

Produkcja piekarnicza to biznes, któremu powinna przyświecać idea, ale który przede wszystkim powinien generować zyski oraz utrzymywać piekarzy i ich rodziny, a więc co najmniej kilkadziesiąt tysięcy Polaków. Od początku mojej pracy dziennikarskiej w miesięczniku Bake & Sweet zdawałem sobie z tego sprawę i starałem się na łamach pisma poruszać ważne tematy i podsuwać czytelnikom ciekawe pomysły, aby ich zakłady piekarskie zarabiały pieniądze. Teraz, gdy wydawca powierzył mi obowiązki redaktora naczelnego, jeszcze bardziej będę się starał ukierunkować miesięcznik i portal internetowy Bake & Sweet, by stał się nie tylko źródłem inspiracji i przeglądem rynkowych nowości, ale przede wszystkim ważnym, wręcz niezbędnym narzędziem w pracy każdego przedsiębiorcy z naszej branży. Na nasze zaproszenie już od przyszłego miesiąca na łamach miesięcznika zagości wspomniane stowarzyszenie, które nie tyle będzie zachęcać piekarzy, by wstępowali w jego szeregi, ile na konkretnych przykładach i własnym ponad 20-letnim doświadczeniu pokazywać, że chleb w pojedynkę nie wygra wojny z milionami chlebobodobnych bochenków. A ta wojna już dawno się zaczęła... Poległy na niej m.in. Międzynarodowe Targi Chleba w Jaworze, których w tym roku już nie będzie.

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

DYREKTOR MARKETINGU

Dariusz Muślewski
dariusz.muslewski@bakeandsweet.pl

REKLAMA

Małgorzata Chajrewicz
malgorzata.chajrewicz@bakeandsweet.pl
Marta Surma
marta.surma@bakeandsweet.pl
Marta Piontkowska
marta.piontkowska@bakeandsweet.pl

REDAKCJA

redakcja@bakeandsweet.pl

REDAKTOR NACZELNY

Tomasz Przysiężny
tomasz.przysiezny@bakeandsweet.pl

SEKRETARZ REDAKCJI

Sylwia Modzelewska
sylwia.modzelewska@bakeandsweet.pl

DZIENNIKARZE

Aneta Marczak
aneta.marczak@bakeandsweet.pl
Irena Muszałowska
irena.muszałowska@bakeandsweet.pl
dr Małgorzata Wnorowska
malgorzata.wnorowska@bakeandsweet.pl
Janusz Bekas
janusz.bekas@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:

FOT. BAKE & SWEET

PRZEKRĘTY Z TORTAMI

Zła opinia o cukierni może pozbawić jej wielu klientów. Czytając internetowe fora odnosi się wrażenie, że krytyka konsumentów znacznie częściej dotyczy uprzejmości i rzetelności obsługi niż samej jakości wyrobów cukierniczych. Ale na ten temat niech wypowiedzą się sami internauci, którzy często wystawiają złe oceny znanym sieciowym cukierniom.

Złożyliśmy duże zamówienie: tort weselny na 90 porcji z figurką wybraną z katalogu oraz wszystkie inne ciasta i ciastka na kwotę powyżej 3000 zł. W piątek, przed ślubem zamówienie miało być dowieszone do sali weselnej. W południe zadzwonili z cukierni X, że przywieźli połowę z zamówionych babeczek i wszystkie w jednym smaku. Zrobiliśmy szum i kazaliśmy im zwozić ze wszystkich cukierni tej sieci babeczki, żeby była taka ilość, jaką zamówiliśmy.

W dzień wesela pojechaliśmy na salę zobaczyć tort. Samo ciasto było w porządku, natomiast figurka z białej czekolady (okrągła obręcz z bukietem) była połamana i pozbawiona bukietu. Nie pomogły interwencje do kierowniczkę sklepu, która tłumaczyła nam, że za kwiatki do ramki trzeba było dopłacić 85 zł. W końcu obiecała, że dowożą figurkę z kwiatkami do godz. 19 w dniu wesela. Niestety, próżne nasze oczekiwania. Dobrze, że kelnerzy rozpuścili czekoladę i posklejali połamaną figurkę.

Na weselu mieliśmy tort od firmy Y. Przyznam, że był bardzo smaczny. Jednak to właśnie z tortem, a konkretnie z cukiernią, która go sprzedawała (tort był od innego producenta), było najwięcej stresu. Zamówienie złożyliśmy dwa tygodnie przed weselem. Odpowiadał nam smak wybranego tortu oraz jego cena. Kilka dni przed ślubem otrzymaliśmy jednak informację, że tort nagle podrożał i to prawie dwukrotnie. Od tej pory zaczęły się „przeboje”. Każdego dnia dostawaliśmy po kilka telefonów z cukierni: że cena trochę zmalała, ale dowóz już nie będzie gratis i najlepiej, abyśmy sami przyjechali odebrać tort. Okazało się też, że stelaż nie będzie miał trzech pięt, jak ustaliliśmy, tylko cztery, oraz że nie będzie kwadratowy lecz okrągły. Wciąż coś zmieniali i tak aż do samego wesela. Tort owszem dojechał na miejsce, ale coś mnie tknęło, żeby iść go zobaczyć, no i... Okazało się, że podczas transportu tort przewrócił się kierowcy i był zniszczony. Dramat. Nie dość, że nikt nas za to nie przeprosił, to jeszcze po weselu kierowniczkę cukierni kazała nam dopłacić do tortu,

bo ważył ponad 15 kg, a więc więcej niż zamawialiśmy. Szczyt bezczelności.

Tort na czwarte urodziny dziecka postanowiliśmy zamówić w cukierni, w której często kupujemy ciasto na różne okazje, chociaż do tej pory nigdy nie był to tort. Zamówienie zostało złożone ponad dwa tygodnie wcześniej - żeby było zabawniej był to akurat 1 kwietnia i pan, który spisywał zamówienie zapytał, czy aby nie jest to żart prima aprilisowy, co okazało się niestety prorocze. Syn wybrał model z katalogu, obowiązkowo z figurką Króla Lwa, którego jest fanem. Ustaliliśmy, że tort przewidziany na imprezę, która odbędzie się w przedszkolu w godzinach przedpołudniowych, odbierzemy dzień przed urodzinami. W wyznaczonym terminie zjawiliśmy się w cukierni, ale tu czekała nas przykra niespodzianka - zamówienie gdzieś się zapodziało i tort nie został przygotowany. Ten sam pan wykonał kilka nerwowych telefonów i zapewnił nas, że tort zostanie dowieszony bezpośrednio do przedszkola, punktualnie na wyznaczoną godzinę imprezy. Niestety, nie mieliśmy wyjścia i musieliśmy mu zaufać, ponieważ było już dość późno i pewnie nikt nie podjąłby się zrobienia na rano tortu i to jeszcze według określonego wzoru. Cały wieczór opracowywaliśmy plan awaryjny: co zrobić na wypadek, gdyby tort jednak nie dojechał. Oczywiście najgorsze było to, że zakup nawet całej masy innych słodkości nie zrekomensowałaby braku Króla Lwa. Następnego dnia rano zadzwonił kierowca, że właśnie wyjeżdża z tortem, ale... to jeszcze nie było koniec emocji. Kierowca pogubił się w drodze dojazdowej, trzeba było po niego pojechać, odnaleźć go i pomóc mu dotrzeć do przedszkola. Tort dotarł w ostatniej chwili. Miał być duży, był mały. Zamiast „4” była „1”. Na szczęście był lew i udało się go podzielić pomiędzy wszystkie dzieci. Sytuacja niby została opanowana, zabrakło jednak „przepraszam”, nie mówiąc już o innych sposobach wynagrodzenia nam niepotrzebnych stresów w postaci rabatu czy jakiś dodatkowych słodkości dla dzieci. Raczej nie zdecydujemy się więcej na tort tej znanej marki.

Pani z cukierni X przyjęła zamówienie, wpłatę zaliczki oraz kaucję za stojak i zapewniła nas, że dowożą tort na miejsce przyjęcia weselnego. Jednak tydzień przed weselem zadzwoniła i poinformowała mnie, że nie przywieźą tortu, bo mają problem z transportem. Są komunie i muszą rozwozić torty komunijne. Byłam zaskoczona taką postawą cukierni, bo przecież ja też jestem klientem i miesiąc przed weselem złożyłam zamówienie, a wówczas nie było problemu. Po osobistej interwencji w cukierni zapewniono mnie jednak, że tort zostanie dowieszony na wesele i to na 200 procent. Nadszedł mój najważniejszy dzień w życiu, zaczęłam poranne przygotowania do wesela, a tu rano telefon, że tortu jednak nie przywieźą i sama mam sobie go zapakować w samochód, chyba że zapłacę dodatkowo 100 zł za transport. Zdecydowałam się na takie rozwiązanie, mimo iż początkowo dowóz tortu miał być za darmo. Na koniec okazało się, że... tort nie ma figurki. Sama już nie wiem, czy ktoś tego nie zrobił specjalnie.

Wesele. Godz. 23. Zorientowaliśmy się, że nie ma tortu. Nie dowieźli. Zaczęliśmy wydzwaniać do cukierni, ale nikt nie odbierał telefonu. Udało się nam zdobyć numer na komórkę do kierownika cukierni, ale i on był wyłączony. Pod 20 minutach, gdy już cała obsługa lokalu straciła nadzieję zadzwoniliśmy do naszego szefa. Już spał. Nieświeży i nieszczęśliwy, w japonkach i sportowych dresach, z krzykiem „K...wa!” wsiadł do samochodu i popędził do całodobowego supermarketu. Tymczasem my wciąż próbujemy dodzwonić się do „naszej” cukierni. Może coś się stało? Może kierowca miał wypadek? Tort był opłacony, wszystko miało być jak zawsze, jak tysiące razy wcześniej. W supermarkecie oczywiście żadnego tortu nie było. Porażka. Po północy kierownik sali zrobił głęboki wdech i poszedł powiedzieć rodzicom Pary Młodej co się stało. Tymczasem my postanowiliśmy zrobić tort sami! Z lodów! Dwóch kucharzy, pięciu kelnerów i pani ze zmywaka zabrali się do roboty. Na szczęście w zamrażarce mieliśmy 7 kg lodów, bitą śmietaną, ananasy, pomarańcze, winogrona. Dla nas były okłaski, dla niesolidnej cukierni - gwizdy.

Opracował TP na podstawie wypowiedzi na forach internetowych. W tekście celowo pominięto nazwy cukierni.



LUNORD

Modułowe systemy mrożenia i przechowywania
dla Twojej cukierni (-35°C + +12°C)



Sztuka chłodzenia

Komory zamrażalniczo-garownicze
na blachy piekarnicze (-18°C + +45°C)

Komory zamrażalniczo-
garownicze (-20°C ÷ +45°C),
komory garownicze (+45°C)
i magazyny chłodnicze (-20°C ÷ +20°C) każdej wielkości

HOBART



Zmywarka HOBART model FUX

- model na 6 pojemników 600 x 400 mm
- system filtracji GENIUS X2
- system TURBOLATOR
- wydajność max. 180 sztuk/h
- wymiary 1380/945/1984 mm



Zmywarki HOBART model UX, UXTL

- model UX na 2 i model UXTL na 6 pojemników 600 x 400 mm
- system filtracji GENIUS X
- system TURBOLATOR gwarantujący najwyższą jakość mycia przy minimalnym zużyciu wody i energii
- nowy panel obsługi systemu SMARTRONIC

GUZ
TECHNIKA PIEKARNICZA
spółka z o.o.

GUZ Technika Piekarnicza Sp. z o.o. • ul. Budryka 4 • 41-103 Siemianowice Śląskie
Tel.: 32 2294927 • Fax: 32 2295503 • e-mail: biuro@guztech.com.pl • www.guztech.com.pl

Greggs liderem w Europie?

WIELKA BRYTANIA. Dziewięćdziesiąt nowych placówek, osiemset miejsc pracy, remont fabryki w Newcastle i budowa nowej w Norwich - inwestycje jednej z największych na wyspach sieci piekarni Greggs szacuje się na kilkadziesiąt milionów funtów.

Firma znakomicie sobie radzi nawet w tak trudnych czasach dla ekonomii i konsumentów. Zyski rosną - przy obrotach wartości 700 milionów funtów były to w zeszłym roku aż 53 miliony funtów. Na rozwoju firmy skorzystali też znacznie posiadacze akcji Greggsa - dywidendy zwiększono aż o 6 procent.

Rozwój sieci jest błyskawiczny: w 2012 na Wyspach zostanie otwartych 90 nowych sklepów, w 2011 otwarto ich 80, w 2010 - 60.

- Jesteśmy obecnie właścicielami ponad 1,5 tysiąca sklepów z pieczywem - mówi Ken McMeikan z zarządu spółki.

Greggs zatrudnia aktualnie 20 tysięcy pracowników, którzy mają 10-procentowy udział w zyskach firmy. W zeszłym roku do podziału było 5,9 miliona funtów.



W sklepach piekarniczych w Wielkiej Brytanii rośnie sprzedaż wyrobów gotowych.

W nowych placówkach ma być zatrudnionych 800 pracowników. Przeciętnie na sklep przypadać będzie 8 - 9 nowych stanowisk.

W sklepach piekarniczych Greggs poza du-

żym wyborem pieczywa i słodczy dostępne są również kanapki, przekąski, kawa i herbata. Firma szacuje, że największy wzrost przychodu ze sprzedaży dotyczy właśnie kawy.

AM

Komunijny biznes w cukierniach

WŁOCHY. Nawet dziesięciokrotnie rosną obroty małych, rodzinnych firm cukierniczych we Włoszech w okresie pierwszych komunii. W tym czasie tradycyjnie włoskie dzieci obdarowuje się słodyczami.

Na kilka milionów euro szacuje się zyski małych, rodzinnych firmy zajmujących się rzemieślniczą produkcją słodkich upominków dedykowanych dzieciom, które po raz pierwszy przestąpią w tym roku do komunii. We Włoszech od lat tradycyjną pamiątką z tej uroczystości jest słodka bomboniera z dedykacją,

którą otrzymuje główny bohater uroczystości. Ale to nie wszystko: tradycją w słonecznej Italii jest też to, aby prezenty z okazji pierwszej komunii otrzymali wszyscy uczestnicy uroczystości. Dziecko przyjęte do komunii obdarowuje z tej okazji dużymi czekoladowymi cukierkami, owocami w polewie, orzechami bądź migdałami wszystkich kolegów i rodzinę.

Nic dziwnego, że małe firmy produkujące słodycze wyspecjalizowały się w produkcji najwyższej jakości cukierków komunijnych z dobrej czekolady i bardzo często tradycyjnymi metodami. Warto dodać, że ta-

kie słodycze w dekoracyjnym opakowaniu z ozdobami i gadżetami to wydatek od kilkudziesięciu do 100 - 200 euro, a niekiedy nawet jeszcze wyższy.

Od lat słodycze w kolorowych polewach, które chętnie kupowane są w okresie komunii, wykonuje się w regionie Abruzja. Najciekawsze produkowane są w Sulmonie, gdzie działają firmy cukiernicze założone jeszcze w XVIII wieku. Często słodycze pakowane są w artystycznie wykonane pudełka zdobione perłami, a nawet szlachetnymi kamieniami.

AM

Fot. Materiały producenta



Cukiernia William diCarlo z Sulmony produkuje słodkie upominki również z okazji komunii już od prawie 180 lat.

Tesco szkoli piekarzy

WIELKA BRYTANIA. Kilkuset uczniów zostało przeszkolonych w ubiegłym roku przez brytyjskie Tesco w ramach praktyk dla przyszłych piekarzy. W tym roku szkolenia będą kontynuowane. Sieć chce w ten sposób „wychować sobie” pracowników do działów z pieczywem, które są poważną konkurencją dla lokalnych piekarni.

System szkoleń zawodowych prowadzonych przez Tesco obejmuje roczną naukę, która kończy się uzyskaniem Certyfikatu Piekarza. Bardzo często w programie biorą udział emigranci zainteresowani pracą na Wyspach. Program Tesco przygotowany został we współpracy z firmą Skills Council i YMCA.

- Podobny system praktyk sprawdził się już w innych sektorach naszej działalności. Pozwala na zdobycie solidnych kwalifikacji - twierdzi Nick McGlashan, menedżer z Tesco. Szkolenia zawodowe prowadzone przez sieci hipermarketów są popularne w Wielkiej Brytanii. To jeden ze sposobów na zdobycie



Działy z pieczywem w marketach sieci Tesco są poważną konkurencją dla lokalnych piekarni na Wyspach Brytyjskich.

kwalifikacji zawodowych bądź zmianę pracy. Wcześniej takie kursy organizowała sieć Sainsbury's.

Również supermarkety Morrisons każdego roku prowadzą program praktyk dla pieka-

rzy w Birmingham, Tameside, Glasgow i Barking. Szkolenie jest tam nieco krótsze - trwa dziewięć miesięcy - po ukończeniu kursu sieć oferuje zatrudnienie w swoich sklepach.

AM

Subway podbija rynek

WIELKA BRYTANIA. Sieć Subway planuje otworzyć 600 nowych punktów w ciągu najbliższych trzech lat i tym samym stworzyć 6 tysięcy nowych miejsc pracy w Wielkiej Brytanii i Irlandii.

Subway to najdynamiczniej rozwijająca się sieć franczyzowa na świecie. To połączenie sklepu piekarniczego, kawiarni i restauracji. Na miejscu można kupić chleb, ale także zjeść kanapkę, sałatkę bądź skorzystać z szerokiej oferty gorących napojów.

Na Wyspach Brytyjskich w ciągu ostatnich siedmiu lat sieć rozrosła się aż pięciokrotnie i ma obecnie 1423 lokale.

- Jesteśmy bardzo dumni z tego, że Subway umożliwił przedsiębiorcom rozpoczęcie własnej działalności gospodarczej w oparciu o franczyzę, ale również z tego, że oferuje doskonałe jedzenie, wyjątkowy poziom obsługi klienta i nowe miejsca pracy w lokalnych społecznościach - mówi współzałożyciel i prezes sieci Fred DeLuca.

Od niedawna Subway obecny jest również w Polsce. W ciągu minionego roku sieć



Lokale Subway oferują przekąski i kanapki.

otworzyła 17 nowych punktów i na koniec 2011 r. miała już 54 lokale na terenie naszego kraju. W kolejnych latach na pewno nie zamierza zwolnić ekspansji. Według za-

powiedzi szefów Subway'a na rynek polski, sieć barów kanapkowych chce zdobyć w naszym kraju pozycję lidera na rynku.

AM

Hopffisterei München - iskra nadziei w dobie kryzysu



Fot. Hopffisterei München

Piekarnia Hopffisterei München już na początku lat 70. XX w. wyspecjalizowała się w produkcji chleba ekologicznego.



Fot. Hopffisterei München

Nowoczesne sklepy i sprzedaż pieczywa przez Internet - takie są wymagania coraz młodszej i bardziej wybrednej klienteli.

NIEMCY. Po dotkliwym obaleniu mitu niemieckiego pieczywa mogłoby się wydawać, że ze świecą szukać u naszych zachodnich sąsiadów chleba pozbawionego zagęszczaczy lub emulgatorów. W czasach niepochlebnych recenzji niemieckich bułek warto jednak zwrócić uwagę na godną swojej nazwy piekarnię, która zdecydowała się na wypiek chleba ekologicznego.

W ubiegłym roku ukazało się szereg artykułów opisujących procesy produkcyjne niemieckich piekarni. Reportaże te (Bake & Sweet, listopad ubiegłego roku) miały uzmysłowić konsumentom, że znaczna część pieczywa wzbogacona jest w najróżniejsze dodatki. Już jakiś czas przed tym medialnym wstrząsem w Niemczech mówiło się o tym, że znani producenci pieczywa stosują chemiczne polepszacze, które mogły wywoływać u konsumentów poważne dolegliwości zdrowotne.

Jeszcze niedawno niemieccy piekarze zdawali się być utwierdzeni w przekonaniu, że ich chleb nie ma sobie równych w całej Europie. Bez cienia wątpliwości wskazywali na swoje zróżnicowane pieczywo, rzekomo wypiekane na bazie naturalnego zakwasu. Niemcy nie od dziś zmagają się z wpływem gospodarki wolnorynkowej na jakość swojej żywności, co rusz wykazując się różnymi mechanizmami obronnymi. Jednakże jeszcze nigdy nie pokazano z tak rozbra-

jającą szczerością, że istotna część pieczywa w niemieckich sklepach to wyroby mrożone. Ich sprzedaż w ciągu ostatnich dziesięciu lat wzrosła niemalże dwukrotnie. Ponieważ większość Niemców od lat kupuje pieczywo w supermarketach, małe rzemieślnicze piekarnie nie wytrzymały konkurencji z piekarskimi gigantami. Krytyczne artykuły prasowe o przemysłowych metodach produkcji pieczywa nie powinny jednak zamykać oczu na to, co mają do zaoferowania tradycyjne niemieckie zakłady. Drobnymi rzemieślnikami, w przeszłości zdominowanymi przez duże przedsiębiorstwa, nabierają ponownie wiatru w żagle. W małych piekarniach chleb wciąż jest jeszcze pieczony tradycyjnymi metodami i według przepisów opracowanych niekiedy przez całe stulecia.

Do takich zakładów należy z pewnością najstarsza w Bawarii piekarnia Hopffisterei München, której korzenie sięgają XIV wieku. Już na początku lat 70. minionego wieku wyspecjalizowała się w produkcji chleba ekologicznego bez jakichkolwiek dodatków piekarskich. Co ciekawe, w Hopffisterei opracowano standardy produkcji pieczywa dużo wcześniej niż np. w brukselskich kularach Parlamentu Europejskiego, przy czym warto zauważyć, że nawet obecnie są one nawet bardziej ścisłe od ustaw wprowadzonych przez UE. Dobra jakość pieczywa ma jednak swoją cenę - 1 kg chleba z Hopffisterei kosztuje średnio 4 euro.

Charakterystyczne dla tej piekarni jest jednak to, że codziennie tuż przed zamknięciem pieczywo jest tańsze aż o 40 procent. Zdumiewająco wysoka cena jest rekompensowana przez wysoką jakość składników. Chleb z Hopffisterei jest niewątpliwie bardziej sycący i dłużej zachowuje swoją świeżość, o czym świadczy m.in. jakość produktu po upływie nawet tygodnia od zakupu.

- Konsument nie szuka byle jakich produktów i ma wobec nas coraz większe wymagania - twierdzi Franz Ehrnsperger, prezes zarządu Hopffisterei GmbH.

- Nasi klienci są coraz młodszy, a zarazem coraz bardziej wybredni. I to nie tylko pod względem jakości, smaku lub ceny, ale też jeśli chodzi o opakowanie i dystrybucję.

Dlatego też firma z Monachium wprowadziła niedawno niezawodny w innych branżach online-shop, czyli możliwość zamówienia pieczywa przez Internet.

Dotyczy to nie tylko pieczywa, ale również wyrobów cukierniczych, w tym popularnej Butterzopf - chałki z ciasta maślanego np. z orzechowym nadzieniem z dodatkiem rodzynek w rumie.

Stali bywalcy piekarni i cukierni Hopffisterei München wciąż wierzą w mit niemieckiego pieczywa. W przeciwieństwie do klientów supermarketów wiedzą jednak, gdzie należy go szukać.

Wojciech Osiński (Berlin)

Uwaga na fruktozę

STANY ZJEDNOCZONE. Sensacyjnych odkryć dokonali niedawno naukowcy z Uniwersytetu Kalifornijskiego. W opublikowanym na początku maja raporcie ogłaszają, że stosowana powszechnie w przemyśle cukierniczym sztuczna fruktoza pogarsza pamięć i spowalnia działanie mózgu.

Sztuczna fruktoza jest składnikiem praktycznie każdego napoju produkowanego na świecie. Ten rodzaj cukru powszechnie stosuje również przemysł cukierniczy, dosładzane nim są przede wszystkim galaretki. Jest również obecny w większości ciast i deserów.

W Stanach Zjednoczonych fruktozę tego rodzaju stosuje się powszechnie, dodając ją do większości wyrobów spożywczych produkowanych przemysłowo. W Polsce zastosowanie sztucznej fruktozy jest mniejsze, ale coraz częściej sięgają po nią producenci słodczy, napojów oraz dodatków dla cukiernictwa.

Jej działanie do tej pory nie było szczegółowo badane - uznawano, że szkodzi nie bardziej niż zwykły biały cukier. Tymczasem amerykańscy naukowcy z Uniwersytetu Kalifornijskiego udowodnili, że stosowana często nawet w niewielkich ilościach pogarsza pamięć i spowalnia pracę mózgu. Potwierdziły to badania na zwierzętach (szczurach), którym sztuczną fruktozę dodawano przez dłuższy czas do napojów. Autorzy raportu podkreślają, że długotrwałe stosowanie sztucznej fruktozy jest niebezpieczne szczególnie w przypadku dzieci i młodych ludzi, ze względu na ich rozwijające się organizmy.

Jest jednak i dobra wiadomość.

- Efekt działania sztucznej fruktozy można zneutralizować spożywając duże ilości kwasów omega 3, które występują w rybach i orzechach - mówi prof. Fernando Gomez Pinilla z Uniwersytetu Kalifornijskiego.

AM



Fot. Materiały własne

W cukiernictwie sztuczną fruktozą dosładza się przede wszystkim galaretki.

reklama

My



Już teraz zakup
bilet online:
www.iba.de



Tradycja. Innowacja. Pasja.
Targi iba 2012 – światowy rynek
piekarstwa.

Targi iba 2012 – obowiązkowy termin dla międzynarodowej branży piekarstwa.

Specjaliści z całego świata odkryją podczas targów iba 2012 najnowsze trendy i innowacje. Ponad 1.100 wystawców zaprezentuje swoje aktualne produkty. Począwszy od piekarni rzemieślniczych i dużych piekarni, cukierni i kawiarni poprzez handel detaliczny produktami spożywczymi, firmy cateringowe, hotele i Coffeeshops aż po gastronomię – targi iba 2012 są największą platformą światowego rynku piekarstwa.

Biuro Targów Monachijskich
w Polsce

Tel. +48 22 620 4415

Fax +48 22 624 9478

info@targiwmonachium.pl

www.targiwmonachium.pl



2012
iba
Monachium
16.–21.9.
www.iba.de

Więcej niż bułka z masłem

Empik Cafe zamierza otworzyć w tym roku aż 19 nowych lokali. Oprócz znanych już konceptów w planach jest rozwój nowych sieci. Należy do nich m.in. Bread and Butter, której dwa lokale pracują już na pełnych obrotach.

Po sukcesie, jakim okazało się otwarcie Bread and Butter na poznańskim lotnisku Ławica, Empik Cafe postanowiło nowy brand pokazać również w stolicy. Pod koniec kwietnia w Złoty Tarasach uruchomiono pierwszy tego typu lokal w Warszawie, w którym oprócz świeżych kanapek oraz tradycyjnych i mrożonych kaw będą również wina. Właściciele spółki Empik Cafe przyznają, że

ich zamiarem jest stworzenie marki, która skupi się przede wszystkim nad smakiem i perfekcją każdego detalu przy jednoczesnym zachowaniu prostego designu produktu. Bread and Butter śmiało można więc zaklasyfikować do trendu slow life.

W ofercie nowej sieci znalazły się przede wszystkim świeże kanapki z niebanalnymi składnikami. Nie brakuje więc np. bagietki z pieczoną kaczka z kasztanami i jarzębiną, pieczywa z kurczakiem z kolendrą i żurawiną czy bułki z łososiem z grapefruitem. W cukierniczej ofercie Bread and Butter pojawiły się słodkie tartletki, brioszki i croissanty. Na bezpośrednie życzenie klientów ze świeżych owoców na miejscu przygotowywane są też smoothies.

Oprócz wspomnianego konceptu, spółka Empik Cafe zamierza zbudować również inną nową sieć lokali o nazwie The Flame Restaurant and Bar. Na razie otwarto tylko jeden, który od niedawna mogą odwiedzać podróżni korzystający z gdańskiego lotniska.

Przypomnijmy, że Empik Cafe powstała przed czterema laty i obecnie prowadzi ok. 70 punktów kilku marek gastronomicznych, m.in. Empik Cafe, Voyage Cafe, Flying Bistro, Business Shark czy lodziarni Furore Ice Cream Shop. W planach na przyszłość jest otwieranie co najmniej kilkunastu kolejnych lokali rocznie.

TP



Oprócz niebanalnych bagietek w ofercie Bread and Butter nie zabraknie też wyrobów cukierniczych: tartletek, brioszek i croissantów.

Jajecznej afery ciąg dalszy

Ponad 16 ton suszu jajecznego i 84 tony żywności, jaką wyprodukowano z jego użyciem zostało zabezpieczonych przez prokuraturę, która prowadzi śledztwo w sprawie nielegalnej produkcji i sprzedaży szkodliwego dla zdrowia proszku jajecznego.

Przypomnijmy, że wykryto w nim m.in. toksyczny kadm, ołów lecz żadne z nich nie przekroczyło dopuszczalnych norm. Wykryto też bakterie coli. Do 23 kwietnia br. organy państwowej inspekcji sanitarnej przeprowadziły ponad 8 tys. 457 kontroli, głównie w piekarniach, ciastkarniach, cukierniach, zakładach spożywczych, wytwórniach lodów, majonezu i stołówkach - powiedział w Sejmie główny inspektor sanitarny Przemysław Biliński. Zabezpieczono m.in.

ciasta drożdżowe, gofry, pączki, krakersy, grzanki i suchary, a także makarony, kluski śląskie, nadzienia twarogowe i naleśniki.

Kaliska prokuratura, która prowadzi śledztwo w tej sprawie, ustaliła, że nielegalny susz od kilku lat produkowało pod Kaliszem dwóch przedsiębiorców. Jeden z nich, Krzysztof Z. został aresztowany.

Tymczasem w kwietniu do placówki sanepidu i inspektoratu weterynaryjnego w Kaliszu i Nisku na zlecenie prokuratora weszli agenci CBA. Jak donosi „Gazeta Wyborcza” aresztowany właściciel firmy, która „fałszowała” susz ma bowiem powiązania rodzinne z jednym z pracowników kaliskiego sanepidu. Jajeczna afera jest więc rozwojowa.

TP

Dan Cake zainwestuje

55 mln zł chce przeznaczyć na rozbudowę swojego zakładu wyrobów piekarniczych firma Dan Cake Polonia. Po modernizacji ma on zajmować powierzchnię blisko 8 ha na terenie Krakowskiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej.

Producent wyrobów piekarsko-cukierniczych działa w Chrzanowie od początku swojego istnienia, tj. od 1992 roku, kiedy to powstała firma Dahli Kuchen Polonia, której produkcja początkowo obejmowała ciasta i spody do tortów, a później również chleb tostowy. Od ośmiu lat firma należy do duńskiego koncernu Dan Cake A/S. W jej ofercie znaleźć można m.in. rolady, keksy, torciki, broszki, croissanty, babki i muffiny. Dan Cake Polonia jest też producentem wstępnie zapieczonych bagietek, bułek i ciabattych przeznaczonych do dalszego odpiekania.

TP

Kielce mają własne ciasto

Ciasto z orzechami wytwarzane przez cukiernię Cztery Pory Roku zyskało tytuł Ciasta Kieleckiego. Wysokie drugie i trzecie miejsce przypadły wypiekom Cukierni Świat Słodczy z Kielc.

Konkurs co roku organizuje Cech Rzemieślników i Przedsiębiorców Branży Spożywczej w Kielcach wspólnie z portalem ciekawekielce.pl. W tym roku do rywalizacji stanęło siedem cukierni, zgłaszając aż 24 regionalne wypieki. Jury wybierając ciasto idealne zwracało uwagę na smak i wygląd oraz na fakt, czy można je zjeść bez użycia łyżeczki.

Zwycięzcą zostało kruche ciasto z powidłami śliwkowymi, masą nugatowo-orzechową, a na wierzchu dekoracją przypominającą charakterystyczną czerwono-czarną świętokrzyską przepaskę i orzech włoski. Od tej pory ciasto z orzechami ma kojarzyć się ze stolicą województwa świętokrzyskiego, tak jak obwarzanek z Krakowem.

Wśród wyróżnionych w konkursie ciastek znalazły się aż dwa z cukierni Świat Słodczy: delikatny Royal z pralinami i polewą czekoladową oraz Birutka, która według jury zawiera w sobie cały świętokrzyski pejzaż. Jak jest wykonana? Na spodzie znajduje się ciasto czekoladowe, następna warstwa to ręcznie robiona konfitura malinowo-truskawkowa, a wyżej delikatny, waniliowy krem brulee oraz konfitura truskawkowa.

- Wszystko oblane czekoladą z pralinami i ozdobione truskawką oraz naszym najbardziej rozpoznawalnym, ale również jadalnym symbolem, czyli Babą Jagą. To świetne ciastko na każdą porę roku. Podawane lekko schłodzone wyzwała dobrą energię - zdradza sekret smaku Iwona Wójcik z cukierni Świat Słodczy.

AM

Cukiernik pilnie poszukiwany

Bezpłatną naukę dla chętnych na zdobycie zawodu cukiernika oferuje świętokrzyskie OHP. O pomoc z poszukiwaniem chętnych zwrócono się do... proboszczów. To pomysł na poprawę sytuacji na miejscowym rynku pracy, gdzie drastycznie brakuje fachowców.

Świętokrzyska Komenda Ochotniczych Hufców Pracy ofertę kieruje do młodych ludzi, którzy ukończyli 15 lat, ale nie są pełnoletni i chcą uczęszczać do gimnazjum. Już od drugiej klasy będą oni mogli przygotowywać się do pracy, odbywając praktyki pod okiem rzemieślników. Propozycja bezpłatnej nauki adresowana jest też do nastolatków, którzy chcą się uczyć w szkole zawodowej. Z prośbą o pomoc w poszukiwaniu chętnych do nauki zawodu we wspólnym piśmie do proboszczów lokalnych parafii zwrócili się wojewódzki komendant OHP w Kielcach Jerzy Górski i wojewódzki duszpasterz OHP ks. Dariusz Jarliński.

Uczestnicy hufca otrzymują co miesiąc wynagrodzenie za pracę, mają też możliwość uczestniczenia za darmo w dodatkowych zajęciach wychowawczych, profilaktycznych lub socjoterapeutycznych, jak również w konkursach, zawodach, wycieczkach.

- Proces dydaktyczno-wychowawczy odbywa się pod nadzorem wykwalifikowanej kadry pedagogicznej. Dysponujemy także wolnymi miejscami w internatach. Za pobyt w nich i za żywienie młodzież nie ponosi żadnych opłat - podkreślono w piśmie.

AM

Sprawdź
Mistrzowskie
receptury
KOMPLET!



Valbella Soft na mistrzostwa



KOMPLET

Orzechowe Soft

100% Mieszanka do produkcji delikatnych ciast orzechowych.

- Zawiera orzechy laskowe
- Bardzo soczyste i lekkie ciasto
- Długo zachowuje świeżość
- Aromatyczny smak



KOMPLET Polska

Z dobrego upieczesz najlepsze!

więcej na www.komplet.pl

Polacy coraz chętniej odwiedzają cukiernie

Tuż przed długim majowym weekendem agencja GFK Polonia badała preferencje mieszkańców Bydgoszczy, jeżeli chodzi o spędzanie wolnego czasu. Okazało się, że mieszkańcy grodu nad Brdą coraz chętniej odwiedzają cukiernie.

W raporcie analitycy z GFK Polonia uwzględnili m.in. gusta mieszkańców Bydgoszczy dotyczące jedzenia na mieście. Odsetek badanych wybierających taką formę konsumpcji jest bardzo wysoki – aż 88% ankietowanych deklaruje, że chętnie odwiedza lokale gastronomiczne, w tym 54% robi to częściej niż raz w miesiącu. Jest to wynik wyższy niż w badaniach ogólnopolskich, ale charakterystyczny dla dużych miast, gdzie klienci zdecydowanie częściej korzystają z oferty cukierni niż w małych miastach i wioskach. Co ciekawe, właśnie cukiernie są, obok kawiarni najchętniej odwiedzanymi lokalami gastronomicznymi przez ankietowanych Bydgoszczan.

Daleko za nimi uplasowały się puby i restauracje. Prawdopodobnie wiąże się to z tym, że według deklaracji badanych, ich wizyty w cukierniach odbywają się najczęściej podczas zakupów, a te z kolei mają miejsca w galeriach handlowych.

W Bydgoszczy stale przybywa cukierni i kawiarni. Dużą zasługę ma w tym sieć kawiarni firmy Sowa, której siedziba znajduje się w mie-



Fot. B&S

Coraz więcej mieszkańców Bydgoszczy przy okazji zakupów odwiedza cukiernie w galeriach handlowych.

ście nad Brdą. Obecnie w Bydgoszczy jest jedenaście cukierni tej firmy, jedna kawiarnia-winiarnia oraz restauracja. Właściciele sieci na razie nie planują otwarcia kolejnych lokali.

AM

Wawel i Jutrzenka podbijają Europę

5 mld zł przekroczy w 2012 roku eksport za pośrednictwem europejskich sieci handlowych. Znaczną część eksportu stanowią wyroby piekarnicze, cukiernicze i słodocze.

Na rynkach zagranicznych polska żywność stała się znacząca po naszym wejściu do Unii Europejskiej. Jeszcze w 2004 r. wartość eksportu produktów spożywczych z Polski przekraczała nieznacznie 5 mld zł. W ubiegłym roku była już trzy razy wyższa, a w tym roku, według różnych szacunków, może sięgnąć 15,5 - 16 mld euro - podała Rzeczpospolita.

Duży udział w rozwoju eksportu mają międzynarodowe sieci handlowe.

- W tym roku eksport żywności za ich pośrednictwem przekroczy 5 mld zł. Od kilku lat rośnie w bardzo szybkim tempie i trend powinien się utrzymać także w przyszłości - szacuje Andrzej Faliński, dyrektor generalny Polskiej Organizacji Handlu i Dystrybucji.

3,4 mld euro sięgnął w 2011 r. eksport polskiej żywności do Niemiec, czyli na największy rynek zbytu.

- Wartość samych tylko produktów nie-



Fot. Wawel

Mieszkańcy Wielkiej Brytanii polubili słodocze z Wawelu.

żywnościowych i żywności pakowanej eksportowanej do brytyjskich sklepów Tesco można oszacować na ok. 300 mln funtów rocznie - mówi Michał Sikora, rzecznik Tesco Polska. Firma pierwsze umowy z polskimi producentami podpisała już w 2007 roku. - Dziś w brytyjskich sklepach dostępnych jest ok. 1,7 tys.

produktów pochodzących z Polski, w tym 350 produktów spożywczych znanych polskich marek, jak Tymbark, Wawel czy Jutrzenka.

Brytyjsko-Polska Izba Handlowa szacuje, że polską żywność sprzedaje także drugie tyle sklepów niezależnych.

AM

Ekspansja ze stolicy do Krakowa



Fot. Bistro Charlotte



Bistro Charlotte, nowy koncept będący połączeniem piekarni z restauracją i winiarnią, w krótkim czasie stał się niezwykle popularny w Warszawie. Właściciele zachęteni powodzeniem zdecydowali się na otwarcie kolejnego lokalu, tym razem w Krakowie.

Bistro Charlotte otwarte nie tak dawno na Placu Zbawiciela w Warszawie to nowy i oryginalny pomysł na promocję pieczywa, który w krótkim czasie okazał się strzałem w dziesiątkę.

W tej piekarni-restauracji można nie tylko kupić kilkanaście wypiekanych na miejscu gatunków pieczywa, ale również spróbować dobrej kuchni albo napić się wina.

Wypieki przygotowywane są tu z wysoką starannością i z dobrej jakości mąki z solą morską. W ofercie jest także chleb bez soli, pieczywo z obniżoną zawartością glutenu oraz bez drożdży. O jego smaku decyduje zakwas wytwarzany z dzikich drożdży żyjących na skórkach winogron z upraw eko-

logicznych. Chleb można kupić na miejscu bądź zamówić przez Internet. Niekoniecznie trzeba zabierać go do domu - na miejscu serwowane są przekąski z pieczywa z dodatkiem masła, konfitur, czekolad i jajek.

Koncept spotkał się z ogromnym zainteresowaniem warszawiaków i już kilka dni po otwarciu było jednym z najmodniejszych miejsc w stolicy. Zachęteni powodzeniem właściciele zdecydowali się na otwarcie kolejnej restauracji.

- Lokalizacja w Krakowie była dla nas naturalnym wyborem, drugim po Warszawie - mówi Justyna Kosmala, jedna z właścielek Bistra. - Warszawa, bo tu mieszkamy i stąd jesteśmy: ja i moje siostry oraz współpracownicy, z którymi prowadzę Charlotte. Z kolei Kraków to nasze ulubione miasto, gdzie często jeździmy i spędzamy weekendy.

Właściciele kawiarni, choć powielają pomysł na biznes w innym mieście, na razie nie myślą o stworzeniu sieci.

- Nie planujemy nowych otwarć - mówi Justyna Kosmala. - Prowadzenie dwóch miejsc

to już ogromny wysiłek, mamy teraz dwa domy i czas, zarówno wolny jak i zawodowy musimy dzielić pomiędzy te dwa miasta, co już nie jest łatwe. Co zdaniem właścicielek zdecydowało o ogromnym sukcesie Bistro Charlotte? - Przede wszystkim autentyczność miejsca. Niczego nie udajemy, jak już coś robimy, to na 100 procent - zapewnia właścicielka. - Ludzie często niedowierzają, że chleb robimy od samego początku u nas na miejscu, a nie po prostu odgrzewamy zamrożone pieczywo. To taka mała różnica, ale bardzo istotna. Jakość naszego chleba i jedzenia jest bardzo wysoka i myślę, że ludzie to bardzo doceniają.

Krakowskie Bistro Charlotte to nie jest jedyny przypadek przeniesienia udanego stołecznego konceptu do innego miasta. Podobną decyzję podjęła w ostatnim czasie inna warszawska kawiarnia - Czuby Barbaryńca. I ona otworzyła swój kolejny lokal w Krakowie.

AM

Jubileuszowy chleb dla wiślan

W piekarni Karola Troszoka w Wiśle powstał chleb, którym piekarze postanowili uczcić 50-lecie swojego miasta.

Znana z oryginalnych wypieków wiślańska piekarnia przygotowała kolejny ciekawy produkt. Tym razem, aby uczcić okrągły jubileusz nadania Wiśle praw miejskich. Chleb o oryginalnym kształcie, jak wiele okazjonalnych wypieków z zakładu Karola Troszoka, nawiązuje swym kształtem do tradycji chrześcijańskiej.

Przypomnijmy, że w wiślańskiej piekarni powstały już m.in. chleb w kształcie Róży Lutra, adwentowe pieczywo ze słodkiego ciasta w formie ryby oraz specjalne chlebki dla nowożeńców. Pomysłodawcami tych wypieków jest ewangelicki proboszcz Jan Byrt ze Szczyrku.

TP



Fot. Wiesław Radwański

Piekarnia Karola Troszoka znana jest w Wiśle i okolicach z wielu wypieków, które zaskakują swymi kształtami.



NOWE PRZESTRZENIE, ŚWIEŻE POMYSŁY NA BIZNES

Artykuł promocyjny

Do targów Polagra-Tech pozostały jeszcze cztery miesiące, lecz przygotowania do tej najważniejszej w tym roku branżowej imprezy już ruszyły pełną parą. Zwłaszcza że jej organizatorzy chcą, aby formuła targów, a szczególnie konkursu o prestiżowy Złoty Medal MTP była dla wystawców i zwiedzających jeszcze atrakcyjniejsza niż do tej pory.

Sytuacja na rynku piekarsko-cukierniczym zmienia się dynamicznie. Liczba tradycyjnych piekarni maleje, sieci handlowe coraz częściej kuszą klientów nie tylko niskimi cenami, ale również zapachem „świeżo wypiekanego” pieczywa. Małe i średnie piekarnie oparte na tradycyjnym modelu biznesowym przegrywają w tej nierównej rywalizacji. Śledząc rynkowe trendy warto już zawczasu przygotować się na nadchodzące zmiany i znaleźć nowe kierunki rozwoju dla swojego zakładu piekarskiego i cukierniczego. Jak otworzyć sklep, kawiarnię, pizzerię, jak ekonomicznie wypiekać nowe rodzaje pieczywa, jak reklamować swoje produkty? Doskonałą okazją, by poznać odpowiedzi na te pytania, będą październikowe targi Polagra-Tech w Poznaniu, które potrwać od 7 do 11 października 2012 - zapewniają organizatorzy imprezy.

TARGI POMOCNE DLA RZEMIEŚNIKÓW

Ekspozycja nowych rozwiązań w zakresie technologii dla branży piekarskiej, cukierniczej i lodziarskiej podczas Salonu Przemysłu Piekarskiego i Cukierniczego w ramach Międzynarodowych Targów Technologii Spożywczych Polagra-Tech 2012 uzupełniona zostanie obszernym programem wydarzeń towarzyszących - pokazów, konferencji i szkoleń. Będą one dotyczyć zastosowania komponentów piekarskich, cukierniczych i lodziarskich, przygotowania deserów, skutecznych działań marketingowych i promocyjnych w branży piekarskiej i cukierniczej.

Przede wszystkim jednak organizatorzy targów skoncentrują się na dostarczeniu tradycyjnym



Przed dwoma laty w ramach Salonu Przemysłu Piekarskiego i Cukierniczego wystawiło się 150 firm, których stoiska odwiedziło aż 45 000 zwiedzających.

FOT. ORGANIZATORZY TARGÓW

Systematycznie wzrasta liczba wystawców na targach Polagra-Tech. Podczas ostatniej edycji w 2010 r. w Salonie Przemysłu Piekarskiego i Cukierniczego uczestniczyło 150 firm, a ich ekspozycje zajęły rekordową powierzchnię 18 000 m kw. Już teraz, na kilka miesięcy przed targami wiele wskazuje na to, że rekord ten zostanie pobity.

piekarniom fachowego wsparcia w znalezieniu rozwiązań biznesowych, handlowych i marketingowych, które pomogą stworzyć atrakcyjne pomysły na biznes i jego rozwój. Inspiracje będą prezentowane w ramach trzech specjalnych przestrzeni warsztatowo-szkoleniowych: Sklep, Kawiarnia, Pizzeria.

NOWE RECEPTURY I NAJNOWSZE TECHNOLOGIE

Ponadto wyrafinowane receptury i kompozycje smakowe, a także oryginalne dekoracje wyrobów cukierniczych prezentowane będą podczas pokazów odbywających się na przestrzeni Forum Rzemieślników Piekarstwa i Cukiernictwa przygotowanym we współpracy ze Stowarzyszeniem Rzemieślników Piekarstwa RP oraz Stowarzyszeniem Cukierników, Karmelarzy i Lodziarzy RP.

Tym samym targi Polagra-Tech 2012, które gościć będą wiodących dostawców nowoczesnych technologii, będą doskonałym miejscem do poznania możliwości produkcyjnych maszyn i całych linii technologicznych w ruchu, minipiekarni, rozwiązań informatycznych, systemów logistycznych i pakujących, a także zweryfikowania informacji na temat potencjału i kondycji branży oraz znalezienia inspirujących pomysłów na rozwój własnego biznesu - zapewnia organizator targów.

Na wystawców i zwiedzających czeka jeszcze jedna niespodzianka. W trosce o spójną prezentację ekspozycji branży piekarskiej, cukierniczej i lodziarskiej, pawilony ekspozycyjne 5 i 9 połączone zostaną nowoczesnym łącznikiem pełniącym funkcję wystawienniczą. Ekskluzywna konstrukcja na stałe wpisze się w architekturę terenów targowych w Poznaniu.

ZŁOTY MEDAL MTP JESZCZE ATRAKCYJNIEJSZY

W roku 2012 zadebiutuje nowa formuła konkursu o prestiżowy Złoty Medal Międzynarodowych Targów Poznańskich. Liczne zmiany wiążą się nie tylko z odświeżonym wizerunkiem medalu, ale przede wszystkim z całym pakietem unikatowych korzyści, na które liczyć mogą laureaci konkursu. Podstawową innowacją jest znacznie wcześniejszy termin rozstrzygnięcia konkursu. Lista nagrodzonych znana będzie już na kilka tygodni przed rozpoczęciem targów. Gwarantem jakości nagrodzonych produktów będzie renomowane jury, w skład którego wejdą eksperci z branży. Laureat konkursu otrzyma Pakiet Medalisty - komplet materiałów promocyjnych do wykorzystania w kampaniach promocyjnych firmy. Ponadto produkty nagrodzone Złotym Medalem prezentowane będą na ekskluzywnym stoisku zlokalizowanym w centrum ekspozycji targowej - tak zwanej Strefie Mistrzów. Po raz pierwszy również profesjonalści będą mogli oddawać głosy w plebiscycie Złoty Medal - Wybór Konsumentów. Najcenniejsze trofea Międzynarodowych Targów Poznańskich - Złote Medale, które po raz pierwszy będą miały nową formę prestiżowej statuetki - zostaną wręczone już pierwszego dnia targów podczas uroczystej Gali Nagród. Termin nadsyłania zgłoszeń do konkursu upływa 3 sierpnia 2012 r. Więcej informacji o nowej formule konkursu znajduje się na stronie www.zlotymedal.mtp.pl, z kolei o samych targach więcej szczegółów jest na www.polagra-tech.pl. ■



Nowa formuła konkursu o prestiżowy Złoty Medal MTP wiązać się będzie nie tylko z odświeżeniem wizerunku samego medalu, ale przede wszystkim z całym pakietem korzyści, na które mogą liczyć laureaci konkursu. Fot. MTP



W tym roku na targach Polagra-Tech z pewnością nie zabraknie wszystkich największych firm z branży. Fot. MTP

Tegorocznej edycji dobrze wróżą statystyki Salonu Przemysłu Piekarskiego i Cukierniczego, który odbył się w ramach targów Polagra-Tech 2010. Wówczas ekspozycje wystawców odwiedziło 45 000 technologów, właścicieli i menedżerów piekarni oraz cukierni, dyrektorów zakupów w sieciach handlowych i innych profesjonalistów z 50 krajów, którzy poszukiwali konkretnych rozwiązań technologicznych dla swoich zakładów produkcyjnych.

W PIŁKARSKIEJ „PRZYSTAWCE” MISTRZOSTWO DLA WŁOCH!

Janusz Bekas

Zanim na polsko-ukraińskich stadionach rozpocznie się piłkarska uczta w wykonaniu 16 europejskich drużyn, firma KOMPLET Polska przygotowała „przystawkę” w postaci Mistrzostw Piłkarskich Komplet 2012. Niemal stu piekarzy i cukierników z całego kraju rywalizowało 12 maja w barwach wszystkich narodowych reprezentacji uczestniczących w Euro 2012.

Na łamach Bake & Sweet informowaliśmy już, że z okazji zbliżających się Mistrzostw Europy w piłce nożnej, KOMPLET Polska zaproponowała klientom unikalne i atrakcyjne receptury nawiązujące do piłkarskich emocji. „Czekoladowy atak”, „Rzut karny” czy „Król strzelców” to tylko wybrane nazwy wypieków, które mogą być hitem sprzedażowym w każdej cukierni i piekarni. Proponowane produkty to głównie ciasta drożdżowe, jogurtowe i serniki o wyraźnych kompozycjach smakowych.

Aby przedsiębiorców z branży cukierniczej i piekarniczej oraz przedstawicieli handlowych jeszcze bardziej zainteresować tymi wyjątkowymi produktami, w obiektach sportowo-hotelowych Remes w Opalenicy, które podczas Euro 2012 będą bazą reprezentacji Portugalii, zorganizowano piłkarskie zawody.

Piekarze i cukiernicy - klienci KOMPLET Polska oraz pracownicy firmy z Tarnowa Podgórnego stworzyli sześciuosobowe zespoły reprezentujące narodowe drużyny.

Ekipy podzielono na cztery grupy, tak jak na Euro 2012. W eliminacjach w grupie A spotkały się więc drużyny Polski, Grecji, Rosji i Czech, w grupie B: Holandii, Danii, Niemiec i Portugalii, w grupie C: Hiszpanii, Włoch, Irlandii i Chorwacji, a w grupie D: Ukrainy, Szwecji, Francji i Anglii. Aby było niemal tak samo jak podczas Euro, poszczególne kilkunastominutowe mecze eliminacyjne (2 x 7 minut) rozgrywano zgodnie z terminarzem UEFA, a przy boisku stawiano tabliczki z nazwami miast, gdzie dany mecz się odbywa. Doprawdy, trudno o lepszą promocję „piłkarskich” produktów KOMPLET Polska, połączoną z dobrą zabawą przy niezłej pogodzie. Tym bardziej że reprezentacjom nie brakowało woli walki i piłkarskich umiejętności. Okazało się bowiem, że wielu piekarzy i cukierników występuje w lokalnych zespołach



Biało-czerwoni parli do przodu, ale... bramkę w końcu zdobyli Włosi.
FOT. JANUSZ BEKAS

piłkarskich niższych klas, uczestniczących w rozgrywkach ligowych. Stąd też poziom sportowy zawodów był wysoki.

Ślepy los zdecydował, jaką narodową drużynę przyszło reprezentować zawodnikom, więc na boisku podczas eliminacji padały wyniki często nieoczekiwane, bo chyba nigdy polscy piłkarze nie pokonali Grecji 9:1, Rosji 6:1 czy nawet Czech 6:1.

Sporo bramek padało też w rozgrywkach grupy B. Na boiskach w Opalenicy Niemcy wygrały z Holandią 9:0, a potem Portugalia sprawiła lanie pomarańczowym, pokonując ich aż 11:0. Niemcy męczyli się później z Portugalią (2:2), ale wygrywając z Danią 3:2 awansowali z grupy B do ćwierćfinału (wspólnie z Danią). Z „naszej” grupy z kompletem zwycięstw awansowała Polska i Czechy (zwycięstwo i remis). W gronie ćwierć-

finalistów znalazły się też reprezentacje Włoch i Hiszpanii oraz Szwecji i Anglii.

Z każdym kolejnym meczem ćwierćfinałowym i półfinałowym rosły emocje, bo w kibicach budziły się patriotyczne nastroje, a powód był znamienity - Polska pokonała Hiszpanię i rzutami karnymi pozbawiła nadziei na finał Danię. Z kim zagra w finale? Z zapartym tchem obserwowano mecz Włochów z Niemcami. W prawdziwych mistrzostwach Europy i świata to nieomal tradycyjni rywale polskiej reprezentacji, więc z kim tym razem spotkają się w Opalenicy? Okazało się, że z Włochami.

- Ach, gdyby tak było 1 lipca w Kijowie - zamarzyło się jednemu z kibiców.

Od początku biało-czerwoni parli do przodu, ale do przerwy nie padła żadna bramka. Niestety, w drugiej połowie, tuż przed końcem meczu jed-

nemu z piłkarzy włoskich udało się zmylić polskiego bramkarza i kibicom biało-czerwonych nie pozostało nic innego, jak tylko dopingować swoich zawodników znaną z piłkarskich boisk przyspiewką: „Polacy, nic się nie stało”. Choć przecież stało się, bo do końcowego gwizdka sędziego więcej bramek już nie padło.

Reprezentująca Włochy drużyna piekarsko-cukiernicza z Krakowa, zorganizowana przez przedstawiciela KOMPLET Polska Macieja Ślusarka, została zwycięzcą Mistrzostw Piłkarskich KOMPLET 2012. Na najwyższym podium piłkarze w błękitnych strojach stanęli pomiędzy reprezentacjami Polski i Danii. Oprócz medali, okazałego pucharu i upominków od organizatora mistrzostw, każdy z zawodników zwycięskiej drużyny otrzymał również bilety na mecz Polska-Czechy we Wrocławiu.

Organizatorzy zawodów nagrodzili i wyróżnili też Tomasza Miedzińskiego (Polska) jako najlepszego strzelca, Piotra Zubowicza (Polska) - najlepszego bramkarza oraz Adama Walczkowskiego (Dania) i Michała Sowę (Hiszpania), którzy okazali się najsukcesywniejszymi piłkarzami w swoich drużynach. Cenną pamiątką dla każdego zawodnika będą też z pewnością oryginalne koszulki piłkarskie.

Bez względu na miejsce zajęte w majowych mistrzostwach, wszyscy ich uczestnicy bawili się doskonale na uroczystej kolacji w hotelowych salach, w których niebawem pojawią się m.in. Cristiano Ronaldo, Pepe, Carlos Martinez, Manuel Fernandes czy Nuno Gomes.

- Chętnie byśmy powtarzali nasze mistrzostwa co cztery lata, gdyby kolejne Euro były organizowane w Polsce - odpowiedział żartobliwie przedstawiciel firmy KOMPLET Polska na pytanie, czy w przyszłości będą organizowane podobne zawody. Ale może producent z Tarnowa Podgórnego zaproponuje inną formułę branżowych mistrzostw? ■



Drużyna piekarsko-cukiernicza z regionu zachodniopomorskiego i lubuskiego pod wodzą regionalnego przedstawiciela Marka Jaroszyńskiego w minorowych nastrojach po porażce w finale.
FOT. JANUSZ BEKAS



Na „pudle” trzy zwycięskie reprezentacje klientów wraz z ich kapitanami - pracownikami KOMPLET Polska.
FOT. JANUSZ BEKAS



Mimo zaciętej rywalizacji, wszyscy kibicowali wszystkim.
FOT. JANUSZ BEKAS

IBATECH ISTANBUL 2012

- SPECJAŁY ZNAD BOSFORU

Wojciech Osiński

Zaprezentowane na kwietniowych targach Ibatech produkty piekarsko-cukiernicze utwierdzają nas w przekonaniu, że Turcja wstąpiła w szeregi europejskich potentatów w tej branży. Tureccy przedsiębiorcy wykazują się przy tym również doskonałą orientacją na polskim rynku.

W Istambule niemal na każdym rogu ulicy znajdują się małe cukiernie i sklepy ze słodyczkami, a także liczne kawiarnie specjalizujące się wyłącznie w deserach. Najpopularniejszym wypiekiem nad Bosforem jest baklava - niezwykle słodki, trochę podobny do ciasta francuskiego przesączony miodem deser z nadzieniem z mielonych migdałów, orzechów laskowych lub pistacji. Popularnością cieszą się także frnda sültaş - gotowany a następnie pieczony budyń ryżowy, a także lokum - prosty w przyrządzeniu deser z wody, cukru oraz wody różanej, który w smaku i konsystencji nie różni się wiele od twardej galaretki w wielu różnych odmianach smakowych i z różnymi dodatkami: migdałami, pistacjami, orzeszkami piniowymi, wórkami kokosowymi itp.

Wśród wielu słodczy, które oferuje kuchnia turecka, na szczególną uwagę zasługuje chałwa. Jej odmian jest w Turcji znacznie więcej niż oferuje polscy producenci. Różnią się one nie tylko niezliczoną ilością dodatków smakowych, lecz także nasionami - poza sezamem do produkcji chałwy używany jest np. mak lub nasiona słonecznika. Turecka chałwa, w przeciwieństwie do swojego odpowiednika znad Wisły, często zawiera też kaszę manną. W istambulskich restauracjach niejednokrotnie można zetknąć się również z chałwą zapiekaną w folii aluminiowej i podawaną na ciepło np. z owocami lub lodami.

Rozmaitość tureckich słodczy jest doprawdy imponująca, o czym świadczą czasem nad wyraz intrygujące konstelacje smaków. W Berlinie, gdzie podobno jest więcej tureckich kawiarni-cukierni niż w samym Istambule, można np. skosztować puddingu o nieco specyficznym smaku piersi z kurczaka. Szoku doznajemy jednak wtedy, gdy w środku tego śmietankowego



Foto: Organizator targów

specjału znajdujemy rzeczywiście kawałki mięsa drobiowego.

O całej różnorodności słodczy, deserów, ciasta, a także tureckiego pieczywa można było przekonać się podczas targów Ibatech 2012 w Istambule. W dniach 12-15 kwietnia kolejna, piąta już edycja tej międzynarodowej imprezy wystawienniczej dla branży piekarsko-cukierniczej zgromadziła w dwóch halach przeszło stu wystawców z całej Europy, choć zaznaczyć trzeba, że dominowały głównie przedsiębiorstwa wiodące na tureckim rynku branżowym, takie jak Wieshau, Puratos, Hiestand czy Ireks.

Na targach pokazano również niemal wszystkie, co związane jest z nowoczesną technologią

w przemyśle piekarsko-cukierniczym. Oprócz pieców, miesiarek, wałkówek czy dzielarek zachodnich producentów nie zabrakło też tureckich maszyn i urządzeń, które są absolutnie nieznanymi przez polskich piekarzy i cukierników. Ich producenci doskonale jednak orientują się w realiach polskiego rynku i dobrze znają swoich konkurentów. Tureccy potentaci, jak Enkomak czy Sarmasik, planują w najbliższym czasie ekspansję swoich wyrobów na północ kontynentu, w tym również w Polsce. Potencjalnymi rynkami zbytu dla Turcji zostaną jednak nadal głównie kraje ościenne, o czym świadczyła obecność na targach licznych przedsiębiorców z Syrii, Bułgarii, Rumunii i Rosji. ■

Według statystyk, przeciętny Turek spożywa rocznie ok. 150 kg pieczywa - niemalże dwukrotnie więcej niż Polak.

MISTRZOSTWA Z KOMPLETEM

Kupuj produkty
i odbieraj nagrody!



Kup jednorazowo i wygrywaj:

-  750 kg - **PAKIET ŻŁOTY**
-  500 kg - **PAKIET SREBRNY**
-  250 kg - **PAKIET BRĄZOWY**

Promocją objętych jest 12 produktów

Czas trwania promocji: 16 kwietnia - 29 czerwca 2012

więcej na www.komplet.pl



KOMPLET Polska

Z dobrego upieczesz najlepsze!

POKAŻ DOBRĄ ŻYWNOSĆ I DAJ JĄ POZNAĆ KLIENTOM

Tomasz Przysiężny

W ubiegłym roku tylko jedna cukiernia otrzymała prawo do używania znaku Poznaj Dobrą Żywność. W tym roku, jak do tej pory takie logo przyznano zaledwie jednej piekarni. Czy znak wyróżniający wyrób i podkreślający jego wysoką jakość jest tak mało atrakcyjny, że tylko garstka zakładów z branży piekarsko-cukierniczej się o niego stara? A może wymagania, jakie trzeba spełnić, są zbyt wysokie, aby im sprostać?

Od marca 2011 r. spółka A. Blikle z Warszawy ma prawo oznaczać swój Pieniek Herbaciany znakiem programu Poznaj Dobrą Żywność. Z kolei od stycznia br. przez najbliższe trzy lata biało-czerwone logo będzie na opakowaniu Chleba mieszanego razowego wypiekanego w piekarni Janusza Witaszczyka w Milanówku. W aktualnym wykazie firm i produktów, którym od 2004 r. przyznano znak PDŻ, są jeszcze m.in. tosty, grzanki i biszkopty wrocławskiego Mamuta, chleby i ciasteczka z piekarni Złoty Kłosa w Dobczycach, chleby z VINI w Rogoźniku, czekoladki z lublińskiej Solidarności oraz pieczywo ze spółki Asprod z Klinisk Wielkich. Dlaczego tak niewielu właścicieli przedsiębiorstw piekarsko-cukierniczych stara się o takie logo?

- Wydaje mi się, że wynika to z pewnej niewiedzy naszej branży, że taki program jak Poznaj Dobrą Żywność w ogóle istnieje w Polsce - mówi Janusz Witaszczyk nie ukrywając, że znak, którym piekarnia z Milanówka posługuje się zaledwie od kilku miesięcy, już przynosi wymierne efekty. - Wyraźnie wzrosła nam sprzedaż chleba z logo - mówi właściciel piekarni dodając, że zdecydował się wystąpić o przyznanie znaku dla pieczywa, którego recepturę opracował jeszcze jego dziadek, a później ściśle trzymał się jej również jego ojciec. Chleb mieszan razowy to tradycyjne, naturalne pieczywo foremkowe wyłącznie na zakwasie, bez dodatku drożdży.

- Inwestycja w uzyskanie logo PDŻ nie była droga. Zapłaciliśmy wyłącznie za badania chleba, które kosztowały ok. 2000 zł. Ale ten znak zobowiązuje m.in. do utrzymania produkcji na odpowiednio wysokim poziomie. Może to

w jakimś stopniu odstrasza niektórych producentów? - zastanawia się Janusz Witaszczyk.

O PDŻ firma VINI z Rogoźnika wie niemal od początku istnienia tego programu. Już w 2004 r. dostała prawo do oznaczania logo dwóch swoich produktów, a w późniejszych latach także kolejnych kilkunastu. Obecnie może je jednak używać tylko na chlebach mieszanych Krajczok i Grycom - na pozostałe ważność znaku wygasła.

- Dla niektórych chlebów robimy już ponowne badania i będziemy odnawiać znak. Uważam jednak, że każdy produkt ma okres swojego życia, więc w przypadku niektórych wyrobów

już nie będziemy wnioskować o logo PDŻ. Pojawiają się za to nowe i to dla nich zamierzamy pozyskać wspomniany znak - mówi właścicielka piekarni Liliana Leher-Rychel. Jej zdaniem, warto starać się o ten udział w programie Poznaj Dobrą Żywność, bo przyznanie znaku świadczy o wysokiej jakości produktu, która, co ważne, podlega niezależnej ocenie.

- Eksperti opiniujący produkt bardzo skrupulatnie sprawdzają wyrób i wszystkie aspekty związane z jego produkcją. Obecnie dodatkowo nadzór nad tym ma też główny inspektor sanitarny, a więc cała procedura odbywa się na drodze postępowania administracyjnego



Ministerstwo Rolnictwa zapewnia, że różnymi działaniami informacyjno-promocyjnymi chce zachęcić piekarzy i cukierników do ubiegania się o logo i do czerpania korzyści płynących z udziału w programie. Fot. MRiRW

- wyjaśnia szefowa firmy VINI z Rogoźnika. Sądzi ona, że piekarze rzadko występują o logo PDŻ, bo wbrew temu, że jest ono za darmo, to jest... drogie, gdyż wymaga czegoś, czego piekarze normalnie nie robią, to znaczy badań pieczywa.

- Do posiadania znaku Poznaj Dobrą Żywność podchodzę przede wszystkim ambicjonalnie, gdyż do tej pory w żadnym stopniu nie wpłynęło to na zwiększenie sprzedaży naszych wyrobów opatrzonych logo. Zauważyłam jednak, że obecnie dosyć aktywnie prowadzona jest promocja tego znaku w różnych mediach, a więc może kiedyś jego posiadanie może będzie miało przełożenie na większą sprzedaż - mówi Liliana Leher-Rychel.

- Firmy, które otrzymały prawo do używania znaku PDŻ, to firmy produkujące swoje wyroby w oparciu o najlepsze surowce i sprawdzone receptury oraz nowoczesne technologie. Produkty ze znakiem PDŻ to także wysoka jakość i tradycyjny smak - mówi Dariusz Mamiński, radca ministra z MRiRW dodając, że decyzja dotycząca złożenia wniosku o wyróżnienie artykułu rolno-spożywczego jest zawsze dobrowolna i musi wynikać z chęci podkreślenia przez wytwórcę jakości swojego wyrobu. Od początku swojego działania znakiem programu PDŻ zostało wyróżnionych ponad 1500 produktów z ponad 250 przedsiębiorstw. Na nasze pytanie, dlaczego w takim razie tak małe jest zainteresowanie wśród piekarzy i cukierników, Dariusz Mamiński odpowiada, że cały czas Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi zachęca przedsiębiorców z tej branży do ubiegania się o logo i prowadzi szereg działań informacyjno-promocyjnych, mających na celu przedstawienie korzyści płynących z udziału w programie.

- Produktom piekarskim i cukiernicznym stawiane są wymagania wynikające z regulacji prawnych dotyczących jakości i bezpieczeństwa żywności - mówi radca ministra zapewniając, że obowiązują one wszystkich producentów.

- Jedynym dodatkowym wymogiem dla tych wyrobów jest ograniczenie obecności w produktach, w których składnikiem jest tłuszcz utwardzony, zawartości izomerów trans kwasów tłuszczowych powstałych w procesie technologicznym. Podyktowane jest to wprowadzeniem standardów właściwych dla żywności najwyższej jakości - dodaje Dariusz Mamiński.

Przypomnijmy, że program Poznaj Dobrą Żywność służy promocji artykułów rolno-spożywczych, które wytwarzane są zarówno przez małe i średnie przedsiębiorstwa jak i największych producentów żywności.



Każdy produkt piekarsko-cukierniczny może ubiegać się o znak programu PDŻ, ale nie ma gwarancji, że każdy go otrzyma.
Fot. B&S

Dzięki logo Poznaj Dobrą Żywność producenci zwiększają prestiż swoich wyrobów i nadają im większą rangę poprzez wskazanie nadzoru Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi nad jakością wyrobów. To także wyróżnienie produktów na sklepowej półce - czytamy na stronie internetowej ministerstwa.

Aby dostać znak, produkt musi być wysokiej jakości, m.in. ze względu na skład surowcowy, cechy mikrobiologiczne oraz zawartość składników odżywczych. Nie może też np. mieć zbyt dużej zawartości soli oraz cukrów prostych. Aby zapewnić utrzymanie stałego i wysokiego



poziomu jakości oznaczonych produktów oraz wiarygodności pochodzenia surowców, znak nadawany jest tylko na trzy lata. Mimo iż marka Poznaj Dobrą Żywność jest rozpoznawana nie tylko przez konsumentów, ale także - jak wynika z ankiety ministerstwa - przez ok. 40 proc. producentów żywności,

to z możliwości logo nadal korzysta niewiele firm.

Więcej informacji o programie Poznaj Dobrą Żywność znajduje się na stronie www.minrol.gov.pl/pol/Jakosc-zywnosci/Poznaj-Dobra-Zywnosc/



Eksperti opiniujący produkt ubiegający się logo PDŻ skrupulatnie sprawdzają nie tylko sam wyrób, ale też wszystkie aspekty związane z jego produkcją.
Fot. B&S

NAJLEPIEJ ZARABIA SIĘ NA SIECIACH

Aneta Marczak

Ponad dwieście lokali gastronomicznych działających w systemie franczyzy przybyło na polskim rynku w ciągu ubiegłego roku. Najwięcej spośród nich działa w segmencie cukierni, lodziarni i kawiarni.

Polski rynek, jeżeli chodzi o branżę piekarniczą i cukierniczą jest ewenementem. Z jednej strony każdego roku zamykają się kolejne zakłady (analitycy szacują, że upada co dziesiąta piekarnia), z drugiej - wciąż otwierają się nowe cukiernie i lodziarnie. Mimo kryzysu, takie placówki „skazane” są na sukces. Wiąże się to prawdopodobnie ze zmianą stylu życia. Polacy, podobnie jak przedstawiciele innych narodów europejskich, coraz rzadziej jedzą posiłki w domu (spada więc sprzedaż chleba), a coraz chętniej stołują się „na mieście”. Oplaca się więc otwierać lokale gastronomiczne. Z badań wynika, że coraz częściej wychodzimy z przyjaciółmi, chętniej próbujemy nowo-

ści, lubimy odwiedzać miejsca przyjazne dla dzieci. Wszystko to zwiększa szansę na rynku lokali z ofertą cukierniczą i deserów.

PROSTA RECEPTA NA SUKCES

Wystarczy dobry pomysł i doskonale wyroby. Mniej istotne jest miejsce, w którym punkt się otwiera. Jeżeli koncept sprawdzi się na rynku, właściciel coraz częściej decyduje się na sprzedaż pomysłu na biznes w systemie franczyzowym. Szczególnie atrakcyjne jest to dla osób posiadających lokale sprzedażowe i zakład produkcyjny - partnerzy działający na zasadzie franczyzy gwarantują stały odbiór towaru.

Według ostatniego opracowania Akademii

Rozwoju Systemów Sieciowych z Warszawy, która od kilkunastu lat bada rynek franczyzowy w Polsce, obecnie w naszym kraju działa 140 sieci gastronomicznych oferujących franczyzę. Najwięcej w segmencie kawiarni, cukierni i lodziarni oraz w segmencie fast food. Większość sieci posiada zarówno lokale własne i franczyzowe, chociaż znajdziemy też takie, które na razie mają tylko własne bądź tylko franczyzowe. Ten drugi przypadek należy jednak do rzadkości.

We wszystkich sieciach oferujących franczyzę na koniec 2011 roku działało łącznie ok. 2400 cukierni, lodziarni, barów i restauracji, z czego 1635 było prowadzonych przez franczyzobiorców. Liczba punktów na licencji wzrosła w stosunku do końca 2010 roku o około 200.

Jeżeli chodzi o naszą branżę, największym zaskoczeniem w ubiegłym roku okazała się sieć Lody Bonano, która zyskała najwięcej franczyzobiorców, wyprzedzając znane i działające na rynku od lat lodziarnie sieciowe.

W pierwszej dziesiątce największych sieci franczyzowych w Polsce kilka firm zamieniło się miejscami, ale tworzą ją niemal te same marki co rok wcześniej. Jedyną nowością jest dołączenie Subway'a do grona największych.

PIERWSZE MIEJSCE POD WZGLĘDEM LOKALI

Branża cukiernicza przez analityków oceniana jest jako ta, w której można znaleźć najwięcej marek franczyzowych. Segment cukierni, kawiarni i lodziarni przoduje także pod względem liczby lokali, choć jest to głównie zasługą dwóch sieci: minipiekarni Fornetti oraz sieci vendingowej Alois Dallmayr.



Pijalnia Czekolady i Kawy Mount Blanc to dla franczyzobiorcy inwestycja rzędu co najmniej 300 tys. zł. Fot. B&S

Fornetti ma obecnie w Polsce ok. 300 punktów partnerskich, franczyzowych i własnych. Praktycznie, co miesiąc powstaje kolejny. W związku ze stałym rozwojem sieci franczyzodawca poszukuje nowych lokalizacji. Co jest tajemnicą sukcesu tej sieci?

- Fornetti wspiera swoich partnerów na każdym etapie współpracy. Prowadzi przez proces uruchamiania nowej lokalizacji już w fazie jej pozyskiwania oraz pomaga przy negocjacji warunków najmu powierzchni - zdradzają przedstawiciele sieci. - Franczyzobiorca ma też zapewniony pakiet szkoleń, zarówno przed, jak i po otwarciu punktu. Dodatkowo Fornetti dostarcza pakiet materiałów reklamowych.

W sieci tej dochodzi w ostatnim czasie do sporych zmian. Stoiska są modernizowane, przebudowywane, a oferta jest rozszerzana o nowe pozycje z typowo kawiarnianego menu. Część punktów, których właściciele nie są w stanie dostosować się do zmian bądź też których lokalizacja straciła na atrakcyjności jest zamykana.

Do tej pory wybór francyz w segmencie kawiarni i słodkich przekąsek był dość ubogi. Zdaniem analityków, wiąże się to z trudnością pozyskania franczyzobiorcy. Przede wszystkim dotyczy to konceptów kawiarniach (takich, jakie w Polsce otwiera na przykład sieć cukierni Sowa). Wymagają one często wysokich nakładów finansowych rzędu minimum 300 tys. zł. Jednocześnie obecne są tylko na rynku lokalnym, a więc dysponują markami mało rozpoznawalnymi w skali ogólnopolskiej. Ich pozycja jest tym trudniejsza, że na rynku tym działa kilka bardzo dobrze rozpoznawalnych marek, jak Coffee Heaven czy Grycan z liczbą blisko setki lokali każda. W zasadzie, nie mają sobie równych.

Realną szansę na rozwój dużych sieci i pozyskania sporego grona franczyzobiorców mają coraz śmieiej wchodzące na polski rynek marki międzynarodowe, np. Carte d'Or Cafe, Beard Papa's, Yogen Früz, a także sieci, które najpierw własnymi siłami zbudują rozpoznawalną markę, by następnie rozwijać ją poprzez franczyzę.

Jak podkreślają specjaliści z Akademii Rozwoju Systemów Sieciowych, o ile wcześniejszy niedobór konceptów franczyzowych w branży kawiarni i słodkich przekąsek został w 2011 r. dość dobrze uzupełniony, o tyle wciąż niewiele sieci chce się rozwijać poprzez franczyzę w segmencie casual dining.

WEDEL Z ZIELONĄ BUDKĄ BIJĄ NA GŁOWĘ

Choć żadna inna sieć z cukierniczo-kawiarnianego segmentu rynku nie jest w stanie konkurować z Fornetti pod względem liczby



Po wcześniejszej porażce i kilkuletniej nieobecności na polski rynek z lokalami franczyzowymi powróciła kanadyjska marka mrożonych jogurtów.

FOT. YOGEN FRÜZ

ILE KOSZTUJE INWESTYCJA W LOKAL FRANCYZOWY

Dla szerszego porównania, w zestawieniu tym obok konceptów z branży cukierniczo-lodziarskiej zamieszczamy również koncepty gastronomiczne.

do 30 tys. zł: Magiczna Kukurydza, China Box, New York Hot Dog, Crazy Pyramid Pizza (jako oferta dołączona do innego lokalu), Fit Food Fun, Lody Bonano, Ice'n'go, Alois Dallmayr, Wars.

30 - 60 tys. zł: Asia to go, Chińska Patelnia, Payda (bez sali konsumpcyjnej), Niam Niam Grill Panini Bar, Pizzeria Biesiadowo, Crazy Pyramid Pizza (samodzielny lokal), Na Zdrowie Catering Dietetyczny, Fornetti, Hello Coffee, Lody Gotti, Gorąco Polecam Nowakowski.

60 - 100 tys. zł: Kurcze Pieczone, Payda (z salą konsumpcyjną), Mr Hamburger, Noodle w Pudle, Amercian Chinese Food, Pocco Locco Sandwiches, Gruby Benek, Pizzeria K2, Gorrrąca Pizza 105, Diavolo Perfetto, Pizzeria La Torre, Fiero Pizza, Morella Pizza & Kebab, Nasz Naleśnik, Naleśniki jak Smok, Hospoda u Svejka, Sensi Sushi, Carte d'Or Cafe (wyspa).

100 - 150 tys. zł: Speedy Hot Dog, Telepizza, Da Grasso Express, Sphinx, Wook, Greco, Sushi Bar Nigiri, Eurocafe, Belfrit, Gregorio Pizza, Sushi Naka Naka, Sweet Station, Roller Sushi (satelita), City Fries.

150 - 200 tys. zł: Pizzeria La Primera, Presto Pizzeria Trattoria, Maxipizza, Metropizza, Smak Baca, Piwiarnie Warki, Berlin Kebab, Boston Cafe, T. Decker Patisserie & Chocolatier, Baalbek (wersja ekspres).

200 - 300 tys. zł: Olimp, Da Grasso Sieć Pizzerii, Da Grasso Sieć Restauracji, Solo Pizza, Fabryka Pizy, Bio Way, Salad Story, Vegemania, DeLuca, A. Blikle, Pizza Dominium, El Fuego, Hana Sushi Express, Jack's Restaurant, Klubokawiarnia, Czas na sushi, Roller Sushi (restauracja), Carte d'Or Cafe (lodziarnio-kawiarnia premium), Columbus Coffee, Cafe Republic, Carpe Diem Klub.

300 - 500 tys. zł: Subway, United Chicken, Multifood STP, Bon Appetito, Express Kuchnia Marche, Cleopatra, Green Way Food For Life, Cafe Club, Pijalnie Czekolady i Kawy Mount Blanc, Coffeeshop Company (samodzielna kawiarnia), Piramida Steakhouse, Dom Sushi, Pierogarnia Stary Młyn, Wayne's Coffee, Baalbek Orient Grill, Beard Papa's, Cafe Chopin.

powyżej 500 tys. zł: McDonald's, Pijalnie Czekolady E. Wedel, Haagen Dazs, Hana Sushi.



Wiele franczyzowych lokali powstaje w atrakcyjnych lokalizacjach na terenach centrów handlowych, jak np. cukiernia T. Deker Patisserie & Chocolatier na parterze Galerii Bałtyckiej w Gdańsku. FOT. B&S



Gorąco Polecam Nowakowski to marka dobrze znana konsumentom niemal w całej Polsce.

FOT. GORACO POLECAM NOWAKOWSKI

lokalizacji, to pod względem rozpoznawalności marki już jak najbardziej tak.

- Gastronomia wykorzystuje bowiem marki doskonale znane konsumentom z półek sklepowych. Nie brakuje też takich, za którymi stoi wieloletnia historia - wyjaśniają analitycy z ARSS. Do takich bardzo dobrze rozpoznawalnych marek zaliczymy na pewno Pijalnię Czekolady E. Wedel, cukiernie A. Blikle, lodziarnie Zielonej Budki czy też wspomniany Carte d'Or Cafe (więcej o tej sieci piszemy w innym artykule w tym numerze Bake & Sweet).

E. Wedel jest przykładem firmy, która doskonale wykorzystuje pozycję, jaką udało się jej wypracować na rynku. Dzięki doskonale pro-

wadzonej i przemyślanej polityce promocyjnej wartość marki ciągle rośnie, a jej rozpoznawalność od lat już zajmuje jedno z najwyższych miejsc w kraju.

- Najważniejsze, aby działania marketingowe były spójne z całą wizją firmy, przy uwzględnianiu gustu konsumentów oraz ciągle zmieniających się trendów na rynku - mówi Aleksandra Sikora, kierownik komunikacji marki E. Wedel. - Niezwykle ważne jest też to, aby obserwować wszystkie te tendencje i za nimi podążać przy zachowaniu kluczowych i filarowych działań. Należy także pamiętać o umiejętnym połączeniu tradycyjnych i sprawdzonych metod, które wyróżniają firmę, czyniąc ją charak-

terystyczną, z poszukiwaniem nowych dróg rozwoju.

Poza kilkoma przykładami marek, które wyrosły na polskim rynku, w segmencie sieciowych pojawia się także coraz więcej marek zagranicznych, którym przez fakt obecności w setkach lokalizacji na świecie może być łatwiej zaistnieć także w świadomości polskich konsumentów.

Na razie jednak dość powolny rozwój takich sieci jak Wayne's Coffee (koncept skandynawski) czy Coffeeshop Company (koncept austriacki) nie potwierdza faktu, jakoby międzynarodowe marki były bardziej atrakcyjne dla franczyzobiorców niż rodzime. Największą franczyzową siecią kawiarni pozostaje na razie polski Cafe Club. Duże szanse na rozwój mają także inne rodzime sieci, które mają już sporo lokalizacji własnych oraz po kilka franczyzowych, jak np. Cafe Chopin (14 lokali) czy Columbus Cafe (siedem lokali). Warszawska sieć Tree Some Coffee (obecnie trzy lokale własne) wybrała się natomiast po kapitał na giełdę. Zamierza dalej uruchamiać jednostki własne, chce także rozwinąć system franczyzowy.

LODY BONANO - LIDER, KTÓRY ZASKOCZYŁ WSZYSTKICH

Markę Lody Bonano stworzył Radosław Cherubin, właściciel białostockiej firmy Multi Ice, która działa na rynku od 2003 roku i zajmuje się sprzedażą lodów amerykańskich, tzw. twardych świderków. Do niedawna rozwijała się głównie na terenie województwa podlaskiego. Obecnie sieć ma aż 50 punktów w całym kraju, a większość powstała w ciągu ostatniego roku. W ofercie firmy są m.in. lody śmietankowe z dodatkiem karmelu i wanilii oraz czekoladowe z olejkami migdałowymi.

- Podstawowe lody Americano's mogą być o smaku śmietankowym, waniliowym lub mieszanym. Przy pomocy dodatków, takich jak posypka strzelająca, nadzienia, polewy, uzyskaliśmy 29 rodzajów lodów o różnych kształtach i smakach. Co najważniejsze, kręcimy je zawsze na świeżo, w obecności klienta - tłumaczy właściciel marki.

Multi Ice proponuje potencjalnym franczyzobiorcom dwa rodzaje współpracy. Pierwszy adresowany jest do osób, nie mających doświadczenia w branży gastronomicznej lub spożywczej i polega na otwarciu punktu Lody Bonano we własnym lub wynajętym lokalu o powierzchni od 10 do 25 mkw. Drugi to otwarcie stoiska Lody Bonano w już istniejącym miejscu z wykorzystaniem jak najmniejszej powierzchni lokalu (od 3 mkw.). Osobom zainteresowanym współpracą firma oferuje wsparcie marketingowe, szkolenia, pomoc w doborze urządzeń oraz doradztwo biznesowe. Zdaniem franczyzodawcy, przewidywany okres zwrotu nakładów to dwa miesiące. Inwestycja w koncept to: dzierżawa maszyny do lodów - 3 tys. zł lub ich zakup - od 11 tys. zł; przystosowanie lokalu - ok. 4 tys. zł; menu i reklamy zewnętrzne - ok. 2 tys. zł oraz miesięczna opłata franczyzowa w wysokości 500 zł. Firma nie pobiera opłaty licencyjnej.

NADCHODZI CZAS LODÓW

Co z innymi podsegmentami? Na uwagę zasługują na pewno sieci ze słodkimi przekąskami na zimno, tj. lodami i jogurtami mrożonymi.

Okazuje się, że nawet firmy będące właścicielami znanych i cenionych marek były bardzo ostrożne, jeżeli chodzi o inwestowanie w koncepty kawiarniane. Jedną z pierwszych była sieć Grycan, która z dużym powodzeniem uruchamiała lodziarnie na terenie całego kraju, oferując nie tylko lody, ale również

gorące napoje, liczne desery, a nawet ciasta. Podobnie jak marka E. Wedel szybko stała się symbolem pijalni czekolady, tak Grycan również szybko zaczął być utożsamiany w Polsce z tradycyjną lodziarnią. Wbrew pozorom, długo nie było naśladowców, chociaż rynek lodziarni przez lata był jednym z najbardziej kuszących segmentów, jeżeli chodzi o systemy sieciowe w kraju. Tym bardziej że mimo iż średnie spożycie lodów w Polsce plasuje się daleko w tyle za innymi krajami Europy, to rodacy coraz bardziej zaczęli doceniać jakość lodów i odróżniać rzemieślnicze od przemysłowych. Zwiększyła się też liczba konsumentów, którzy gotowi są za dobre lody zapłacić więcej, oraz klientów chętniej jedzących lody poza domem. I to niezależnie od pory roku.

W minionym roku Zielona Budka uruchomiła swoje pierwsze lodziarnie firmowe. Przypomnijmy, że jedna z najbardziej znanych marek lodów w kraju miała do tej pory jedynie punkty partnerskie, które oferowały jej wyroby. Nie posiadała jednak własnego konceptu lodziarni, nie uruchamiała ani lokali własnych, ani franczyzowych. Aż do 2011 roku - wtedy to ruszyła z franczyzą (obie lodziarnie firmowe Zielonej Budki prowadzone są przez franczyzobiorców).

Koncept lodowy pod marką Lovit przygotowała także firma Gastromall, która oferuje w nim lody własnej produkcji. Firma ma już jedną sieć gastronomiczną Olimp, w której działają zarówno punkty własne jak i franczyzowe. Marka Lovit też ma być rozwijana przez franczyzę.

Prawdziwa inwazja nowych konceptów ma miejsce w segmencie mrożonych jogurtów. Po wcześniejszej porażce oraz kilkuletniej

nieobecności na naszym rynku powróciła do Polski kanadyjska marka Yogen Früz (to już jej trzecie podejście do polskiego rynku). Z nowym masterfranczyzobiorcą, który uruchomił tu już dwa własne punkty w warszawskich galeriach Wola Park i Mokotów i zamierza rozwijać sieć franczyzową. Na rozwój tego typu punktów stawiają także sieci Redberry i Loveyo, które również w 2011 roku uruchomiły swoje pierwsze polskie lokale z jogurtami mrożonymi.

Wiąże się to zapewne z ogromnym zainteresowaniem tymi produktami na Zachodzie, głównie w Stanach Zjednoczonych. Producenci liczą, że boom na te produkty dotrze również do Polski. Mrożony jogurt świetnie wpisuje się w modę na zdrowy styl życia i szczupłą sylwetkę, która staje się coraz większym problemem dla producentów słodkich przekąsek.

WARTO PRZYJRZEĆ SIĘ VENDINGOWI

Interesującym kawałkiem tego segmentu jest również vending, czyli automaty serwujące gorące napoje, sprzedające gotowe produkty, takie jak soki czy batoniki, a nawet świeże mleko. W obrębie gastronomii będzie mieścił się tylko ten pierwszy rodzaj automatów.

Coraz częściej na dzierżawę takich urządzeń decydują się sklepy z pieczywem i ofertą cukierniczą, szczególnie te, które nie wprowadziły do swojego asortymentu zimnych i gorących napoi.

Ofertę dla franczyzobiorców w tym segmencie rynku ma sieć Alois Dallmayr, mogąca poszczycić się już ponad dziesięcioletnią obecnością w Polsce, kilkudziesięcioletnią na rynkach międzynarodowych. W naszym

kraju pozyskała ona już ok. 150 biorców licencji, z których każdy zarządza kilkudziesięcioma lub nawet kilkudziesięcioma maszynami.

Franczyzobiorców poszukuje także stosunkowo nowy gracz na tym rynku - Hello Vending - obecny na razie w ośmiu województwach, właśnie dzięki swoim licencjodawcom.

CENA ZA WŁASNĄ CUKIERNIĘ

Koszty uruchomienia własnego biznesu w branży gastronomicznej zaczynają się już od kilku tysięcy złotych, a mogą sięgać kwot powyżej 1 mln zł. W Polsce bardzo często cena za sprzedaż konceptu negocjowana jest indywidualnie i podlega tajemnicy handlowej. W zależności od miejsca oraz specyfiki lokalu nawet w obrębie jednej sieci ceny mogą się znacznie różnić.

Warto jednak pamiętać, że wyższa kwota inwestycji wiąże się zazwyczaj z proporcjonalnie wyższymi zyskami w okresie funkcjonowania punktu. Z tego powodu franczyzobiorcy równie chętnie wybierają zarówno najtańsze koncepty, jak i te najdroższe.

Akademia Rozwoju Systemów Sieciowych opracowała zestawienie pokazujące, ile należy zainwestować decydując się na otwarcie lokalu w systemie franczyzy. Uwzględniono w nim minimalne kwoty brutto deklarowane przez franczyzodawców. Warto jednak pamiętać, że mogą być one dużo wyższe, co może być związane z stanem wyjściowym lokalu i nakładami adaptacyjnymi, a także jego wielkością. Tak więc ostateczny koszt należy obliczać w odniesieniu do konkretnej lokalizacji. ■

NAJWIĘKSZE FRANCZYZOWE SIECI Z SEGMENTU CUKIERNI W POLSCE

Sieć	liczba lokali własnych i franczyzowych	
	w 2010	w 2011
Fornetti	230	300
Cafe Club	34	30
A. Blikle	26	25
Gorąco Polecam Nowakowski	22	19
Carte d'Or Cafe	21	15
Lody Bonano	21	10
Lody Goti	8	11
Cafe Chopin	14	13
Mount Blanc	11	10
T. Deker Patisserie & Chocolatier	11	10

MARKI FRANCZYZOWE W POLSCE W BRANŻY CUKIERNICZO-LODZIARSKIEJ

Fornetti, Cafe Club, Carte d'Or Cafe, Lody Bonano, Cafe Chopin, Pijalnia Czekolady E. Wedel, Cafe Nescafe, A. Blikle, Lody Gotti, Ice'n'go, Mount Blanc, Lodomania, T. Deker Patisserie & Chocolatier, Coffeeshop Company, Columbus Coffee, Mamuśka The Cheesecake Shop, Eurocafe, Wayne's Coffee, Chocolate Company, Chocoffee, Zielona Budka, Hagen Dazs, Sagafredo Zanetti Espresso, Babie Lato, Herba Thea, Alois Dallmayr, Hello Coffee.

Świat Lodów, Redberry, Deserland, Sweet Station, Loveyo, Klubokawiareria, Boston Cafe, Cafe Republic, Batida, Gelato Magia, Beard Papa's, Yogen Früz.

Na koniec 2011 roku było około 670 lokali, w tym blisko pół tysiąca franczyzowych.

LODY „WYCHODZĄ” NA SŁOŃCE

Karolina Zawitkowska

Pod koniec 2011 roku Ice Cafe Concept dysponował ponad 20 punktami lodziarnio-kawiarni Carte d'Or Cafe. Lokale otwarto głównie w galeriach handlowych, lecz istnieją także inne koncepty pozwalające na to, by takie punkty znalazły się w lokalach wolno stojących, a nawet - jak w warszawskich Łazienkach - na wolnym powietrzu.

Franczyza kojarzy się często z bardzo sztywnymi regulacjami dotyczącymi prowadzenia biznesu, narzuconymi przez jego twórcę. W czasie kryzysu najwyraźniej podejście franczyzodawców się zmienia. Stają się bardziej elastyczni, dostosowują koncept działania do lokalnych warunków. Tak jest w przypadku lodziarnio-kawiarni Carte d'Or Cafe, które zarządzane są w Polsce przez spółkę Ice Cafe Concept. Jest on również wyłącznym dystrybutorem lodów gastronomicznych Carte d'Or w naszym kraju.

Historia firmy sięga końca lat 90., gdy zaczęły powstawać lodziarnie pod różnymi szyldami z produktami różnych marek. Kilka lat doświadczeń i prób z kształtowaniem wizerunku doprowadziło do powstania marki Ice Cafe, a w 2005 roku jej pierwszej dużej lodziarni. Firma pod nazwą Ice Cafe Concept powstała dwa lata temu, mając na celu przekształcenie wybranych, istniejących już lodziarni według nowego konceptu Carte d'Or Cafe i dalszą ekspansję na rynku lodziarnio-kawiarni w Polsce. Pamiętaj jednak trzeba, że Ice Cafe Concept prowadzona jest przez specjalistów działających na rynku lodowym i dystrybucyjnym od ponad 10 lat, więc ludzi z bogatym doświadczeniem.

Pomysł na prowadzenie franczyzowych oddziałów to już jednak nie tylko lody, ale też ciekawe kompozycje deserowe, kawa i inne produkty towarzyszące.

Dynamiczny rozwój firmy zaowocował otwarciem kilkunastu lodziarni na terenie całego kraju, w których zatrudniono ponad 80 pracowników.



W sprzedaży detalicznej dostępnych jest tylko 13 smaków lodów Carte d'Or, natomiast w lodziarnio-kawiarniach jest ich aż 36.

FOT. K. ZAWITKOWSKA

Na lata 2012-13 planowane jest otwarcie kolejnych nowych punktów sprzedaży, tak aby w 2015 roku na rynku było ponad 80 aktywnie działających lokali Carte d'Or Cafe.

WYSPA, GALERIA LUB LOKAL PREMIUM

Koncepcja rozwoju Carte d'Or Cafe przygotowana została w trzech formatach.

Pierwszą z nich jest „wyspa” w centrum handlowym, drugim lodziarnia o powierzchni do 60 mkw. w galerii handlowej, a trzecia to pełnowymiarowa lodziarnio-kawiarnia premium

z obsługą kelnerską - taki lokal może działać zarówno w galeriach handlowych, jak i przy popularnych deptakach.

WSPÓŁPRACA BEZ FRANCZYZY

- Posiadamy również ofertę współpracy dla działających już na rynku cukierni czy lodziarni, które będą miały możliwość wprowadzenia do swojej oferty lodów Carte d'Or bez konieczności dostosowywania się do wymogów konceptu - zapewnia Adam Szczuka, dyrektor ds. franczyzy w Ice Cafe Concept. - Nie będzie to już jednak współpraca franczyzowa, a jedynie



Witryna z lodami Carte d'Or ustawiona przy Pałacu na Wodzie w warszawskich Łazienkach w upalny weekend majowy była wręcz oblegana przez spacerowiczów.

FOT. K. ZAWILKOWSKA

umowa dotycząca sprzedaży i dostaw lodów Carte d'Or.

Taką umowę ostatnio podpisała spółka Belvedere-Cafe Łazienki Królewskie, dzięki czemu od kwietnia w łazienkowskich kawiarniach Trou Madame i Amfiteatr turyści mogą delektować się nową paletą smaków lodów.

Witryna z lodami ustawiona jest przy najbardziej uczęszczanym miejscu, czyli Pałacu na wodzie. W upalne weekendy majowe była wręcz oblegana przez spragnionych chłodnego deseru spacerowiczów.

- Koncept Carte d'Or Cafe to nie tylko lodziarnie - mówi Krzysztof Niebrzydowski, dyrektor marketingu w spółce Ice Cafe Concept. - Tworzymy sieć lodziarnio-kawiarni, przy czym w poszczególnych lokalach akcenty na konkretne elementy oferty - lody, kawę, desery - będą rozkładały się różnie, w zależności od lokalizacji.

WAŻNE POZYCJONOWANIE

Oferta lodów w lodziarniach i lodziarnio-kawiarniach franczyzowych ma zdecydowanie różnić się od detalicznej. Obecnie w polskich sklepach jest w sprzedaży 13 smaków lodów Carte d'Or, natomiast w lodziarnio-kawiarniach będzie ich aż 36. Klient, któremu smakują w kawiarni lody truflowe czy śmietankowe z rabarbarem, nie kupi ich w swoim osiedlowym sklepie.

Podkreślić trzeba, że do wyrobu lodów Carte d'Or - jak zapewnia producent - użyto najwyższej jakości składników: wanilii dojrzejącej w unikalnym klimacie Ma-

dagaskaru, belgijskiej czekolady uchodzącej za najlepszą na świecie czy rodzynek ze słonecznych upraw Kalifornii. Połączenie kremowych lodów ze specjalnie wyselekcjonowanymi składnikami ma zagwarantować wyjątkowy smak, który powinien zadowolić nawet największych koneserów.

Celem strategicznym dla Ice Cafe Concept jest w perspektywie kilku lat uzyskanie na rynku pierwszego miejsca pod względem ilości lokali. Czy to się uda? Głównym konkurentem na rynku jest firma Grycan. Póki co, poziom cenowy ofert obu marek jest podobny, ale jak zapowiada Adam Szczuka, utrzymanie konkurencyjnych cen nie może odbywać się kosztem marży. Zwłaszcza w obecnym okresie, kiedy to kryzys spowodował spadek sprzedaży w lodziarniach i kawiarniach oraz konsumpcji w lokalach gastronomicznych.

- Docelowo pozycjonowanie marki Carte d'Or jest wyższe niż marki Grycan i jakość lodów jest również wyższa - uważa Adam Szczuka. - Dlatego też zakładamy, iż po pewnym czasie nasi franczyzobiorcy będą mogli sprzedawać lody konsumentom za nieco wyższą cenę niż Grycan, generując tym samym dla siebie wyższy poziom marży. Pozycjonowanie Carte d'Or względem Grycana ma również dotyczyć samej grupy docelowej. Zdaniem firmy Ice Cafe Concept, Grycan bardzo mocno odwołuje się do tradycji, przez co przychylniej jest postrzegany przez osoby starsze, natomiast Carte d'Or to marka nowoczesna, skierowana do osób młodych, dynamicznych.



CSB-System
INTERNATIONAL

Biznesowe rozwiązanie IT
dla całego przedsiębiorstwa



Sukces jest
kwestią Systemu.

**Szybciej.
Dokładniej.
Wydajniej.**

Wiodące przedsiębiorstwa branży piekarskiej i cukierniczej na całym świecie stawiają na System CSB.

Nasze kompleksowe rozwiązania IT wzmacniają Państwa pozycję rynkową.

Państwa korzyści:

- optymalnie skonfigurowane procesy
- zrealizowane wszystkie wymagania branżowe
- gwarantowany ROI dzięki szybkiej implementacji

Więcej informacji po
zeskanowaniu kodu QR.



CSB-System Polska Sp. z o. o.
ul. Chorwacka 45, 51-107 Wrocław, Polska
tel.: +48-71-3267180
faks: +48-71-3267199
marketing@csb-system.pl
www.csb-system.pl

GESSLEROWI BIZNES SIĘ KRĘCI

Małgorzata Wnorowska

Marketing to opowiadanie historii, nie zawsze prawdziwej, ale koniecznie spójnej. W biznesie Adama Gesslera ta marketingowa opowieść idealnie zgrała się z elementami prawdziwej rodzinnej historii, kreując wizerunek biznesu, który można streścić w kilku słowach: tradycja, dzieciństwo, rzemiosło, pasja.

Zacznę od inspiracji do napisania tego artykułu. Warszawa, wczesny sobotni poranek. W Ogrodzie Saskim jeszcze pustki. Na placu zabaw tylko matki z dziećmi, bo te, gdy słońce wstaje coraz wcześniej, potrafią budzić się nawet o 5 rano. Jest za pięć dziesiąta, więc zabieram z huśtawki moje maluchy i idziemy w kierunku placu Piłsudskiego jako jedyni gapie popatrzeć na zmianę warty. Ale starszy podnosi alarm, że chce do toalety. Alarm jest bardzo poważny, więc biegniemy do pierwszych zabudowań. Wszystko pozamykane. Udaje nam się trafić w jedyne otwarte drzwi. Miły chłopak w białym fartuchu pozwala nam wejść do

środka. Jeszcze wtedy nie zorientowałam się, że zatrzasnęły się za mną drzwi restauracji „U kucharzy”. Przeszła mnie tylko myśl, że jest sobota i kelnerzy przygotowują stoły na wesele. Ale widok, którego nigdy nie zapomnę, to wielka blacha wyłożona drożdżówkami i ów miły chłopak, który wpuścił nas do środka, ręcznie dekorujący pachnące ciastka. Przez sprawne palce przepływał strumień białego lukru. Dla dziennikarza, który właśnie wrócił z kolejnych targów branżowych, gdzie prezentowano automatyczne maszyny dla cukierni, taka sytuacja to jak dla paparazzi widok prezydenta podczas spaceru z psem. Chwyciłam za aparat,

ale... pomyślałam, że miły chłopak może za swą uczynność oberwać od szefa - Adama Gesslera - gdy ten zobaczy zdjęcie w gazecie. Widok ręcznego lukrowania drożdżówek pozostanie więc tylko w mojej pamięci. Ale za to ich smak udało mi się poznać przechodząc kilka kroków dalej na Krakowskie Przedmieście, gdzie w wyjątkowym miejscu, jakim jest lodziarnia „Kręcimy lody”, spędziłam sobotni poranek.

W ŚRODKU JAK NA ZAPLECZU

Nie wszystkim wewnątrz lodziarni Gesslera się podoba. W przeciwieństwie do znanej restauratorki Magdy Gessler, która lubuje



Ekspres ciśnieniowy do kawy ma swoje osobne stanowisko, choć chyba lepiej pasowałaby tu kawiarka albo samowar.
Fot. MW



Lokalizacja przy Krakowskim Przedmieściu na głównym trakcie turystycznym to już pierwszy krok do sukcesu. Fot. MW

się w serwetkach, kwiatkach i świecznikach, Adam Gessler stawia na męską surowość. To trochę tak, jakby te lody jadło się na zapleczu a nie w cukierni. Ale właściciel tłumaczy, że najważniejsze jest delektowanie się smakiem w miejscu wyrabianych lodów, bez rozpraszania się całą tą otoczką designerską. „Kręcimy lody” to nie jest miejsce, gdzie można zasiąść na długie popołudnie i zaczytać się przy kawie i deserze lodowym. Ascetyczny wystrój na pewno temu nie sprzyja. Ale też dlatego, jest to miejsce inne niż wszystkie, z powodzeniem konkurujące ze znajdującą się naprzeciw Batidą.

Surowa, trochę podniszczona kamienna podłoga naderwana zębem czasu, a w górze jej przeciwwaga - przepiękne sklepienie i przyciągające uwagę rysunki. Do lodziarni wchodzimy wielkimi, przestronnymi drzwiami, które wpuszczają do środka mnóstwo światła. To wielki plus wnętrza. Po lewej stronie stoi prosty drewniany stół udekorowany w zależności od pory roku i zastawiony - jak w domowej kuchni - różnymi przysmakami, ciastami, butelkami nalewek. Tym razem moją uwagę przyciągają drożdżówki. Myślę: to te same, które dekorował miły chłopak za rogiem. Mam niezbity dowód, że marketing braci Gessler nie jest karykaturą ich biznesu, a jedynie dodatkiem do wysokiej jakości autentycznych wyrobów rzemieślniczych.

Tym autentyzmem Gesslerowie zdają się wyprzedzać niesłuszny kult Bliklego, który w ostatnim czasie pod wodzą Łukasza, syna Andrzeja, przekształcił się w mocno komercyjny brand. O Bliklem jako warszawskiej tradycji cukierniczej nie można więc mówić inaczej jak tylko w czasie przeszłym. Gesslerowie natomiast, choć bardziej wpisują się w branżę gastronomiczną, tę tradycję kultywują i w sposób spójny dopisują do niej kolejne rozdziały scenariusza.

RYSZARD W ROLI GŁÓWNEJ

W „serialu” Kręcimy lody w reżyserii braci Gessler mamy więc kultową postać pana Rysia, który obsługuje oldskulową maszynkę do wypiekania rurek. To jak pokaz ginącego rzemiosła. Z ciasta (woda, mąka, żółtka, cukier, trochę oleju) wypiekany jest okrągły płat wafłowy, następnie ręcznie przez pana Rysia rolowany i napełniany bitą śmietaną. Taka atrakcja - produkcja na oczach klienta - wliczona w cenę 3 zł za rurkę jest zabiegiem marketingowym znacznie więcej wartym niż najlepsza witryna www. Zaraz po Starówce i placu



Świeżo wypieczone drożdżówki są oblewane lukrem w tradycyjny sposób, czyli ręcznie a nie przez dekoratorkę.
Fot. MW



Pan Ryszard od 30 lat specjalizuje się w produkcji rurek, a jego stanowisko w lodziarni Gessler jest niewątpliwie atrakcją turystyczną.
Fot. MW

Zamkowym podglądanie pracy pana Rysia staje się obowiązkowym punktem atrakcji na mapie turystycznej Warszawy (jak niegdyś pączek u Bliklego).

OWSIANKOWY HIT LATA

Opowieść nabiera zatem kształtów: świetna sceneria (lokalizacja, wystrój), ciekawa obsada (pan Rysio), ale i dobry scenariusz (menu), którego nie nafaszerowano pospolitymi pozycjami obowiązkowymi. Oczywiście scena kulminacyjna to witryna lodowa naprzeciw głównego wejścia, a w niej lody kręcone na miejscu z naturalnych składników: cynamonowe, chałwowe, różane. Hit tego sezonu to lody owsiankowe, zupełna nowość wpisująca się w ekologiczny trend i jednocześnie smak, który wyróżnia Gesslera od innych kreatorów lodowej mody, prześcigających się w wymyślaniu kolejnych smaków.

Obok lodowej, witryna z ciastami i tortami (wśród nich wyśmienity bezowy). Po lewej stanowisko z ekspresem ciśnieniowym do kawy. On jeden wydaje się statystą jakby nie z tego filmu. Dużo lepiej pasowałyby kawiarka albo samowar. Ale klienci na forach internetowych piszą: „najlepsze cappuccino w mieście”, więc może tej pianki nie dałoby się uzyskać inaczej. Inni z kolei wypisują: „kelnerki niemiłe”, „zatrudnione na umowę-zlecenie”. Może i Gesslerowie coś kręcą, ale w tej konwencji biznes kręci się dobrze. ■

POLSKI CHLEB WCIAŻ IMPORTOWANY

Wojciech Osiński

Pomimo dużej ilości polskich sklepów, produkcja naszego chleba w Niemczech bardziej się zwija niż rozwija. Coraz częściej podnoszą się głosy krytyki, postulujące większe inwestycje w polskie piekarnictwo na terenie Niemiec, gdyż na nasze pieczywo - to sprowadzane z Polski - popyt wciąż rośnie.

- Kiedy kilka lat temu otworzyłem swój sklep, już pierwszego dnia pytano mnie, czy będę sprzedawał chleb. Ku mojemu zdumieniu, dzień później pojawiła się długa kolejka - opowiada Jacek Sirau, właściciel delikatesów Nasz sklepik w Berlinie Haselhorst. - Niemieccy piekarze zaczynają się bać naszych wypieków, bo polski chleb jest nie tylko lepszy w smaku, ale również znacznie tańszy - mówi.

W istocie, za świeży bochenek polskiego chleba wieloziarnistego płaci się mniej niż np. za niemieckie pieczywo w supermarkecie, w dodatku produkowane tańszą metodą. Co więcej, niemieckich piekarzy nie stać na to, aby w dalszym ciągu obniżać ceny swoich produktów.

- Ich możliwości zostały wyczerpane i uważam, że wkrótce nasz chleb będzie hitem w całych Niemczech - przekonuje Jacek Sirau.

SMAKUJE NIE TYLKO NIEMCOM

- Polski chleb śliwkowy podbił serca Berlińczyków - wtóruje mu Dariusz Klichowski, właściciel stołecznej sieci sklepów spożywczych U Zosi. Pieczywo znad Wisły cieszy się w Niemczech niebywałym powodzeniem, i to nie tylko wśród polskich emigrantów. W chleby u Klichowskiego zaopatrują się bowiem także Turcy, Rosjanie, Arabowie a nawet Chińczycy. Oczywiście, także i rodowici Niemcy.

- Nasi niemieccy klienci często są wręcz zaskoczeni, że zwykły chleb może mieć tyle odcieni smaku - opowiada Krzysztof Stasiło, właściciel polskiej kawiarni cukierniczej Mały Książę w Kreuzbergu, która cieszy się dużym powodzeniem wśród polskich gastronomików w stolicy. Sprzyja temu zapewne fakt, że naprzeciwko jego lokalu jest kościół św. Jana, najważniejsza bodajże ostoja berlińskiej Pol-



W sklepie U Zosi można kupić m.in. polski chleb śliwkowy, który „podbija” dzielnicę Tiergarten.
FOT. WOJCIECH OSIŃSKI

nii. Obok, całkiem okazałej zresztą, kawiarni, gdzie oferowane są również pyszne specjały trafiające tu prosto z pracowni polskich cukierników, znajduje się niepozorny sklepik, także należący do Krzysztofa Stasiła. Klienci znajdą w nim najrozmaitsze gatunki pieczywa: chleb razowy, żytni kanapkowy, pszenno-żytni, wieloziarnisty i żytni pytlowy. Wypieki oferowane w sklepie sprowadzane są głównie z piekarni Asprod w Kliniskach Wielkich nieopodal Szczecina.

SZYBKI IMPORT ZE SZCZECINA

Co kuriozalne, w pewnym sensie polskie pieczywo zawdzięcza swój sukces restrykcyjnym przepisom, które jeszcze obowiązywały za cza-

sów PRL. Polscy piekarze nie mieli możliwości zastosowania środków akcelerujących procesy produkcji lub korzystania z nowoczesnej technologii. W czasach niemieckiego cudu gospodarczego w latach 70. XX w. ich koledzy z RFN stosowali rzekomo najnowszą technologię, jednakowoż prowadzącą donikąd. Według opinii Jacka Sirau, Polacy dzięki temu dzisiaj mają najlepszy chleb w Europie.

- Mój przyjaciel ze Szczecina twierdzi, że do jego piekarni przysyłają mu młodych aspirantów z Europy Wschodniej na przeszkolenie - twierdzi wskazując palcem na swój stół z polskim pieczywem. Zarówno on, jak i Dariusz Klichowski sprowadzają chleby ze szczecińskiej piekarni Markowa, gdyż na te-

renie Niemiec właściwie nie ma tradycyjnych polskich piekarni. Jedynym wyjątkiem jest zakład Andrzeja Druka, którego produkty można kupić w jego sklepie Klon w Berlinie Charlottenburgu. Oferuje on własny gatunek chleba, wypiekany na naturalnym kwasie podczas wielofazowej fermentacji.

- Chleb z mojej produkcji nie ma żadnych konserwantów i środków chemicznych, dzięki czemu zachowuje świeżość aż przez tydzień - zapewnia piekarz-sklepikarz.

BRAK PIEKARNI, BO ZA BLISKO DO GRANICY

Pomimo bliskości geograficznej oraz doskonałych polsko-niemieckich stosunków gospodarczych trzeba przyznać, że w innych krajach Europy Zachodniej sytuacja polskiego piekarnictwa wygląda znacznie lepiej. Pomysł polskich sklepików spożywczych w Berlinie czy Poczdamie, zresztą słuszny, w praktyce zmienił się w problem.

- Polskich piekarzy w Berlinie nie ma, bo to nieopłacalny interes. Po co zakładać tu własne piekarnie, skoro za niespełną godzinę mogą być w Szczecinie? - pyta Dariusz Klichowski. Podobnie odpowiadają inni polscy sklepikarze w Berlinie, co zresztą nie jest pozbawione trafności. Zakrawa omalże na ironię, że właśnie krótka odległość zdaje się być największym utrudnieniem dla powstawania naszych zakładów piekarskich na niemieckim rynku. W Belgii lub we Francji od lat działają i prężnie rozwijają się polskie piekarnie, podobnie jest na Wyspach Brytyjskich, nie mówiąc już o krajach po drugiej stronie Atlantyku. W Kanadzie polskie pieczywo cieszy się niesłychanym powodzeniem, a w okolicach Ontario działa aż kilkadziesiąt polskich piekarni, które również dostarczają swoje produkty do Stanów Zjednoczonych. Polska piekarnia na terenie Niemiec również mogłaby eksportować pieczywo do innych krajów, a nie tylko rozprowadzać je w Niemczech.

ZDROWE, ORYGINALNE I TAŃSZE

Polski chleb uznawany jest w Europie za jeden z najzdrowszych. Wie o tym dobrze Andrzej Druk z Berlina, który sprzedaje w swoim sklepie m.in. polski chleb pełnoziarnisty ze słonecznikiem, którego ziarna znane są ze swoich nienasyconych kwasów tłuszczowych, mających pozytywny wpływ na obniżenie poziomu trójglicerydów i cholesterolu.

Inną zaletą naszych wyrobów piekarskich jest ich oryginalność. W kawiarni Mały Książę w Kreuzbergu dużą popularnością cieszy się



Jacek Sirau, właściciel Naszego Sklepiku w Berlinie Haselhorst jest przekonany, że warto wykorzystać promocyjną siłę polskiego chleba.
FOT. WOJCIECH OSIŃSKI

np. pieczywo z ciemnej mąki z dodatkiem orzechów lub śliwek. Dla Niemców takie gatunki chleba są częstokroć egzotyczne i jednocześnie ciekawe. Z kolei w Naszym Sklepiku rodziny Sirau do stałych hitów zaliczają się Chleb wiejski oraz Chleb babuni, których smaki wielu konsumentom kojarzą się z dzieciństwem lub wakacjami na wsi. Są one kupowane głównie przez Polaków, co jest całkiem zrozumiałe, jeśli uświadomimy sobie, że sklep znajduje się w zamieszkałej licznie przez naszych rodaków dzielnicy Haselhorst.

Ekspertki zapewniają, że jeśli uda się naszym piekarzom utrzymać jakość tradycyjnego chleba, to może on stać się narodowym produktem eksportowym niczym pizza we Włoszech lub hamburger w USA. Ze względu na swoje szczególne składniki i receptury, polskie pieczywo nadal będzie wyjątkowe i kupowane nawet wtedy, jeśli miałyby trochę podrożeć.

NIEMIECKI RYNEK WCIAŻ NIENASYCONY

Nie ma co do tego wątpliwości Andrzej Udziela, właściciel kilku sklepów z pieczywem w miejscowościach niemieckiego pogranicza. Sam mieszka w Kowalowie, niespełna kilkanaście kilometrów od przejścia granicznego w Słubicach w Lubuskiem. Od 13 lat prowadzi tam swoją piekarnię i cukiernię Mika, przy czym podkreśla, że interes rozkręcił się dopiero po wejściu Polski do Unii Europejskiej. Pierwszą próbę wejścia na niemiecki rynek Andrzej Udziela podjął już w połowie lat 90. w połączonym mostem ze Słubicami

Frankfurcie nad Odrą. Wspólnie ze znajomą Niemką otworzyli tam pierwszy sklep z pieczywem poza granicami Polski. Niestety, w tej beczce miodu znalazła się cała chochla dziegciu. Chleb sprzedawał się zbyt dobrze, więc już po krótkim czasie doszło do protestu ze strony niemieckich handlowców i piekarzy. Po krytycznych artykułach w lokalnej prasie, głównie w „Märkische Oderzeitung”, polski piekarz zmuszony był zamknąć sklep. Swoją „eksport” pieczywa ograniczył do dostarczania chlebów marketom w przygranicznych miastach, gdzie przyjeżdżało dużo Niemców. Przedsiębiorca z Kowalowa nie zniechęcił się jednak do pomysłu, aby zaistnieć na niemieckim rynku i już rok przed wstąpieniem Polski do UE wziął kredyt, aby zmodernizować swój zakład i dostosować go do unijnych wymogów.

- Przedtem procedura na granicy i formalności były skuteczną barierą. Po 1 maja 2004 większość z tych problemów przestała istnieć. Wówczas byłem już dobrze przygotowany od strony technicznej i mogłem zacząć zdobywać niemieckich klientów - wspomina Andrzej Udziela, który obecnie ma 11 sklepów po obu stronach polsko-niemieckiej granicy. Od siedmiu lat wciąż zdobywa nowych klientów, którzy - jak twierdzi piekarz - zachwalają jego produkty oraz ich względnie atrakcyjne ceny, notabene znacznie niższe niż w Niemczech. W planach ma otwarcie kolejnych lokali, w tym również sklepu w Berlinie. Cała produkcja wciąż odbywa się w Polsce, m.in. dlatego, że wciąż jest to tańsze. A do granicy przecież niedaleko. ■

SMAK PIECZYWA TO TEŻ DZIEDZICTWO

Ruszyła kolejna, dwunasta już edycja konkursu Nasze Kulinarne Dziedzictwo - Smaki Regionów, który dla tradycyjnych rzemieślniczych piekarni jest świetną okazją do promocji na cały kraj. Pod warunkiem, że mają do zaoferowania wyrób, który wyróżnia się nie tylko smakiem, ale też niepowtarzalną recepturą.

Organizowany od 2000 roku konkurs udowodnił, jak wspaniałą i oryginalną żywność mogą zaoferować polscy producenci konsumentom nie tylko w kraju, ale również we wszystkich krajach Unii Europejskiej i poza nią. Podkreślić trzeba, że to właśnie jego laureaci sprzed lat dziś mogą poszczycić się unijnymi oznaczeniami, takimi jak Chroniona Nazwa Pochodzenia, Chronione Oznaczenie Geograficzne czy Gwarantowana Tradycyjna Specjalność, a także znakiem krajowym Jakość Tradycja. Przeważająca większość produktów wyłonionych i nagrodzonych w konkursie wpisana jest także na Listę Produktów Tradycyjnych przy Ministrze Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Ważne jest też i to, że do wspierania produkcji i promocji lokalnych specjałów włączyły się miejscowe samorządy.

Celem konkursu - obok głównego, jakim jest identyfikacja regionalnych produktów oraz ich promocja - stało się również w ostatnich latach przygotowanie lokalnych producentów do uczestniczenia w systemach jakości żywności, zarówno na szczeblu unijnym, jak i krajowym. Konkurs ma też zachęcać mieszkańców wsi, zwłaszcza tych o niekorzystnych warunkach gospodarowania, do poszukiwania alternatywnych źródeł dochodu.

Konkurs ma charakter otwarty i przystąpić może do niego każdy producent wyrobów regionalnych i tradycyjnych, spełniających kryteria konkursowe - zapewnia organizator przedsięwzięcia Polska Izba Produktu Regionalnego i Lokalnego.

W pierwszym etapie rywalizacji - w czasie finałów regionalnych - wyłonieni zostają laureaci w czterech kategoriach: produktów pochodzenia roślinnego (m.in. pieczywo, wyrób cukierniczy), zwierzęcego, napojów



Imprezy organizowane w całej Polsce w ramach konkursu Nasze Kulinarne Dziedzictwo (na zdjęciu festyn w Gdańsku Oliwie), przyciągają zarówno amatorów tradycyjnych regionalnych wyrobów, jak również sporą rzeszę turystów. Fot. B&S

i produktów mieszanych oraz najlepszego dania oraz potrawy regionalne i tradycyjne. W drugim etapie spośród produktów nominowanych w poszczególnych regionach Krajowa Kapituła Konkursu wybiera najlepsze i przyznaje im nagrodę - statuetkę Perły. Przypomnijmy, że w ubiegłym roku wyróżnienie to za Chleb z młyna żytni na zakwasie otrzymali Beata i Zenon Feszczuk - reprezentanci województwa dolnośląskiego. Osobną honorową nagrodą jest też wyróżnienie osób najbardziej zasłużonych dla promocji i rozwoju rynku polskich produktów regionalnych, które otrzymują Klucz do Polskiej Spizarni. Tegoroczna edycja konkursu potrwa do września, a jej finał zorganizowany będzie w Poznaniu podczas

targów Polagra-Food, którym towarzyszyć będzie, podobnie jak w latach ubiegłych, prezentacja laureatów i regionów w pawilonie Smaki Regionów.

Po majowych regionalnych finałach w Mikołowie i Gdańsku Oliwie konkurs Nasze Kulinarne Dziedzictwo - Smaki Regionów zawita jeszcze m.in.: 17 czerwca w Tokarni (woj. świętokrzyskie), 21 lipca w Szczecinie, 28 lipca w Lesku (woj. podkarpackie), 1 sierpnia w Białymstoku, 5 sierpnia w Bierkowie (opolskie), 10 sierpnia w Poznaniu, 25 sierpnia we Wrocławiu, 26 sierpnia w Chorzowie i 26 sierpnia w Ochli (Lubuskie).

Więcej informacji o możliwościach udziału w konkursie na www.produktyregionalne.pl

TP

CIASTO MIESIĄCA: TORTY LODOWE



**TORTY LODOWE
TO TYLKO NISZA
STR.41**

**TECHNOLOGIA
PRODUKCJI
STR. 38**

**DEKORACJA
NA MROŻNYM STOLE
STR. 43**

**TRENDY PROSTO
Z ZACHODU
STR.44**

**WIELE WARSTW
I KOLORÓW Z JEDNEJ
MASZYNY
STR. 36**

TORTY LODOWE...

PODBIJAJĄ WESELA

Torty lodowe najłatwiej znaleźć w ofercie sieciowej. Zdecydowana większość zakładów cukierniczych wycofała się jednak z produkcji lodowych przysmaków.

- Torty lodowe w cukierni to rzadkość, co wynika chyba nie tyle ze skomplikowanego procesu produkcji, ile z trudności w przechowywaniu i transporcie z cukierni. Tort lodowy musi być przewożony w odpowiednich warunkach chłodniczych, inaczej z efektów ciężkiej pracy cukiernika może niewiele zostać.

Str. 44-35

ICH CEL TO...

ZAMROZIĆ I NAPOWIETRZYĆ

Przygotowanie lodów wymaga nie tylko fachowych umiejętności, ale również odpowiednich urządzeń, bez których otrzymanie dobrej jakości produktu jest wręcz niemożliwe. Na palcach jednej ręki można policzyć w Polsce lodziarzy, którzy w rzemieślniczej produkcji nie używają frezów. Ta maszyna jest po prostu niezbędna.

Str. 38-40

LINIA RZEMIEŚLNICZA

TORTICA RÓWNIEŻ DO DESERÓW

Tortica firmy Ice Group jest zaawansowaną, wielostacjonową linią produkcyjną, charakteryzującą się w pełni automatycznym procesem produkcyjnym. Służy do wyrobu wszelkiego rodzaju tortów lodowych, lodów w opakowaniach rodzinnych oraz szerokiej gamy innych wyrobów. Na jej wyposażeniu są tace ze stali nierdzewnej o różnych rozmiarach.

Str. 36-37

TORTICA DO TORTÓW I DESERÓW LODOWYCH

Małgorzata Wnorowska

Tortica to wszechstronna maszyna przemysłowa do zastosowań rzemieślniczych. Jej główne przeznaczenie to produkcja tortów lodowych, ale także wszelkich innych lodowych deserów.

Tortica firmy Ice Group jest zaawansowaną, wielostacjonową linią produkcyjną, charakteryzującą się w pełni automatycznym procesem produkcyjnym. Służy do wyrobu wszelkiego rodzaju tortów lodowych oraz lodów w opakowaniach familijnych - wliczając w to typ Napoli oraz 5-litrowe lody serwowane w gałkach. Zaletą tej maszyny jest to, że nie jest ona ograniczona do jednego wyrobu, lecz pozwala na produkcję bardzo szerokiej gamy wyrobów.

Na jej wyposażeniu są tace ze stali nierdzewnej o różnych rozmiarach i różnej liczbie produktów na każdej z nich.

EKSTRUADOWANE LUB Z ROZETEK

Tortica może produkować różne formy tortów lodowych: ekstrudowanych i zdobionych lub zbudowanych wyłącznie z wielowarstwowych rozetek z suchym lub mokrym toppingiem między warstwami. Opakowania o zróżnicowa-

nych kształtach mogą być wypełniane np. trzema, czterema, sześcioma, ośmioma rozetkami lub „cebulkami” oraz za pomocą dekoratorów. Z kolei przy napełnianiu niewielkich opakowań lub form silikonowych wykorzystać można np. pojedyncze dozowniki Ice Group Star, Cobra, Cestelli/Ranieri. Użytkowanie silikonowych tac umożliwia wytwarzanie produktów przemysłowych o charakterze rzemieślniczym: lodów, deserów mrożonych, musów czy puddin-



Opakowania o zróżnicowanych kształtach mogą być wypełniane rozetkami lub „cebulkami” oraz za pomocą dekoratorów.
FOT. SILIKOMART



Linia pozwala na produkcję tortów lodowych wielowarstwowych, wielokolorowych i wielosmakowych.
FOT. NN

gów, które są coraz bardziej popularne wśród konsumentów. Typowym segmentem rynku, w którym produkty wytworzone na linii Tortica znajdują coraz więcej zastosowań, jest HoReCa, czyli wysokomarżowe produkty dla hoteli, restauracji i kawiarni. Koncept maszyny umożliwia poszerzenie zakresu jej zastosowań zgodnie z nowymi, rozwijającymi się potrzebami klientów.

EUROPEJSKIE STANDARDY

Linia wykonana jest głównie ze stali nierdzewnej i pozbawiona elementów aluminiowych. Tortica spełnia standardy bezpieczeństwa CE, dlatego wyposażono ją m.in. w osłony bezpieczeństwa z blokującymi przełącznikami, zatrzymującymi maszynę w przypadku jej nagłego otwarcia w trakcie pracy. Ponadto, na całym obwodzie maszyny łatwo dostępny jest wyłącznik bezpieczeństwa, służący do natychmiastowego jej zatrzymania z każdego punktu operacyjnego.

OSZCZĘDNOŚĆ

Zaletą linii jest optymalna wielkość, a przez to oszczędność przestrzeni, co zapewnia ciekawie rozwiązany owalny stół roboczy. Do tego bardzo łatwo się ją przemieszcza, gdyż mobilną linię wyposażono w kółka, które po ustawieniu maszyny blokuje się zamkiem. Z kolei precyzyjne wypoziomowanie i ustawienie urządzenia umożliwiają regulowane nóżki.

Linia dostępna jest także w wersji dwurzędowej - wówczas zainstalowana jest specjalny taśmociąg.

Operator steruje maszyną przy pomocy komputera przemysłowego ze sterownikiem PLC i panelem kontrolnym z wyświetlaczem dotykowym (touch screen) o przekątnej 5" lub 10".



Zaletą linii Tortica jest optymalna wielkość, a przez to oszczędność przestrzeni, co zapewnia ciekawie rozwiązany owalny stół roboczy. FOT. ICE GROUP

SERWONAPĘD

Napęd główny stanowi silnik serwo, który spełnia najwyższe wymagania jakościowe w zakresie techniki napędowej. Zbudowany jest w sposób modułowy, a przy tym - jak zapewnia producent - osiągają długą żywotność, bez konieczności konserwacji. Napędzanie kolumny dozującej silnikiem serwo pozwala na pełną kontrolę ruchu dozowania (płynną modyfikację krzywej momentu dozowania). Umożliwia to pracę z przeróżnymi pojemnikami i dozownikami zamontowanymi na kolumnie.

reklama



Dzięki zastosowaniu różnorodnych form silikonowych, linia może służyć do produkcji nie tylko tortów lodowych, ale również deserów mrożonych, musów, puddingów. FOT. SILIKOMART

reklama

PIEKARNIA

ZAPRASZA
DO WSPÓLPRACY

Zainteresowanych wdrożeniem i zastosowaniem
przedwojennych technologii
oraz wielu receptur wypieku pieczywa

OFERUJEMY TAKŻE

Wyprowadzanie i prowadzenie żywego zakwasu żytniego

Wiele gatunków chleba i bułek
(sączywicie lub zastawienie szlacznych polepszaczy)

Bogaty asortyment drażdżówek

Jesteśmy gotowi udzielić wsparcia piekarniom
w słabszej kondycji

ŻYWY ZAKWAS • STARE RECEPTURY

PRAWDZIWY CHŁEB

tel. 788 313 402 tel. 609 857 627

FREZERY NASZPIKOWANE ELEKTRONIKĄ

Tomasz Przysiężny

Przygotowanie lodów wymaga nie tylko fachowych umiejętności, ale również odpowiednich urządzeń, bez których otrzymanie dobrej jakości produktu jest wręcz niemożliwe. Na palcach jednej ręki można policzyć w Polsce lodziarzy, którzy w rzemieślniczej produkcji nie używają frezery. Ta maszyna jest po prostu niezbędna.

Rzemieślniczy wyrób lodów w naszym kraju powoli zaczyna przeżywać swój renesans. Coraz więcej cukierników, głównie w sezonie letnim, uruchamia większą lub mniejszą produkcję lodziarską nie tylko po to, by urozmaicić swoją ofertę tortów, ciast i deserów, ale również, a właściwie przede wszystkim po to, aby na tym zarobić.

Polski rynek konsumentów lodów wcale nie jest taki mały, chociaż rzeczywiście produkty te wciąż trzeba zaliczyć do sezonowych. Od kwietnia do września interes kwitnie, w pozostałych miesiącach jest zdecydowanie gorzej. Nie dziwi więc fakt, że właścicielom cukierni łatwiej, prościej i taniej zainwestować w kupno lub nawet dzierżawę automatu do lodów włoskich albo tzw. amerykańskich niż w pasteryzator, frezer, dojrzewalnik i inne urządzenia niezbędne do własnej produkcji lodów gałkowych. Oprócz tego potrzebny jest jeszcze pracownik, który potrafi zrobić dobre lody, a o takich fachowców również nie jest łatwo. Mimo tych wszystkich argumentów, jakie zdają się przemawiać przeciwko inwestycji we własną lodziarską pracownię, na szczęście z roku na rok przybywa cukierników, którzy je otwierają. Nie boją się oni zainwestować w sprzęt i technologie, aby szukać odbiorców swoich towarów również na rynku lodziarskim. Zwłaszcza że lody świetnie „współpracują” z wyrobami cukierniczymi, czego najlepszym przykładem są choćby torty lodowe.

ZAMROZIĆ I NAPOWIETRZYĆ

Wszystkie czołowe polskie firmy zaopatrujące lodziarzy w profesjonalne maszyny, a także ich nieliczni krajowi producenci mają w swoich ofertach frezery. Jakie są ich możliwości techniczne, jaką mają wydajność, w jakie najnowsze udogodnienia



Simply to frezery pionowe, które pozwalają na uzyskanie rzemieślniczych produktów o bardzo kremowej konsystencji i smaku, gdyż ich praca w dużym stopniu przypomina tradycyjne ręczne kręcenie lodów.
FOT. VALMAR GOLD / SAVPOL

technologiczne zostały wyposażone przez producentów? Postaramy się na te pytania odpowiedzieć na przykładzie kilku urządzeń, które mimo iż nieco się od siebie różnią, to jednak mają wspólny cel: zamrozić i napowietrzyć mieszankę lodową.

Firma Savpol, przedstawiciel słoweńskiego producenta Valmar Gold, w ostatnim czasie znacznie rozszerzyła swoją ofertę dla lodziarzy m.in. o ekonomiczne pionowe frezery Simply. W porównaniu do tradycyjnych i rozpowszechnionych frezery poziomych, urządzenia w wersji pionowej pozwalają na uzyskanie lodów o bardziej kremowej konsystencji i smaku. Ich praca w dużym stopniu

przypomina tradycyjne ręczne kręcenie lodów, dlatego też tego typu urządzenia znajdują zastosowanie głównie przy produkcji rzemieślniczej. Lodziarze pracujący na tych maszynach uważają też, że dają one więcej swobody i możliwości twórczych, zwłaszcza gdy chce się osiągnąć indywidualny i niepowtarzalny wyrób oraz eksperymentować na tradycyjnych recepturach.

W frezerze Simply zastosowano opatentowaną technologię, która pozwala m.in. na dowolność w wybieraniu receptury na lody lub różnorodność w wyborze temperatury chłodzenia. Dzięki temu można otrzymać produkt o pożądanej kon-

systemy bez względu na to, czy powstały z masy tradycyjnej czy też na bazie proszków. Ilość mieszanki oraz innych dodatków na jeden cykl jest elastyczna i można ją zmienić bez konieczności zatrzymania cyklu.

Ten sam włoski producent jest też obecny na polskim rynku z frezermi Snowy. Najprostszym z nich to manualna maszyna adresowana zarówno dla początkujących jak i doświadczonych cukierników. Szczególnie zdaje egzamin w małych lodziarniach i kawiarniach, gdzie zapotrzebowanie na lody nie będzie większe niż 30 kg w ciągu godziny (tyle maksymalnie jest w stanie wyprodukować najmniejszy model Snowy), czyli do 5 kg na cykl.

Większy, wydajniejszy i nie wymagający ręcznej obsługi Snowy Quick to z kolei urządzenie, które łączy innowacyjną technologię z tradycyjną metodą kręcenia lodów. Producent maszyna zapewnia, że może ona pracować nieprzerwanie przez wiele godzin, przy czym jest nie tylko prosta w obsłudze, ale również bardzo wydajna - model XL umożliwi wyprodukowanie 27 kg lodów podczas jednego cyklu, co daje ponad 160 kg/h.

DO LODÓW, SORBETÓW LUB SLUSHU

Carpigiani to marka znana lodziarzom nie tylko w Europie, ale również na świecie. Ten włoski producent przez konsumentów kojarzony jest przede wszystkim z automatami do lodów włoskich, ale nic dziwnego, skoro mają oni wyłącznie kontakt z tego rodzaju maszynami, które spotkać można zarówno w dużych lodziarniach, jak i mniejszych cukierniach oraz sezonowych budkach z lodami. Dla fachowców jednak ta włoska marka to przede wszystkim urządzenia do profesjonalnej produkcji lodów rzemieślniczych, w tym również frezery.

W najnowszej ofercie Carpigiani, z którą polscy lodziarze-rzemieślnicy mogą się zetknąć za pośrednictwem oficjalnego przedstawiciela producenta - firmy Primulator - są m.in. elektroniczne maszyny serii Labo XPL oraz Labotronic RTL. Frezery Labo XPL dostępne są w trzech wersjach o różnej wydajności (od 30 do 60 kg) i mogą być wykorzystane przy produkcji różnych wyrobów. Urządzenie ma trzy programy zamrażania, odpowiednio dla specyfiki finalnych produktów. Dla lodów mlecznych dedykowany jest program zamrażający mieszankę w większym stopniu, aby zwiększyć spójność i konsystencję mieszanki. Użytkownik frezera ma jednak swobodę zmiany twardości lodów, a tym samym możliwość dostosowania ich właściwości do indywidualnych potrzeb. Z kolei korzystanie z programu, który zamraża mieszankę w mniejszym stopniu, pozwala zachować intensywność smaku dla lodów owocowych i sorbetów. Jeszcze inny program, w jaki

wyposażony jest frezer, dostosowano do slushu - krystalizuje kremolady owocowe, zapewniając im gładką i równomierną konsystencję.

Labo XPL, jak przystało na frezer XXI wieku, ma różne udogodnienia, których zadaniem jest nie tylko ułatwić produkcję lodów, ale również w maksymalnym stopniu na bieżąco ją kontrolować. Producent wyposażył urządzenie m.in. w system Hard-O-Time, informujący o zaprogramowanym czasie zamrażania i o tym, jakie jeszcze pozostało do uzyskania idealnej konsystencji lodów. Maszyna ma też specjalny świder POM - mieszadło bez centralnego wałka, którego ramiona wyposażone są w skrobaki dopasowujące się do powierzchni cylindra, co ma zapewnić optymalne wymieszanie i dokładne opróżnianie cylindra. We frezerze Labo XPL zastosowano również system Post-refrigeration, ułatwiający utrzymanie stałej jakości lodów podczas wydawania. Ma on szczególne znaczenie przy maszynach o dużej pojemności cylindra. System pozwala na przerywanie wydawania lodów, a następnie samoistnie kontroluje konsystencję masy lodowej i w razie potrzeby domraża ją.

KONSYSTENCJA NA ŻĄDANIE

Do najnowszych i najbardziej zaawansowanych technologicznie linii frezerów poziomych należą

również urządzenia z serii Labotronic RTL (pięć modeli o godzinowej wydajności od 30 do 100 kg lodów). Zastosowano w nich opatentowany system Hard-O-Dynamic, który po rozpoczęciu procesu frezowania automatycznie kontroluje i indywidualnie dopasowuje końcową konsystencję lodów w zależności od ilości i rodzaju mieszanki, a także rodzaju zaprogramowanego produktu finalnego. Co ciekawe, docelowa konsystencja lodów może być łatwo zmieniona podczas całego cyklu.

Brak zasilania urządzenia lub przypadkowe jego zatrzymanie rozpoczyna automatyczny proces rozmrażania, w celu ponownego i szybkiego wznowienia cyklu produkcyjnego, pozwalając równocześnie na ekstrakcję lodów i uniknięcie strat - zapewnia firma Carpigiani.

KONTROLA „JONOWA”

Spora część frezerów dla rzemieślników dostosowana jest niemal głównie do lodów. Są jednak również urządzenia, których producenci dostrzegli potrzebę rozszerzenia asortymentu frezowanych wyrobów. Należą do nich np. maszyny MT3, MT4, MT5 oraz MT7 firmy Icetech, które można doposażyć w funkcję Granita, pozwalającą na produkcję popularnych sycylijskich napojów mrożonych. Proces produkcyjny jest



Urządzenie Icetech MT3 po zakończeniu frezowania automatycznie cały czas będzie utrzymywało ustawione wcześniej parametry. Fot. ICETECH



Labotronic RTL należą do najnowszych i najbardziej zaawansowanych technologicznie frezerów na świecie (na zdjęciu w „towarzystwie” pasteryzatora). Fot. CARPIGIANI



Uniwersalne urządzenie Bravo z technologią Trittico Startronic ma niezależnie pracujące i osobno sterowane układy pasteryzacji oraz mieszania-zamrażania masy lodowej.

FOT. BRAVO

► kontrolowany i sterowany automatycznie przez mikroprocesor elektroniczny, który pozwala spersonalizować cykl produkcji lodów przy użyciu właściwie każdej mieszanki - wystarczy tylko ustawić żądaną konsystencję, a maszyna automatycznie wybiera fazę produkcji. Po jej zakończeniu osoba obsługująca urządzenie może, ale nie musi od razu opróżniać go z masy lodowej, gdyż frezer automatycznie cały czas będzie utrzymywał ustawione wcześniej parametry.

Inne, również popularne wśród rodzimych lodziarzy frezery Gelmatic Startronic także są wyposażone w najnowsze zdobycze techniki, mające zoptymalizować produkcję i sprawić, aby była powtarzalna. W urządzeniu Gelmatic Startronic Plus zastosowano m.in. inwerter i system jonizujący. To pierwsze rozwiązanie (falownik) pozwala regulować szybkość obrotów mieszadeł i zmieniać ją w zależności od danych zebranych przez sondę i przetworzonych przez system elektronicznej kontroli masy lodowej. Producent tych frezerów - firma Bravo - zastosowała w swoich urządzeniach również opatentowany system kontroli „jonowej”, który sprawdza masę lodową na końcu procesu ubijania i zamrażania. Dwa czujniki - jeden umieszczony na drzwiach, drugi umieszczony na elemencie przesuwającym maszyny - analizują wszystkie parametry niezbędne do tego, aby wyprodukowane lody były jak najwyższej jakości.

DWA W JEDNYM

O tym, że Włochy to światowa potęga lodziarska, przekonywać nikogo już nie trzeba. Podobnie jak o tym, iż to właśnie Włosi dominują na świecie w produkcji frezerów. Należą do nich również konstruktorzy z firmy Technogel, któ-

rzy opracowali całą serię elektronicznych maszyn Mantegel. Frezery te mają m.in. specjalne opatentowane potrójne ramiona wykonane ze stali nierdzewnej, których zadaniem jest idealnie wymieszać składniki, a jednocześnie do minimum ograniczyć hałas i drgania maszyn, jakie zawsze w większym lub mniejszym stopniu towarzyszą procesowi frezowania. Również i te urządzenia naszpikowane są elektroniką, która ma czuwać nad właściwą konsystencją lodów, w zależności od wybranego przez lodziarza trybu pracy. Opcjonalnie frezery Mantegel mogą być wyposażone również w elektroniczny sterownik do produkcji kostek lodu, a tym samym znaleźć zastosowanie także w gastronomii.

Producenci wciąż starają się na wszelkie możliwe sposoby uatrakcyjnić swoje urządzenia. Świadczy o tym również fakt, iż niemal każdy z nich, oprócz frezerów i pasteryzatorów ma w swojej ofercie również maszyny wielofunkcyjne, będące połączeniem obu tych różnych urządzeń w jednej obudowie. Takie rozwiązanie wydaje się być idealne zwłaszcza dla początkujących lodziarzy, którzy nie muszą osobno przeprowadzać pasteryzacji mieszanki. Przypomnijmy, że ta technika konserwacji przy pomocy odpowiedniego podgrzewania produktów ma zniszczyć lub zahamować wzrost drobnoustrojów, lecz jednocześnie nie zepsuć smaku lodów i nie obniżyć ich wartości odżywczych.

STERYLNOŚĆ TO PODSTAWA

Do takich wielofunkcyjnych urządzeń należą np. maszyny z serii Smarty produkowane przez wspomnianą już słoweńską firmę Valmar Gold. Ich zadaniem jest szybkie wyprodukowanie

lodów dosłownie od podstaw. Można je zaprogramować zarówno do wysokich, jak i niskich pasteryzacji w przedziale od 65 do 95 st. C. Aby zaspokoić wszystkie wymagania dotyczące jakości i ilości masy lodowej, producent zaopatrzył urządzenie w kilka poziomów ogrzewania: pierwszy dla małych, drugi dla średnich, a trzeci dla maksymalnych ilości lodów. Co ciekawe, podgrzanie mieszanki do temperatury 85 st. C odbywa się automatycznie i trwa zaledwie kilka minut, gdyż mieszanka jest „gotowana” od dna naczynia aż do górnych powierzchni ścian. Po spasteryzowaniu nie wychodzi ona poza obieg produkcyjny, lecz trafia bezpośrednio do frezera, gdzie następuje jej schłodzenie i napowietrzenie. Podobne rozwiązania zastosowała też m.in. firma Bravo w swoich uniwersalnych urządzeniach Trittico Startronic. Są one podzielone na dwie części: w górnym pionowym pojemniku masa poddawana jest pasteryzacji, w dolnym poziomym - jest mieszana i zamrażana. Transport lodów między pojemnikami następuje wewnątrz urządzenia przy wykorzystaniu opatentowanego systemu, a więc wyrób nie jest narażony na kontakt z otoczeniem zewnętrznym. Oba procesy (pasteryzacja i frezowanie) mogą odbywać się równocześnie dla dwóch różnych porcji produkowanych lodów. Gdy jedna jest ogrzewana do +85 st. C, druga może być już schładzana do -11 st. C. Jak zapewnia włoski producent, dzięki metodzie Trittico Startronic produkcja lodów od rozpoczęcia pasteryzacji do zakończenia zamrażania zajmuje zaledwie 9 minut. ■



W Easyfreeze 2000 oprócz pasteryzacji i frezowania lodów można także spasteryzować czekoladę - zapewnia producent wielofunkcyjnego urządzenia, firma Promag. FOT. VEGAGASTRO

TORTY LODOWE TO TYLKO NISZA

Małgorzata Wnorowska

Wcześniej lody impulsowe z Zielonej Budki, teraz sieć Grycan - Lody od Pokoleń, a w niej szeroka gama deserów lodowych, w tym również kilku tortów.

50 lat działalności w branży lodowej Zbigniewa Grycana to oczywiście nie tylko marka Grycan - Lody od Pokoleń, ale wcześniej również wielki sukces Zielonej Budki. Rzemiosło lodziarskie to tradycja rodziny Grycanów, którzy biznes w powojennej Polsce rozwijali we Wrocławiu w lodziarni Miś

- Weronika Grycan.

- Pamiętam tamte lody kakaowe, waniliowe, kawowe, latem poziomkowe, truskawkowe, cytrynowe - wspomina Zbigniew Grycan.

- W naszej ofercie były również lody Pingwin, prawdopodobnie pierwsze w Polsce „lody na patyku”. Każdego roku od maja uliczni sprzedawcy roznosili je w drewnianych skrzyniach obitych blachą i izolowanymi trocinami lub w wózkach, które toczyli przed sobą.

Z ŻONĄ U BOKU

Zbigniew Grycan w ramach nauki rzemiosła praktykował m.in. w warszawskim Bristolu, u swego przyszłego teścia zdobywając tajniki zawodu cukiernika.

Dziś wspólnie z żoną Elżbietą łączą obie branże - cukierniczą i lodziarską.

- W 2004 roku rozpoczął się nowy, najważniejszy etap naszego życia. Wprowadziliśmy na rynek autorskie lody Grycan, dzieło życia, które stworzyliśmy czerpiąc wiedzę z naszych doświadczeń i zachowanych receptur „lodów od pokoleń”. Powstały lody na miarę naszych czasów, tworzone z poszanowaniem tradycji przekazywanej w obu naszych rodzinach z pokolenia na pokolenie - mówi Zbigniew Grycan.



W stołecznych lodziarniach Zbigniewa Grycana w całorocznej ofercie są tylko dwa rodzaje tortów lodowych: bakaliowy i owocowy (na zdjęciu).

FOT. MAŁGORZATA WNOROWSKA



DELIKATES Z WARSZAWY

Lody to oczywiście podstawa każdej lodziarni Grycana, ale już torty lodowe to delikatesy dostępne tylko w Warszawie. W ofercie są tylko dwa smaki: tort bakaliowy obsypany po bokach orzechami oraz tort z owocami udekorowany brzoskwiniami czy truskawkami.

Jak przyznaje w rozmowie z Bake & Sweet Zbigniew Grycan, choć torty lodowe są oferowane przez lodziarnie przez cały rok, jest to jednak tylko uzupełnienie oferty, bardzo niszowe.

- Produkcja tortów odbywa się u nas w sposób ręczny, nie mamy do tego żadnych specjalnych linii - zaznacza. - W tego typu produkcji obowiązuje natomiast inna receptura niż na zwykłe lody, trzeba zastosować więcej suchej masy, uzyskać inną lepkość, ale tych szczegółów związanych z recepturą nie chciałbym już zdradzać.

KIERUNEK SORBETY

Grycan wciąż się rozwija, a kierunkiem rozwoju jest dziś przede wszystkim ekspansja związana z otwieraniem nowych punktów oraz wdrażanie do oferty lodziarni nowych smaków i deserów. Nie są to jednak torty lodowe, lecz raczej owocowe sorbety z dodatkiem jogurtu o zachęcających nazwach: wiosenna zachcianka, słoneczny kaprys czy ulotne marzenie. Nowością jest np. sorbet z truskawek, bananów i brzoskwiń z mussem owocowym i jogurtem. Takie desery dostępne są w lokalach w cenie 15,99 zł.

Poszerzyła się także oferta deserów opartych na tradycyjnych lodach np. Delikatna Róża z gorącą polewą malinową i płatkami migdałowymi, Chłodna Elegancja z gorącą polewą czekoladową i świeżą miętą oraz Wyborny Orzech z gorącym miodem i orzechami włoskimi.

- Przy tej skali produkcji cały czas inwestujemy też w park maszynowy, kupujemy nowe linie pakujące, przystawki do urządzeń - dodaje Zbigniew Grycan. ■



Grycan od pokoleń kojarzony jest głównie z lodami, ale w witrynach jego lokali dominują torty cukiernicze. Torty lodowe to tylko skromne uzupełnienie oferty.

FOT. MAŁGORZATA WNOROWSKA

Produkcja tortów odbywa się u nas w sposób ręczny, nie mamy do tego żadnych specjalnych linii - mówi Zbigniew Grycan. - W tego typu produkcji obowiązuje natomiast inna receptura niż na zwykłe lody, trzeba zastosować więcej suchej masy, uzyskać inną lepkość.



W lodziarni Grycana na warszawskim Mokotowie latem niemal zawsze ustawia się kolejka po lody. Chętnych na zimne torty jest znacznie mniej.

FOT. MAŁGORZATA WNOROWSKA

NA MROŻNYM STOLE

Karolina Zawitkowska

Niewielki stół chłodniczy o powierzchni 1 metra kwadratowego osiągający temperaturę -34 st. C idealnie sprawdzi się przy dekoracji tortów lodowych. Bez pośpiechu i bez obaw, że się roztopią.

Prezentowane podczas tegorocznych targów Eurogastro urządzenie Anti-Griddle firmy PolyScience ma oczywiście znacznie szersze zastosowanie. Na zimnym blacie można wykonać ciekawe dekoracje z czekolady, udekorować serniki na zimno i inne minidesery. W ciągu 10-15 minut od uruchomienia urządzenie jest gotowe do pracy osiągając temperaturę aż -34 st. C, czego nie są w stanie zrobić żadne inne urządzenia tego typu, w którym zastosowany jest czynnik chłodniczy typu R134a. Swoje parametry techniczne Anti-Griddle zawdzięcza wysoko wydajnemu freonowi typu R404a.

Aby uzyskać nieprzywieralną powierzchnię, przed uruchomieniem urządzenia można ją spryskać np. oliwą. Oczywiście stosuje się również wszelkiego rodzaju papiery, które ułatwią późniejsze przenoszenie elementów, lub silikonowe foremki. Podczas pracy dobrze jest używać drewnianych lub plastikowych szpatulek, aby uchronić powierzchnię stołu przed zarysowaniami.

Kremy i musy po ułożeniu na zimnym stole osiągają stan półzamrożonych już w ciągu 2-3 minut, a po kolejnych kilku są całkowicie zamrożone.

Jak już wspomnieliśmy, urządzenie to jest bardzo wszechstronne i nadaje się zarówno do gastronomii jak i cukierni czy lodziarni. Przy wykonywaniu i dekoracji tortów i torcików lodowych okazuje się wręcz niezastąpione, gdyż szybko i dokładnie utrzuwa kształty szprycowanych kremów i bitej śmietany. W ciągu kilku minut zastyga też płynną czekoladę lub karmel w wymyślne dekoracje.

Koszt tego urządzenia w Polsce to około 8 - 9000 zł. Bezpośredni zakup maszyny od amerykańskiego producenta może być jednak nieco tańszy, w zależności od kursu dolara.



Szprycowane kremy czy musy zastygają w ciągu kilku minut.
FOT. POLYSCIENCE



Zmrożony do temperatury -34 st. C stół pozwala również na wykonanie profesjonalnych dekoracji z czekolady czy karmelu.
FOT. POLYSCIENCE



Urządzenie Anti-Griddle ma niewielkie wymiary 40,3 x 46,7 x 26,7 cm.
FOT. POLYSCIENCE

TORTY LODOWE PODBIJAJĄ WESELA

Aneta Marczak

Coraz mniej cukierni decyduje się na wprowadzenie tortów lodowych do oferty. Tymczasem klienci coraz bardziej doceniają ten przysmak.

Torty lodowe najłatwiej znaleźć w ofercie sieciowej - doskonałej jakości wyroby oferują Grycan, Zielona Budka i inne lodziarnie przemysłowe. Zdecydowana większość zakładów cukierniczych wycofała się jednak z produkcji lodowych przysmaków.

- Torty lodowe w cukierni to rzadkość - mówi Michał Wiśniewski, szef cukierni Hotelu Haffner w Sopocie. - Wynika to chyba nie tyle ze skomplikowanego procesu produkcji, gdyż na rynku jest szeroka gama past lodziarskich, ile z trudności w przechowywaniu i transporcie z cukierni. Tort lodowy musi być przewożony w odpowiednich warunkach chłodniczych, inaczej zanim klient dotrze z nim do domu, z efektów ciężkiej pracy cukiernika może niewiele zostać.

KONIECZNIE NA LETNIE WESELE

Świadomość o kruchości wyrobu nie przekonuje klientów. Okazuje się, że torty lodowe cieszą się coraz większą popularnością i zwłaszcza latem polecane są jako doskonałe zwieńczenie przyjęcia weselnego. Moda na nie przysłała do nas z Wielkiej Brytanii, gdzie torty lodowe zdominowały brytyjskie wedding party.

- Wykonujemy po kilka takich tortów dziennie i jesteśmy w stanie spełnić nawet najbardziej zaskakujące marzenia klientów - mówi Mattias Mary, szef cukierni Caters w Londynie.

W Polsce na zainteresowanie tymi wyrobami lodziarsko-cukierniczymi wpływ miała zarówno światowa moda na torty lodowe, jak i wysokiej jakości przemysłowe produkty oferowane przez lodziarskich potentatów.

- Swoją popularność torty lodowe zawdzięczają doskonałym wyrobom wytwórni lodów przemysłowych. Grycan robi nie tylko dobre lody, ale również smaczne torty - wyjaśniają cukiernicy. - Klienci rozsmakowali się w nich i marzy im się tort lodowy na wesele. Tymczasem znalezienie producenta, który zrobi taki tort na zamówienie, nie jest łatwe.

LODZIARZOM ŁATWIEJ

Z tortami lodowymi jest podobnie jak z lodami: w całej Europie klienci doskonale odróżniają lody rzemieślnicze od przemysłowych, dostępnych głównie w supermarketach. We Włoszech czy innych krajach na południu kontynentu własne lody stara się kręcić każda szanująca się cukiernia.

W Polsce mamy z tym problem - lodów rzemieślniczych jest jak na lekarstwo, a klientów gotowych zapłacić więcej za lepszy wyrób również niewielu. Lukę wypełniają dobrej jakości lody wytwarzane na skalę



Masa cukiernicza jest w stanie przykryć i zamaskować wszystkie nierówności lodowego tortu.
FOT. MATERIAŁY WŁASNE

przemysłową w dużych koncernach. Ich zastosowanie jest jednak ograniczone - jako tort weselny nie sprawdzą się na pewno.

Ponieważ moda na lody w roli tortów weselnych zaczęła się w Polsce dopiero w tym roku, nieliczne cukiernie zdecydowały się na wprowadzenie ich do swojej oferty.

JEST MODA, WARTO SKORZYSTAĆ

Przykładem pionierów w tej dziedzinie może być cukiernia Olanda ze Strumienia, która proponuje duży wybór tortów lodowych, w tym zaskakujące, bardzo nowoczesne torty weselne.

- Naszą chlubą są lody produkowane metodą tradycyjną, które zna już kilka pokoleń naszych klientów - zapewniają przedstawiciele firmy.

- Oferujemy lody w trzydziestu smakach, zarówno w tradycyjnych jak i w oryginalnych, np. o smaku whisky. Z naszych lodów jesteśmy w stanie stworzyć wszystko to, co zamarzy się klientom.

Torty lodowe ma również cukiernia Alicja z Żywca. To nowość w ofercie tego zakładu, która pojawiła się w związku z dużym zainteresowaniem ze strony klientów planujących wesela.

Większy wybór tortów lodowych można znaleźć w lodziarniach. Ma je w swojej ofercie praktycznie każda z nich.

- Dla lodziarzy taki tort to tylko jedna z form wytwarzania lodów, dla cukierników to zupełnie inny proces wymagający specjalistycznych produktów i narzędzi - potwierdza Michał Wiśniewski.

Lodziarnia Melba z Krzeszowic od lat słynie z produkcji doskonałych lodów rzemieślniczych. W ofercie są również torty lodowe wykonywane głównie na zamówienie. Produkcowane na bazie własnych lodów mogą mieć różny kształt i smak, w zależności od preferencji klienta.

Torty lodowe poleca również Cafe Wiedeńska z Ciechocinka.

Nawet jeżeli nie ma ich w ofercie, tort lodowy na zamówienie, również w wersji weselnej, jest w stanie przygotować prawie każda z lodziarni. Okazuje się, że szczególnie właścicielom lodziarni opłaca się jak najszybciej wprowadzić ten wyrób do oferty. Zdaniem osób zajmujących się profesjonalną organiza-



Zwłaszcza latem weselny tort lodowy jest uniwersalnym rozwiązaniem, gdyż łączy tradycję krojenia tortu przez nowożeńców z rozkoszą schłodzenia się jego zimnym „ciastem”.

FOT. MATERIAŁY WŁASNE

cją wesel, torty z lodów będą w modzie, nawet gdy skończy się lato.

RIMINI INSPIRUJE

Trendy panujące w tortach lodowych są dokładnie takie same jak te, obowiązujące przy produkcji lodów. Samo przygotowanie tortu ze składników dobrej jakości nie jest tak proste, jak to sobie często wyobrażają klienci. Lody

nawet najwyższej jakości bowiem niekoniecznie wyglądają efektownie. Zazwyczaj mają mniej intensywne kolory od tych barwionych sztucznie i mniej efektowne dekoracje.

Gdzie szukać inspiracji? Oczywiście, jak w przypadku lodów, przede wszystkim na targach Sigep we włoskim Rimini. Nie tylko można obejrzeć tam na żywo rzeźby i torty lodowe, ale także przyjrzeć się konkursom z ich udziałem. ■

PROSTO Z KSIĘGI GUINNESSA

Największy do tej pory tort lodowy na świecie powstał przed rokiem, kiedy to kanadyjski oddział lodziarni Dairy Queen postanowił upamiętnić 30-lecie swojej działalności i pobić ówczesny rekord Guinnessa. Nad zaplanowaniem całego wydarzenia pracowało przez rok ponad sto osób, ale jak mówi wiceprezes firmy Denise Hutton „po 30 latach na rynku i po sprzedanych 52 milionach lodów nie było lepszego sposobu na świętowanie urodzin”.

Aby pobić rekord, zużyto ponad 9 ton lodów, 91 kg ciasta biszkoptowego oraz 136 kg polewy i ciastek Oreo. Dairy Queen zatrudniło także studentów technologii żywienia z Uniwersytetu w Toronto, aby mieć pewność, że zostaną spełnione wszystkie wymogi stawiane przez komisję od rekordów Guinnessa. Trzeba było pamiętać też, aby cała konstrukcja nie stopniała ani nie zawałiła się do czasu oficjalnego ważenia. Użyto do tego specjalnej wagi, na której na co dzień waży się... samoloty. Pokazuje ona wynik z dokładnością do kilku gramów. Kiedy wszystko było już gotowe, oficjalny juror Guinnessa mógł ogłosić wynik: 10 ton i 130 kg. Tym samym poprzedni rekord z 2006 r. z Pekinu został pobity o 1 tonę i 360 kg! Po części oficjalnej tort rozkrojono i rozdano, a dochód z całego wydarzenia przeznaczono dla szpitali dziecięcych Children's Miracle Network.

CZOSNKOWE, Z KONINĄ LUB O SMAKU VIAGRY

Torty lodowe, podobnie jak lody mogą mieć bardzo oryginalne i zaskakujące smaki. Oto „dziesiątka” najdziwniejszych smaków lodów na świecie. Czy znalazłby się klient na zrobiony z nich tort weselny?

Wenezuela – lody o smaku viagry

Szkocja – lody o smaku potrawy z owczych podrobów (haggis)

Japonia, Tokio – lody z koniną

USA, Kalifornia – lody czosnkowe

Szwecja – lody z lukrecją

Tajwan – lody o smaku krewetki z ananase

Niemcy, Monachium – lody o smaku piwa

Francja, Stara Nicea – lody lawendowe

Turcja – lody o smaku lisich jąder

Włochy – lody o smaku papryki, parmezanu czy wina, jako przystawki lub dodatki do ryb, mięs i surowej szynki robią furorę w restauracjach.

tylko w

Bake & Sweet

magazyn branży piokarskiej i cukierniczej

SPRAWDZONE
RECEPTURY

NAJLEPSZE
TECHNOLOGIE
I KONFIGURACJE
MASZYN

TAJEMNICE
CUKIERNIKÓW

SUROWCE
I GOTOWE
MIESZANKI

TRENDY
ZDOBNICZE

NIE PRZEGAP! JUŻ ZA MIESIĄC NASZYM HITEM BĘDĄ CIASTA Z OWOCAMI

Technologie: żele konta galaretki

Maszyny: małe piece cukiernicze

Surowce: pora na owoce sezonowe

Trendy: oryginalne łączenie smaków

Smaki: szarlotka kontra ciasto śliwkowe

MULTIMEDIAŁNA CHATKA Z LODAMI PEŁNYMI SMAKU

Potrzeba ciągłego korzystania z wszechobecnego Internetu staje się coraz bardziej powszechna nie tylko wśród młodzieży i biznesmenów. Tą możliwością ciągłego „bycia w sieci” stwarza konsumentom firma Dolina Smaku, która wpadła na niecodzienny pomysł stoisk ze swoimi lodami.

Chatka Smaku jest innowacyjnym projektem adresowanym m.in. do osób przedsiębiorczych, którzy chcą sprzedawać lody w centrach handlowych lub w obiektach wolno stojących, np. na deptakach. Nowatorski projekt Chatka Smaku jest rewolucyjnym rozwiązaniem dla osób chcących z niewielkim zapleczem finansowym stworzyć i prowadzić własny nowatorski interes – zapewnia firma Dolina Smaku dodając, że stoisko oprócz okienka sprzedażowego ma także okienko z monitorem i klawiaturą, co czyni chatkę oryginalną i daje przewagę nad konkurencją. Jej multimedialność pozwala na korzystanie z bezpłatnego Internetu przez klientów również w najbliższym otoczeniu stoiska z lodami.

Pierwsze Chatki Smaku stanęły już w województwie małopolskim oraz podkarpackim, a różnorodność oferowanych w nich słodkich wyrobów przyprawia o zawrót głowy – zapewnia producent. W chatce sprzedawane są przede wszystkim lody gałkowe marki Dolina Smaku – zarówno te o klasycznych smakach (wanilia, śmietanka, truskawka, czekolada), jak i zaskakujących swoją intensywnością (jogurtowe z variegato z owoców leśnych, wanilia z chrupiącym ryżem, ciasteczkowe z variegato ciasteczkowo-kakaowym, czekoladowe z wiśnią i rumem). Niebawem w ofercie pojawią się również lody w pojemnikach 300 ml, 500 ml oraz litrowych. Nie zabraknie też owoców i orzechów oblewanych wyborną mleczną i gorzką czekoladą. Taki asortyment ma m.in. sprawić, aby chatka była stoiskiem całorocznym, a nie wyłącznie sezonowym. Właścicielami Chatek Smaku mogą być niemal wszyscy, którzy dostrzegą opłacalność tego biznesu i jego „internetową” przewagę nad innymi tego typu obiektami handlowy-



mi, których nie mało w galeriach handlowych w całej Polsce.

- System rozwoju chatek opiera się na zasadach franchisingu, który sprawdził się wielokrotnie w branżach cukierniczej, lodziarskiej i gastronomicznej w wielu krajach – mówią przedstawiciele Doliny Smaku zapewniając, że przez cały okres trwania umowy franczyzowej strony pozostają niezależnymi finansowo przedsiębiorstwami. Franczyzobiorca, w zamian za prawo do korzystania ze znaków towarowych Doliny Smaku, całej koncepcji biznesowej,

wsparcia marketingowo-reklamowego oraz ze stałej pomocy technicznej sprzedaje markowe lody i produkty. Koszt tego przedsięwzięcia – jak na udział w ogólnopolskiej sieci franczyzowej – nie jest wysoki. Jednorazowa opłata wstępna plus opłata licencyjna to ogółem 22 000 zł. Warto zaznaczyć, że koszty związane z funkcjonowaniem Internetu pokrywa franczyzodawca. Nie ma więc przesady z stwierdzeniem, że Chatka Smaku to idealny pomysł dla osób z niewielkim zapleczem finansowym.

TP

PIECZYWO DRIVE

- STRZAŁ W DZIESIĄTKĘ

Tomasz Przystański

W Polsce jest zaledwie kilka piekarni-cukierni oferujących swoje wyroby przez specjalne okienko dla zmotoryzowanych. Ci przedsiębiorcy, którzy zdecydowali się na takie drive-sklepy uważają, że to świetny pomysł. Dlaczego nie ma ich w dużych aglomeracjach, gdzie biznes byłby jeszcze bardziej opłacalny niż w mniejszych miastach?

Trudno znaleźć odpowiedź na to pytanie. Właściciele trzech takich punktów sprzedaży, bo tylko tyle ich znaleźliśmy w całym kraju, zgodnie twierdzą, że pomysł jest trafiony i sami dziwią się, że nikt poza nimi nie dostrzega jego atrakcyjności.

KALISZ

- To bardzo wygodna forma zakupów, bo nie tylko zmotoryzowani podjeżdżają do takiego okienka, ale również spacerowicze z psami, którzy nie chcą zostawiać swoich zwierząt bez opieki pod sklepem - mówi Grzegorz Olszyna, właściciel piekarni z Kalisza, gdzie od kilku lat można robić zakupy nie wchodząc do sklepu. - Do „okienkowych” klientów należą też matki z dziećmi w wózkach, którym, zwłaszcza gdy jest ładna pogoda, nie chce się wjeżdżać do środka.

Punkt sprzedaży dla zmotoryzowanych powstał trzy lata temu, przy okazji budowy nowej piekarni i sklepu przy ul. Armii Krajowej w Kaliszu.

- Pomysł podpatrzyłem w austriackim piśmie branżowym, ale tam był to zadaszony i zabudowany punkt na wzór 24-godzinnych sklepów dla zmotoryzowanych. My odgraniczyliśmy się jedynie do okienka, przez które można złożyć zamówienie, zapłacić i odebrać towar - mówi Grzegorz Olszyna nie ukrywając, że zainspirowały go też punkty drive w McDonaldach. Obsługą zmotoryzowanych klientów zajmują się te same ekspedientki, które sprzedają towar klientom wewnątrz sklepu. Nie ma więc żadnych dodatkowych kosztów.

Właściciel piekarni w Kaliszu przyznaje, że obroty jego firmy są zdecydowanie większe, niż gdyby ograniczył się tylko do tradycyjnej formy sprzedaży.

- Jest to też świetna forma reklamy, gdyż jako jedyny taki sklep piekarniczy w mieście jesteśmy znani i rozpoznawani. A konkurencja w naszej branży piekarskiej jest w Kaliszu niemała - przyznaje Grzegorz Olszyna. - Gdybym w przyszłości budował kolejny sklep, to szukałbym takiej lokalizacji, aby można było zrobić podjazd dla zmotoryzowanych i otworzyłbym następny drive.

Dodać trzeba, że punkt sprzedaży dla zmotoryzowanych jest czynny w tych samych godzinach co tradycyjny sklep, a więc od 5 do 22. Otwarty jest też w niedzielę.

PSZCZYNA

Sklepy w stylu drive-thru (określenie to dotyczy też barów dla zmotoryzowanych) są bardzo popularne za oceanem, gdzie niemal wszystko można kupić nie wysiadając z samochodów.



Sprzedaż pieczywa oraz wyrobów cukierniczych dla kierowców jest coraz popularniejsza również w Niemczech, gdzie rozwija się sieć lokali Erntebrot.
FOT. ERNTBROT

Również chleb. Tam też podczas wycieczki po Stanach Zjednoczonych pierwszy raz z taką formą sprzedaży pieczywa i wyrobów cukierniczych zetknęli się właściciele piekarni Brzęczek. Pomysł na tyle im się spodobał, że postanowili otworzyć swój Bakery Drive w piekarni w Pszczynie.

- Okienko dla zmotoryzowanych powstało przy okazji rozbudowy zakładu i sklepu, które istniały od połowy lat 80., ale wymagały już powiększenia i unowocześnień - wspomina Tatiana Brzęczek, córka właścicieli piekarni. - Często obserwowaliśmy mamy z dziećmi, które podjeżdżały pod nasz sklep i na przykład w czasie deszczu miały problem, aby ze swoimi pociechami wysiąść z samochodu i wejść do środka lokalu. Poza tym Bakery Drive to też nasz ukłon w stronę osób niepełnosprawnych, bo wiadomo, że prościej im podjechać autem pod okienko i kupić chleb niż wyjeżdżać wózkami z samochodu.

Gdy już otworzono Bakery Driver okazało się, że częstymi klientami przychodzącymi pod okienko sprzedażowe stały się również osoby bez samochodu, które wychodzą na spacer z psami i przy okazji robią wygodne dla nich zakupy.

- Większość naszych klientów korzysta jednak ze sklepu w formie standardowej, ale gdy ktoś pojawi się pod okienkiem, to od razu podchodzi do niego jedna z trzech ekspedientek, aby go obsłużyć - mówi Tatiana Brzęczek dodając, że kupujący jednak nie widzi towaru i w przypadku wyrobów cukierniczych może nie wiedzieć co ma wybrać. Wówczas lepsze jest wejście do środka sklepu. - Gdy jednak jest to klient, który już zna nasz asortyment i wie co chce, to oczywiście nie ma problemu, aby kupić to przez okienko.

Zdaniem właścicieli piekarni-cukierni Brzęczek, taka forma sprzedaży w pewnym stopniu wpływa na zwiększenie obrotów.

- Gdy ktoś nie ma czasu, aby wysiąść z samochodu i wejść do sklepu, wówczas nie robi zakupów. Okienko dla zmotoryzowanych ogranicza czas kupowania do minimum, a przecież są klienci, dla których zaoszczędzenie nawet kilku minut jest bardzo ważne - wyjaśnia Tatiana Brzęczek.

ZŁOTÓW

Andrzej Barczak, właściciel piekarni Chrupek w Złotowie, początkowo miał niewielki kiosk, pod którym ludzie stali w kolejce po pieczywo, a gdy padało to mokli na deszczu. Kiedy pierwszy raz zetknął się z drive-piekarnią w Niemczech postanowił, że musi coś takiego otworzyć również w swoim mieście.

- Od razu spodobała mi się ta idea i jako pierwsi w Polsce ruszyliśmy z taką formą sprzedaży chleba i ciast - mówi Andrzej Barczak. Gdy zamiast wspomnianego kiosku powstał sklep, do którego klienci mogli wejść do środka, od razu od zaplecza zrobiono okienko i podjazd, aby obsługiwać zmotoryzowanych klientów.

- Okazało się to też świetnym rozwiązaniem dla rowerzystów, którzy nie muszą zostawiać swoich pojazdów pod sklepem. Gdy otwieraliśmy nasz drive, a było to około pięciu lat temu, pierwszym naszym klientem był burmistrz Złotowa, który podjechał pod okienko na rowerze i nie zsiadając z niego kupił chleb - wspomina właściciel złotowskiej piekarni.

Jego drive-sklep ma duże okno, przez które widać towar wewnątrz sklepu.

- Dzięki takiemu rozwiązaniu, nawet gdy ktoś nie zna naszej oferty, to kupując z samochodu może dokładnie zobaczyć, co aktualnie mamy w sprzedaży - zapewnia piekarz. Na pytanie, czy ten pomysł jest opłacalny, odpowiada dosłownie w kilku słowach: To strzał w dziesiątkę.

Dziwi się więc trochę, że inni właściciele piekarni zamiast otwierać takie sklepy dla zmotoryzowanych, zamykają je. Jeszcze do niedawna z tej formy zakupów mogli korzystać klienci jednej z jeleniogórskich piekarni. Ten pierwszy na Dolnym Śląsku sklep Chleb Drive został jednak zlikwidowany kilka miesięcy temu. Jak powiedzieli nam pracownicy piekarni Rumin, ta forma sprzedaży okazała się nieopłacalna. ■



Okienko dla zmotoryzowanych ogranicza czas kupowania do minimum, a przecież są klienci, dla których zaoszczędzenie nawet kilku minut jest bardzo ważne. FOT. MATERIAŁY WŁASNE



Okienko sprzedażowe Bakery Drive w Pszczynie powstało przy okazji rozbudowy i modernizacji sklepu firmowego piekarni-cukierni Brzęczek. FOT. BRZĘCZEK



W USA popularne są nie tylko same piekarnie dla zmotoryzowanych, ale też ich połączenie z restauracją. Na zdjęciu: piekarnia-cukiernia-kawiarnia, również dla zmotoryzowanych, w miejscowości Panama City na Florydzie. FOT. PANERA BREAD

CHLEB JAK SPRZED WIEKU

Adam Zyzman

Piekarnia Mojego Taty to pomysł Wojciecha Smętka, krakowskiego przedsiębiorcy, który wykorzystując autentyczny ceramiczny piec piekarski wybudowany na krakowskim Kazimierzu w roku 1914, postanowił wypiekać pieczywo w oparciu o tradycyjne receptury. Kontynuując tradycję miejsca i wyrobu na naturalnym zakwasie i drożdżach wypieka pieczywo o smakach, jakie pamiętają już tylko starsi ludzie.

- Piekarstwo to rzemiosło, które ociera się o sztukę i intuicję - mówi Wojciech Smętek, właściciel krakowskiej piekarni specjalizującej się w pieczywie w oparciu o tradycyjne receptury. - To także najdoskonalsze zabezpieczenie się przed konkurencją, bo tu nie wystarczy mieć pieniądze i kupić ciąg technologiczny sterowany komputerem z czujnikami i dozownikami. Tu trzeba jeszcze zdobyć fachowca, który po jakości ciasta rozpozna np. o ile dłużej trzeba potrzymać chleb w piecu. Ale przede wszystkim trzeba mieć taki piec, jak mój „Anglik”, czyli piec ceramiczny RRK!

O piecu, którego wprowadzenie do praktyki piekarskiej w XIX w. spowodowało rewolucję technologiczną, pan Wojciech może opowiadać godzinami. Zna całą historię powstania technologii produkcji i wykorzystania rurek Perkinsa, wynalezionych w połowie XIX w. przez brytyjskiego fizyka Jacoba Perkinsa, które tworzą system ogrzewania pieca. Wie, że dziś mają one zastosowanie również przy budowie promów kosmicznych...

- Dzięki zastosowaniu rurek z ciśnieniem wewnętrznym ponad 300 atmosfer, zagwarantowano równomierne rozłożenie ciepła w całej komorze wypiekowej, a dzięki ogromnej masie pieca, w tym wypadku 50-60 ton cegły i 10-20 ton stali, uzyskano stabilizację temperatury, minimalizując jej amplitudę w trakcie procesu wypieku. Pozwalało to jednocześnie na kilkukrotną oszczędność paliwa, bez względu na to, czy był to węgiel czy gaz - mówi Wojciech Smętek przypominając, że Londyn w połowie XIX w. był już niemal całkowicie zgazifikowany i patent z 1849 r. obejmował piec z dwoma alternatywnymi paleniskami. - Jednocześnie w „Angliku” po raz pierwszy zastosowano zaparowanie komór wypiekowych. To była rewolucja w piekarnictwie na miarę epoki! Dzięki



Tak powstają tradycyjne bocheny chleba.
Fot. AZ

zaparowaniu komory chleb zmienił swój wygląd na taki, jaki dziś znamy: wyrośnięty, o regularnym kształcie, z błyszczącą, elastyczną skórką wierzchnią. Wcześniej chleb był niski, nierówny, matowy i zawsze spękany, a skórka sucha i twarda.

Według Wojciecha Smętka, to właśnie te piece, sprowadzane na ziemię polską dopiero na przełomie XIX i XX w. zdecydowały o tym, jak wygląda tradycyjny polski chleb - z mąki mieszanej pszenno-żytniej, na zakwasie i drożdżach piekarskich, z połyskującą i dobrze wypieczoną, ale nie wysuszoną skórką.

Okazuje się, że trzy kanapki z krakowskiej Piekarni Mojego Taty to znacznie więcej niż takie same trzy kanapki z pieczywa kupionego w markecie.

- Bo tam jest więcej wody i powietrza - odpowiada pan Wojciech. - Wszelkiego rodzaju ulepszacze i spulchniacze powodują, że konsument zjada po prostu mniej chleba. O ile przy tradycyjnym wypieku z jednego kilograma mąki otrzymujemy wagowo o ok. 16 procent więcej gotowego produktu, to przy zastosowaniu tzw. polepszaczy i sztucznych spulchniaczy ten „przypiek” sięga nawet 60 procent w stosunku do wagi mąki - wyjaśnia piekarz. - Do tego dochodzi sztuczne napowietrzanie ciasta przy użyciu środków chemicznych i wysokoobrotowych miesiarek. To dlatego na przestrzeni kilkudziesięciu ostatnich lat bochenek chleba, mimo iż wygląda wizualnie tak samo, to jednak waży coraz mniej. A klient płaci nie za kilogram, jak w przypadku mąki czy cukru, ale

za bochenek. Ale organizm nie da się oszukać. W przypadku chleba na polepszaczach zjada się więcej kromek, bo składa się on głównie z wody i powietrza. Zdaniem Wojciecha Smętka, kolejne oszczędności ze stosowania polepszaczy to mniejsze zużycie energii, gdyż czas wypieku napompowanego wodą i napowietrzonego bochenka skraca się niemal o połowę. To sprawia, że wydajność w jednostce czasu niebotycznie wzrasta - na tych samych urządzeniach można wyprodukować więcej pieczywa. Ale największe oszczędności dotyczą kwalifikacji piekarza.

- Przy linii produkcyjnej sterowanej cyfrowo, gdzie z dozowników automatycznie podaje się surowce według receptury zapisanej w pamięci komputera, bardziej liczą się kwalifikacje obsługi urządzenia niż prawdziwa wiedza i intuicja rzemieślnika. Wydajność, standaryzacja produktu, skala produkcji to wszystko daje nowoczesność. Tylko ludzie jakoś nie chcą jeść takiego chleba - uważa pan Wojciech. - Spożycie pieczywa na głowę statystycznego Polaka spada systematycznie od 15 lat po około 1 - 2 kilogramy z roku na rok. Moim zdaniem dzieje się tak dlatego, że ten „fabryczny” chleb jest na ogół paskudny w smaku i konsumenci coraz częściej wolą zjeść na śniadanie muesli lub banana zamiast kromki chleba.

Przy obsłudze „Anglika” piekarz nabiera wprawy dopiero po dwóch latach pracy. Piec w ciągu godziny zużywa dwa, trzy razy więcej energii niż nowoczesne urządzenia, a czas wypieku trzykilogramowego bochna Chleba wiejskiego (żytniego na samym zakwasie bez drożdży) trwa 2,5 do 3 godzin.

- Koszty produkcji są wysokie, ale za to w takim piecu jak mój, stosując stare, sprawdzone receptury, można uzyskać najwyższą jakość pieczywa i prawdziwy smak chleba - zapewnia krakowski piekarz.

Główny asortyment Piekarni Mojego Taty to tradycyjne chleby żytnie na samym zakwasie i pszenno-żytnie na zakwasie i drożdżach. Bez użycia drożdży wypieka się wspomniany już Chleb wiejski z dodatkiem gotowanych ziemniaków, Chleb szarpany z niewyroblonych kęsów ciasta oraz Chleb żytnio-pszenny. W ofercie piekarni są jednak również tradycyjne chleby mieszane, z ziarnami, razowe oraz klasyczne pieczywo pszenne na rozczynach drożdżowych: bułki, weki i warte wspomnienia Placki szewskie - dziś już zapomniane tradycyjne krakowskie bułki płaskie jak podeszwa buta.

- Oczywiście dla takiego asortymentu konieczne jest stosowanie najlepszych gatunków mąki i drożdży, a z tą jakością jest coraz trudniej na rynku zdominowanym przez chemię - mówi pan Wojciech. - Podstawa produkcji to dobry, klasycznie prowadzony pięcioletni zakwas, który od początku został wyprowadzony z mąki razowej i jest bezustannie podtrzymywany przy życiu. Oczywiście nie stosujemy żadnych polepszaczy, sztucznych spulchniaczy, barwników, konserwantów, syntetycznych lecytyn, glutenów, koncentratów sojowych, gotowych premiksów chleba. W efekcie mój Chleb szarpany składa się zaledwie z czterech składników: mąka żytnia 720, zakwas, woda, sól i nic więcej, podczas gdy pieczywo z taśmowej produkcji ma nieraz na etykiecie 15-20 różnych składników, a w smaku jest takie, że nie da się go przełknąć.

Oprócz sklepu przy piekarni na Kazimierzu pieczywo z Piekarni Mojego Taty trafia głównie do sześciu własnych sklepów firmowych, w tym również w samym historycznym centrum Krakowa, przy pl. Dominikańskim. Tylko niewielka część produkcji jest dostarczana do kilku odbiorców zewnętrznych: sklepów spożywczych, hoteli czy lokali gastronomicznych.

Wojciech Smętek, humanista z wykształcenia, stara się swoją pasję zawodową odziedziczoną po ojcu połączyć z kulturą. Toteż w sklepie przy ul. Meiselsa pojawiają się od czasu do czasu wystawy grafiki lub fotografii.

- To ważne, bo po pieczywo przychodzą też ludzie, którzy na co dzień nie odwiedzają wystaw. Kupując chleb mają okazję obcować także ze sztuką - mówi pan Wojciech dodając, że jego działalność jako mecenas sztuki polega też na tym, że od czasu do czasu dba o zaopatrzenie niektórych imprez kulturalnych. Jak choćby ostatnio, kiedy to tradycyjnie już dostarczył kilka skrzynek pieczywa i drożdżówek na Przegląd Kabaretów Amatorskich PAKA. ■



Wiekowy „Anglik” z krakowskiego Kazimierza.
Fot. AZ

CHLEB SZARPANY

Chleb wypieczony jest z mąki żytniej, z niewielkim dodatkiem mąki pszennej, na samym zakwasie, bez użycia drożdży. Skład surowcowy: mąka żytnia 720 - 94 %, mąka pszenna 750 - do 6 %, naturalny zakwas żytni, sól, woda.

Nazwa „szarpany” wywodzi się ze sposobu przygotowania bochenków do wypieku: piekarz wyszarpuje kęs ciasta z kotła i nie wyrabia bochenka rękami, nie formuje go w klasyczny kształt chleba poprzez ugniatanie, a tylko lekko zaokrągla. Ugniatanie i formowanie bochenków z surowego ciasta zmienia procesy fermentacji zachodzące w cieście, dlatego wpływa na konsystencję ciasta i finalny smak upieczonego chleba. Dzięki temu nieformowane bochenki Chleba szarpanego w momencie wkładania do pieca mają inną konsystencję i inny smak po upieczeniu niż inne rodzaje chleba.

Innym efektem nieformowania bochenków przed wypieczeniem są ich charakterystyczne spęknięcia na wierzchu i pod spodem bochenka, które też mają wpływ na smak chleba, ponieważ przez spęknięcia w czasie pieczenia szybciej i gwałtowniej ulatniają się gazy będące efektem procesu fermentacji.

Chleb szarpany wypiekany jest zgodnie z najstarszymi sposobami pieczenia chleba żytniego na polskiej wsi, w domowych piecach chlebowych, w czasach kiedy drożdże nie były jeszcze w użyciu, a więc 150 - 200 lat temu. Bochenki Chleba szarpanego są małe, ważą ok. 0,5 kg - tak jak bochenki chleba na wsi wypiekane 200 lat temu. Jest to spowodowane tym, że chleb z żytniej mąki na samym zakwasie słabo rośnie w czasie wypieku i duże bochenki byłyby trudne do wypiekania, a po upieczeniu płaskie i niewyrośnięte.

Szarpany pieczony jest zawsze w tradycyjnym piecu ceramicznym typu „Anglik” - czas wypiekania to ok. 30 - 40 minut. Nie zawiera polepszaczy, barwników ani żadnych środków konserwujących. Chleb zachowuje walory smakowe przez cztery, pięć dni.

Na podst. www.piekarniamojegotaty.pl

PIŁKARSKIE SZALEŃSTWO NIE DLA PIEKARZY I CUKIERNIKÓW

Tomasz Przysiężny

Mistrzostwa Euro 2012 są dla wielu producentów z różnych branż wspaniałą okazją do promocji swoich produktów i zwiększenia ich sprzedaży. Okazuje się jednak, że dla zdecydowanej większości polskich piekarzy i cukierników to sportowe wydarzenie wcale nie jest atrakcyjne marketingowo. Tylko nieliczni potrafią odnaleźć się na tym „piłkarskim” rynku i na czerwiec przygotowali specjalne oferty.

Kilka miesięcy przed pierwszym gwizdkiem sędziego piłkarskiego minister rolnictwa Marek Sawicki przyznał, że mistrzostwa organizowane przez UEFA to świetna okazja również do promocji polskiej żywności. Szef resortu zaproponował, aby przeprowadzić ją głównie w miastach, w których będą rozgrywane mecze i tam, gdzie będą przebywały reprezentacje biorące udział w turnieju (np. Kraków, Kołobrzeg). Zdaniem ministra, taka wspólna i spójna pod względem wizerunkowym prezentacja pozwoli na skuteczne wyeksponowanie specjalów charakterystycznych dla poszczególnych regionów.

POMYSŁ JEST, ALE CHĘTNYCH W BRANŻY BRAK

Pomysł promocji polskiej żywności to przede wszystkim dwa działania. Pierwsze z nich miałyby skoncentrować się na organizacji targów lub pikników, gdzie rodzimi producenci sprzedawaliby wytwarzane przez siebie tradycyjne, polskie wyroby. Natomiast drugie działanie to wypromowanie nowego produktu - usługi gastronomicznej, jaką byłoby typowo polskie śniadanie. Mogłoby ono zostać wpisane do menu hoteli i restauracji, które odwiedzać będą piłkarze, kibice i inni turyści przyjeżdżający do Polski, nie tylko przy okazji turnieju piłki nożnej UEFA Euro 2012. W założeniach, ministerialna propozycja była też adresowana do producentów pieczywa i wyrobów cukierniczych. Postanowiliśmy sprawdzić, w jakim stopniu chcą oni wykorzystać nadarżającą się okazję, aby m.in. zwiększyć w czerwcu sprzedaż swoich wyrobów. Okazało się, że... prawie w żadnym.



Torty w kształcie boiska lub futbolówki mają w ofertach niemal wszystkie cukiernie - nie tylko w czasie trwania mistrzostw Euro 2012.
Fot. B&S

TORT-FUTBOLÓWKA I... ZERO EUFORII

- Nie myślę w ogóle o tym. W piekarstwie pod tym względem jest mniej możliwości niż w cukiernictwie. Nie widzimy też potrzeby, aby dekorować sklepy na czas trwania Euro 2012 - przyznał Grzegorz Bittmann, właściciel piekarni Bittmann w Katowicach.

W piekarni Jakuba Jakubowskiego w Sławnie przez cały rok produkowane są torty w kształcie piłki, które mają swoich klientów i zawsze całkiem dobrze się sprzedają.

- Przypuszczalnie, zainteresowanie nimi będzie również podczas mistrzostw. Nic inne-

go, szczególnego jednak nie planujemy w tym okresie - powiedział nam Jakub Jakubowski, ale nie wykluczył, że jednak tuż przed Euro coś „piłkarskiego” przygotowuje. - Co do wystroju lokali, to będę chciał udekorować sklepy, ale bez wielkiego szaleństwa, jedynie biało-czerwonymi flagami.

- Mamy już przygotowaną ofertę tortów w kształcie futbolówki, buta piłkarskiego oraz stadionu, boiska. Wkrótce* będą już gotowe atrapy tych produktów i postawimy je w sklepach - zdradził nam na kilka tygodni przed Euro Krzysztof Wilk, właściciel cukierni Wilk w Krakowie. - Podchodzimy jednak do tego

bez wielkiej euforii, gdyż jesteśmy małą, rzemieślniczą cukiernią. Innych ciast raczej nie będziemy dekorować. Owszem, można wykorzystać odpowiednie szablony i posypywać ciastka w kształcie piłki, ale nie wydaje mi się, aby to zwiększyło ich sprzedaż.

W MIASTACH-GOSPODARZACH TEŻ NIE MA ENTUZJAZMU

Skromną, ale dedykowaną pod Euro ofertę ma pracownia cukiernicza w Nisku. Jej właściciel Kazimierz Olczyk zamierza zrobić w czerwcu okrągłe ciasta biszkoptowe z truskawką i bitą śmietaną w kształcie piłki nożnej.

- Być może skorzystamy również z piłkarskich szablonów do pudrowania pączków. To nie jest droga inwestycja. Nie sądzę jednak, aby w małych miejscowościach takich jak Nisko było zainteresowanie tego typu produktami. Już szybciej w dużych aglomeracjach, jak Warszawa, Poznań, Kraków - uważa cukiernik.

Jak to zatem wygląda we Wrocławiu? Tamtejsza cukiernia Jaworscy ma w całorocznej ofercie tort w formie piłki nożnej. Właściciel zakładu Przemysław Kucharczyk przyznał jednak w rozmowie z Bake & Sweet, że z mistrzostwami nie wiąże żadnych dodatkowych profitów i nie przywiązuje do tego wydarzenia żadnej uwagi.

- Euro jest tylko przez kilka tygodni. Trudno na tym opierać jakiegokolwiek plany finansowe i przygotować jakąkolwiek ofertę. Trzeba by dosłownie stanąć na drodze z hotelu do stadionu i tam sprzedawać - stwierdził Przemysław Kucharczyk dodając, że kibic, który przyjedzie na mecz, to nie docelowy klient jego cukierni.

- Kupujących prawdopodobnie będzie w tym okresie o wiele więcej, ale czy przełoży się to na zdecydowanie większą sprzedaż? Nie sądzę. Czy dla kupujących będzie miało znaczenie, że pączek nie zwyczajnie posypany cukrem, lecz z wykorzystaniem szablonu w kształcie piłki nożnej? Również nie sądzę.

W ofercie cukierni Jaworscy jest m.in. tort klubu piłkarskiego WKS Śląsk. - Czy od czasu, gdy Śląsk zdobył tytuł mistrza Polski wpłynęło jakiegokolwiek zamówienie na ten tort? Absolutnie nie. Dlatego też uważam, że specjalna oferta w cukiernictwie również w związku z Euro 2012 nie jest do niczego potrzebna - stwierdził właściciel firmy.

Podobnego zdania jest Marcin Cieślowski, współwłaściciel cukierni Cieślowski w Warszawie.

- Nie widzimy w związku z Euro większego zainteresowania takimi produktami, jak torty w kształcie futbolówki czy boiska piłkarskiego. Zostało kilka tygodni do rozpoczęcia mi-



Jeden mały, okrągły, czarno-biały, czekoladowy dodatek i... zwykły minideser zmienił się w mistrzowski lub jak kto woli: piłkarski.
Fot. B&S

strzostw, a na rynku konsumenckim nie ma żadnego napięcia. Może być wręcz przeciwnie, przyjedzie mniej turystów niż normalnie. Z kolei duża część społeczeństwa jest wkurzona, że tyle pieniędzy idzie na przygotowanie mistrzostw, które ich wcale nie interesują - uważa Marcin Cieślowski. Faktem jest, że oni z pewnością nie kupią piłkarskich wyrobów cukierniczych.

Tymczasem jeszcze na kilka tygodni przed Euro 2012 było tajemnicą, co cukiernia A. Blikle z Warszawy przygotowuje dla swoich klientów

w związku z mistrzostwami. Jak dowiedzieliśmy się w dziale marketingu tej firmy, oferta już jest, ale pojawi się w cukierniach i kawiarniach sieci A. Blikle dopiero na początku czerwca. Co to będzie? Tego nie udało się nam niestety ustalić.

KOSZYKI NA SŁODKO I NA SŁONO OD CONSONNI

Już w maju nie było jednak owiane żadną tajemnicą, co dla kibiców przygotowała firma Consonni z Kamyka koło Częstochowy. ▶



Jogurt plus wiśnie i już jest pretekst, by takie biało-czerwone lody nazwać Polska Gola. Nic nie kosztuje, a efekt marketingowy jest.
Fot. B&S



Kopanią pomysłów na to jak wykorzystać piłkarskie motywy w wyrobach cukierniczych były tegoroczne targi Expo Sweet.
Fot. B&S



„Piłkarskie” koszyki z różnymi smakołykami dla panów i pań przygotowała na czerwiec firma Consonni.
FOT. MATERIAŁY PRODUCENTA

- Pod kątem mistrzostw Euro mamy kilka rzeczy. Przede wszystkim stworzyliśmy dwa rodzaje koszyków kibica: jeden dla kobiet, drugi dla mężczyzn - powiedział nam Zdzisław Bartelak, właściciel Consonni. W tym pierwszym są cztery różne ciastka, które panie będą mogły sobie przegryzać w trakcie meczu. - Aby ten zestaw uatrakcyjnić i pokreślić, że jest on naszą ofertą związaną z Euro 2012, której to nazwy nie możemy używać, dodaliśmy też małą piłkę idealną do zabawy dla dzieci. Całość udekorowana jest w barwach biało-czerwonych.

Drugi koszyk przeznaczony został dla panów, którzy nie lubią słodczy i zdecydowanie wolą coś na słono do piwa. W tym zestawie są m.in. grissini, paluszki chlebowe z różnymi ziarnami.

- Mamy w ofercie również tort w kształcie Stadionu Narodowego, którym nasi klienci będą mogli świętować zwycięstwo polskiej reprezentacji piłkarskiej. Jest on w całości jadalny i pozbawiony plastikowych ozdób - zapewnił Zdzisław Bartelak. - Robimy też małe torciki z piłkarskimi motywami, które malowane są farbami z masła orzechowego.

Wszystkie te produkty Consonni przygotowało specjalnie na czerwiec, ale nie wykluczone, że pomysły z koszykami się przyjmą i dalej będą w ofercie firmy, lecz już bez piłki. Zwłaszcza że sam koszyk jest dekorowany ludowymi wzorami i z powodzeniem może być w całorocznej sprzedaży. Oferta taka trafi do około 30 własnych i patronackich punktów sprzedaży. Między innymi do wrocławskiej cukierni Marcello, gdzie oprócz piłkarskiej oferty dla konsumentów nie zabraknie też innych akcentów związanych z mistrzostwami Euro.

- Myślmy nad jakimiś strojami dla obsługi naszego lokalu. Zwłaszcza w te dni, gdy biało-czerwoni będą grali mecz - zdradził nam Maciej Stańkowski, menedżer cukierni. - Przy-

puszczalnie w tym okresie zwiększymy też personel do obsługi klientów, których w czasie mistrzostw może być jeszcze więcej niż obecnie.

JEST KOMPLET RECEPTUR. CZY BĘDZIE KOMPLET PUNKTÓW?

Nie tylko piekarze i cukiernicy nie dostrzegają marketingowych korzyści, jakie dla branży mogą płynąć z pozornie niezwiązanych z chlebem i pączkami mistrzostw piłkarskich. Również wśród samych producentów półproduktów, surowców czy gotowych mieszanek niełatwo znaleźć firmę, która w okresie poprzedzającym Euro 2012 wprowadziłaby do swojej oferty coś piłkarskiego. W ciekawy sposób okazję na promocję swoich mieszanek wykorzystwała firma KOMPLET Polska, która już na kilka miesięcy przed pierwszym meczem zaproponowała swoim klientom - piekarzom i cukiernikom - unikalne i atrakcyjne receptury nawiązujące do piłkarskich emocji. „Czekoladowy atak”, „Rzut karny” czy „Król strzelców” to tylko wybrane nazwy wypieków, które mogą stać się hitem sprzedażowym w czasie piłkarskiego szaleństwa. Mogą, ale nie muszą. KOMPLET Polska nie stworzyła jednak nowych produktów, ale na bazie tego co ma w swojej całorocznej ofercie technolodzy z firmy opracowali aż 18 receptur piłkarskich dostosowanych do oczekiwań konsumentów. Proponowane wypieki to głównie ciasta drożdżowe, jogurtowe i serniki o wyraźnych kompozycjach smakowych. Dominują smaki orzechowe, makowe i migdałowe. Oby wśród piłkarskich wypieków nie zabrakło też smaku zwycięstwa.

* wszystkie wypowiedzi w artykule pochodzą z połowy maja br.

WEDEL Z LOGO, WAWEL Z KOLOROWYMI PAPIERKAMI

Piłkarski torcik wedlowski i ptasie mleczko, czekoladowe figurki Slavko i Slavika oraz cała gama „futbolowych” czekolad to specjalna oferta, jaką dla swoich klientów w związku z UEFA Euro 2012 przygotował Wedel. Jako oficjalny sponsor ma on prawo używać logo mistrzostw i innych zastrzeżonych znaków na swoich wyrobach.

Na piłkarskie słodczyce pokusił się jednak również Wawel, który co prawda nazw zastrzeżonych dla Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej używać nie może, ale może zapakować swoje wyroby w... kolorowe papierki. I tak oto w Mieszance Kibica wersje smakowe cukierków przybrały unikalne barwy drużyn należących do ścisłej europejskiej czołówki: Polski, Hiszpanii, Włoch, Francji, Niemiec i Holandii. W składzie: Marcepan w Czekoladzie, Trufła Nadziewana, Chrupanka Krakowska oraz Michałki Białe, Kawowe i Pomarańczowe.



Sprawdź
Mistrzowskie
receptury
KOMPLET!



Śniadanie Mistrzów



KOMPLET Italomix 40

Koncentrat 40% zawierający grys pszenny, płatki ziemniaczane. Cudownie aromatyczne i miękkie wypieki ze złocistą skórką.

- Łatwy w wykonaniu
- Bardzo dobrze zachowuje świeżość
- Cudownie miękkie i aromatyczne wypieki ze złocistą skórką
- Zadowala upodobania smakoszy śródziemnomorskiej kuchni

 **KOMPLET Polska**

Z dobrego upieczesz najlepsze!

więcej na www.komplet.pl



SOPOT TORTAMI STOI

Aneta Marczak

Oryginalne torty, wzorowane na wyrobach z najlepszych belgijskich i francuskich cukierni, przygotowała na trójmiejski rynek cukiernia czterogwiazdkowego hotelu Haffner w Sopocie. Wyroby te również dzięki swoim atrakcyjnym cenom mają stać się konkurencją dla tortów oferowanych przez lokalne cukiernie.

Do rynkowego debiutu z nowymi tortami cukiernicy z hotelu Haffner przygotowywali się już od kilku miesięcy.

- Podpatrywaliśmy pracę najlepszych - zdradza Michał Wiśniewski, szef hotelowej cukierni. - Staraliśmy się bywać na ważnych targach w Polsce i za granicą, wszędzie tam, gdzie działo się coś ciekawego. Chcieliśmy zaoferować naszym klientom torty oryginalne, jakich do tej pory na naszym rynku nie było. Istotne było, aby nasze torty nie tylko wyjątkowo smakowały, ale także dekorowane były zgodnie z nowymi światowymi trendami. Z drugiej strony zależało nam, by dekoracje były powtarzalne i można je było

wykonać szybko, bo czas jest często niezwykle istotny dla naszych klientów. Choć pozornie te dwa założenia było trudno pogodzić, myślę, że nam się to udało.

NIEZAPOMNIANY VASCO DA GAMA

Katalog z tortami hotelu Haffner liczy obecnie 12 pozycji plus cztery torty dedykowane najmłodszym. Hitem jest Vasco Da Gama - tort z mleczną czekoladą o wyraźnym posmaku orzechów laskowych, delikatnie przełamany pistacjami i białą czekoladą. Jego zielona, fluorescencyjna dekoracja jest jedną z najbardziej

oryginalnych na rynku. Smakoszy znajdzie na pewno tort Chilly - połączenie ciemnej czekolady z delikatną nutką chilli.

- Nie chcę zdradzać naszych sekretów, ale mogę powiedzieć, że papryczki chilli długo karmelizujemy w cukrze, dlatego smakują tak wyjątkowo - mówi Michał Wiśniewski.

Ciekawy jest też tort Kasztanowy Przysmak z dodatkiem jadalnych kasztanów, mlecznej czekolady z lekkim posmakiem marakuji. Całość uzupełnia czerwona porzeczka oraz... chrupki. Oryginalnie smakuje również Gruszkowa Fantazja - tort wypełniony gruszkami z opalaną marenką.



Michał Wiśniewski, szef hotelowej cukierni przy pracy.
FOT. HOTEL HAFFNER W SOPOCIE



Royal Carmell udekorowany prosto, ale efektownie w małym stopniu przypomina tradycyjny tort.
FOT. HOTEL HAFFNER W SOPOCIE

Hotel Haffner jest jednym z nielicznych hoteli w kraju, który inwestuje we własną cukiernię i dba o rozwój zawodowy pracujących tu fachowców. Często cukiernicy z Sopotu podróżują po Europie, by czerpać inspirację od najlepszych mistrzów.

Royal Carmell to tort wykonany na bazie karmelowej czekolady z chrupiącą masą oraz biszkoptem migdałowym. Z kolei Raffaello jest - jak można się domyślić po samej nazwie - tortem kokosowym z dodatkiem migdałów z chrupkami i migdałowym biszkoptem.

W najnowszej ofercie haffnerowskiej cukierni nie zabrakło też Truskawkowej Niespodzianki wypełnionej świeżymi owocami, tortu Mango z malinami oraz Malinowej Rozkoszy - tortu z białą czekoladą z dodatkiem malin, przełamane go biszkoptem czekoladowym. Prawdziwa belgijska czekolada plus wiśnie to podstawa Tortu Haffner, na wierzchu którego znajduje się galaretka wiśniowa z amaretto. Z kolei w Wielkim Luwrze sopoccy cukiernicy połączyli ciemną i białą czekoladę z ciemnym biszkoptem i wyraźnie wyczuwalnymi czekoladowymi kawałkami.

Jeżeli chodzi o dekoracje, cukiernicy zatrudnieni w Haffnerze uczyli się ich od wielu miesięcy. W efekcie torty są tak wyjątkowe, że już na pierwszy rzut oka będzie można poznać, iż pochodzą właśnie z tego hotelu.

- Staramy się być niepowtarzalni i mieć własny styl - podkreśla Michał Wiśniewski. Cukiernik przyznaje, że najtrudniej dekoruje się torty dla najmłodszych klientów, które również znalazły się w nowej ofercie hotelu.

- Żaba jest fantastyczna, a Sponge Bob wymaga dużej precyzji, ale za to efekt zachwyci najmłodszych - obiecuje cukiernik. Torty dla dzieci przygotowywane są z delikatnych składników.

PRAWDZIWA CZEKOLADA I RĘCZNIE OBIERANE JABŁKA

Wszystkie torty, podobnie jak i inne ciasta w hotelowej cukierni, produkowane są wyłącznie z naturalnych składników i tradycyjnymi metodami. Cukiernicy używają produktów najwyższej jakości, m.in. prawdziwych belgijskich czekolad, dobrych pulp owocowych, owoców sezonowych, naturalnych śmietan i past lodziarskich.

- Wygląd jest bardzo ważny, ale też smak musi być doskonały - podkreśla Michał Wiśniewski.

Torty w większości trafiają do klientów zewnętrznych a nie gości hotelowych. Podważa to zasadę wyznawaną przez wielu przedsiębiorców, że cukiernia w hotelu jest nieopłacalna, ponieważ trudno jej rywalizować na rynku z samodzielnymi zakładami. Co ciekawe, torty z Haffnera nie są drogie, z powodzeniem więc mogą rywalizować również cenowo z innymi dobrymi cukierniami, których na trójmiejskim rynku nie brakuje.

Cukiernicy z Haffnera nie ograniczają się jednak jedynie do tortów. Poza nimi w ofercie sopockiego hotelu są również ciasta: tradycyjny jabłecznik przygotowywany ze świeżych jabłek karmelizowanych z dodatkiem miodu, sernik sopocki z prawdziwą wanilią oraz tarty: karmelowa z solą morską, z truskawkami i z czerwoną porzeczką.

Goście hotelowi mają do dyspozycji również duży wybór deserów. ■



Tort Malinowa Rozkosz nie tylko smakuje, ale też pachnie świeżymi malinami.
FOT. HOTEL HAFFNER W SOPOCIE



Tort Gruszkowy zaskakuje smakiem i swoją niespotykaną formą.
FOT. HOTEL HAFFNER W SOPOCIE



Przygotowanie tortu Sponge Bob wymaga dużej precyzji, ale za to efekt zachwyci wszystkie dzieci.
FOT. HOTEL HAFFNER W SOPOCIE

GDY LATEM UPAŁ DAJE SIĘ WE ZNAKI...

Wawrzyniec Mocny

Gorący maj dał się już piekarzom i cukiernikom we znaki, a przecież lato i prawdziwe upały dopiero przed nami. Sprawdziliśmy, w jaki sposób zakłady zapewniają „przetrwanie” swoim pracownikom w tym trudnym okresie.

- Nie stosujemy klimatyzacji, ponieważ w produkcji piekarniczej to rozwiązanie kolidowałoby z warunkami wypieku pieczywa - mówi Tomasz Machoń, właściciel Cukierni Staropolskiej w Lublinie. - Natomiast sporym ułatwieniem dla funkcjonowania naszej firmy jest odpowiedni i duży budynek. To stare budownictwo ze ścianami o grubości ok. 1,5 m, które nawet podczas upałów zapewniają wewnątrz pomieszczeń naturalny, przyjemny chłód. Zaletą jest też fakt, iż zakład mieści się w tzw. półsuterenie i jego podłoga jest ok. metra pod powierzchnią ziemi. Poza tym dookoła nas rośnie wiele drzew, które rzucają cień, co sprawia, że ściany nie nagrzewają się tak mocno jak w przypadku zakładów stojących na wolnej przestrzeni.

PRYSZNIC DLA PRZYJEMNOŚCI I HIGIENY

Tomasz Machoń dodaje, że skutecznym sposobem na zmniejszenie uciążliwości w postaci letnich upałów są w jego zakładzie natryski. Oprócz pewnej formy relaksu dla pracowników zapewniają one również utrzymanie odpowiedniej higieny w zakładzie.

- Komfort pracy na pewno zależy też od jej dobrej organizacji - zapewnia właściciel lubelskiej cukierni wyjaśniając, że stara się tak ustawić produkcję i dostosować ją do zmian, by w odpowiednim czasie każdy z pracowników mógł nie tylko skorzystać z chwili odpoczynku, ale również mieć okazję do odświeżenia się pod prysznicem.

DUŻO WODY I PRZEKĄSKA W CIĄGU DNIA

Ważną rzeczą, o której koniecznie powinni pamiętać pracodawcy zwłaszcza podczas letnich upałów jest zapewnienie pracownikom odpowiedniej ilości napojów.



W piecowni zawsze będzie ciepło, a latem wręcz gorąco. Zapewnienie odpowiedniej ilości zimnych napojów może jednak w pewnym stopniu ulżyć pracy cukierników i piekarzy.
Fot. B&S

- Pracując w nagranych pomieszczeniach pocimy się, a wraz z potem nasz organizm traci zarówno wodę, jak i cenne składniki mineralne - tłumaczy Zofia Urbańczyk, dietetyk Natur Hause Polska. Jej zdaniem, napoje energetyczne nie są dobrym rozwiązaniem. - Soki i płyny słodzone nie pomagają nawodnić organizmu, a jedynie dostarczają cukrów prostych. Pite w nieograniczonych ilościach mogą tylko zaszkodzić - mówi dietetyk przyznając, że osoby pracujące w podwyższonych temperaturach powinny mieć stały dostęp przede wszystkim do wody wysokozmineralizowanej i niegazowanej. Zofia Urbańczyk uważa, że warto poświęcić też czas na małą prelekcję z dietetykiem. - Aby pra-

ownik był wydajny, powinien odżywiać się w prawidłowy sposób, czyli dbać o regularne posiłki. Niestety, duża część piekarzy i cukierników je przed i po pracy, przez co w ciągu dnia w niekorzystnych warunkach, takich jak wysoka temperatura i wilgotność powietrza, mogą zdarzać się osłabienia. Można im zapobiec robiąc kilkuminutowe przerwy co 3-4 godziny, podczas których pracownik powinien mieć możliwość wypicia np. jogurtu czy kefiru lub zjedzenia lekkostrawnego posiłku, np. owoców - podpowiada dietetyk.

WENTYLATORY LEPSZE OD PRZECIĄGU

Jeśli hala produkcyjna nie jest zbyt duża, pro-

blem gorącego powietrza mogą rozwiązać odpowiednio dobrane wentylatory.

- Oprócz tego, że budynek naszej piekarni należy do starego budownictwa, które jest dość odporne na nagrzewanie, stosujemy na naszej hali produkcyjnej, która ma powierzchnię ok. 180 metrów kwadratowych, wentylatory wyciągowe - zdradza Stanisława Rybczyńska, właścicielka PPH Raula w Zielonej Górze. - Na produkcji nie możemy stosować klimatyzacji, więc mamy trzy potężne wentylatory, które wyciągają parę. Dodatkowo, gdy zrobi się zbyt gorąco używamy też wentylatorów przenośnych, które w zależności od potrzeb pracownicy mogą ustawić w dowolnym miejscu, tak aby chłód, jaki dają, był dla nich ukojeniem. W ostateczności pozostaje skorzystanie z rozwiązań architektonicznych hali, w której przestrzeń magazynowa mąki oraz hala produkcyjna są na jednym poziomie i zrobienie... przeciągu.

Decydując się na wentylatory (a warto zaopatrzyć się w nie już teraz, gdyż latem ich ceny drastycznie idą w górę) pamiętać trzeba o tym, że najtańsze i najprostsze modele nie zapewniają poziomego ruchu głowicy, a więc wieją tylko w tym kierunku, w którym są ustawione. Nieco droższe modele mają dodatkowo regulację prędkości obrotu wirnika i siły nadmuchu. Niektóre są też sterowane pilotem. Te bar-

reklama

dziej zaawansowane można także regulować w pionie. Szczególnie skuteczne w zakładach piekarsko-cukierniczych okazują się jednak wentylatory sufitowe, które zapewniają ciągłą rotację powietrza.

SANEPID JESZCZE NIE WIDZI PROBLEMU

Gdy spytaliśmy innych właścicieli piekarni i cukierni o to, jakie stosują udogodnienia, by latem ułatwić pracę swoim pracownikom usłyszeliśmy, że wszystko jest przygotowane zgodnie z Kodeksem Pracy i zaleceniami Państwowej Inspekcji Pracy. Niektórzy jednak nie ukrywali zdziwienia, że w ogóle o to pytamy, co może świadczyć o tym, iż nie widzą oni jakiegos szczególnego powodu, dla którego mieliby latem zorganizować pracę tak, by jej warunki były przynajmniej znośne.

W Mazowieckiej Stacji Sanitarно-Epidemiologicznej na pytanie, czy inspektorzy dysponują danymi dotyczącymi występowania opisanych w artykule urządzeń w zakładach cukierniczych i piekarskich na Mazowszu usłyszeliśmy, że takie dane są, ale ich analiza zabrałaby zbyt wiele czasu. Z kolei w Powiatowej Stacji Sanitarно-Epidemiologicznej w Katowicach powiedziano nam, iż kontrolerzy w tym roku jeszcze nie przyglądali się warunkom pracy przy produkcji piekarsko-cukierniczej.



Dobry wentylator powinien mieć możliwość regulacji nie tylko siły nawiewu powietrza, ale też jego kierunku i wysokości. FOT. MATERIAŁY PRODUCENTA

DLA WAS ZMIENIAMY SIĘ KAŻDEGO DNIA!

www.bakeandsweet.pl
Internetowy serwis branży piekarskiej i cukierniczej

CODZIENNIE NOWE WIADOMOŚCI

EKSKLUZYWNY CYKL ARTYKUŁÓW W BAKE & SWEET



Poczuj się jak prawdziwy odkrywca!

Podczas kolejnych ekspedycji, w każdym numerze „Bake & Sweet”, Akademia Zeelandia odkryje przed Państwem wyjątkowe produkty, których smak, zapach i forma podania zachwyciły naszych cukierników i piekarzy.

Mistrzom Akademii udało się zgłębić tajemnice niepowtarzalnego charakteru produktów, który oddają przedstawione receptury. Obok receptury znajdziecie Państwo zdjęcia wyrobu oraz praktyczne wskazówki dotyczące jego przygotowania. W każdym odcinku będziemy prezentować również ciekawostki na temat produktu bądź regionu, z jakiego pochodzi.

Chcemy podzielić się z Państwem zdobytą wiedzą i zachęcić do wspólnego z Akademią Zeelandia poszukiwania inspiracji na całym świecie.

Zachęcamy do wypróbowania nowych, inspirujących receptur i do wspólnych podróży.

Akademia Zeelandia



Z AKADEMIĄ ZEELANDIA PRZEZ ŚWIAT

X EKSPEDYCJA: Belgijskie Śniadanie



Brioszka

Ciasto:

- 2,5 kg Ciasto drożdżowe maślane
- 7,5 kg mąka pszenna typ 550
- 0,7 kg drożdże
- 1,0 kg cukier
- 0,4 kg masło
- 0,2 kg mleko w proszku odtłuszczone
- 4,5 l woda

Przyrządzenie:

- mieszać wszystkie składniki 5 minut na wolnych i 6 minut na szybkich obrotach
- temperatura ciasta 28-30°C
- czas spoczynku ciasta 10 minut
- podzielić ciasto na presy o masie 2100 g
- fermentacja ciasta w presach 10 minut
- każdą presę podzielić na 30 sztuk, zaokrąglić
- kantem dłoni podzielić każdy kęs na dwie części w 2/3 jego wielkości (nie powodując jego rozzerwania)
- w większej części zrobić otwór, następnie przelożyć dołem przez niego mniejszą część
- uformowane kęsy ułożyć w wysmarowanych emulsją Carlex formach do wypieku babeczek
- fermentacja końcowa 50 minut
- przed wypiekiem posmarować kęsy jajkiem lub glazurą Ovex Powder i posypać cukrem lodowym
- wypiekać w temperaturze 180°C, przez 15 minut, bez zaparowania pieca



Ciekawostka

Belgia to kraj niewielki, a mimo to dobrze znany, bo jego stolica, Bruksela, jest jednocześnie stolicą zjednoczonej Europy. Paradoksalnie, sama Belgia jest... podzielona. Położona na północy Flandria i na południu Walonia mówią innymi językami i od lat ze sobą rywalizują, choć za oręź skłą im głównie ziołowe dowcipy o stronie przeciwnej. Samodzielnym regionem jest także Bruksela, w której przybytna mogą zaskoczyć dwujęzyczne tabliczki z nazwami ulic czy instytucji – po francusku i flamandzku.

Nie można zapomnieć o tym, że Belgia dała światu kilka kulinarnych specjałów. Za niemalże symbol narodowy uchodzą mułe z frytkami. Belgowie uważają się zresztą za wynalzców frytek, ponieważ to właśnie przez ich kraj sprowadzono przed wiekami do Europy ziemniaki. Międzynarodowe utkanie smakowity zyskały sobie też

belgijskie gofry, wyhodowana na tutejszej ziemi cykoria, wspaniałe sery i wreszcie piwo. Ponad 1000 browarów zapewnia jego niespotykane bogactwo smaków i gatunków.

Ale Belgia to przede wszystkim raj dla miłośników wysmienitych słodczy. Popularnością cieszą się słodkie wypieki i czekolada, którą Belgia zaczęła wyrabiać jako pierwszy kraj w Europie. Dłis statystyczny Belg zjada jej 11 kg rocznie – tyle wazy 110 klasycznych tabliczek. A słynne belgijskie pralinki właśnie obchodzą swoje 100 urodziny. Stworzył je w 1912 roku Jean Neuhas, który wpadł na pomysł, że czekoladę można nadziewać tak samo jak cukierki. Do dziś najznakomitsze domy czekolady wyrabiają ptalinki ręcznie, a wyobraźnia cukierników obmyślających coraz to nowe nadzienia nie zna granic. Dla każdego znajdzie się coś pysznego!

Chcesz dowiedzieć się jak przygotować Brioszkę? Zapraszamy na szkolenia Akademii Zeelandia.



infolinia 0800 800 106
www.zeelandia.pl

PROFESJONALNE EKSPRESY JUŻ ZA TRZY TYSIĄCE ZŁOTYCH

Aneta Marczak

O tym, że wprowadzenie do oferty gorących napoi znacząco podnosi sprzedaż wyrobów cukierniczych nie trzeba już przekonywać. Problemem jest sprzęt. Jaki ekspres wybrać, aby sprawdził się na co dzień i nie był zbyt skomplikowany w obsłudze?

Z obserwacji dostawców wynika, że najczęstszym błędem popełnianym przez właścicieli lokali cukierniczych, którzy decydują się na poszerzenie oferty o gorące napoje jest wybór ekspresu, który przeznaczony jest do pracy w warunkach domowych.

- To bardzo nieekonomiczne - ocenia Katarzyna Skorblewicz, specjalizująca się w doradztwie dla hoteli i gastronomii. - Taki ekspres nie sprawdzi się, gdy trzeba będzie wykonywać kilkadziesiąt kaw dziennie, nie ułatwi pracy obsłudze i wygląda mało profesjonalnie.

Dlatego decydując się na wprowadzenie w cukierni kawy, należy zacząć od profesjonalnej inwestycji w profesjonalny sprzęt. Plusów takiego rozwiązania będzie wiele. Przede wszystkim wybierając dobrego dostawcę nie będziemy musieli kłopotać się serwisem sprzętu. Co więcej, w sytuacji gdy ulegnie on awarii, otrzymamy urządzenie zastępcze, co może być szczególnie ważne dla zapewnienia stałej obsługi klientów. Niektóre firmy poza urządzeniami dostarczają również kawę do ekspresów, większość oferuje przeszkolenie dla załogi. Doradcy zatrudnieni w firmach oferujących rozwiązania do gastronomii pomagają dopasować odpowiedni sprzęt, biorąc pod uwagę wielkość lokalu, liczbę gości oraz plany na przyszłość. Ekspres jest bowiem inwestycją, która powinna procentować przez lata.

Wybierając dostawcę, z którym często zwiążemy się na kilka lat, warto pamiętać także o minusach takiego rozwiązania. Jednym z nich jest oferowanie przez firmy ekspresów



Saeco Royal Cappuccino jest tani, ale jego wydajność to maksymalnie 80 kaw dziennie.
FOT. MATERIAŁY PRODUCENTA

w preferencyjnych cenach, pod warunkiem umowy obligującej do zakupu określonej ilości kawy.

- Należy to sobie dobrze przekalkulować - ostrzega Katarzyna Skorblewicz. - Może się okazać bowiem, że cena urządzenia tylko

z pozoru jest atrakcyjna, gdyż będziemy zobligowani do zakupu takiej ilości kawy, której nie będziemy w stanie sprzedać naszym klientom. Planując poziom takiej sprzedaży należy wziąć pod uwagę kilka czynników: specyfikę lokalu, jego wielkość, miejsce

w którym się znajduje, plany rozwojowe, a w szczególności to, czy chcemy otwierać kolejne punkty.

Z obserwacji dostawców wynika, że cukiernicy bardzo niechętnie decydują się podpisywać takie umowy.

- Cukiernie wolą kupić ekspres po normalnej cenie i nie wiązać się umową z konkretnym dostawcą. Dzięki posiadaniu własnego sprzętu mogą uzyskać atrakcyjne ceny kawy - wyjaśnia Jarosław Suska, koordynator w firmie Cafe Team, która specjalizuje się w dobrze ekspresów do kawy i innych urządzeniach dla gastronomii.

Nie należy zapominać o jednym: sprzedaż kawy stale rośnie i coraz więcej klientów od możliwości jej otrzymania uzależnia wybór lokalu, w którym będzie kupować ciasta, nawet na wynos.

PO PIERWSZE: KOLBOWY

Na polski rynku możemy wybierać między urządzeniami najbardziej znanych światowych firm produkujących ekspresy z przeznaczeniem dla gastronomii.

- Najważniejsze są oczywiście parametry urządzenia oraz łatwość obsługi. Coraz bardziej istotny jest również wygląd ekspresu - tłumaczy Wojciech Grzeszkiewicz, właściciel Bistro Trio w Gdyni. - Nowoczesne urządzenia wyglądają fantastycznie i mogą stać się ważnym elementem wystroju cukierni.

Szczególnie rekomenduję ekspresy kolbowe z dużym, minimum 10-litrowym pojemnikiem na wodę. Ich najważniejszą zaletą jest to, że nawet jeżeli obsługa jest niedoświadczona i popełnia błędy w przygotowaniu kawy, napoju otrzymanego z takiego ekspresu praktycznie nie da się zepsuć - wyjaśnia Wojciech Grzeszkiewicz. - Poza tym, ekspresy kolbowe są bardziej niezawodne, profesjonalne i ładnie się prezentują.

Niektórzy właściciele cukierni wolą jednak nieco prostsze ekspresy automatyczne. Wiąże się to ze specyfiką branży.

- Zdecydowałem się na najprostsze urządzenie, gdzie kawę robi się jednym przyciskiem palca - mówi Wojciech Niemc, właściciel cukierni Rogalik w Gdyni. - Jest to dobre rozwiązanie w sytuacji, gdy w cukierni ustawa się kolejka. Gdy klient zamawia ciastko z kawą, ekspres wykona swe zadanie zanim ekspedientka nałoży ciastko. Po chwili może ona już obsługiwać kolejnego klienta, który przyszedł po chleb. Gdyby robiła kawę z użyciem profesjonalnego ekspresu, zajęłoby jej to więcej czasu, a na osobnego pracownika



Profesjonalne ekspresy do kawy dla branży cukierniczej prezentowano m.in. podczas tegorocznych targów Expo Sweet (na zdjęciu: stoisko firmy Cream).
 Fot. B&S

tylko do serwowania kawy nie mogą sobie pozwolić.

Dla niektórych właścicieli cukierni brak profesjonalnej kadry to duży problem. Gdy zatrudniają ekspedientki, a nie - jak kawiarnie - kelnerki, obawiają się, czy pracownik poradzi sobie z serwowaniem kawy oraz obsługą urządzenia i czy nie ucierpi na tym prestiż lokalu.

- To walce nie musi być problem - uspokaja

Jarosław Suska. - W przypadku ekspresów automatycznych personel nie musi być wyszkolony, gdyż obsługa jest banalnie prosta. Z kolei w przypadku ekspresów gastronomicznych proponujemy naszym klientom cykliczne szkolenia.

Podobne szkolenia ma w swojej ofercie część najlepszych dostawców dla gastronomii. Bywa, że obejmują one nie tylko obsługę urządzenia, ale również samą sztukę pa-



Wiele nowoczesnych ekspresów jest łatwych w obsłudze, ale tylko doświadczeni bariści potrafią w pełni wykorzystać możliwości tych urządzeń.
 Fot. B&S

► rzenia kawy, jej rodzaje, sposoby podawania, a nawet obsługę kelnerską. Często takie szkolenie jest bezpłatne.

PO DRUGIE: TANIO I PROSTO

Z szerokiej gamy ekspresów obecnych na rynku wybraliśmy trzy modele, które - zdaniem profesjonalistów z firmy Cafe Team - doskonale nadają się do średniej wielkości cukierni. Założyliśmy, że lokal liczy nie więcej niż dziesięć stolików, poza gorącymi napojami oferuje ciasta na wynos i na miejscu, a gości obsługuje jedna osoba. Pod uwagę braliśmy też to, aby ekspres był dobrej jakości, prosty w obsłudze i robił doskonałą kawę.

Najtańszym i najprostszym z tych modeli okazał się Saeco Royal Cappuccino. Wydajność tego ekspresu to od 40 do 80 kaw dziennie. Jest bardzo łatwy w obsłudze, zajmuje niewiele miejsca i nie wymaga specjalistycznych przyłążeń.

- To urządzenie pozwala przygotować każdy rodzaj kawy, w szczególności dedykowany jest do produkcji wymiętego cappuccino z oryginalną mleczną pianką, nadającą napojowi delikatności i lekkości - rekomenduje Jarosław Suska. - Opatentowana technologia Cappuccinatore pozwala na proste pobieranie mleka prosto z kartonika i przygotowywanie kawy w jednym momencie.



Kawa to we współczesnej cukierni produkt tak samo ważny, jak ciastko czy deser.
Fot. B&S

Saeco szczególnie sprawdzi się, gdy nie jesteśmy przekonani, czy gorące napoje przyjmą się w naszej cukierni, ponieważ inwestycja w to urządzenie jest stosunkowo niewielka - ekspres można kupić już za 3000 zł.

PO TRZECIE: BEZAWARYJNOŚĆ

Jeżeli cukiernia znajduje się w galerii handlowej bądź przy ruchliwym deptaku w nadmorskiej miejscowości, a klienci mają wyrafinowane gusta, warto pokusić się o większą inwestycję i kupić profesjonalny ekspres z wyższej półki.

Według ekspertów, dobrym wyborem w tym przypadku będzie profesjonalny gastronomiczny ekspres do kawy włoskiej firmy Casadio.

- Łączy on doświadczenie LaCimbali i niezawodność Faemy, dwóch najbardziej popularnych ekspresów we Włoszech - polecają specjaliści. To urządzenie nie tylko pięknie wygląda, ale też - co jest jego największą zaletą - przyrządza kawę o najwyższej jakości i niezrównanym smaku. Poza tym, co bardzo istotne dla właścicieli cukierni, ekspresy do kawy tej firmy są praktycznie bezawaryjne. Dzienna wydajność Casadio jest całkiem spora i wynosi więcej niż 200 kaw. Inwestycja w przypadku tego urządzenia to około 12 000 zł, ale w tej cenie jest również

młynek do kawy, co pozwoli przyrządzać napoje z kawy mielonej „na oczach” klienta.

PO CZWARTE: WYJĄTKOWY DESIGN

Jeżeli cukiernię-kawiarnię charakteryzuje przede wszystkim wysmakowany design, a stacja parzenia kawy ma być ważnym elementem wnętrza i przyciągać do lokalu gości, warto zdecydować się na ekspres Barcode.

- To bardzo oryginalnie wyglądające urządzenie z efektownym podświetleniem, które przyciąga spojrzenie oraz zachęca klientów do skosztowania kawowych pyszności - wyliczają dystrybutorzy. Ten ekspres łączy w sobie łatwość obsługi z wysoką jakością i bogactwem wyboru napojów na bazie kawy: od espresso, przez cappuccino, latte machiato, caffè latte, aż do gorącej czekolady. Regulowana wysokość wylewki pozwala na używanie zarówno filiżanek, jak i wysokich szklanek. Z kolei automatyczny system czyszczenia ułatwia dbałość o higienę oraz konserwację urządzenia. Specjaliści twierdzą, że dzięki sprawdzonej konstrukcji Barcode jest idealnym rozwiązaniem dla restauracji, hoteli, kawiarni i cukierni. Również dlatego, że są to ekspresy pracujące praktycznie bezawaryjnie. Ich jedyną wadą może być jednak cena: ok. 18 000 zł. ■

Saeco Royal Cappuccino	
Zalety:	Wady:
Cena	Najmniejsza wydajność
Bezawaryjność	Plastikowy blok zaparzający
Rozmiary	
Prosta obsługa	
Nie wymaga podłączenia do sieci wodnej	
Casadio	
Zalety:	Wady:
Profesjonalne przygotowanie kawy	Większe rozmiary
Jakość kawy	Konieczność przeszkolenia personelu
Duża wydajność	Potrzebny osobny młynek do kawy
Bezawaryjność	
Barcode	
Zalety:	Wady:
Możliwość serwowania czekolady	Cena
Prosta obsługa	
Zachęcający wygląd	
Jakość kawy	
Różnorodność wyboru kaw	
Duża wydajność	

ŚRODKI SMARNE Z PARAFINĄ. UŻYWAĆ CZY NIE?

Tomasz Przysiężny

Zdecydowana większość środków stosowanych do smarowania maszyn i urządzeń w zakładach piekarsko-cukierniczych to produkty ropopochodne zawierające parafinę. W niektórych krajach europejskich używanie ich w przemyśle spożywczym jest już zabronione. W Polsce prawo nie jest tak restrykcyjne, na czym cierpią nie tylko konsumenci.

- Parafina, która jest pochodną ropy naftowej, z pewnością nie jest substancją obojętną dla organizmu człowieka - uważa Dagmara Witkowska z CSM Polska dodając, że cała branża kosmetyczna zaczyna się już wycofywać z dodawania olejów białych do swoich produktów.

Mowa tu o olejach mineralnych, parafinowych o tzw. czystości medycznej, które używane są głównie przez przemysł farmaceutyczny, ale w ich certyfikatach nie ma jednoznacznych stwierdzeń dopuszczających do wykorzystania w przemyśle piekarniczym. Są one także dozwolone do bezpośredniego kontaktu z żywnością, dlatego też zazwyczaj stosuje się je np. do smarowania tłoków, lejów dzielarek, zaokrąglarek stożkowych, noży w krajalnicach, mieszadeł. Używane są też w obwodach zamkniętych jako oleje obieguowe, a także w liniach i przenośnikach do smarowania przekładni oraz łańcuchów. Swoje szerokie zastosowanie zawdzięczają m.in. temu, że pozbawione są zapachu, barwy i smaku, co jest niezbędne w przypadku środków smarnych stosowanych w przemyśle spożywczym. Powszechnie używanie oleju parafinowego jest również uwarunkowane tym, że jego cena jest niższa od innych środków smarnych pozbawionych produktów ropopochodnych.

Wydawałoby się, że wszystkie te argumenty przemawiają za używaniem olejów parafinowych do smarowania maszyn produkcyjnych w cukierniach czy piekarniach. Trzeba jednak pamiętać o tym, iż środki te, mimo iż mogą być stosowane w przemyśle spożywczym, to jednak z pewnymi ograniczeniami. Narzuca je m.in. temperatura używania olejów z parafiną, która nie powinna być niższa niż -10 i wyższa niż 90 st. C.

- Gdy parafina dostaje się do obrabianego ciał



Środki smarne muszą być stosowane wszędzie tam, gdzie dochodzi do tarcia pracujących elementów maszyn, również cukierniczych.
For. B&S

sta, a później trafia do pieca, gdzie panuje temperatura ok. 180-200 st. C, może mieć ona negatywny wpływ na jakość wypieku - mówi Maciej Małecki, który w firmie Hert specjalizuje się w środkach smarnych. Może, ale na pewno czy ma? To trudno określić, gdyż prawdopodobnie nigdy nie zbadano tego, jak zachowuje się parafina w cieście w trakcie wypiekania. Nigdzie nie ma wyników takich badań, a więc przypuszczalnie ich nie przeprowadzono, albo... lepiej ich nie ujawniać.

- Trzeba też pamiętać, że te wciąż powszechnie

stosowane w piekarniach środki smarne z parafiną są używane w całym procesie produkcyjnym, a więc od momentu mieszania ciasta, a kończąc na krojeniu pieczywa - uświadamia Dagmara Witkowska. Pozornie śladowe ilości takich środków, które mogą dostawać się do ciasta wyciekając z maszyny są więc zwielokrotnione, gdyż urządzeń, przez które przechodzi ciasto, a później również i gotowy wyrób piekarski, jest kilka.

- Nie ma takiej możliwości, aby w przypadku smarowania tłoka dzielarki olej nie miał stycz-



Pierwsze śladowe ilości wyciekających smarów trafiają do ciasta już podczas mieszenia, kolejne w trakcie dzielenia i zaokrąglania kęsów. Fot. B&S



Piekarz, który szanuje swoich klientów-konsumentów zadba o to, by jego produkty pozbawione były ropopochodnej parafiny, którą wypieczony chleb wchłania podczas krojenia bochenków. Fot. B&S

ności z ciastem i zawsze jakaś jego część jest przez to ciasto wchłaniana. Jak duże są to ilości? Dzielarki, w zależności od typu zużywają średnio 0,8 l oleju na 1000 taktów; krajalnice ze smarowaniem noży ok. 50 l oleju tygodniowo przy średnim poziomie obłożenia. Te dane nominalne w rzeczywistości są większe, a więc ilość oleju pozostającego w cieście w trakcie obróbki nie jest tak „mikrogramowa” jak mogłoby się wydawać – mówi Maciej Małecki.

Wydawać by się mogło, iż to jedyna wada środków z parafiną, ale okazuje się, że nie.

- Piekarze nie zdają sobie sprawy z tego, że gumowe części ich maszyn w kontakcie z parafiną parcieją i szybciej ulegną zniszczeniu niż gdyby stosowali inne rodzaje środków smarnych – mówi przedstawiciel firmy Hert. A wiadomo, że sparciałe uszczelki to większe ryzyko wycieku oleju, a tym samym nie tylko jego większe straty, ale również zwiększone „dawkowanie” do ciasta. I koło się zamyka...

Dagmara Witkowska i Maciej Małecki zgodnie przyznają, że polskie prawo nie do końca reguluje możliwość stosowania środków smarnych bazujących na parafinie w przemyśle spożywczym. Przepisy zezwalają na sporadyczny kontakt olejów białych z żywnością. Ale co to oznacza? Czy jest jakaś definicja słowa „sporadycznie”? Zdaniem przedstawicielki firmy CSM Polska, sporadyczne korzystanie z takich środków smarnych to używanie ich od czasu do czasu, a nie codziennie. Właściciele piekarni i zakładów cukierniczych bazują jednak na „ogólnym” przyzwoleniu na używanie olejów parafinowych, na co prawo w naszym kraju jeszcze zezwala.

W pewnym sensie nie ma się im co dziwić. Środki smarne na bazie parafiny są bowiem

zdecydowanie tańsze od tych wyprodukowanych z naturalnych olejów roślinnych.

- Różnica w cenie jednego litra wynosi 3, a nawet 4 zł, a to bardzo dużo biorąc pod uwagę zakład produkcyjnych, gdzie środki parafinowe stosowane są we wszystkich maszynach – przyznaje Dagmara Witkowska.

Zdaniem Macieja Małeckiego, te kilka złotych oszczędności na litrze jest w przypadku stosowania środków parafinowych o wysokiej jakości.

- Na polskim rynku dużo jest też rozwodnionych olejów na bazie parafiny, które są bardzo niskiej jakości, a przez to jeszcze tańsze – mówi przedstawiciel firmy Hert przyznając, że w porównaniu do tych gorszych preparatów, np. z nieutwardzonymi olejami roślinnymi Dübör, różnica może wynieść nawet do 40 proc.

Ta wydawałoby się duża różnica w cenie jest jednak tylko pozornie tak wielka.

- Trzeba zdać sobie sprawę z tego, że zużycie środków parafinowych o niskiej jakości jest dużo większe niż zużycie profesjonalnych olejów. Przy odpowiednim dozowaniu środków na bazie nieutwardzonych tłuszczów roślinnych oszczędność wyniesie nawet ok. 20-25 procent – zapewnia Maciej Małecki. Szczegółowa analiza kosztów może więc sprawić, że bilans wydatków i oszczędności wyjdzie niemal na zero.

Podkreślić trzeba, że profesjonalne oleje do smarowania urządzeń mają pewne dodatkowe substancje, które powodują, iż w przypadku dzielarek starszych typów, o pewnym stopniu zużycia poziom wycieków i strat oleju jest znacznie zmniejszony. Można to porównać do silnika w samochodzie: jeżeli ma 10 lat i przejechane np. 200 tys. km, to po wleaniu do niego

oleju 0W zacznie on wyciekać, dlatego w tym przypadku stosuje się oleje półsyntetyczne.

Jak już wspomnieliśmy, polskie przepisy nie regulują w precyzyjny sposób, kiedy można stosować środki z parafiną, ani też jakie jej ilości mogą dostać się do produktów żywnościowych (jakie dawki mogą być spożyte), aby nie zagrażały życiu i zdrowiu człowieka. Również unijne przepisy są pod tym względem niedokładne i zezwalają poszczególnym krajom członkowskim na własne regulacje prawne. W Europie coraz częściej mówi się jednak o tym, że parafina nie jest obojętna dla człowieka, co znalazło już swój oddźwięk w niektórych krajach skandynawskich, gdzie wprowadzono kategoryczny zakaz stosowania tego typu środków smarnych w maszynach i urządzenia produkcyjnych stosowanych przez branżę spożywczą. Na polskim rynku sytuacja ta bardzo wolno ulega zmianie, ale już można dostrzec, że coraz większa ilość producentów pieczywa decyduje się na stosowanie profesjonalnych środków natłuszczających pozbawionych parafiny. Zdaniem Macieja Małeckiego wynika to z kilku aspektów, takich jak: coraz większa świadomość i odpowiedzialność producentów za produkt finalny, a także zwiększenie konkurencyjności produktów dzięki zapewnieniu ich wysokiej jakości. Zwłaszcza, że konieczność spełniania surowych wymagań jakościowych coraz częściej narzucają piekarniom hurtowi odbiorcy ich wyrobów.

- Ważne są też aspekty bezpieczeństwa – dodaje Maciej Małecki podając przykład wspomnianych produktów Düböra, które są w pełni certyfikowane, a dzięki temu dopuszczone również na bardzo wymagające rynki arabskie oraz rynek izraelski. ■

OSZCZĘDNY I EKOLOGICZNY VAPOR

Nie sposób mówić o tradycji polskiego piekarnictwa pomijając piece RRK. Mimo że coraz częściej są już wyłączane z produkcji ze względów ekonomicznych, to jednak do dziś pracują w wielu piekarniach.



Ostatnie dwudziestolecie to okres ogromnych przemian w produkcji pieczywa. Napływ zachodnich technologii i trendów w wielu zakładach spowodował odejście od dotychczasowych, rzemieślniczych metod na rzecz bardziej masowej produkcji. Coraz większa konkurencja zmusza do produkowania jak największej ilości pieczywa przy jednocześnie jak najmniejszych kosztach. Czynniki te sprawiły, że drogie w eksploatacji piece RRK są już coraz rzadziej wykorzystywane przez piekarzy. Obecnie jednak zwiększające się zapotrzebowanie na pieczywo wysokiej jakości sprawia, że rzemieślnicy wracają nie tylko do dawnych receptur, ale też metod wypieku.

- Rodzaj pieca ma na tę jakość oczywisty wpływ, a piece ceramiczne są idealne do wypieku tradycyjnego polskiego chleba, który jest dziś tak poszukiwany przez klientów. Wielu producentów, chcąc sprostać tym oczekiwaniom, staje przed dylematem, jak osiągnąć wysoką jakość wypieku, którą gwarantuje piec ceramiczny, bez równoczesnego zwiększania kosztów wytworzenia - mówi Witold Siry, prezes firmy Bakeres.

- Odpowiedzią na to pytanie może być Vapor wyprodukowany przez Tagliavini, który jest nowoczesną wersją pieca RRK.

Zastosowane w nich rury grzewcze Mannesmana mają kształt litery „L”, tak jak w tradycyjnym piecu tego typu. Urządzenie cechuje duża moc i wydajność grzewcza.

- Po nagraniu pieca nie ma spadków temperatury, dzięki czemu można wypiekać raz za razem bez obaw, że po kilku wypiekach moc pieca będzie słabsza - zapewnia Witold Siry. Każda komora ma swoją parę rur grzewczych na dole i u góry oraz dodatkowo dwie rurki do ogrzania pieca przy drzwiczkach.

- Chleb z takiego pieca charakteryzuje się grubą, chrupiącą i dobrze wypieczoną skórką, zwłaszcza od spodu - mówi szef firmy Bakeres dodając, że urządzenia tego typu są najlepsze do wypieku dużych, wielokilogramowych bochenków.

Komora spalania wraz z górną częścią pieca zbudowana jest z cegły szamotowej, co ma duże znaczenie dla niskiego średniego zużycia energii. Po nagraniu pieca kumulowane w części murowanej ciepło oddawane jest do ogrzewania rurek - palnik w tym czasie nie pracuje. Pozwala to ograniczyć zużycie energii nawet o połowę.

- Vapor nie ma sobie równych na rynku pod względem oszczędności, zwłaszcza przy zastosowaniu opalania w wersji drewno/gaz - zapewnia polski przedstawiciel firmy Tagliavini. - W takiej najbardziej ekonomicznej wersji pieca do jego rozgrzewania, gdy zużycie energii jest największe, palimy drewnem, a po nagraniu, do podtrzymania wymaganej temperatury podczas wypieku służy regulator temperatury, który steruje palnikami gazowymi. Oprócz oszczędności takie rozwiązanie jest też wyjątkowo ekologiczne. Można również zastosować opalanie peletem.

Nowoczesny a jednocześnie tradycyjny piec włoskiej produkcji ma też wydajny system zaparowania. Na jedną komorę przypadają dwie wy-

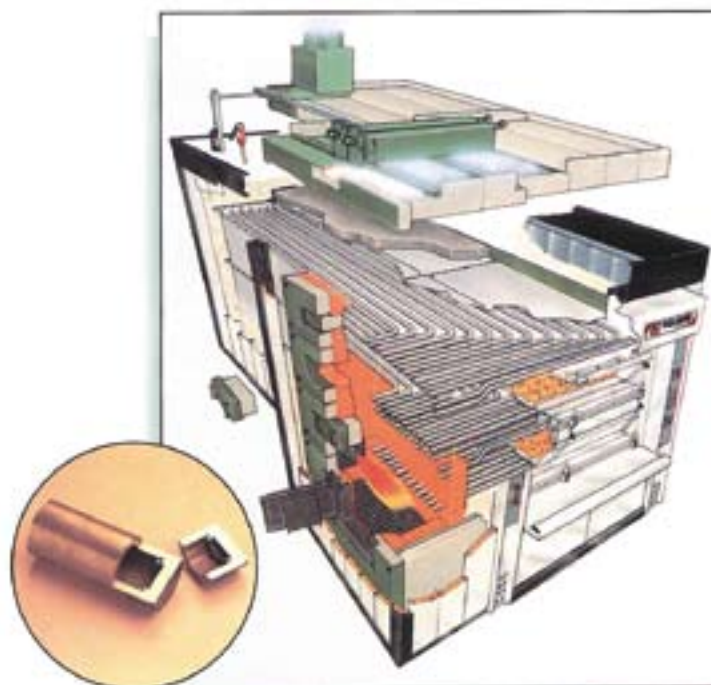


Fot. Materiały producenta

twornice pary, co sprawdza się przy częstym zaparowaniu - głównie przy wypieku drobnego pieczywa, bułek itp. W piecu tym - tak jak w RRK - można zamontować na kominie wymiennik ciepła do ogrzewania CO lub wody użytkowej.

Vapor może pracować w pojedynczym układzie oraz jako zespół pieców z ręcznymi lub automatycznymi systemami załadunkowymi.

Opr. TP



RZEMIEŚLNICZE TEMPEROWANIE CZEKOLADY

Karolina Zawitkowska

K24 EVO włoskiej firmy Bravo to nowa profesjonalna maszyna do temperowania czekolady, która znajdzie zastosowanie zarówno w cukierni, jak i w lodziarni.

Nieco przestarzały design nowej maszyny do temperowania czekolady K24 EVO nie zapowiadał żadnej rewolucji. Szczególnie, gdy już widziało się np. dotykowe ekrany i obłe kształty maszyny belgijskiej firmy Chocolate World. Przyglądając się jednak parametrom technicznym oraz pracy na żywo K24 EVO podczas tegorocznych targów Sigep można stwierdzić, że ta niepozorna konstrukcja to mimo wszystko ciekawa propozycja dla firm rzemieślniczych, które - zgodnie z panującymi trendami - chcą postawić na prawdziwą czekoladę, czy to w formie pralin, ciastek czy też deserów.

W pierwszym etapie masa czekoladowa temperowana jest w zbiorniku, w którym za

utrzymanie stałej temperatury masy odpowiedzialne są sondy nowej generacji. Precyzja kontroli temperatury (do 0,1 st. C) uzależniona jest oczywiście od ilości produktu w zbiorniku. Poprzez wygodny, intuicyjny panel sterowania można wybierać wprowadzone wcześniej do pamięci programy z odpowiednimi parametrami pracy i właściwą temperaturą. Programy te można uruchamiać także korzystając z opcji opóźnienia rozpoczęcia pracy.

Czekolada znajdująca się w zbiorniku jest mieszana za pomocą ślimaka ze stali nierdzewnej, który poprzez zmianę kierunku pracy zapobiega powstawaniu pęcherzyków powietrza w masie. Oblewanie wyrobów czekoladą - pralin, tortów,

eklerów itp. - może być zarówno całkowite jak i częściowe, a regulowany nadmuch pozwala na równomierne pokrycie wyrobu masą czekoladową. Oblewać można zarówno podczas ciągłego ruchu wyrobów na taśmie, jak i korzystając z funkcji start/stop ruchu taśmy. To drugie rozwiązanie jest szczególnie zalecane, gdy produkt wymaga bardzo precyzyjnego oblania. W obu przypadkach maszyna wykorzystuje do oblewania maksymalną szerokość pasa transportowego, która wynosi 25 cm. Nadmiar masy spływającej z oblewanych wyrobów odprowadzana jest przez specjalne kanaliki z powrotem do zbiornika z czekoladą. Aby zapobiec jej zastygnięciu, kanaliki podłączone są do systemu wibracyjnego. ■



Gdy maszyna nie jest używana, można ją łatwo złożyć - wówczas nie zajmuje wiele miejsca w pracowni cukierniczej. FOT. BRAVO



K24 EVO to ciekawa propozycja dla firm rzemieślniczych, które produkują m.in. ciastka oblewane czekoladą. FOT. BRAVO

LODY W KUWETACH

- DO WYBORU, DO KOLORU

Tomasz Przysiężny

Czy warto produkować własne lody rzemieślnicze, gdy na rynku zaopatrzenia cukierni pod dostatkiem jest lodów gastronomicznych? Inwestycja w maszyny produkcyjne jest przecież znacznie większa niż zakup witryny chłodniczej, do której trafią wyroby markowych producentów. A przecież nie tylko oni mają bogatą ofertę lodów w kuwetach.

Nie chcemy zniechęcić naszych Czytelników do produkcji własnych lodów rzemieślniczych. Każdy taki wyrób cechuje bowiem indywidualność i niepowtarzalność, które są bardzo silnymi atutami i wyraźnie odróżniają wszystkie wyroby rzemieślnicze od produktów masowych. Większość dużych producentów lodów w Polsce i na świecie zaczynała przecież od małej, ręcznej produkcji i zaopatrywała najpierw własne punkty, aby później stopniowo rozszerzać dystrybucję. Jak podkreślają eksperci od lodziarskiego rynku, w naszym kraju coraz bardziej konsumenci doceniają wyjątkowość i unikatowość produktów. Z drugiej strony, duża część społeczeństwa decyduje o zakupie podejmując przede wszystkim w oparciu o cenę.

INWESTYCJA NA LATA

Rzemieślnicza produkcja lodów - zakładając, że są one wytwarzane z naturalnych składników, bo tylko takich można używać, gdy chce się ściśle trzymać starych tradycyjnych receptur - nie jest tania. Oprócz coraz droższych surowców wiąże się również z inwestycją w sprzęt oraz adaptacją zakładu produkcyjnego. Pamiętać też trzeba o konieczności spełniania norm sanitarnych czy systemów produkcji (np. HACCP), co także wymaga niemałych nakładów finansowych.

Tak zwana masówka zawsze była i będzie tańsza w produkcji, co w efekcie znajduje przełożenie na cenę sprzedaży końcowej. Proponowany przez rząd 3-procentowy wzrost podatku VAT na lody (z 5 do 8%) nie wpłynie co prawda znacząco na cenę, jaką odbiorca finalny będzie musiał zapłacić za gałkę lodów. Aby jednak opłacało się rozpocząć ich samodzielną pro-



Pomimo dużej popularności lodów z automatu, tradycyjne gałkowe nadal mają swoich zwolenników, którzy zdecydowanie wolą ten rodzaj lodów.
 Fot. B&S

dukcję, trzeba liczyć się z inwestycją na lata, gdyż sezon na lody w naszym kraju trwa zaledwie kilka miesięcy rocznie. A co jesienią, zimą i na początku wiosny? Jeśli producent nie znajdzie stałych odbiorców w hotelach, restauracjach, zaprzyjaźnionych cukierniach lub nie zdecyduje się wejść ze swoim produktem np. na lokalny rynek sprzedaży detalicznej, wówczas poza sezonem nie zarobi nawet złotówki. Dlatego też ograniczenie się przez cukiernię wyłącznie do dystrybucji lodów innych producentów wydaje się być z finansowego punktu

widzenia nieco bardziej uzasadnione. Pytanie jednak, czy na stoisku z lodami gałkowymi w ogóle można zarobić? Zakładając, że z jednej 5-litrowej kuwety można nałożyć 75 gałek lodów, to nawet przy zawyżonej cenie za kuwetę (ok. 40 zł) i rozsądnej cenie sprzedaży (2 zł za gałkę) zysk z jednego pojemnika lodów przekracza 100 zł. Od tego trzeba jednak odliczyć: podatek, opłacenie personelu, koszt prądu zużytego do zasilenia witryny lodziarskiej, wafle do lodów itp. Biznes zaczyna się więc przy sprzedaży kilku kuwet dziennie. Poniżej tego



► poziomu lody w cukierni należy traktować jedynie jako dodatek i sezonowe uzupełnienie całorocznej oferty ciast i deserów cukierniczych. A można ją uatrakcyjnić na bardzo wiele... smaków.

NOWOŚCI TYLKO OD NESTLÉ

Sprawdziliśmy, co aktualnie, na początku lodziarskiego sezonu mają do zaoferowania dla gastronomii zarówno wielcy producenci oferujący markowe lody znane konsumentom, jak też mniejsze zakłady zaopatrujące zazwyczaj lokalne rynki.

Co roku w sezonie letnim pojawiają się kolejne nowe smaki. Często są one hitem tylko jednego sezonu i na dłuższą metę przegrywają rywalizację z najpopularniejszymi lodami śmietankowymi, waniliowymi, czekoladowymi czy truskawkowymi. Jak będzie w przypadku tegorocznych nowości, które dla gastronomików i cukierników przygotowała firma Nestlé? Niedawno na rynku pojawiły się dwa nowe lody tego producenta oferowane w 5-litrowych kuwetach. Zarówno zielono-różowe o smaku gumy balonowej o nazwie Hello Kitty jak i Jojo Marshmallow - połączenie lodów śmietankowych z owocowymi minipiankami jojo adresowane są głównie do najmłodszych konsumentów. Oprócz tych nowości w ciągłej sprzedaży są kuwety z lodami w kilkudziesięciu smakach, m.in. bakaliowym, czekoladowym, jabłkowo-wiśniowym, rumowym z rodzynkami, stracciatella, nie wspominając już o tradycyjnym waniliowym czy truskawkowym. Nie brakuje też smaków

oryginalnych, jak klonowy z orzechami lub winogronowy. Część tych produktów jest też w wersji Premium. Ich dystrybucją zajmuje się m.in. ogólnopolska sieć hurtowni Farutex, a więc nie ma problemów z dostępnością tych produktów w całym kraju.

SZWAJCARSKI SMAK CZY POLSKA TRADYCJA?

W ofercie tego samego dystrybutora, który specjalizuje się w dostawie produktów mrożonych, znaleźliśmy też reklamowane ostatnio w telewizji lody Mövenpick, pakowane w kuwety o pojemności 2,4 l. Dla cukierników i gastronomii szwajcarski producent przygotował m.in. lody Crème Brûlée, Czekolada - połączenie lodów śmietankowych z wiórkami czekoladowymi, Espresso Corto z chrupiącymi kawałkami skarmelizowanych orzeszków laskowych, Koniak - nasycone delikatnym VSOP Cognac i połączone z marynowanymi w koniaku cząstkami jabłka Granny Smith. Mövenpick ma również w ofercie kuwety z lodami sorbetowymi.

Szeroką rzeszę klientów może też zapewnić sprzedaż lodów Zielona Budka, która to marka ma już ugruntowaną pozycję na rynku i jest rozpoznawalna przez większość konsumentów. Co prawda, w sezonie lato 2012 producent tych lodów nie pochwalił się jeszcze żadną nowością, ale i tak dotychczasowa oferta lodów w 5-litrowych kuwetach jest bardzo bogata. Wśród wyrobów Zielonej Budki dla gastronomii i cukierni również znaleźć można oryginalne smaki, a także sorbety (ananas, grusz-



Lody rzemieślnicze zawsze będą wyróżniały się indywidualnością i niepowtarzalnością, lecz ich wyrób jest pracochłonny, a inwestycja finansowa w lodziarską pracownię spora.
Fot. B&S



**PRODUCENT MASZYN
PIEKARNICZYCH**



**PROFESJONALIZM
BUDOWANY NA PASJI**



Zaletą lodów w kuwetach jest to, że konsument je widzi. Przy odpowiednim wyeksponowaniu lodowych gór i ich dekoracji, ochota na lody przychodzi sama.
For. B&S

ka, malina, truskawka, cytryna, pomarańcza, jabłko-truskawka) oraz połączenie ich z lodami waniliowymi.

Bogactwo lodów oferuje też firma Nordis, która swoje wyroby pakuje zarówno w kuwety 2,5-litrowe jak i standardowe 5-litrowe. Wśród tych drugich wybór jest większy - aż 36 różnych smaków.

80 SMAKÓW ROBI WRAŻENIE

Ale nie tylko duże zakłady produkujące na ogólnopolską skalę mają szeroką gamę smaków i rodzajów lodów. Przykładem mniejszego producenta o równie bogatej, jeśli nie bogatszej ofercie jest firma PRO-ICE, która zapewnia, że ma aż 80 różnych lodów mlecznych, czekoladowych, owocowych i jogurtowych. Oprócz sieci własnych firmowych cukierni o nazwie Wspomnienie z Wenecji, zaopatruje w swoje lody także innych cukierników z całego Śląska. Przy produkcji swoich wyrobów zakład korzysta z włoskich komponentów z Granulati Italia, a o jakości bytomskich lodów świadczyć może m.in. wyróżnienie, jakie PRO-ICE zdobył za lody kawowe na konkursie zorganizowanym podczas targów Sigep 2003.

Z nastawieniem na zaopatrzenie lokalnego rynku produkowane są też lody w wytwórni JAŚ. Oprócz impulsowych i rodzinnych, w koszalińskim zakładzie powstaje też ponad 40 smaków lodów gastronomicznych do gałkowania, które pakowane są w kuwety 2,5 oraz 5-litrowe. Są to lody o wyjątkowej jakości dla bardzo wymagającego klienta z dodatkiem maksymalnej ilości naturalnych surowców, takich jak śmietana i owoce - podkreśla producent.

Również wytwórnia lodów Astoria, która już od kilkunastu lat specjalizuje się w produkcji dla potrzeb cukierni, kawiarni, restauracji i hoteli zapewnia o tym, że niezmiennie trzyma się tradycyjnych receptur.

W naszych lodach nie znajdziesz zamienników i wypełniaczy w postaci serwatki, tłuszczu palmowego czy kokosowego, skrobi, syntetycznych dodatków smakowych lub konserwantów - gwarantuje producent z Chorzowa, który swoje lody robi wyłącznie na zamówienie. I w tym przypadku wybór jest imponujący - 80 smaków lodów deserowych i sorbetów.

LOKALNY RYNEK CHŁONIE LOKALNE LODY

Tiramisu z sosem kawowym i biszkoptami, 3 Kolory Biszkopt-Czekolada-Śmietanka, Jogurtowe z sosem wiśniowym, 3 Kolory Toffi, Kawowe - to nowe smaki lodów gałkowych, jakie dla cukierni i segmentu HoReCa wprowadził w kwietniu na rynek zakład cukierniczy B&G z Proszowic koło Krakowa. Właściciel marki Krakowskie Lody z Rycerzykiem oprócz lodów w 5-litrowych kuwetach produkuje także lody impulsowe i rodzinne, a jego wyroby znaleźć można daleko poza granicami woj. małopolskiego.

Lody w pojemnikach, różki, kubki, rolady, ale także lody w kilkilitrowych kuwetach znaleźć można też w ofercie wytwórni lodów WSG z Kościana. W 40 smaków tych produktów zaopatrują się m.in. gastronomicy z Wielkopolski oraz ci lokalni cukiernicy, którzy zdają sobie sprawę, że latem muszą mieć w swoich sklepach lody gałkowe, ale nie chcą inwestować w ich własną rzemieślniczą produkcję. ■

www.masz.gliwice.pl
tel. 32 335 61 27
tel./faks 32 234 24 47

BEZ NICH LODÓW NIE NAŁOŻYSZ

Tomasz Przysiężny

Tulipan, Miseczka Monika, Kubek Kanadyjski, Stożek Bolero, Magnolia Cups, Krasnal, Smyk, Tivoli czy Jumbo - to tylko niektóre nazwy produktów, jakich nie może w tym roku zabraknąć na żadnym stoisku z lodami. Wafle to wyrób często niedoceniany, ale przecież bez nich sprzedaż lodów byłaby wręcz niemożliwa.

Producenci lodów bardzo dbają o jakość swoich wyrobów, lecz niestety często nie przykładając wagi do tego, w czym będą one podane. A przecież nawet najlepsze lody w kiepskim rożku stracą swój smak - uważają przedstawiciele firmy Miran ze Stęszewa pod Poznaniem przypominając lodziarzom, że ostatnim kąsem zjadanym przez konsumenta jest właśnie wafelek. I to

jego smak pozostanie w pamięci jeszcze na długo po zjedzeniu lodów.

Miran jest częścią grupy Stengert - niemieckiego producenta wafli do lodów, który ich wyrobem zajmuje się już od trzech pokoleń. Miran Ice Cones to także prawdopodobnie jedyne produkowane w Polsce wafle cieszące się powodzeniem również wśród lodziarzy za granicą. Tak przynajmniej twierdzą

przedstawiciele firmy, która ze swoimi wyrobami co roku wystawia się na najbardziej prestiżowej lodowej imprezie na świecie - targach SIGEP we włoskim Rimini.

Nie sposób też nie wspomnieć o znacznym zwiększeniu mocy produkcyjnych stęszewskiej firmy, co możliwe było dzięki otwarciu w tym roku drugiego (aż trzy razy większego niż pierwszy) zakładu w Lubsku koło



Dzięki nowemu zakładowi produkcyjnemu, aktualna oferta firmy Miran jest jeszcze większa niż podczas ubiegłorocznego sezonu lodziarskiego. Fot. MIRAN



Na rynku nie ma jeszcze typowych wafli do jogurtu mrożonego. Być może kiedyś pojawią się wyroby dedykowane specjalnie do tego produktu, który powoli staje się konkurencją dla lodów. Fot. Pre Gel

Zielonej Góry. Nowa fabryka wafli pozwoliła producentowi rozszerzyć gamę wyrobów m.in. o wafle prasowane w nowych kształtach i nowe wzory dekoracji waflowych. Bez wątplenia jednak sztandarowymi produktami Miran nadal pozostają wysokocukrowe różki Krasnal, Smyk, Tivoli i Jumbo. Dodatkowo w ofercie od pewnego czasu są też wafle ze wzmocnionym rantem, które trafiają do lodziarni, gdzie lody nakłada się we włoskim stylu, czyli łopatkami. Godne uwagi są także różki zapakowane już w owijki ze standardowym nadrukiem lub z grafiką zaprojektowaną specjalnie dla klientów-lodziarzy.

Tegorocznym hitem lodziarskim może okazać się wafel w kształcie tulipana - nowy produkt z radzymińskiego Wafleksu. Jest on przeznaczony zarówno do lodów tradycyjnych jak i z automatu. Wafle te swoją premierę miały na tegorocznych targach Expo Sweet w Warszawie, a producent, dzięki zastrzeżeniu wzoru wyrobu na terenie całej Unii Europejskiej, nie musi się obawiać „tulipanowej” konkurencji.

Design wafli systematycznie podąża drogą, jaką wyznaczają producenci lodów. Gdy tylko pojawia się coś nowego w branży lodziarskiej, od razu znajduje się firma, która dopasowuje swój wyrób do potrzeb nowego produktu. Tak też było kilka lat temu, gdy na polskim rynku za gościły lody amerykańskie lub jak kto woli świderki. Ich konwencja i kształt wymagały równie „smukłej sylwetki” wafli. Taki jest np. wafel europejski mały, produkowany przez wspomniany Waflex, który przeznaczony jest właśnie do tych lodów twardych nakładanych z automatu.

Wysokosłodzone lub bezcukrowe, w formie kubków albo miseczek, standardowe lub „wysciewane” czekoladową masą zapobiegającą wchłanianiu wilgoci przez ciasto... Wybór wafli na krajowym rynku zaopatrzenia branż lodziarskiej i cukierniczej jest w tym sezonie ogromny. Nie brakuje też produktów zaliczanych do grupy „zdrowa żywność”, produkowanych z wysokiej jakości naturalnych surowców.

Takie wyroby ma w swojej ofercie wytwórnia IGLO z Zawiercia, która jednak niestety skoncentrowana jest wyłącznie na produkcji wafli płaskich do lodów typu sandwich i śnieżka (tzw. kostka masła). Zakład ten współpracuje z największymi producentami lodów w Polsce. Jak zapewnia Jakub Zygmanski, IGLO jest pierwszym w Polsce producentem wafli ekologicznych, który otrzymał certyfikat zgodności firmowany przez Polskie Centrum Akredytacji oraz Ekogwarancje PTRE. Produkty te wytwarzane są z surowców EKO od wykwalifikowanych dostawców. Kiedy takie eko-wafle pojawią się na rynku zaopatrzenia rzemieślników? Tego nie wiadomo. ■



Wafel europejski mały o „smukłej sylwetce” przeznaczony jest głównie do „chudych” lodów świderków.
FOT. WAFLEX

OWOCE W ŻELU

JAK NAJBLIŻEJ NATURY

Aneta Marczak

Wybierając dla cukierni owoce w żelu należy zwrócić uwagę na dwa parametry: jak największą zawartość owoców oraz brak sztucznych barwników i aromatów w produkcji. Coraz bardziej istotny jest również procent dodanego cukru.

Owoców nie może latem zabraknąć w ofercie żadnej cukierni. Są doskonałym dodatkiem do ciast i deserów, a w połączeniu z lodami i czekoladą pozwalają wyczarować słodkości nie tylko pyszne, ale również z dużą zawartością witamin.

Z obserwacji specjalistów zajmujących się badaniami rynku wynika, że trend związany ze zdrowym stylem życia staje się również w naszym kraju, podobnie zresztą jak na całym świecie, bardzo znaczący. Polacy mniej chętnie niż jeszcze niedawno sięgają po słodkości, ale łatwiej ich do tego przekonać, oferując wyroby zawierające składniki powszechnie uważane za zdrowe, tak jak owoce i jogurty. Zdaniem doświadczonych cukierników, najlepiej jest w sezonie jako dodatek do ciast i deserów stosować świeże owoce. Nie zawsze jednak jest to możliwe ze względu na ich dostępność i temperatury panujące latem, które utrudniają zachowanie świeżości produktów.

Z WYSELEKJONOWANYCH OWOCÓW

Owoce świeże można łatwo zastąpić, decydując się na zakup owoców w żelu, funkcjonujących na rynku pod różnymi nazwami. Ich największą zaletą obok doskonałego smaku jest atrakcyjny wygląd, który daje więcej możliwości jeżeli chodzi o dekorację niż w przypadku zastosowania owoców świeżych.

Początkowo w cukiernictwie owoce w żelu wykorzystywano głównie jako dodatek do lodów i deserów, szczególnie gofrów. Obecnie ich zastosowanie jest bardzo szerokie - od deserów, poprzez praktycznie wszyst-



Prospina ma w ofercie aż jedenaście smaków frużelin o dużej zawartości owoców, małej ilości cukru i bez sztucznych barwników.
FOT. MATERIAŁY PRODUCENTA

kie letnie ciasta, aż po dekorację wyrobów gotowych. Coraz częściej owocami w żelu interesują się również gastronomowie.

Od dawna już liderem tych produktów na polskim rynku jest firma Prospona z Nowego Sącza.

- Owoce w żelu, czyli frużeliny, która to nazwa jest zastrzeżona i tylko my możemy jej używać, to nasz sztandarowy produkt - wyjaśnia Jerzy Brzozowski, główny technolog firmy Prospona. - Produkowane są ze świeżych, starannie wyselekcjonowanych owoców, a następnie zanurzone w klarownym, lśniącym żelu. Dobór owoców jest ważny, ponieważ nasze frużeliny nie tylko doskonale smakują, ale również bardzo ładnie wyglądają, co daje im szerokie zastosowanie w cukiernictwie. Można używać je do deserów, lodów, gofrów, bitej śmietany, ciast francuskich i półfrancuskich wypiekanych bezpośrednio lub po rozmrożeniu.

Prospona oferuje swoim klientom aż jedenaście smaków frużelin w dwóch rodzajach: deserowej i cukierniczej. Obydwa charakteryzują się bardzo dużą zawartością owoców (60-65 proc.) i niską zawartością cukru (20 proc.). Obydwa są pozbawione sztucznych barwników.

W ofercie producenta z Nowego Sącza znajdziemy: wiśnię, morelę, malinę, jagodę i truskawki. Cukiernicy mogą również wybierać wielkość użytych owoców - w całości bądź w kostce. Frużelina o smaku egzotycznym chętnie używana jest również w gastronomii.

- Produkt ten cieszy się dużym zainteresowaniem naszych klientów nie tylko latem, ale praktycznie przez cały rok - dodaje główny technolog. - Używana do deserów lodowych nie spływa, lecz delikatnie oblewa lody, pozostawiając warstwę owoców oraz żelu. Z kolei używana w muffinkach, babeczkach, rogalikach czy drożdżówkach nie wypływa, ale ładnie wypełnia ciasto.

Niezwykle istotny dla cukierników jest fakt, że frużelina cukiernicza to produkt termostabilny, który nie zmienia właściwości zarówno podczas zapiekania, jak i zamrażania.

FRUTTA TOP

- NOWY HIT ZEELANDII

Wszystko wskazuje na to, że w tym roku hitem na rynku będzie produkt Frutta Top, który wprowadziła do swojej oferty firma Zeelandia.

- W czerwcu planujemy premierę na polskim rynku - zdradza Agnieszka Sobkowiak-Szulc z Zeelandii. - Oferta ta skierowana



Frużelina to wyrób gotowy do bezpośredniego spożycia, dlatego też świetnie nadaje się do produkcji różnego rodzaju deserów.

FOT. PROSPONA

jest głównie do branży gastronomicznej i firmowana jest przez „1900” - markę oferującą surowce dla szefów kuchni, kawiarni i cukierni. Jedną z jej z podstawowych grup asortymentowych stanowią wysokiej jakości owoce w żelu o nazwie Frutta Top.

Produkty występują w sześciu najpopularniejszych smakach: truskawka, wiśnia (zarówno w całości jak i cięta), owoce egzotyczne (morela, ananas, mango, papaja), malina oraz żurawina. Ciekawostką jest to, że owoce egzotyczne są bardzo rzadko spotykane u innych producentów.

Jak podkreśla Zeelandia, jej wyroby charakteryzują się wysoką zawartością owoców o jędrnej strukturze, naturalnym smakiem i wyglądem oraz „konsystencją idealną do mistrzowskiego wykończenia ciast i deserów”.

- Żel, w którym zatopione są owoce, ma lśniący, apetyczny kolor, bez obcych posmaków - dodaje Agnieszka Sobkowiak-Szulc zapewniając, że Frutta Top z powodzeniem można wykorzystać jako dodatek do deserów lodowych, śmietanowych czy gofrów lub dekorację ciast podawanych na talerzu (sos owocowy).

PROPOZYCJA PROSPONY

Ptasie mleczko z frużeliną

Składniki na biszkopt: 3 jaja, 90 g mąki, 80 g cukru, 1 g proszku do pieczenia. Składniki na masę: 700 ml śmietany 30%, 760 g frużeliny Owoce leśne w żelu, 25 g żelatyny.

Białka ubić na sztywną pianę. Dodać cukier, ubijając dodać po jednym żółtku. Do ubitej masy jajecznej dodać mąkę z proszkiem do pieczenia. Tak przygotowane ciasto wylać do wysmarowanej formy o średnicy 26 cm i piec około 30 minut w temperaturze 180 st. C.

Żelatynę namoczyć w niewielkiej ilości zimnej wody, a gdy napęcznieje, rozpuścić w gorącej wodzie. Śmietanę ubić na sztywną masę, następnie dodać połowę ostudzonej żelatyny oraz 160 g frużeliny. Całość wymieszać i wyłożyć na uprzednio przygotowany biszkopt. Resztę Frużeliny podgrzać i połączyć z pozostałą żelatyną. Wystudzić, po czym wylać na masę śmietanową. Ciasto schłodzić w lodówce (ok. 3 godz.). Udekorować śmietaną kremową i owocami kandyzowanymi.



Frutta Top, która na polskim rynku pojawi się dopiero w tym miesiącu, to oferta skierowana głównie do branży gastronomicznej i firmowana marką „1900”.
FOT. ZEELANDIA

- ▶ Nie bez znaczenia dla tej oferty jest wygodne w użytkowaniu i przechowywaniu opakowanie - plastikowe 2,5-kilogramowe wiaderko o sześciokątnym kształcie.

NOWE SMAKI LATA

Producentem owoców w żelu jest również firma Zentis, która poleca cukierniom produkty w oryginalnych smakach. Obok wiśni, jagody, maliny i brzoskwini znajdziemy również jabłko z rodzynekami i cynamonem, dwie porzeczki: czarną i czerwoną oraz wiśnie ze stracciatellą. Dodatki te zawierają dużą ilość owoców, a także - podobnie jak w przypadku frużelin Prospomy - są stabilne w procesie pieczenia i mrożenia.

Szeroką gamę owoców w żelu co roku przygotowuje dla cukierników firma Creden Polska. Oferta jest tu podzielona na segmenty dopasowane do potrzeb klientów oraz wymagań rynku i różni się od siebie procentową zawartością owoców w produkcie. Co ciekawe, w najbogatszym segmencie zawartość owoców waha się między 60 a 80 proc. - w zależności od smaku. Dostępne są również 50-proc. nadzienia bez cząstek owoców oraz z 20-proc. zawartością owoców.

- Mamy również termostabilne nadzienia HB o przedłużonej trwałości oparte na bazie soku owocowego (30 proc.) o niskiej aktywności wodnej - mówią przedstawiciele firmy zapewniając, że produkty te są idealne zarówno do nadziewania i dekoracji pączków, drożdżówek, tart czy ciast kruchych, jak również innych wyrobów cukierniczych.

Owoce w żelu, zwane Frudecorem, posiada w swojej ofercie również firma AKO. Charakteryzują się one wysoką zawartością owoców (jabłko szarlotkowe zawiera około 95 proc. owoców), ale także szerokim spektrum zastosowania. Choć na rynku dostępne są dopiero od roku, to - jak zapewnia producent z Bydgoszczy - cieszą się bardzo dużym zainteresowaniem cukierników.

Dodatkowe zalety nadzienia oferowanego przez AKO to naturalny, czysty smak, atrakcyjna barwa, bardzo dobre właściwości wypiekowe - nadzienie nie nasącza ciasta i nie wycieka podczas wypieku. Bardzo istotne jest również to, że nie zawiera sztucznych barwników i aromatów.

W ofercie AKO jest również Wiśnia w żelu - produkt, w którym wykorzystano całe owoce.

Jagody, maliny, wiśnie i truskawki to smaki owoców w żelu, które produkowane są przez firmę Dijo. Oprócz tradycyjnego zastosowania można je również wykorzystać jako dodatek do masy lodowej - oryginalnego produktu z zatopionymi całymi kawałkami owoców.

Całe owoce w żelu, w cząstkach lub postaci puree znaleźć można również w ofercie Unifine - Delifruit to gama produktów, które zawierają aż 70 proc. owoców. ■



Z owoców w żelu z powodzeniem korzystają nie tylko cukiernicy, ale również lodziarze.
FOT. PROSPONA

PROPOZYCJA ZENTIS

Tradycyjny sernik z wisienką

Składniki: blat z ciasta kruchego delikatnie podpieczony, 1500 g białego sera, 500 g śmietany kremowej ubitej na sztywną pianę, 7 jaj, 300 g masła, 150 g cukru, 80 g mąki, 2 g aromatu wanilinowego, Wiśnia ze stracciatellą Zentis.

Oddzielić żółtka od białek. Żółtka połączyć z połową cukru i delikatnie ucierać. Białka ubić z drugą częścią cukru. Do żółtek dodać masło, aromat oraz ser. Masę serową połączyć z ubitymi na puszystą pianę białkami i śmietaną. Następnie dodać mąkę i dokładnie wymieszać. Tak przygotowany sernik wypiekać w temperaturze 180 st. C przez 80 min. Po wypieczeniu ciasto ostudzić. Sernik podzielić na niewielkie porcje, podawać z Wiśnią ze stracciatellą Zentis.

STABILNA STRUKTURA, ORYGINALNE SMAKI

Tomasz Przysiężny

Przygotowując ciasta z masami śmietanowymi, desery czy wykwintne, wyszukane smakowo torty okolicznościowe nie sposób obyć się bez produktów, które nie tylko poprawią konsystencję śmietany, ale również ustabilizują jej właściwości, przedłużą świeżość i nadadzą określony smak.

Chociaż cel stosowania fondów jest jeden, to rodzajów stabilizatorów jest kilka, a smaków aż kilkadziesiąt. Szerokie zastosowanie śmietan zwierzęcych i roślinnych w produkcji cukierniczej w dużym stopniu wymusza potrzebę korzystania ze środków stabilizujących i w każdym nowoczesnym zakładzie cukierniczym są one powszechnie używane. Wynika to również z faktu, iż stabilizatory zapewniają utrzymanie odpowiedniej konsystencji również w przypadku zamrażania i rozmrażania - powszechnie stosowanych metod przechowywania i naturalnego przedłużania świeżości wyrobów. Na swobodne stosowanie fondów z pewnością ma też wpływ ich bezpieczny skład, który bazuje na naturalnych produktach.

TIRAMISU Z SERKIEM MASCARPONE

Do takich stabilizatorów należą m.in. fondy oferowane przez firmę Martin Braun.

- W skład tych stabilizatorów wchodzi środki żelujące, takie jak żelatyna, skrobia oraz, w przypadku stabilizatorów owocowych, cząstki owoców liofilizowanych, które w śmietanie pod wpływem wilgoci pęcznieją, dodając naturalnego charakteru przygotowanym masom - wyjaśnia Wojciech Laśkiewicz, technolog-cukiernik z Martin Braun. - Posiadają również wyłącznie naturalne barwniki uzyskane np. z ekstraktów owocowych.

Wyroby przygotowane na stabilizatorach Martin Braun - jak zapewnia Wojciech Laśkiewicz - charakteryzują się dużą delikatnością, wyrazistym smakiem, a przede wszystkim są w stu procentach powtarzalne.

Martin Braun w swojej ofercie ma dwie grupy stabilizatorów: Edeny (produkowane przez Dr. Oetker'a) i Alaski. Wśród nich znaleźć można całą gamę różnorodnych smaków. Od inten-



Przygotowując ciasta z masami śmietanowymi czy wykwintne, wyszukane smakowo torty okolicznościowe nie sposób obyć się bez stabilizatorów.
FOT. MARIN BRAUN

sywnie owocowych, które w swoim składzie mają więcej owoców liofilizowanych, przez smakowe (np. cappuccino z kawałkami czekolady, tiramisu z naturalnym serkiem mascarpone), aż po stabilizatory na bazie serwatki, jak jogurtowa i serowa, oraz Alaski typu Fit.

- Stabilizatory, w których składzie jest serwatka, charakteryzują się większą delikatnością. Stosujemy je głównie do ciast i deserów ze świeżymi owocami - podpowiada Wojciech Laśkiewicz.

EFEKTYWNE ZWIĘKSZENIE MASY

Żelatynowe i beżelatynowe fondy do śmietany produkuje również Eco Trade. Te pierwsze,

o smakach: ajerkoniaku, czekolady, pomarańczy, truskawki, toffi, tiramisu lub bezsmakowy neutralny to produkty, które - jak zapewnia Joanna Zagała - są bardzo proste w użyciu i wymagają jedynie wymieszania ze śmietaną, a następnie ubijania. W zależności od rodzaju stabilizatora na 1000 g śmietany 30% trzeba dać 110 lub 130 g proszku. Ważną zaletą tych produktów jest też ich odporność na zamrażanie. Osobną, nieco szerszą grupę stanowią stabilizatory bez żelatyny, które wymagają trochę innych proporcji dawkowania: 1000 g śmietany 30%, 250 g stabilizatora, 250 g wody. Fondy beżelatynowe pozwalają nie tylko dowolnie zmieniać smak



Zadaniem stabilizatorów jest zapobiec wydzielaniu się wody z bitej śmietany, dzięki czemu może ona utrzymać niezmienną strukturę przez kilka dni.
Fot. AKO

Śmietany jednocześnie gwarantując jej stabilność i delikatną konsystencję kremu śmietanowego, ale również efektywnie zwiększają wydajność masy. Również i one, przechowywane w chłodni nie pękają. Oprócz wspomnianych wcześniej smaków, wśród stabilizatorów bezzelatynowych Eco Trade znaleźć można też: bananowy, cytrynowy, czarna porzeczka, gruszkowy, malinowy, wiśniowy oraz cappuccino.

SWOBODNE ŁĄCZENIE Z DODATKAMI

Wkrótce na rynku pojawią się nowe produkty z Kwaloty, która to firma już teraz ma niemałą gamę stabilizatorów do śmietany.

Jak dowiedzieliśmy się od Anny Olesiak-Siby, na etapie wdrażania do produkcji są już kolejne smaki: jogurtowy z dużą ilością naturalnego jogurtu w swoim składzie oraz egzotyczny m.in. z mango, papają, ananase, brzoskwinia i innymi owocami tropikalnymi.

- Warto pamiętać o tym, że dużą zaletą stabilizatorów jest możliwość ich dodatkowego łączenia z innymi składnikami smakowymi, jak pasty, owoce, kremy do wypełnień czy alkohol - przypomina producent.

Firma Zeelandia ma jedną z najbardziej rozbudowanych na rynku ofert stabilizatorów - fondy o nazwie Zeesan produkowane są aż w 23 smakach.

- Pozwalają cukiernikowi skomponować nieskończoną ilość kremów do tortów, ciast, rolad, a także deserów - mówi Agnieszka Szulc dodając, że dzięki tak szerokiej gamie produktów oraz fantazji cukiernika można przygotować wręcz nieograniczoną ilość wariantów smakowych ciast. Ich zaletą są też wygodne opakowania - małe 500-gramowe saszetki.

WIDOCZNE CZĄSTKI OWOCÓW

Zeesan można podzielić na trzy grupy smakowe. Do ciast o włoskim, kawowym charakterze dedykowane są Tiramisu (z serkiem mascarpone), Cappuccino i Coffee-Espresso. Z kolei do wyrobów cukierniczych o charakterze mlecznym użyć można Zeesanów: jogurtowego, sernikowego, jagodowo-twarożkowego czy crunchy-jogurtowego. Jednak największą grupę stanowią stabilizatory owocowe, bazujące na suszonych owocach, np. truskawkowy, wiśniowy, gruszkowy, owoce leśne, żurawinowy, brzoskwinia-marakuja, pomarańczowy, cytrynowy, bananowy, czarna porzeczka.

- Z zalet Zeesanów wymienić trzeba delikatny naturalny smak kremów śmietanowych, widoczne cząstki owoców oraz stabilną kon-

systemę i strukturę kremów, co znacznie ułatwia krojenie ciasta. Oprócz możliwości zamrażania wspomnieć też trzeba, że zastosowanie stabilizatora daje ok. 10% przyrostu objętości kremu podczas jego ubijania.

NEUTRALNY DOBRY NA LATO

Stabilizatory do śmietan pochodzenia zwierzęcego, jak i do śmietan roślinnych, o bogatej gamie smakowej oraz szerokim zastosowaniu w cukiernictwie znaleźć można również w ofercie firmy Diamant.

- Mamy stabilizatory o smakach prawdziwych malin, truskawek, owoców leśnych, bananów, cytryny, malin czy wiśni, które zawierają duże ilości owoców suszonych - zapewnia producent. Oprócz owocowych smaków są również: jogurtowy (33% naturalnego jogurtu), twarogowy, czekoladowy oraz ze znakomitą włoską nutką Tiramisu czy też Latte Macchiato. W okresie letnim szczególnie polecany jest też stabilizator neutralny, którego użycie pozwala wyeliminować problemy z trudno ubijającą się śmietaną lub z częstym podchodzeniem wodą. Neutralny stabilizator oparty na bazie żelatyny instant poleca cukiernikom również firma Credi. Także i on, podobnie jak większość stabilizatorów, znajduje zastosowanie do produkcji rolad, tortów, ciast śmietankowych, ptyśi itp. Credi Fond Neutralny, który - jak gwarantuje producent - nie zaciąga ciasta przy krojeniu i zapobiega efektowi „gumowatości”, jak sama nazwa wskazuje, jest jedynie bezsmakową bazą, pozwalającą uzyskać neutralne kremy. Aby nadać im najróżniejsze smaki i kolory, producent sugeruje zastosowanie dodatku w postaci owoców w żelu lub np. kremowo-mleczny nadzieni Credi Fillings.



Na zdjęciu: ciasta z wykorzystaniem SUCREA Fond Jogurt.
FOT. UNIFINE



W tym wyrobie cukiernik do stabilizacji śmietany użył fonda Zeesan Brzoskwinia-Marakuja.
FOT. ZEELANDIA

RÓŻNE RECEPTURY

Różne stabilizatory wymagają stosowania różnych receptur. W przypadku wspomnianych wcześniej Zeesanów z Zeelandii stabilizator można mieszać z wodą o temperaturze pokojowej. W przypadku fondów Bakemark wymagane jest wymieszanie ich z wodą o temperaturze ok. 30-35 st. C, a następnie schłodzenie mieszanki do 20 st. C i stopniowe dodanie śmietany ubitej z cukrem.

Z ciekawych smaków, jakie oferuje CSM Polska, wymienić trzeba stabilizatory: Fond Cream Cheese, Fond Yoghurt, Fond Moccachino, Fond Carmel czy Fond Nougat.

Unikalne smaki stabilizatorów proponuje również Unifine, którego gama wyrobów z serii SUCREA Fond to ponad 30 różnych produktów. Większość z nich, jak np. Kawa, Crema Catalana, Biała czekolada, À la Crème brûlée, Pieczona jabłko czy Pomarańcza-cynamon wymagają zmieszania 200-250 g proszku z 250 g wody i 1000 g bitej śmietany. Inne proporcje i inne receptury są w przypadku np. SUCREA Fond twarożek, Orzech laskowy, Sanatine, Kwaśne mleko czy kremu typu Irish.

OWOCE WYMAGAJĄ NAMOCZENIA...

Przeglądając oferty producentów fondów do śmietan trudno pominąć firmę Zaskocz, której gama stabilizatorów z pewnością należy do najbogatszych. Ananasowy, Baileys, bananowy, brzoskwinia-marakuja, brzoskwiniowy, cappuccino, cytrynowy, czekoladowy, gruszkowy, Iris, kiwi, malinowy, melonowy, miętowy, morelowy, orzechowy, owoce lasu, pistacjowy, pomarańczowy, serowy, sliwkowy, tiramisu, truskawkowy, waniliowy, wiśniowo-koniakowy, wiśniowy, a także stabilizatory jogurtowe np. o smaku marakuji, borówki, mandarynki oraz fondy twarogowe - sporo tego.

Producent przypomina, że w przypadku stosowania stabilizatorów owocowych, które mają kawałki liofilizowanych owoców, konieczne jest połączenie ich z wodą, aby owoce miały możliwość napęcznić i zmięknąć.

...GOTOWY KREM SCHŁODZENIA

Cztery najpopularniejsze smaki (cytrynowy, malinowy, truskawkowy i czekoladowy) oraz stabilizator neutralny to grupa fondów z serii Balbina, które powstają w fabryce AKO w Bydgoszczy. Także i w przypadku tych produktów ich zadaniem jest zapobiec syntezie śmietany, a więc wydzielaniu się z niej wody, dzięki czemu po ubiciu może ona utrzymać niezmienną strukturę przez kilka dni.

Pamiętać jednak trzeba o tym, że wszystkie produkty na bazie stabilizatorów muszą być dobrze schłodzone i przechowywane w odpowiednich warunkach - w niskiej temperaturze.

NOWOŚĆ

Idealny na kolację
ProBody
Niska zawartość
węglowodanów
Dużo białka

Low Carb*



Sprawdź nowy,
innovacyjny chleb
Low Carb*



* ProBody zawiera ok. **90% mniej węglowodanów** i ok. **300% więcej białka** niż zwykłe chleby mieszane

- 100% mieszanka do produkcji pieczywa
- Mieszanka zawiera składniki pełnoziarniste i nasiona
- Nowa propozycja dla klientów poszukujących produktów o właściwościach dietetycznych
- Nowe możliwości biznesowe



KOMPLET Polska

Z dobrego upieczesz najlepsze!

więcej na www.komplet.pl



CHLEB POWSZEDNI W SETKACH SMAKÓW

Aneta Marczak

Buraki, pokrzywa, dziki czosnek - smak chleba może być zaskakujący nawet dla najbardziej wymagających klientów. Na rynku mieszanek dla piekarzy pojawiły się nowe, oryginalne kompozycje.

Piekarze narzekający na spadek sprzedaży chleba i klientów, którzy znudzeni tradycyjną ofertą poszukują nowych smaków, powinni lepiej przyjrzeć się najnowszym propozycjom dostawców.

Już od dawna na rynku obok tradycyjnych mieszanek dostępne są kompozycje z różnych, rzadziej używanych w piekarnictwie rodzajów mąki: gryczanej, kukurydzianej czy orkiszowej. Ta ostatnia bije rekordy popularności nie tylko w piekarnictwie, ale również w cukiernictwie i gastronomii. Od niedawna w ofercie producentów są także gotowe mieszanki, zawierające już nie tylko ziarna nasion oleistych i rodzyнки, ale również zioła, warzywa, jadalne kasztany, a nawet... pokrzywy.

Sprawdziliśmy, co nowego oferuje rynek dla lubiących eksperymentować piekarzy i ich wymagających klientów.

POKRZYWY NIE TYLKO NA WIOSNĘ

Firma Polmarkus, która podkreśla, że stale poszukuje nowych rozwiązań, aby zadowolić nawet najbardziej wymagających klientów, przygotowała mieszanki do produkcji chleba ze składnikami, jakich do tej pory na rynku nie było.

- Kompozycji jest wiele, lecz z tych oryginalnych, którymi możemy się pochwalić, na uwagę zasługują na pewno Panefit Pokrzywowy i Pumpernikiel - wylicza Alicja Brandys, przedstawicielka firmy.

Pumpernikiel w Polsce jest mało popularny, w przeciwieństwie do Niemiec, gdzie jest tradycyjnym i bardzo lubianym w pieczywie. 60% baza do produkcji chleba, którą oferuje Polmarkus, pozwala przygotować pieczywo żytnie, jak każe tradycja ciemne i wilgotne, wypieczone z mąki zawierającej dużo błon-



Mieszanka Omega Chia ma pochodzące z Ameryki Południowej ziarna, które są bogatszym źródłem kwasów omega-3 i omega-6 niż ryby.

Fot. ULDO

nika. Właściwości prozdrowotne chleba są istotną informacją na rynku, gdzie coraz więcej osób rezygnuje ze spożywania pieczywa w przekonaniu, że nie sprzyja ono przestrzeganiu zdrowej diety. Przykład tego chleba pokazuje, że zdrowotne właściwości pieczywa da się pogodzić z jego dobrym smakiem.

- Pumpernikiel najlepiej smakuje ze świeżym masłem, ale dodatki pozwalają stworzyć z niego finezyjne i wykwentne kanapki - opowiada Alicja Brandys. - Intensywny smak tego pieczywa jest bardzo rozpoznawalny, doskonale komponuje się z piwem.

Kolejna propozycja Polmarkusa - Panefit Pokrzywowy - zachwyci ekologów. 50% mieszanka do produkcji pieczywa z dodatkiem suszonej pokrzywy, nasion słonecznika i dyni

zapewnia - jak podkreśla producent - niespotykane doznania smakowe.

GROCH I GRYKA PRZEZ CAŁY ROK

Kolejne propozycje Polmarkusa są równie interesujące: Panefit Gryczany to 50% baza do produkcji nie tylko pieczywa gryczanego, ale też innych wypieków o charakterystycznym smaku i zapachu prażonej gryki.

- Jest ona jest bogatym źródłem błonnika, białka, węglowodanów i składników mineralnych - wylicza Alicja Brandys. - Chleb wyprodukowany na bazie naszej mieszanki ma specyficzny smak i zapach dzięki mączce gryczanej i prażonej gryce. Panefit Dziki Czosnek to kolejna mieszanka z użyciem tej modnej od niedawna w piekarnictwie rośliny.

- Dziki czosnek zwany również czosnkiem niedźwiedzim jest rośliną znaną i docenianą z uwagi na swoje walory smakowe i aromatyczne - mówi przedstawicielka Polmarkusa dodając, że na całym świecie wykorzystywany jest w branży piekarskiej. Z mieszanki można wyprodukować oryginalne pieczywo śródziemnomorskie i doskonałe wypieki na sezon grillowy, poszerzając tym samym asortyment markowego pieczywa oferowanego przez piekarnię.

Wszystkie te mieszanki dostępne są w opakowaniach 25 kg i mają roczny termin przydatności do spożycia. Producent załącza do nich również receptury z propozycjami wykorzystania mieszanek.

Z innych ciekawych konceptów Polmarkusa na uwagę zasługuje też mieszanka Wojak do produkcji pieczywa pszenno-żytniego z dodatkiem grochu, Panefit z guaraną zawierający w swoim składzie również jogurt i amarantus oraz Panefit Lniany z siemieniem lnianym.

MODNE KWASY OMEGA...

Firma Uldo od lat dokładnie monitoruje rynek i dostrzega duże zainteresowanie pieczywem pełnoziarnistym.

- Konsumenci coraz uważniej przyglądają się produktom spożywczym, które kupują, analizując m.in. ich skład i właściwości - zauważa Adam Kondracki, przedstawiciel firmy. - Ponieważ stajemy się coraz bardziej świadomymi konsumentami, żywność traktujemy już nie tylko jako środek do zaspokajania głodu, ale także jako źródło niezbędnych w naszej diecie składników odżywczych. Coraz częściej zatem wybieramy pieczywo pełnowartościowe, akceptując przy tym jego nieco wyższą cenę. Trzeba bowiem pamiętać, że dodatek ziaren, zwłaszcza tych nietypowych, podraża produkt z uwagi na wysoką cenę samych ziaren.

Uldo analizując preferencje konsumentów i zmieniające się oczekiwania wobec żywności, systematycznie uzupełnia swoją ofertę o produkty pełnoziarniste, bogate w różnorodne ziarna, w tym również te nietypowe i rzadko spotykane w naszej codziennej diecie.

Ciekawą propozycją Uldo jest chleb Omega Chia. Zawiera on pochodzące z Ameryki Południowej ziarna chia, będące najbogatszym źródłem kwasów omega-3 i omega-6 - bogatszym niż ryby lub inne ziarna i nasiona.

- Ziarna chia mają też duże ilości naturalnego błonnika, który chroni jelita, poprawia przemianę materii oraz spowalnia wchłanianie cukrów, przez co może korzystnie wpływać m.in. na dietę diabetyków. Ponadto chleb Omega Chia ma także interesujący wygląd, co dla wielu kon-



Producent mieszanki z błonnikiem proponuje piekarzom dodatkowo banderole do pieczywa, które - zgodnie z najnowszymi przepisami - zawierają rzetelne informacje o chlebie.
FOT. ZEELANDIA

sumentów jest również bardzo istotne - dodaje Adam Kondracki.

...I UNIWERSALNA CZARNUSZKA

Innym przykładem produktu Uldo z dodatkiem nietypowych ziaren jest chleb Vitalny.

- To pieczywo o wyrazistym smaku i aromacie z dodatkiem czarnuszki i wiesiołka - opowia-

da Adam Kondracki. - Jak mawiano w starożytności, "czarnuszka leczy wszystko oprócz śmierci". Jej ziarenka wspaniale wzbogacają pieczywo, nadając mu wyrazisty smak i charakterystyczny aromat. Właściwości lecznicze czarnuszki wykorzystywane są od wieków w medycynie naturalnej jako środek przeciwzapalny, przeciwbólowy i silnie antybiotyczny.



Chleb Gwarek należy do tej grupy mieszanek piekarskich, których smak i aromat uzyskano dzięki odpowiednio dobranej i przygotowanej mące gryczanej.
FOT. ECO TRADE

▶ Z kolei dodatek ziaren wiesiołka podnosi walory odżywcze i zdrowotne pieczywa przede wszystkim dzięki zawartości nienasyconych kwasów tłuszczowych. Najważniejszym z nich jest kwas gamma-linolenowy, dzięki któremu prawidłowo rozwijają się nasze tkanki nerwowe i mięśniowe. Gwarantuje on również prawidłową wagę ciała i właściwy poziom cholesterolu we krwi.

Wśród propozycji firmy Uldo znajdziemy jeszcze inne mieszanki z nietypowymi składnikami, m.in. pieczywo Beta Vera bogate w betaglukany, chleb dla diabetyków i chleb Od serca o obniżonej zawartości sodu, który wyróżniony został przez Fundację Rozwoju Kardiologii im. Prof. Zbigniewa Religii

PEŁNY KŁOS I BŁONNIK

O piekarzach zainteresowanych nowymi rozwiązaniami nie zapomina również firma Zeelandia. Wśród ciekawych propozycji na ten rok znalazła się mieszanka do produkcji pieczywa ziarnistego o bogatym składzie gwarantująca - jak podkreśla producent - wyśmienity smak i wygląd pieczywa.

- W mieszance Pełny Kłos znalazły się ziarna siemienia lnianego i słonecznika oraz płatki: żytnie, owsiane i otręby żytnie - wylicza Agnieszka Szulc z Zeelandii. - Walory smakowe dodatkowo podnoszą specjalnie dobrane mąki, wcześniej poddane naturalnym procesom wzbogacającym, które dodatkowo nadają wypiekowi wyjątkowego charakteru.

Według producenta, mieszanka Pełny Kłos doskonale nadaje się do przygotowania zarówno żytniego chleba, jak i bułek ziarnistych.

- W przypadku obu receptur polecamy dodanie dwóch typów płynnych słodów, wydobywających głębię smaku i kolorystykę skórki i mięksiszu - dodaje przedstawicielka firmy.

Producent zaznacza, że prezentowana mieszanka należy do produktów typu „czysta etykieta”, co w oczach klientów podnosi wartość pieczywa. Podstawą kolejnej mieszanki, którą poleca Zeelandia, jest błonnik zalecany osobom odchudzającym się - ma zdolność do pęcznienia, dzięki czemu daje uczucie pełności oraz absorbuje różnego typu szkodliwe związki. Spełnia on także funkcje probiotyczne, gdyż umożliwia rozwój korzystnej flory jelitowej.

Według Światowej Organizacji Zdrowia (WHO), dzienne spożycie błonnika u osób dorosłych powinno wynosić od 20 do 40 g. W Polsce przyjmuje się, iż powinno się go spożywać 25 g każdego dnia.

- Ze względu na wszystkie wspomniane cechy, polecamy produkcję chleba żytniego razowego zawierającego błonnik na bazie wygodnej, kompletnej mieszanki - proponuje Agnieszka Szulc. - W jej składzie są specjalnie dobrane mąki żytnie i razowe, które gwarantują pewność wypieku oraz pełnię lekko kwaskowego smaku, charakterystycznego dla tego typu pieczywa. Producent poleca dodatkowo banderole do pieczywa, które - zgodne z najnowszymi przepisami - zawierają rzetelne informacje o chlebie.

MAKA Z POLSKICH PÓL

Ciekawą ofertę dla swoich klientów zaprezentowała niedawno firma Eco Trade.

- Nasz żytni chlebek Salvia z dodatkiem nasion chia, czyli szalwii hiszpańskiej, już wkrótce po debiucie na rynku stał się hitem - mówi Joanna Zagała z firmy Eco Trade. Nic dziwnego, mieszanka ta doskonale wpisuje się w trend prozdrowotny. Jak już wcześniej wspomnieliśmy, szalwia jest bogata w tłuszcze nienasycone omega-3 oraz błonnik pokarmowy. Mieszanka do produkcji chleba Salvia dodatkowo wzbogacona jest w słonecznik i złote siemię lniane, które to nasiona również mają dobroczynny wpływ na zdrowie człowieka.



W mieszance Pełny Kłos znalazły się ziarna siemienia lnianego i słonecznika oraz płatki żytnie, owsiane i otręby żytnie.
FOT. ZEELANDIA

Kolejnym ciekawym rozwiązaniem zaproponowanym przez Eco Trade jest mieszanka Chleb Gwarek z gryką, który wypiekany jest w formach sześciokątnych, co nadaje mu oryginalnego i charakterystycznego wyglądu. Jest to pieczywo mocno ziarniste, z dodatkiem grubo mielonej mąki gryczanej pochodzącej - jak podkreśla producent - wyłącznie z polskich pól.

Kolejna propozycja tego producenta to mieszanka pieczywa o nazwie Szttygar ze szczyptą mielonego kminku, które z kolei wypiekane jest w rombikach. Chleby te mają w składzie m.in. pełnowartościowe ziarna słonecznika i siemienia lnu, a także grys sojowy, żytni i pszeniczny.

- Wprowadzając nowości inspirowaliśmy się hasłem „polskie surowce i polski smak” - podkreśla Joanna Zagała. - Myślę, że uda nam się trafić w gust konsumentów.

FIRMY STAWIAJĄ NA NOWOŚCI

Nietypowe dodatki można znaleźć w ofercie większości firm produkujących mieszanki dla piekarzy. Przypomnijmy, że już od pewnego czasu firma Baker z Tarnowskich Gór oferuje chleb z dodatkiem jadalnych kasztanów. Ma ona w swojej ofercie jeszcze inne niespotykane mieszanki z oryginalnymi składnikami.

Na łamach Bake & Sweet pisaliśmy już również o pieczywie o zmniejszonej aż o 90% ilości węglowodanów i trzy razy większej zawartości białka, jakie ma ofercie firma Komplet. Z kolei Diament Polska poleca kompozycję z mąką kukurydzianą, a firma Bakels - duński chleb, który w swoim składzie zawiera suszone warzywa i owoce.

Zdaniem specjalistów, w sytuacji gdy spożycie chleba w Polsce tylko w ostatnim czasie spadło o 4 proc., jedynym sposobem na podniesienie sprzedaży jest poszukiwanie nowych rozwiązań, które zaciekawia konsumentów i sprawią, że będą oni częściej zaglądać do piekarni w poszukiwaniu nowości. Tym bardziej że jednym z najczęściej wymienianych powodów rezygnacji ze spożycia pieczywa jest dbałość o zdrową dietę i przekonanie, że biały chleb nie sprzyja utrzymaniu wagi ciała i zdrowia.

Zanim jednak wprowadzimy do naszej oferty nowe rodzaje pieczywa, musimy pamiętać o ich odpowiedniej promocji i przeszkoleniu personelu na temat ich właściwości. Część dostawców pamięta o tym, dołączając do mieszanek odpowiednie plakaty, broszurki, a nawet - jak Baker - tablice multimedialne.



Jakość także w rozmiarze XXXL



Przemysłowe rozwiązania indywidualne



GUZ
TECHNIKA PIEKARNICZA
spółka z o.o.

GUZ Technika Piekarnicza Sp. z o.o. • ul. Budryka 4 • 41-103 Siemianowice Śląskie
Tel.: 32 2294927 • Fax: 32 2295503 • e-mail: biuro@guztech.com.pl • www.guztech.com.pl

CZY STEWIA OPANUJE BRANŻĘ CUKIERNICZĄ?

Tomasz Przysiężny

Przy ciągle rosnących cenach cukru czymś naturalnym wydaje się szukanie przez cukierników innych alternatywnych sposobów słodzenia. Jednym z nich może okazać się stevia. Czy jednak ta znacznie wydajniejsza i tańsza od cukru roślina znajdzie szerokie zastosowanie przy produkcji ciast, czekolad i deserów?

Przemysł spożywczy jest branżą bardzo innowacyjną i od lat poszukuje możliwości wykorzystania nowych substancji i surowców w produkcji swoich wyrobów. W miarę wzrostu zainteresowania konsumentów produktami o obniżonej wartości energetycznej nastąpił także wzrost zainteresowania substancjami zastępującymi cukier. Są też grupy konsumentów, które z powodów zdrowotnych nie mogą spożywać określonych składników lub muszą je ograniczać, jak np. diabetycy. A tych jest w Polsce około dwóch milionów - ogromna rzesza konsumentów.

- Duże zainteresowanie zarówno wśród producentów jak i konsumentów w ostatnim czasie wzbudziła stevia. Została ona w listopadzie ubiegłego roku dopuszczona do stosowania w UE jako substancja słodząca - mówi Marek Przeździecki, sekretarz generalny Stowarzyszenia Polskich Producentów Wyrobów Czekoladowych i Cukierniczych Polbisco. W branży czekoladowo-cukierniczej stevia może być stosowana np. do produkcji wyrobów o obniżonej wartości energetycznej lub bez dodatku cukru.

- W tej chwili za wcześnie jest jednak prognozować, jakie będzie wykorzystanie tej rośliny w naszej branży oraz w jakim procencie słodczy będzie ona obecna. Producenci dopiero testują stewię i analizują możliwość oraz zasadność jej użycia w swoich wyrobach. Ponieważ jest to substancja naturalna, bezkaloryczna i o połowę tańsza od cukru, dlatego w dobie bardzo wysokich cen surowców oraz ich niedoborów, a zwłaszcza cukru, może stanowić ciekawą alternatywę - przy-



W tym torcie nie ma ani grama cukru. Oprócz stewii do jego posłodzenia użyto też syropu klonowego.
FOT. MATERIAŁY WŁASNE

JEDNA ŁYŻECZKA JAK SZKLANKA CUKRU

Stewia pochodzi z Paragwaju, gdzie jest używana od setek lat jako naturalny słodzik. Stosowana jest też do leczenia otyłości i nadciśnienia tętniczego.

Roślina o nazwie Stevia Rebeudiana Bertoni jest około 300 razy słodsza od cukru, nie mając przy tym ani jednej kalorii. Dla porównania: jedna łyżeczka suszonych i sproszkowanych liści tej rośliny odpowiada szklance cukru. W przeciwieństwie do wielu sztucznych słodzików, słodkość stewii nie zmienia się podczas gotowania i pieczenia - jest stabilna termicznie do 180 st. C. Wśród innych zalet wymienić trzeba m.in. możliwość długiego przechowywania i nieuleganie fermentacji. Stevia nie powoduje próchnicy zębów, jest bezpieczna dla diabetyków, a także może być bez ograniczeń spożywana przez osoby chore na fenylketonurię.



Producenci słodzików ze stewii zapewniają, że są one doskonale nie tylko do napojów, ale również do pieczenia ciast.

FOT. MATERIAŁY PRODUCENTÓW



Muffin marchwiowo-stewiowy to propozycja dla diabetyków i osób na diecie bezglutenowej - całkiem sporej grupy konsumentów. FOT. MATERIAŁY WŁASNE

znaje Marek Przeździak nie ukrywając, że coraz powszechniejsze stosowanie stewii może wpłynąć na spadek spożycia cukru, a tym samym na unormowanie jego cen. - Obecnie w Unii Europejskiej zapotrzebowanie na cukier jest większe niż podaż, co powoduje, że ceny są bardzo wysokie.

Obserwowany na rynku trend promujący żywność o zmniejszonej wartości kalorycznej może przyczynić się do większego zastosowania stewii. Zdaniem szefa Stowarzyszenia Polbisco pewne jest jednak, że substancja ta nie zastąpi całkowicie cukru w słodkach.

- Cukier odpowiada w wyrobach naszej branży m.in. za teksturę produktów, wpływa na ich barwę, przedłuża trwałość wyrobów, utrzymuje

odpowiedni poziom wilgoci. Na pewno jednak możliwość jej stosowania poszerzy asortyment produktów dostępnych na rynku i da konsumentom jeszcze większe możliwości wyboru produktu, jaki będzie im odpowiadał - mówi Marek Przeździak.

Najbardziej zaawansowana we wprowadzaniu stewii do swoich wyrobów jest aktualnie branża napojowa. Coraz częściej o zastąpieniu cukru alternatywnym słodzikiem słyszy się też w przetwórstwie mleczarskim. O tym, że nie są to jedynie słowa świadczą m.in. produkowane od kilku miesięcy przez Danone jogurty Activia Ligot, które dzięki temu, że są słodzone stewią, mają aż o jedną trzecią mniej cukru niż tradycyjne jogurty.

Roślina ta, a konkretnie Truvia - specjalny wyciąg z liści stewii opracowany przez firmę Cargill - może więc znaleźć zastosowanie np. w deserach cukierniczych, zwłaszcza tych na bazie mlecznej. Szczególnie, że na polskim rynku coraz popularniejsze są desery w wersji light o niskiej kaloryczności, których konsumentami są osoby hołdujące zdrowej i naturalnej żywności. Na popularność stewii w naszym kraju może wpłynąć również niska cena tego słodziku. W efekcie będzie miała ona wpływ na atrakcyjniejszą cenę wyrobów słodzonych stewią w porównaniu do tych samych, ale z cukrem, bowiem dla wielu polskich konsumentów cena nadal ma istotne znaczenie przy podejmowaniu decyzji zakupowych. ■

CZEKOLADA SŁODZONA STEWIĄ

Firma Cavalier to jak na razie jeden z nielicznych na świecie producentów czekolad, które są słodzone wyłącznie stewią. W ofercie belgijskiego producenta oprócz słodkich tabliczek są również m.in. praliny i czekoladowe batony o różnych smakach. Za swoje nowatorskie rozwiązania firma Cavalier została wyróżniona Nagrodą Innowacyjności na targach ISM 2012. Czekolada ze stewią powstała we współpracy z firmą Barry Callebaut.



Fot. Materiały producent

TP

KAROB - TAŃSZA I ZDROWSZA ALTERNATYWA DLA KAKAO

Karolina Zawitkowska

E410, czyli mączka chleba świętojańskiego to popularny środek zagęszczający, stabilizator i emulgator stosowany w piekarnictwie, cukiernictwie i lodziarstwie. Jest dodatkiem pochodzenia naturalnego, nie zawiera glutenu czy złego cholesterolu. Czy ma jakieś wady?

Eksperti przewidują, że w ciągu zaledwie dziesięciu lat połowa żywności zostanie wzbogacona o tzw. składniki funkcjonalne. Smak, aromat i korzyści zdrowotne będą kluczowymi czynnikami, które zdecydują o sukcesie produktu na rynku. Jednym z takich wciąż niedocenianych, szczególnie w piekarstwie, dodatków funkcjonalnych jest mączka chleba świętojańskiego.

POCHODZENIE

Szarańczyn (karob, ceratonia) rośnie w krajach basenu Morza Śródziemnego: Hiszpanii, Włoszech oraz w Palestynie, Izraelu, Kalifornii, Indiach i Australii. To zimozielone drzewo lub krzew uprawia się głównie dla jadalnych, twardych i mięsistych strąków z ziarnami o długości do 25 cm, nazywanych chlebem świętojań-

skim. Pod ciemnobrązową, skórzastą okrywą znajduje się słodkawy miąższ z kilkoma lub kilkunastoma szarobrązowymi, twardymi nasionami o wadze 0,2 g. Ta dokładna waga owoców karobu sprawiła, że dawniej aptekarzom i jubilerom nasiona służyły za odważniki. Stąd też pochodzi jubilerska nazwa „karat” (od greckiego „keration” - owoc karobu).

Z kolei nazwa „chleb świętojański” powstała z biblijnej opowieści o Janie Chrzcicielu, który według Biblii „żywił się szarańczą i miodem leśnym”. Według niektórych interpretacji, szarańcza w przytoczonym cytacie to nie owady, ale właśnie strąki szarańczyny, czyli owoców drzewa chleba świętojańskiego. Są one niezwykle pożywne. Gdy dojrzeją, zawierają tylko 15 proc. wody i aż do 70 proc. węglowodanów (głównie cukrów, ale także skrobi i hemiceluloz), 4-6 proc.

białka i około 0,5 proc. tłuszczu. Zarodek nasion zawiera też bardzo dużo białek (60 proc.).

Chleb świętojański nie jest owocem wykwintnym ani szczególnie smacznym. Dopiero po przeżuciu twardych strąków czuć ich przyjemny, słodki smak.

WŁÓKNO DIETETYCZNE

Szarańczyn strąkowy jest jednym z najbardziej użytecznych drzew śródziemnomorskich. Z jednej rośliny uzyskuje się przeciętnie około 100 kg chleba świętojańskiego rocznie, lecz w niektórych przypadkach można otrzymać nawet do 400 kg. Strąki spożywa się na surowo lub po przetworzeniu. Z owoców szarańczyny firma Nutrinova pozyskuje np. włókno dietetyczne Caromax™, stosowane również w piekarstwie. Otrzymuje się go na drodze opatentowanego fizycznego procesu wplukiwania w wodzie. Moszcz owoców szarańczyny bez ziarna przemycza się i miele. Następnie przeprowadza się ekstrakcję wodną czystej pulpy, podczas której wplukiwane są składniki rozpuszczalne w wodzie, a nierozpuszczalna frakcja (np. włókno dietetyczne) jest delikatnie suszona, mielona i przesiewana.

ZAGĘSZCZA, STABILIZUJE

Zmielony wysuszony miąższ, czyli mączka chleba świętojańskiego, używany jest do przygotowywania napojów, koktajli lub jako środek zagęszczający. Ma także szerokie zastosowanie w cukiernictwie i piekarnictwie, gdzie stosowana jest jako stabilizator i emulgator niewrażliwy na działanie soli, kwasów oraz podwyższonej temperatury. Nasiona miele się na mąkę i używa jako substancję zagęszczającą do żeli, galaretek czy marmolad (guma karobowa - E410). Stabilizuje emulsje, zawiesiny i piany. Ma także duże znaczenie w lodziarstwie - zapobiega synerezie, opóźnia krystalizację w produktach mrożonych.



Mączka chleba świętojańskiego to doskonały cukierniczy substytut dla osób uczulonych na kakao.
FOT. B&S

ZAMIENNIK KAKAO

Mączka chleba świętojańskiego to także świetny i ekonomiczny zamiennik kakao. Ze strąków karobu otrzymuje się bowiem zdrową namiastkę czekolady, lubianą szczególnie przez dzieci. Ciemny proszek wykorzystuje się więc także jako składnik ciast i ciasteczek, do których dodaje się go zamiast kakao (standardowe dozowanie to zastąpienie kakao karobem w proporcji 2:1) lub w połączeniu z nim. Warto wiedzieć, że przy zastąpieniu w produkcji gotowym 30 proc. kakao chlebem świętojańskim, zmiana ta jest całkowicie niewyczuwalna dla konsumenta. Produkt nie traci na smaku i jakości.

Chleb świętojański w przeciwieństwie do kakao ma aż trzy razy więcej wapnia i jest o 40 proc. mniej kaloryczny. Stąd duże zainteresowanie mączką karobu w cukiernictwie, zwłaszcza tam, gdzie poszukuje się sposobu na obniżenie wartości energetycznej wyrobów przy zachowaniu poziomu ich słodkości. Co ciekawe, mimo słodkiego smaku chleb świętojański wcale nie zawiera cukru i glukozy. W porównaniu do kakao nie ma w nim też kofeiny, teobrominy oraz kwasu szczawianowego, blokującego prawidłowe wchłanianie wapnia. Charakteryzuje się też stosunkowo niskim poziomem tłuszczu. Podobnie jak kakao, mączka chleba świętojańskiego dodawana do wyrobów cukierniczych i piekarskich barwi je na brązowo. Jest zatem świetnym substytutem, szczególnie dla osób uczulonych na kakao.

PROZDROWOTNY

Chleb świętojański w proszku ma tyle witaminy B1 co truskawki i więcej witaminy A od szparagów. Ponadto ma też witaminę B2, magnez, potas oraz pierwiastki śladowe: żelazo, miedź, nikiel, mangan i chrom. Obniża także

poziom cholesterolu we krwi. Przede wszystkim jednak jest w pełni naturalny - nie zawiera sztucznych barwników ani konserwantów.

PRODUKCJA CHLEBA

Badania pokazały, że włókno dietetyczne z cecatonii w postaci np. wspomnianego już proszku Caromax™ można bardzo łatwo wprowadzić również do wyrobów piekarskich bez specjalnej zmiany receptury przygotowania i wypieku. Dodatek do żytniego chleba zaledwie 6 proc. tego włókna wpływał pozytywnie na obniżenie poziomu cholesterolu, szczególnie frakcji LDL. Taka ilość dodanego włókna niemal nie zmienia receptury ciasta. Wymagane jest jedynie dodanie do niego nieco większej ilości wody, gdyż jest ona w niewielkim stopniu pochłaniana przez włókna szarańczy.

Zmiana smaku była nieznacznie wyczuwalna i odbierana jako pozytywna, chleb i bułki miały przyjemny zapach. Poprawiła się także tekstura ciasta, obniżył się poziom lepkości, co ułatwiało proces wyrabiania i formowania pieczywa - czytamy w raporcie z badań opublikowanym w 2010 r. w „Acta-Agrophysica”, piśmie wydawanym przez Instytut Agrofizyki PAN. - Dodatek Caromax™ zwiększa brązowanie ciasta, a przy wyrobie ciast i ciastek zastępuje kakao i cukier. Poprzez wiązanie większej ilości wody dłużej utrzymuje wilgotność, co wpływa na polepszenie miękkości i wydłużenie trwałości produktu finalnego.

Dotychczas w Polsce nie produkuje się jeszcze na dużą skalę pieczywa z dodatkiem wspomnianego włókna. Pilotażowy wypiek takich pszenno-żytnich chlebów na małą skalę od kilku lat prowadzi jednak Ryszard Osypuk, właściciel piekarni PPUH „Centrum” w Terespolu. ■

DAWKOWANIE KAROBU

Mączka chleba świętojańskiego jako zagęstnik i substancja żelująca powinna być dodawana w różnych ilościach w zależności od rodzaju produktu:

- poniżej 0,25 g/kg - napoje mleczne fermentowane, aromatyzowane z dodatkami smakowymi,
- poniżej 2 g/kg - napoje mleczne niefermentowane aromatyzowane z naturalnymi dodatkami smakowymi,
- poniżej 3 g/kg - napoje i kisiele owocowe, żelujące desery,
- poniżej 5 g/kg - napoje mleczne fermentowane aromatyczne z dodatkami smakowymi poddane obróbce termicznej,
- poniżej 6 g/kg - sosy i kremy owocowe, desery mleczne,
- poniżej 10 g/kg - dżemy, galaretki, marmolady, kremozęle, śmietana kulinarna termizowana i UHT, lody i koncentraty, polewy owocowe do ciast, lodów i deserów,
- poniżej 12,5 g/kg - serki twarogowe terminowane,
- według potrzeb: m.in. wyroby cukiernicze, tłuszczowe kremy do ciast i deserów, półprodukty żelujące do dekoracji lodów, ciast i deserów cukierniczych.

W przypadku stosowania mączki chleba świętojańskiego jako stabilizatora zaleca się dodawanie do mieszanin masła i tłuszczów roślinnych w ilości poniżej 10 g/kg.



Napoje, lody, desery, cukierki - karob ma w cukiernictwie wręcz nieograniczone pole do popisu. FOT. SWEETLYRAW.COM

CZEKOLADOWE „DIAMENTY”

W najnowszej ofercie Master Martini pojawiło się kilka wysokiej jakości czekolad dla cukierników, w których nazwach znalazło się słowo: diamante. I nie ma w tym ani odrobiny przesady.

Czekolady ARIBA i BAY DIAMANTE nie zawierają w swoim składzie ekwiwalentów, czyli zamienników masła kakaowego. Podstawowymi składnikami są kakao, masło kakaowe, cukier, lecytyna i wanilina. Kształt diamentów czekolad ARIBA i BAY sprawia, że można nimi bezpośrednio udekorować wyroby cukiernicze, takie jak torty czy mazurki lub zapakować jako czekoladki - zapewnia producent dodając, że czekolady te znakomicie nadają się do wykonania dużych eksponatów, które mogą wspaniale ozdobić witryny sklepowe.

ARIBA FONDENTE DIAMANTE to czekolada gorzka o zawartości kakao 72% oraz masła kakaowego 37-39% o wyjątkowej głębi smaku ziarna. Aby uzyskać wyroby czekoladowe o wyjątkowym połysku i odpowiedniej kruchości, należy ją zatemperować. W tym celu rozpuszczamy ją w temp. 45°C, schładzamy do 28°C i podgrzewamy do 30-31°C. Czekolada deserowa znakomicie nadaje się nie tylko do musów i kremów, ale jest również jednym ze składników np. ciast biszkoptowo-tłuszczowych - przypomina producent.

Następna nowość - ARIBA LATTE DIAMANTE - to z kolei czekolada mleczna o zawartości kakao 32% i masła kakaowego 32/34%. Bardzo dobrze sprawdza się do fontann czekoladowych, musów, nadzień czy korpusów. Temperowanie tej czekolady mlecznej odbywa się w temperaturach: rozpuszczanie do 45°C, schładzanie 26°C. Ostateczna temperatura potrzebna do wykonania dekoracji to 29-30°C.

Nowością na czekoladowym rynku jest też ARIBA BIANCO DIAMANTE. Ta biała czekolada o zawartości masła kakaowego 32,5%,



Fot. Master Martini

nadaje się nie tylko do nadzień czy korpusów, ale również do barwienia barwnikami rozpuszczalnymi w tłuszczu, nadając wyrobom cukierniczym nietypowy wygląd. Producent przypomina, że temperowanie białej czekolady wymaga nieco innych temperatur niż podane wcześniej: rozpuszczanie do 42°C, schładzanie do 24°C, temperatura końcowa to 27-28°C. Produkty dystrybuowane są w 10-kg opakowaniach.

Opr. TP

TORT LODOWY BEZ JAJ I MLEKA KROWIEGO?

Dzieciństwo bez lodów? Niemożliwe! Firma Eisblümerl jest autorem receptury na lody, które nie zawierają mleka ani jaj, czyli surowców, które są często czynnikiem uczulającym dzieci. Z niemieckiego miksru można także zrobić tort lodowy.

Producent wykorzystał w recepturze na swoje lody syrop z agawy i mus pistacjowy oraz proszek lodowy i olej słonecznikowy.

Syrop z agawy zastępuje cukier i w 90 procentach składa się z fruktozy, która ma niski indeks glikemiczny i nie podnosi gwałtownie poziomu cukru we krwi. W smaku przypomina miód, ale jest od niego o wiele słodszy.

Zawiera też żelazo, wapń, potas i magnez. Z kolei mus pistacjowy nie ma tłuszczów zwierzęcych i cholesterolu, jak w przypadku lodów tradycyjnych. Proszek lodowy nie zawiera też ani jaj, ani mleka, a jedynie bezglutenową mąkę ryżową i mączkę chleba świętojańskiego (więcej o niej piszemy w innym artykule w tym numerze Bake &

Sweet). Produkt zatem nie zawiera laktozy, glutenu ani nawet cukru. Aby przygotować lody, można do bazy dodać mleko sojowe, ryżowe lub inne roślinne, co jest idealnym rozwiązaniem dla osób uczulonych na mleko krowie.

KZ

NOWA MARKA DLA PROFESJONALISTÓW

Wchodząca na rynek nowa marka 1900 to surowce i gotowe produkty adresowane dla szefów kuchni, kawiarni i cukierni. Ponad 110 lat doświadczeń, najlepsza wiedza, zaangażowanie, wnikliwa obserwacja potrzeb płynących z rynku i ciągłe dążenie do doskonałości zaowocowały kompleksową ofertą skierowaną głównie do branży gastronomicznej - zapewnia firma Zeelandia.

- Tworzeniu produktów sygnowanych marką 1900 towarzyszył jasno zdefiniowany cel: oferta 1900 musi być unikatowa, a jednocześnie gwarantować rozwiązania umożliwiające kompleksowe jej wykorzystanie - mówi Agnieszka Szulc z Zeelandii. Ofertę otwiera kategoria ciast mrożonych w wersji standard i lux. Sernik klasyczny i z wiśniami, szarlotka, ciasto czekoladowe czy tarta z owocami leśnymi to tylko niektóre spośród bogatego asortymentu gotowych ciast. Produkty o optymalnej wadze (1-2 kg), która zapewni ich szybką rotację, są dodatkowo porcjowanie, co ogranicza czas potrzebny na sporządzenie deseru. Zabezpieczone folią ciasta umieszczone są w praktycznych, wygodnych opakowaniach, a system ikon na etykietach umożliwi kontrolę ilości wykorzystanych porcji i czasu otwarcia opakowania.

- Podobnie jak ciasta mrożone, bogactwem smaków charakteryzuje się także oferta mrożonych muffin i cupcake'ów. Waniliowe i cze-

koladowe babeczki z dodatkami w postaci owoców czy delikatnych kremów, doceniane również ze względu na różnorodność dekoracji, zyskują coraz szersze grono entuzjastów - zapewnia przedstawicielka producenta z Tarnowa Podgórnego. Funkcjonalne opakowanie z wysuwaną szufladą ma zagwarantować bezpieczeństwo produktu w czasie transportu.

Uzupełnienie oferty stanowią desery mrożone w szkle. Deser o smaku tiramisu, mus czekoladowy, deser jogurtowy z owocami egzotycznymi to przykłady proponowanych przez Zeelandię gotowych rozwiązań, dzięki którym karta w kawiarni czy restauracji może poszerzyć się o kolejne ciekawe w smaku propozycje.

Szeroka gama produktów sygnowanych nową na rynku marką obejmuje również owoce w żelu Frutta Top (więcej o nich piszemy w tym wydaniu Bake & Sweet). Ciekawym rozwiązaniem jest zastosowanie wygodnego i poręcznego opakowania: plastikowego wia-



Plastikowe niewielkie pojemniki o kwadratowej formie to wygoda w użytkowaniu oraz w przechowywaniu produktu w magazynie. FOT. ZEELANDIA

derka o kwadratowej formie i masie zaledwie 2,5 kg, które dzięki swoim kształtom jest - jak zapewnia producent - bardzo wygodne zarówno w użytkowaniu jak i przechowywaniu.

TP

DOWÓD / POKWITOWANIE DLA ODBIORCY	nr rachunku odbiorcy 13102019090000390201355395		nazwa odbiorcy BCM Biznes sp. z o.o.	
	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		nr rachunku odbiorcy 13102019090000390201355395	
	zleceniodawca		waluta W P * PLN	
imię i nazwisko/firma		kwota 105,00		
ulica, nr domu		nr rachunku zleceniodawcy (przelew) / kwota słownie (wpłata)		
kod pocztowy miejscowość		nazwa zleceniodawcy		
NIP		nazwa zleceniodawcy cd., NIP		
Umowa BCM Biznes sp. z o.o. do opłat/wpłat 02/18		tytułem		
		Roczna prenumerata Bake&Sweet		
		Upoważniam BCM Biznes sp. z o.o. do wystawiania faktury VAT bez mojego podpisu		
stempel dzienny		opłata		
opłata		pieczęć, data i podpis(y) zleceniodawcy		
		opłata		
		opłata		

„NOWE ŻYCIE” WRAZ Z NOWYM LOGO

Kilkadziesiąt wyrobów piekarskich i cukierniczych wyróżniono na początku czerwca godłem AGRO POLSKA. W ten sposób nagrodzono produkty, które w ramach ogólnopolskiego konkursu promocyjnego wygrały rywalizację o miano najlepszych na polskim rynku. A konkurencja była niemała - w tym roku do konkursu zgłoszono kilkaset wyrobów spożywczych.

Konkurs AGRO POLSKA, który zorganizowano już po raz dziewiętnasty, ma na celu promocję wysokiej jakości produktów przetwórstwa rolno-spożywczego opartego na polskich recepturach, technologiach i krajowych surowcach. Przy ocenie wyrobów jurorzy brali pod uwagę nie tylko wyróżniające się walory jakościowe, zdrowotne i smakowe, ale także estetykę ich opakowań. Nie wszystkie z nagrodzonych produktów były nowościami, lecz od teraz - dzięki prestiżowemu logo, jakim mogą być sygnowane - „narodziły się na nowo” na rynku spożywczym.

Celem konkursu jest też upowszechnienie działań na rzecz tworzenia pozytywnego wizerunku produktów polskich dla zwiększenia zainteresowania konsumentów oraz ułatwienie wyboru wyrobów jakościowo najlepszych - przyznaje organizator imprezy Międzynarodowe Targi Rzeszowskie nie ukrywając, że godło AGRO POLSKA ma również kreować swoisty lokalny patriotyzm. Konkurs ma też promować przedsiębiorców i ich najlepsze produkty na rynku europejskim, gdyż godło może być zamieszczane na opakowaniach wyrobów dostępnych w państwach Unii Europejskiej, co - jak zaznacza organizator - wpływa na budowanie pozytywnego wizerunku polskich przedsiębiorców rolno-spożywczych poza granicami kraju. O prestiżowej randze imprezy świadczy również fakt, że patronat nad konkursem sprawuje minister rolnictwa i rozwoju wsi.

Oprócz wyróżnienia AGRO POLSKA od trzech lat o tytuł najlepszych rywalizują również wyroby ekologiczne posiadające certyfikaty, a laureaci tej kategorii zostają wyróżnieni znakiem ECO AGRO POLAND.

W tym roku jednak nie trafił on do żadnej piekarni czy cukierni.

Kilkanaście tego typu zakładów z całej Polski otrzymało za to nagrody AGRO POLSKA, w tym statuetkę i dyplom. Tegorocznymi jego laureatami zostały piekarnie: Kiełtyka z Łężany z Chleb Swojski pszenno-żytni z dodatkiem kawy zbożowej; Kajzerka z Żelazna za Pierniki Hrabstwa Kłodzkiego oraz Chleb Słonecznikowy pełnoziarnisty; zabrzańska spółka Społem za chleby mieszane pszenno-żytnie (Kopernik, Dobry, Słonecznikowy); firma Kłaczyńscy z Mielca za chleby z pieca (żytni i żytni-razowy); GS Samopomoc Chłopska z Medyki za chleb mieszany Polskie Zboża; firma Ignacego Polańskiego z Zubrzycy Górnej za Bułki Juhasa, Bochenek Staropolski i Chleb Orawski; zakład Patrycja & Paweł z Kluczy za chleby wiejski, mieszany, firmowy, foremką kanapkową, a także wyroby jurajskie (chleb, sernik, kołacz) oraz Złoty Kłoz z Dobczyc aż za 20 chlebów ciemnych i mieszanych (m.in. Chleb Cebulowy na kapuście) oraz wyrobów cukierniczych.

Prawo znakowania swoich wypieków godłem AGRO POLSKA ma też firma Melba z Krzeszowic za Ciasteczka Prozdrowotne (Rajskie, Migdał-



ki, Makaroniki Krakowskie, Rogaliki z różą, Owsiane, Batonik Musli); zakład Wafłowe Kreacje z Krzczonowa za wafle przekładane tradycyjną masą waniliowo-kakaową i Delta ze Zręczin za Wafle Podkarpackie. Jurorzy wyróżnili też mąki produkowane przez Młyny Szczepanki z Łasina, Zakłady Zbożowo-Młynarskie PZZ z Kielc i Zamojskie Zakłady Zbożowe. Godło AGRO POLSKA będzie się mogło pojawiać również na produktach Prospany, a konkretnie na opakowaniach kilkunastu smaków frużeliny (również w wersjach deserowych i cukierniczych).

TP

SnackArt - sztuka nowych smaków od Agrano

Idealna przekąska na EURO 2012!

SnackArt to innowacyjna koncepcja wyjątkowych przekąsek powstałych na bazie mieszanek AGRANO.

Tego jeszcze nie było! SnackArt ma wiele twarzy, ale niezmiennie łączy w sobie najwyższą jakość składników, nowoczesność i prawdziwą piekarską sztukę.



ŚRÓDZIEMNOMORSKIE SPECJAŁY

Na bazie mieszanki

AGRANO Mix Śródziemnomorski 10%



AGRANO MAKI

Na bazie mieszanki

AGRANO Mix Marchewkowy 50%



PIECZARKOWE SNACKI

Na bazie mieszanki

AGRANO Crusta 25%

PROTEINER

Chleb wysokobiałkowy z niską zawartością węglowodanów



400% więcej białka*

85% mniej węglowodanów*

** w stosunku do chleba zwykłego pszenno-żytniego*



Bake & Sweet

magazyn branży piekarskiej i cukierniczej



RECEPTURY

Receptura zawsze pod ręką

Co roku na polskim rynku pojawia się kilkadziesiąt nowych mieszanek, miksów i komponentów do produkcji piekarsko-cukierniczej oraz lodziarskiej. Niektóre z nich to absolutne nowości, inne - to produkty, które rzemieślnicy z naszej branży znają już od lat. Tak czy siak: każdy z nich, gdy tylko trafi do sprzedaży zaopatrzonej jest co najmniej w jedną recepturę, a niektóre nawet w kilka. Rocznie technolodzy z kilkunastu firm producenckich opracowują więc setki nowych, ciekawych i nierzadko zaskakujących przepisów na chleby, pieczywo drobne, szeroką gamę wyrobów cukierniczych, desery czy lody. Receptury te mają ułatwić pracę piekarzom i cukiernikom oraz zagwarantować im wysoką jakość otrzymanego produktu, a także jego powtarzalność.

W dużych zakładach, w którym wypieka się szeroką gamę różnych wyrobów, receptury zapisuje się w pamięci komputera, skąd można je w dowolnej chwili przywołać i automatycznie ruszyć z produkcją. W mniejszych, rzemieślniczych firmach wciąż jednak spisywane są w zeszytach lub na kartkach i wpinane do segregatorów tak, aby zawsze były pod ręką. Takie właśnie karty z recepturami nowych produktów pojawiać się będą systematycznie w naszym nowym dziale Bake & Sweet Receptury. Opisy wykonania wyrobów i ilości potrzebnych składników drukujemy na specjalnych grubszych kartkach, które można wyciąć z miesięcznika i włożyć do segregatora.

Przygotowując dla Was praktyczne narzędzie do codziennej pracy przekonani jesteśmy, że dostrzeżecie nie tylko wygodę używania kart z recepturami, ale również korzyści płynące z wprowadzenia opisywanych ciast i pieczywa do oferty produktów, jakie powstają w Waszych piekarniach i cukierniach. Zwłaszcza że będzie w czym wybierać, gdyż co miesiąc pojawi się kolejna porcja nowych przepisów.

Jeśli jednak przegapicie któryś z numerów Bake & Sweet (prenumeratorzy nie mają z tym problemów), wówczas pomocny stanie się Internet. Wszystkie receptury znajdziecie bowiem także na www.bakeandsweet.pl/receptury

Tomasz Przysiężny



CZEKOLADOWE LATO Z MIĘTĄ

BLAT CZEKOLADOWY

Fior Fiore Completo Cacao	500 g
Fior Fiore Laglassa	220 g
Gioia	180 g
Jajka	150 g
Woda	180 g

Wszystkie składniki mieszać na średnich obrotach przez ok. 3 min, przełożyć na blaszkę wyłożoną papierem i odpiec w temp. 180°C.

BISZKOPT ŚMIETANKOWY

Fior Fiore Pan Di Spagna	300 g
Jajka	180 g
Woda	30 g
Gioia	50 g

Fior Fiore Pan Di Spagna, jajka oraz wodę ubijać przez ok. 10 min, następnie wymieszać z rozpuszczoną **Gioią**, przełożyć na blaszkę wyłożoną papierem i odpiec w temp. 180°C.

Po ochłodzeniu pociąć na blaciki o grubości 5 mm.

MASA CZEKOLADOWA

Caravella Cream Cacao	170 g
Ariba Fondente Dischi 60%	70 g

Czekoladę rozpuścić, połączyć z **Caravellą** i dokładnie wymieszać.

KREM MIĘTOWY

Decor UP	500 g
Żelatyna	15 g
Master Gourmet	180 g
Pasta miętowa	70 g

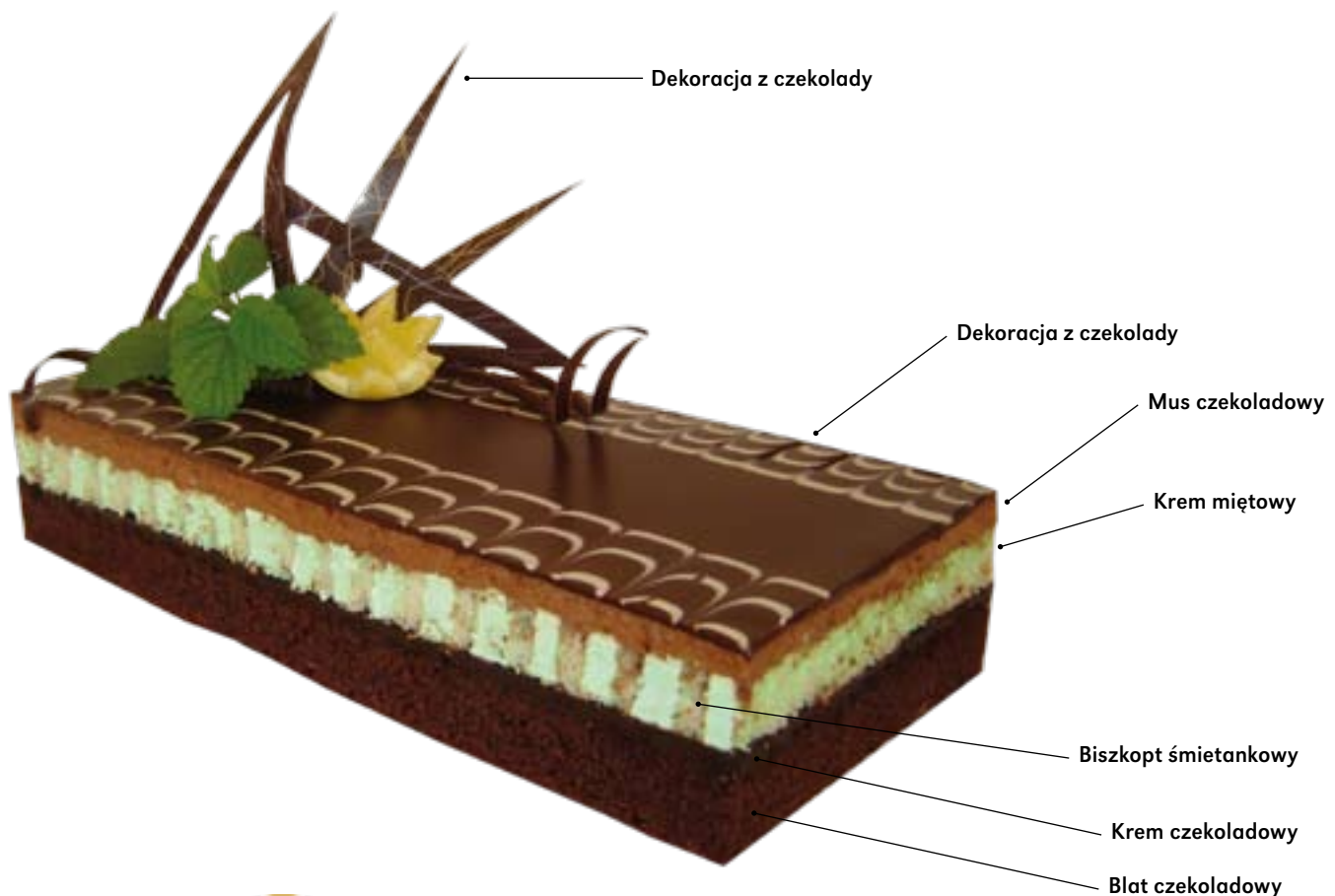
Żelatynę namoczyć w **Master Gourmet**, następnie rozpuścić, dodać Pastę Miętową i na końcu połączyć z ubitą śmietaną **Decor UP**.

MUS CZEKOLADOWY

Master Gourmet	100 g
Decor UP	200 g
Base Crema	300 g
Caravella Cream Cacao	150 g
Woda	90 g
Żelatyna	9 g
Spirytus	20 g

Master Gourmet, **Decor UP** i **Base Crema** ubić na puszystą masę, następnie połączyć z rozpuszczoną **Caravellą Cream Cacao**, spirytusem i namoczoną oraz rozpuszczoną żelatyną. Całość dokładnie wymieszać.

Blaciki śmietankowe przełożyć kremem miętowym i pociąć na 1,5 cm. Na blat czekoladowy rozsmarować krem czekoladowy, ułożyć blaciki śmietankowe z kremem miętowym i wyłożyć mus czekoladowy. Górę ciasta oblać **Caravellą Cover Cacao** i udekorować czekoladą **Ariba**.



www.mastermartini.pl



MUFFINKI MAŁEGO PODRÓŻNIKA



Receptura podstawowa: 30 szt.

Masa muffinkowa

1000 g **Sandquick**
450 g olej roślinny
450 g jaja
5 g Aromat **Combani**

} Mieszać na wysokich obrotach, różgą przez 3 minuty

100 g **Schokobella ciemna**

Krem do dekoracji

200 g **Bianka soft**
100 g woda zimna
200 g margaryna/masło
100 g **Schokobella biała**

} Ubijać na szybkich obrotach, gęstą różgą przez 5 minut

Dekoracja

300 g różne słodkości (cukierki, żelki, lentilki)

Przygotowanie

- Z masy muffinkowej odłożyć 750 g masy i wymieszać z Schokobellą ciemną.
- Jasną masą muffinkową napełnić foremki muffinkowe.
- Dopełnić foremki muffinkowe ciemną masą muffinkową i delikatnie zamieszać widelcem tworząc marmurek.
- Temperatura pieczenia 190 °C.
- Czas pieczenia około 30-35 minut.
- Pozostawić do wystudzenia.
- Muffinki udekorować jak na zdjęciu, szprycując krem okrągłą tutką (8 mm) oraz słodyczami.



MUFFINKI KSIĘŻNICZKI

Receptura podstawowa: 30 szt.

Masa muffinkowa

1000 g **Sandquick**
450 g olej roślinny
450 g jaja
5 g Aromat **Combani**

} Mieszać na szybkich obrotach, różgą przez 3 minuty

Krem do dekoracji

400 g **Bianka soft**
200 g woda zimna
400 g margaryna/masło
100 g **Pasta deserowa malinowa**

} Ubijać na szybkich obrotach, gęstą różgą przez 5 minut

Dekoracja

50 g perełki cukrowe

Przygotowanie

- Masą muffinkową napełnić foremki muffinkowe.
- Temperatura pieczenia 190 °C.
- Czas pieczenia około 30-35 minut.
- Pozostawić do wystudzenia.
- Muffinki udekorować jak na zdjęciu szprycując krem karbowaną tutką oraz posypując perełkami cukrowymi.



MARTIN BRAUN • GRUPPE

www.martinbraun.pl



SWEET HEART



Białe serduszko czekoladowe Sweet Heart to element dekoracyjny, który znajduje szerokie zastosowanie w branży cukierniczej. Wyśmienicie nadaje się do dekoracji tortów okolicznościowych, deserów i lodów. Jest to gotowy produkt nie wymagający dodatkowego przygotowania. Wysoka jakość wykonania i użytego surowca sprawiają, że przyozdobione nim słodkości urastają do rangi arcydzieła.

Do produkcji Sweet Heart użyto najwyższej jakości czekolady belgijskiej, która odporna jest na zamrażanie i rozmrażanie oraz pozbawiona sztucznych barwników. Produkt ma długi, roczny termin przydatności do użycia.



 **baker**

SWEET LAND
linia

www.bakerpolska.pl

WWW.BAKEANDSWEET.PL/RECEPTURY



Chleb Hollywood

proteinowy



Chleb Hollywood to pieczywo, w którym zawartość węglowodanów została zminimalizowana do mniej niż 5 proc. Z kolei niska zawartość węglowodanów ogranicza wytwarzanie insuliny. Oprócz wspomagania diety Chleb Hollywood może stanowić również jej uzupełnienie w cenne składniki znajdujące się w siemieniu lnianym, słoneczniku i sezamie, w które to ziarna wzbogacono mieszankę.

Receptura:

Chleb Hollywood	10 kg
Drożdże	0.4 kg
Woda	10 l

RAZEM: 20.4 kg

Parametry:

Czas miesienia (miesiarka spiralna):	5 min wolno, 8 min szybko
Temperatura ciasta:	24-26°C
Czas leżakowania:	20 min
Czas fermentacji:	30 min
Czas pieczenia:	50 min
Temperatura pieca:	240°C opadająca do 200°C

Wytwarzanie:

Według powyższej receptury wyrobić ciasto zachowując parametry. Odważyć na kęsy i obtoczyć ze wszystkich stron w sezamie. Włożyć do foremki.

baker

BERG BACK.PL
linia

www.bakerpolska.pl



MIX ŚRÓDZIEMNOMORSKI 10%



PANE ITALIANO

Produkty

- 1,00 kg Mix Śródziemnomorski 10%
- 9,00 kg mąka pszenna typ 550
- 1,00 kg mąka żytnia typ 720
- 0,30 kg drożdże
- 7,50 kg woda

Sposób przygotowania

- Wszystkie składniki miesić 3+7 minut.
- Temperatura ciasta 25-26°C.
- Ciasto odstawić do spoczynku na około 15 minut.
- Dzielić na kęsy o wadze 0,45 kg i zaokrąglić.
- Podczas wydłużania słuzę posypać mąką żytnią i odstawić dołem do koszyka rozrostowego.
- Przy 75% rozrostu wykładać na aparat załadowniczy tak, aby słuzę była na górze.
- Piec 35-40 minut z małym zaparowaniem w piecu o temperaturze „chlebowej”.

CIABATTA

Produkty

- 1,00 kg Mix Śródziemnomorski 10%
- 10,00 kg mąka pszenna typ 550
- 0,20 kg drożdże
- 7,50 woda
- dodatki **

Sposób przygotowania

- Wszystkie składniki miesić 6+6 minut.
- Temperatura ciasta 23-25°C.
- Ciasto przełożyć do plastikowych pojemników wysmarowanych olejem.
- Czas wyrastania 1-2 godziny.
- Ciasto delikatnie wyłożyć na stół oprószony mąką i odcisnąć kęsy o wadze 0,35 kg.
- Piec na tle pieca 30-35 minut, z małym zaparowaniem.

- ** Ciasto bazowe można urozmaicić dodatkami:
- pomidory suszone 5%,
 - czosnek 3%,
 - oliwki 4%,
 - papryka 3%.

BAGIETKA, BUŁKA SZARPANA

Produkty

- 1,00 kg Mix Śródziemnomorski 10%
- 10,00 kg mąka pszenna typ 550
- 0,30 kg drożdże
- 6,50 kg woda

Sposób przygotowania

- Wszystkie składniki miesić 3+7 minut.
- Temperatura ciasta 25-26°C.
- Ciasto odstawić do spoczynku na około 10 minut.
- Ciasto dzielić na kęsy: bagietka 0,35 kg, bułka szarpana 0,06 kg.
- Kęsy na bagietkę zaokrąglić i wydłużyć, układać na blachach do wyrośnięcia.
- Kęsy na bułkę szarpaną oprószyć mąką i zawijać w „kopertę”, następnie układać na aparacie załadowniczym do wyrośnięcia.
- Przy 75% rozrostu bułki odwrócić znakiem do góry i piec na tle pieca.
- Piec z zaparowaniem: bagietka około 30 minut, bułka szarpana około 15 minut.

CECHY PRODUKTU

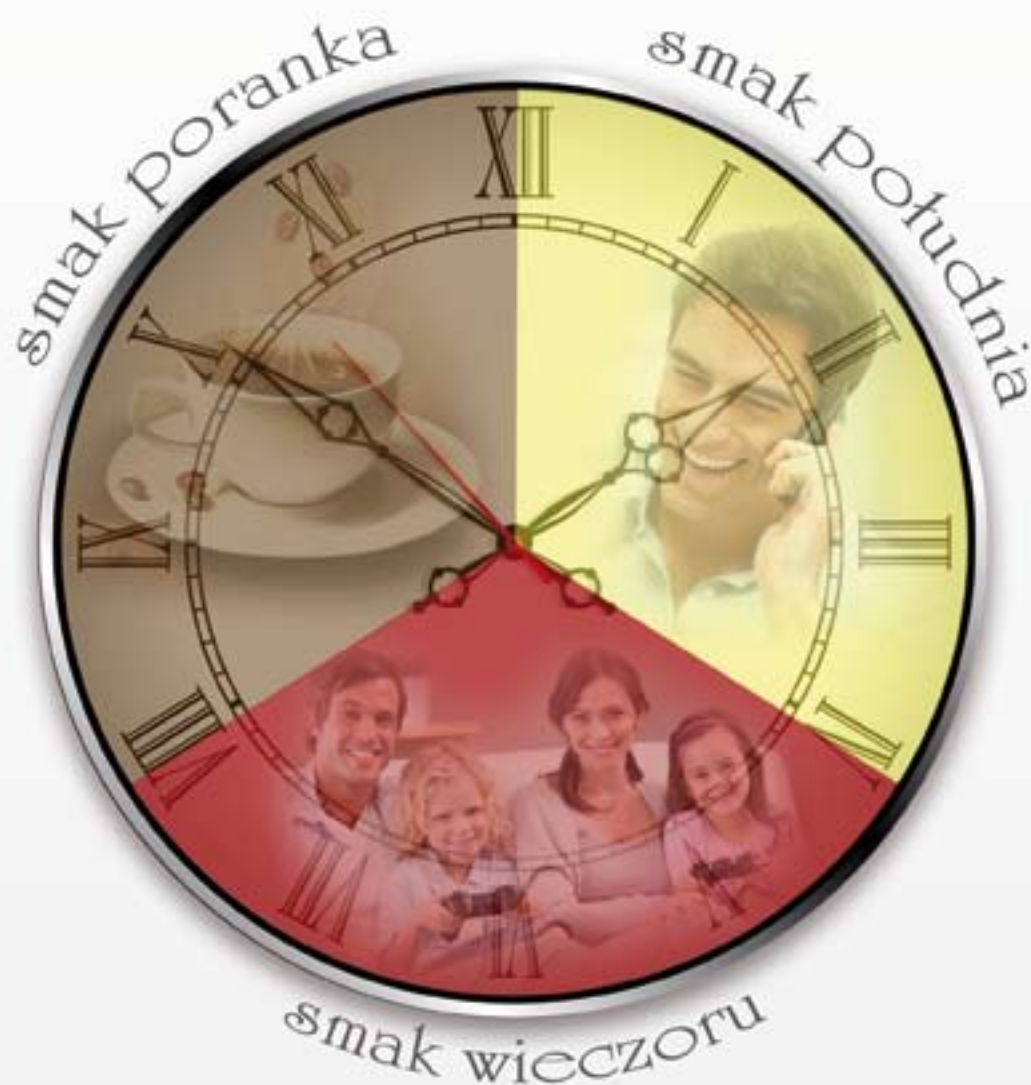
- Smak i zapach charakterystyczny dla pieczywa z basenu Adriatyku
- Nie zawiera emulgatorów
- Z mieszanki można produkować zarówno chleb włoski, bakietkę, ciabattę jak i blaty do pizzy



smaki dnia

promocja
Lesaffre Polska

Promocja trwa od 14 maja do 12 października 2012 roku.



Kupuj produkty Lesaffre i zbieraj punkty !



Skontaktuj się z przedstawicielem handlowym lub technologiemi Lesaffre w celu zarejestrowania się w promocji. Więcej informacji na stronie internetowej.

www.lesaffre.pl

IV edycja

Smakuj i wygrywaj nagrody !


LESAFFRE